

2020

**ANNÉE RÉVÉLATRICE
DES FORCES DE
POST LUXEMBOURG**



**GROUPE POST
LUXEMBOURG
RAPPORT
INTÉGRÉ**



2020, L'ANNÉE RÉVÉLATRICE DES FORCES DE POST LUXEMBOURG ET DE SA STRATÉGIE

Le rapport intégré de POST Luxembourg que vous tenez entre vos mains revient sur un exercice ô combien particulier, profondément marqué par la crise de la COVID-19. Au moment de composer ce document, la direction de l'entreprise a souhaité s'appuyer sur différents témoignages (arrêtés en avril 2021) pour revenir sur la résilience dont ont fait preuve les collaborateurs tout au long de 2020, année durant laquelle POST a confirmé son engagement et



ses investissements en faveur de ses clients, de ses parties prenantes et du pays dans son ensemble. **Tout au long de ce rapport, l'engagement RSE de POST sera mis en évidence par l'icône RESPECT (Rentabilité – Employabilité – Sécurité – Produits – Éthique – Connaissance – Terre), du nom de la démarche de responsabilité sociale d'entreprise.** Bonne lecture !

ÉDITO

Par **Serge Allegrezza**, président du Conseil d'administration de POST Luxembourg

MIR SINN D'POST

« La réussite collective de POST en 2020 n'est pas le fruit du hasard »
Entretien avec Claude Strasser, directeur général de POST Luxembourg **08**
Groupe POST Luxembourg : une synergie d'expertises **12**
« Mir sinn d'POST » : une stratégie porteuse de sens **14**
Story : *Des activités et une mobilisation essentielles* **16**

NOS MÉTIERS

POST Telecom et POST Technologies **22**

« POST Telecom est bien plus qu'un opérateur »
Entretien avec Cliff Konsbruck, directeur de POST Telecom **22**
Story : *Missions : possibles* **26**
Rétrospective **28**
« Nous avons toujours été une entreprise du futur »
Entretien avec Gaston Bohnenberger, directeur de POST Technologies **30**
Story : *Objectif : éviter le black-out* **33**

POST Courrier & Logistique **34**

« Proposer des prestations logistiques à valeur ajoutée »
Entretien avec Hjoerdis Stahl, directrice de POST Courrier **34**
Rétrospective **38**
Story : *POST soutient les hôpitaux* **40**

POST Finance **42**

« POST Finance est acteur de l'inclusion financière depuis 1911 »
Entretien avec Gabriel de La Bourdonnaye, directeur de POST Finance **42**
Rétrospective **45**
Story : *LuxTrust, une success story made in Luxembourg* **46**

ENGAGEMENT

RSE **50**

« Les entreprises ne peuvent plus faire abstraction des enjeux du développement durable » – Entretien avec Isabelle Faber, directrice Communication, RP et RSE & regards croisés sur la stratégie RSE de POST Luxembourg **50**
Créer de la valeur durable et partagée **54**
Story : *Réduire nos déchets et promouvoir la circularité* **56**
POST s'engage dans la protection du patrimoine architectural **60**

06



20



48



Expérience client **62**

« Interagir avec nos clients comme on aimerait que l'on interagisse avec nous »
Entretien avec Luc Welter, directeur Expérience client **64**

Ressources humaines **66**

« Nos collaborateurs sont nos meilleurs ambassadeurs »
Entretien avec Claude Olinger, directeur Ressources humaines **68**
Story : *Être un employeur de choix pour attirer et retenir les talents* **72**
Les chiffres-clés **73**

74 GOUVERNANCE

« Je considère POST comme un partenaire stratégique du gouvernement »
Entretien avec Franz Fayot, ministre de l'Économie et ministre de tutelle de POST Luxembourg **76**
Guider l'entreprise dans sa raison d'être **78**
Un Conseil d'administration diversifié **80**
Le Comité exécutif au service d'une performance durable **84**
Montrer la voie en matière d'intégrité **86**
La pérennité de l'entreprise passe par la gestion des risques **88**

92 INNOVATION

« POST est au croisement du monde réel et du monde digital »
Entretien avec Pierre Zimmer, directeur général adjoint et Chief Strategy Officer de POST Luxembourg **94**
Rétrospective du Groupe **98**
Story : *Cybermenaces versus risque vital* **100**

104 PERFORMANCE

« POST n'est pas une entreprise comme les autres »
Entretien avec Luca Tagliabue, directeur financier de POST Luxembourg **106**

110 ANNEXES

Reconnaitances et certifications **112**
Représentations de POST **114**
Notre démarche RSE **116**
Évaluation externe du rapport intégré 2020 **122**
Performances financières et extra-financières **125**
Chiffres-clés de nos métiers **138**
À propos de ce rapport **142**

« DÈS AUJOURD'HUI, NOUS DEVONS PRÉPARER LES CRISES À VENIR »

Le Conseil d'administration de POST veut tirer les leçons d'une crise sans précédent qui a mis en lumière le besoin de disposer d'infrastructures publiques performantes et, pour les entreprises, d'anticiper de nouveaux types de risques, comme le souligne son président, Serge Allegrezza.

PLUSIEURS MOTS-CLÉS ONT JALONNÉ L'ACTUALITÉ EN 2020, DONT LE TÉLÉTRAVAIL. QUE VOUS INSPIRE LA PRATIQUE DU TRAVAIL DÉCENTRALISÉ ?

Serge Allegrezza (SA) : Je perçois dans la pratique exclusive du télétravail un danger de voir la cohésion interne et la culture de l'entreprise se liquéfier. Je crois davantage à un mix entre la présence au bureau et le télétravail, plutôt qu'un télétravail généralisé tel que celui qui nous a été imposé. La réflexion autour d'un modèle hybride viendra probablement au sortir de la crise qui aura au moins permis de vivre cette expérience et d'en tirer les leçons.

LA NOTION DE DIGITALISATION A ÉGALEMENT OCCUPÉ L'ACTUALITÉ. COMMENT POST PEUT-ELLE EXPLORER LE CHAMP DES « DATA » ?

SA : POST se prévaut d'une approche socialement responsable à ce sujet. Il est tout à fait possible d'exploiter les données massives dans l'intérêt collectif, pour mieux gérer le pays, par exemple pour optimiser la mobilité ou la lutte contre la pandémie. POST a déjà mis en place une série de projets en ce sens et a recruté des « data scientists ». Il est en effet difficile d'explorer le domaine des data, soit l'évolution des statistiques à l'ère digitale, sans disposer des compétences pointues. POST s'en donne les moyens.

L'UN DES ENJEUX DE POST EST DE MAINTENIR UN NIVEAU DE RENTABILITÉ SUFFISANT POUR POURSUIVRE SES INVESTISSEMENTS. COMMENT Y PARVENIR ?

SA : Par notre statut particulier, nous investissons dans l'optique de générer de la valeur, sans viser une rentabilité excessive qu'ambitionnent nos concurrents. POST recherche en permanence l'équilibre entre ses missions de service public, de service universel et la rentabilité. Je pense par exemple au CCP qui, même si son modèle d'affaires souffre, doit être maintenu pour permettre à ceux qui seraient exclus des institutions financières de disposer d'un compte bancaire et de services financiers.

LA PANDÉMIE REMET-ELLE EN LUMIÈRE LA GESTION DES RISQUES POUR LA COLLECTIVITÉ ?

SA : D'autres événements pourraient mettre à mal notre économie et le fonctionnement du pays. Je pense à une panne d'électricité ou des réseaux de télécommunications voire d'alimentation en eau... 2020 nous a fait réfléchir aux vulnérabilités et à la nécessité de nous préparer aux prochaines crises. Les investissements réalisés depuis plusieurs années dans le réseau télécoms de POST sont apparus essentiels durant la crise. Nous devons considérer nos investissements futurs en tenant compte des nouveaux risques et de l'exigence de résilience.

QUID DU CHANGEMENT CLIMATIQUE ?

SA : Il s'agit d'un changement à plus long terme contrairement aux catastrophes soudaines que j'évoquais, mais il doit bien entendu faire l'objet d'une plus grande réflexion commune. POST se targue de prendre au sérieux la responsabilité sociale et environnementale, nous avons donc fort à faire.

COMMENT POURRAIT SE DÉCLINER CETTE RSE DANS LES PROCHAINES ANNÉES ?

SA : Elle peut s'opérer par exemple dans l'électrification massive du parc de véhicules. Un autre champ d'action est l'usage circulaire du matériel de communication que nous vendons et dont la production consomme beaucoup d'énergie et de matières premières. Nous devrions imaginer comment réparer, collecter et recycler ce matériel. Troisièmement, POST doit mener des actions pour prévenir l'addiction à la consommation des écrans, en particulier chez les jeunes.

QUELLES SONT VOS PERSPECTIVES POUR L'ÉVOLUTION ÉCONOMIQUE DU PAYS EN 2021 ?

SA : Nous sommes dans l'expectative car nous savons que la reprise sera rythmée par la baisse de la propagation du virus d'une part et par la vitesse de vaccination des citoyens d'autre part. Soyons optimistes et espérons qu'un nombre élevé de personnes soient vaccinées au 3^e trimestre de cette année 2021. À partir de ce moment, nous observerons probablement un boom dû au rattrapage de la consommation et des investissements.

DANS QUELLES DIRECTIONS DOIVENT SE DIRIGER CES INVESTISSEMENTS ?

SA : Cette crise va conduire à un retour sur l'importance du collectif, de la vie en société, d'où le besoin d'investir en infrastructures publiques et de la santé. Ces investissements seront conséquents mais quel serait le prix à payer si nous ne nous donnons pas les moyens d'assurer notre résilience par ces infrastructures ? POST en tant qu'entreprise publique, avec une vue à long terme et gérant des infrastructures critiques, aura bien entendu un rôle important à jouer dans cette phase d'après-crise.

ENFIN, QUEL MESSAGE SOUHAITERIEZ-VOUS ADRESSER AUX COLLABORATEURS DE POST QUI SE SONT PARTICULIÈREMENT ENGAGÉS EN 2020 ?

SA : Je vous souhaite, à nous tous, de retrouver vite une vie « normale » qui nous permettra de nous réunir sans masque, de déjeuner ensemble et de pouvoir nous serrer la main à nouveau.

Serge Allegrezza,
président du Conseil d'administration



« LA CRISE NOUS
A MONTRÉ QU'IL EST
POSSIBLE, AVEC UN
PEU PLUS D'AUDACE ET
DE COURAGE, DE
CONCRÉTISER DES
PROJETS PLUS VITE
ET MIEUX »

CLAUDE STRASSER,
directeur général de POST Luxembourg

UNE TRANSFORMATION ET UNE STRATÉGIE SALUTAIRES

2020 a révélé combien la modernisation de POST, opérée depuis plusieurs années, s'est avérée précieuse en période de crise. Depuis 2018, ce mouvement est guidé par la stratégie d'entreprise « Mir sinn d'POST ». Si 2020 fut révélatrice des forces de POST, elle a aussi confirmé la pertinence des trois piliers de cette stratégie : l'expérience client, l'engagement de tous les collaborateurs et la rentabilité.

« LA RÉUSSITE COLLECTIVE DE POST EN 2020 N'EST PAS LE FRUIT DU HASARD »

En 2020, POST Luxembourg a assuré la continuité de ses missions tout en assumant de nouvelles tâches liées à la crise de la COVID-19. Un défi relevé sans encombre majeur qui reflète la maturité et la robustesse de son organisation et l'engagement sans faille de ses collaborateurs. Bilan d'une année hors norme avec Claude Strasser, directeur général de POST Luxembourg.

COMME L'INDIQUE LE TITRE DE CE RAPPORT, L'ANNÉE 2020 A ÉTÉ RÉVÉLATRICE DES FORCES DE POST ET DE SA STRATÉGIE. QUELLES SONT CES FORCES ?

Claude Strasser (CS) : La crise a révélé notre capacité à assumer nos missions de services public et de service universel lors de moments critiques : la distribution nocturne des journaux, le passage quotidien de facteurs, la livraison des colis dont le nombre a augmenté de 47 %, le réseau de vente qui a continué à fonctionner pendant toute la crise, la résilience de nos réseaux technologiques, le support à domicile de nos équipes télécoms, etc. La réussite collective de POST en 2020 n'est pas le fruit du hasard : elle reflète la robustesse et la maturité de notre organisation.

Nous avons aussi surpris beaucoup de monde en faisant preuve d'une grande agilité en ajoutant à notre agenda – déjà très chargé – des missions ou des projets exceptionnels découlant de la gestion des conséquences de la crise. Je pense, par exemple, au centre d'appels que nous avons monté pour le CGDIS (Corps Grand-Ducal d'Incendie et de Secours) à la demande du gouvernement. En 48 heures, le centre d'appels était opérationnel grâce à des surfaces de bureaux et aux technologies que nous avons mises à disposition. Les mêmes forces ont été actionnées pour la distribution de masques sur le territoire de la Ville de Luxembourg. Des centaines de collaborateurs se sont relayés durant tout un week-end dans notre centre logistique du Findel pour faire en sorte que 610 000 masques arrivent à bon port à un temps record.

QU'EST-CE QUI A PERMIS À CETTE AGILITÉ DE SE RÉALISER ?

CS : À nouveau, elle n'aurait pas été possible sans le travail de transformation de l'organisation de l'entreprise réalisé durant les dernières années. J'ajoute que la motivation et l'engagement des collaborateurs était la seconde condition *sine qua non* pour que cette agilité se traduise en actes. La crise nous a offert de belles surprises sur le plan humain, tout le monde a rempli son rôle avec un engagement sans faille. Nos collaborateurs ont été compréhensifs et se sont dévoués tout au long de l'année.

COMMENT GARANTIR À LONG TERME LA ROBUSTESSE DE POST ?

CS : Cette robustesse repose sur des assises solides, elle constitue à mes yeux un acquis mais elle doit faire l'objet d'une attention constante. L'objectif est d'aller plus loin. Nous avons montré l'an dernier ce que nous pouvions accomplir en peu de temps : cette exception doit devenir une norme au quotidien. Nous devons faire de la spontanéité qui s'est manifestée durant cette crise un atout pour les développements futurs de POST.

EST-IL ENVISAGEABLE DE CULTIVER CETTE SPONTANÉITÉ EN DEHORS D'UNE CRISE ?

CS : C'est un challenge de management qui repose sur une responsabilisation de chacun. Je prends pour exemple l'approche

« NOUS DEVONS FAIRE DE LA SPONTANÉITÉ QUI S'EST MANIFESTÉE DURANT CETTE CRISE UN ATOUT POUR LES DÉVELOPPEMENTS FUTURS DE POST »

CLAUDE STRASSER,
directeur général de POST Luxembourg



adoptée au niveau de notre cellule de crise : lorsque le confinement a été annoncé, nous avons demandé à chaque responsable d'organiser lui-même la présence au bureau de ses collaborateurs pour correspondre à la réalité et aux impératifs de son équipe, tout en respectant des règles et des objectifs clairs. Cette méthode nous a fait gagner un temps précieux pour nous adapter en quelques heures.

QUAND AVEZ-VOUS SENTI QUE LES CIRCONSTANCES ALLAIENT DURABLEMENT CHANGER EN RAISON DE LA COVID-19 ?

CS : Jusqu'à l'apparition, début mars, du premier cas en interne, nous étions, comme beaucoup, en mode observation. Au fur et à mesure, nous sentions que les appréhensions – légitimes – grandissaient au sein de nos équipes. À commencer par nos collaborateurs en charge de la distribution du courrier et de nos équipes dans le réseau de vente qui devaient se rendre sur le terrain tandis que le mot d'ordre général de l'époque était « Bleift Doheem ». J'ai senti à ce moment le besoin d'aller à la rencontre de nos collaborateurs afin de les rassurer. Ainsi, en tant que direction, nous avons montré une présence sur le terrain pour rassurer et encourager nos équipes à se mobiliser pour assurer des services qui, entre temps, avaient été désignés comme essentiels par le gouvernement. Le fait d'avoir rencontré nos équipes a permis d'apaiser le climat d'inquiétude et nous a offert un moment d'échange précieux au début de cette crise. Celle-ci a

également mis en lumière l'importance de certains métiers pour l'ensemble de la société, dont ceux de POST.

COMMENT GARDER LA TÊTE FROIDE DANS CE TYPE DE SITUATION ?

CS : Je n'ai pas de vraie explication mais le fait d'être venu tous les jours au bureau, d'avoir été en lien permanent avec les membres de la direction qui étaient aussi dans nos murs me faisait me sentir pleinement aux commandes de l'entreprise. Cela a favorisé une approche calme de la gestion de la crise. Ce que nous prétendons avoir réussi.

2020 A ÉTÉ DOUBLEMENT EXCEPTIONNELLE CAR LES TROIS MÉTIERS DE POST ONT RÉUSSI À ATTEINDRE LEURS OBJECTIFS ANNUELS EN PLUS DE LA GESTION QUOTIDIENNE DE LA CRISE. COMMENT EXPLIQUEZ-VOUS CES ACCOMPLISSEMENTS ?

CS : Je ne me souviens pas d'une année durant laquelle POST a autant avancé à tous les niveaux et sur des projets extrêmement ambitieux. Est-ce à cause, malgré ou grâce à la crise que nous avons été capables de telles prouesses ? Peut-être que nous étions moins occupés par des choses accessoires et que nous avons tous travaillé de façon plus concentrée.

La crise nous a montré qu’il est possible, avec un peu plus d’audace et de courage, de concrétiser des projets plus vite et mieux. Nous devons tirer profit de cette énergie collective pour accroître nos ambitions.

LA STRATÉGIE « MIR SINN D’POST » COURT JUSQU’EN 2022. QUELLES EN SERONT LES PROCHAINES ÉTAPES ?

CS : D’ici 2022, nous voulons rendre les canaux digitaux aussi performants que les autres canaux que nous utilisons. Après avoir bâti le socle IT qui nous permettra d’atteindre cette ambition, nous sommes entrés dans la phase opérationnelle de cette étape stratégique.

APRÈS 2022, LA NOUVELLE STRATÉGIE REPRENDRA-T-ELLE CE FIL ROUGE DIGITAL ?

CS : En 2022, nous pourrons tout d’abord capitaliser sur la transformation de nos métiers historiques. Je pense évidemment au Métier Courrier auquel nous avons adjoint la logistique. Celle-ci est synonyme depuis cinq ans d’un chiffre d’affaires supplémentaire que nous devons transposer en une activité pérenne et rentable. Or, ce n’était pas notre but premier. Nous recherchions en effet une activité pour compenser la baisse du volume du courrier. Après 2022, nous devons nous positionner en priorité dans des créneaux à valeur ajoutée plus élevée. En tant qu’établissement public, notre présence dans la logistique doit avoir du sens. Nous n’avons pas pour ambition d’acheminer tous les colis des géants de l’e-commerce vers le Findel pour les distribuer ensuite en Europe. Notre stratégie nous permettra de devenir plus pertinents, plus granulaires dans la manière dont nous conduisons nos activités.

QU’EN EST-IL DU MÉTIER TÉLÉCOM & ICT ?

CS : Ce schéma vaut aussi pour le Métier Télécom qui dispose désormais d’un volet ICT important suite aux acquisitions d’entreprises réalisées depuis plusieurs années. Le terrain national restera notre priorité tout en sachant que nous devons continuer à nous distinguer des opérateurs internationaux qui lorgnent aussi le Luxembourg.

Quant à l’international, il constituera un intérêt seulement si nous pouvons prester un service depuis Luxembourg. À cet égard, les activités « Cyberforce » dans le secteur de la cybersécurité (voir page 100) et « Data Intelligence » dans les services d’exploitation de données de nos clients (voir page 97) découlent de la stratégie « Mir sinn d’POST ». Elles représentent des sujets d’avenir et des relais de croissance pour l’ensemble du Groupe.



« Notre esprit entrepreneurial et notre contribution significative à l'écosystème économique du pays nous permettraient de bénéficier d'une image davantage moderne et dynamique », souligne Claude Strasser, directeur général de POST Luxembourg.

EST-CE QUE LES ENJEUX RSE SONT PRIS EN COMPTE DANS LE DÉVELOPPEMENT DES ACTIVITÉS DE POST ?

CS : Cette composante sera encore plus marquée dans la prochaine phase de notre développement. Nous allons davantage nous interroger sur la manière de mieux faire les choses sur le plan financier et de la durabilité, alors que, jusque-là, nous nous intéressons principalement à ce que nous étions capables de réaliser.

COMMENT POST DOIT-ELLE REMPLIR SON AMBITION D’ÊTRE UNE ENTREPRISE CRÉATRICE DE VALEUR DURABLE ?

CS : Nous sommes bien avancés sur certains points tels que l’encadrement social et le cadre de travail dont disposent nos collaborateurs. Sur d’autres points, nous devons changer nos habitudes. Je pense notamment à l’empreinte carbone générée lors de la distribution du courrier via les émissions en CO₂ de nos véhicules thermiques. Vis-à-vis de la clientèle, nous devons probablement renforcer notre rôle inclusif. POST Finance devra continuer à concentrer ses efforts sur la partie de la population qui, sans le CCP, n’aurait pas accès à des services financiers. Les produits et services télécoms pourraient, quant à eux, être repensés pour atteindre des publics cibles comme les personnes âgées qui se sentent parfois exclues du monde numérique et de l’évolution technologique.

COMMENT POST SOUHAITE-T-ELLE ÊTRE PERÇUE À L’EXTÉRIEUR ?

CS : Depuis près de 180 ans, POST assume pleinement son héritage et ses missions de service public et de service universel. Néanmoins, la représentation de l’entreprise aux yeux de certains demeure trop connotée par des éléments historiques. Notre esprit entrepreneurial ainsi que notre contribution significative à l’écosystème économique du pays nous permettraient sans nul doute de bénéficier d’une image davantage moderne et dynamique.

QUEL POURRAIT ÊTRE L’IMPACT DE LA CRISE SUR L’ÉCONOMIE NATIONALE ?

CS : Je reste très prudent mais je continue d’être surpris par l’évolution des choses. Force est de constater que l’économie ne s’est pas effondrée. Même l’endettement public – qui n’est pas celui des jours heureux – ne semble pas atteindre les scénarii catastrophes redoutés en début de crise. Mais la facture qui sera à régler par la collectivité à moyen terme risque d’être conséquente.

LE LUXEMBOURG DOIT-IL SE POSITIONNER DANS UN NOUVEAU SECTEUR POUR POURSUIVRE SA DIVERSIFICATION ÉCONOMIQUE ?

CS : Le secteur de la santé constituait déjà l’un de nos verticaux prioritaires avant la crise. Compte tenu des besoins qui se sont exprimés depuis le début de celle-ci et de la volonté du Luxembourg de poursuivre la diversification de son économie dans des secteurs à valeur ajoutée, il serait important que les acteurs publics et privés mènent des réflexions sur le développement d’un pôle d’expertise autour de la santé.

GÉNÉRER DE LA VALEUR PAR LA SYNERGIE DES EXPERTISES

Le Groupe POST Luxembourg se distingue des grands opérateurs internationaux en investissant dans des marchés de niche porteurs de croissance et en créant des partenariats complémentaires à ses activités de cœur de métiers, à savoir Télécom & ICT, Courrier & Logistique et Finance.

Les principales prestations proposées au sein du Groupe sont des solutions ICT, de transport express, des services d'accès Internet, de stockage digitalisé et sécurisé de données, de distribution et d'archivage d'informations confidentielles. La diversité de ces activités et l'exploitation des synergies entre les filiales permet à POST de proposer des produits et services performants à haute valeur ajoutée.



4 697 collaborateurs engagés¹

Premier employeur au Luxembourg, POST peut être fière de compter sur plus de 4 600 collaborateurs, engagés et passionnés, représentant près de 50 nationalités différentes. Tous s'emploient à placer le client au centre de leurs préoccupations.



Des fondations pérennes

Ancrée sur des fondations solides, POST dispose de l'expérience et des ressources suffisantes pour faire face aux difficultés et aux crises. Cette robustesse est le résultat de longues années de développement et d'investissements qui se sont avérés précieux lors de la récente crise sanitaire.

¹ Nombre moyen des collaborateurs en 2020 pour le Groupe POST Luxembourg



Des synergies au service des clients

Profiter de synergies au sein du Groupe augmente sa capacité à répondre rapidement aux nouveaux besoins du marché en créant de la valeur pour répondre au besoin de ses clients.

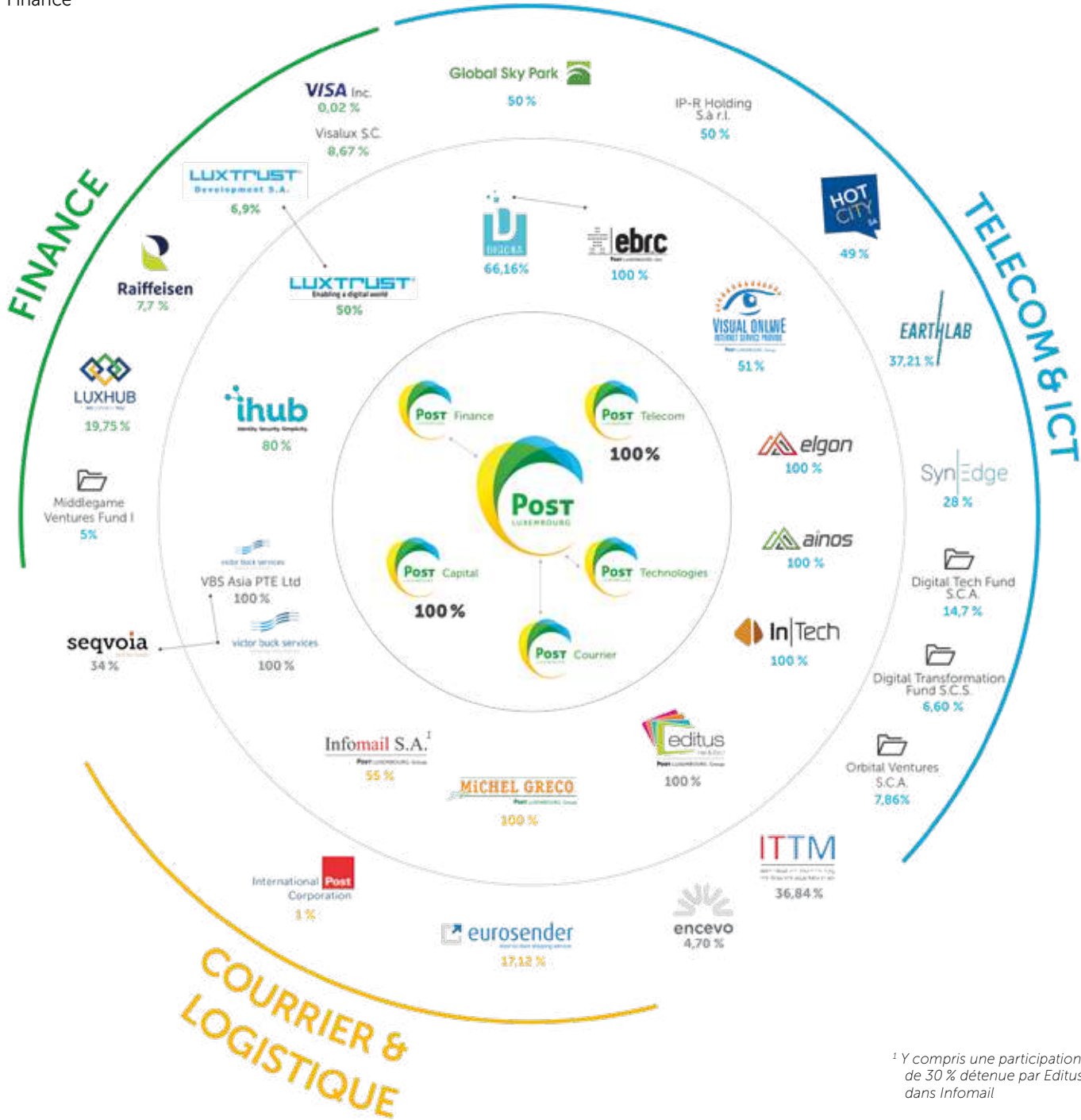


Innovant depuis 1842

POST a construit sa renommée sur la qualité de ses services et de ses prestations. Depuis sa fondation en 1842, POST a développé un savoir-faire unique au Luxembourg. Le Groupe a su évoluer, s'adapter aux grandes tendances et créer des services innovants basés sur des technologies de pointe.

Le Groupe POST Luxembourg est actif dans trois secteurs d'activités :

- Télécom & ICT
- Courrier & Logistique
- Finance



¹ Y compris une participation de 30 % détenue par Editus dans Infomail

L'ENGAGEMENT DES COLLABORATEURS, LA CLÉ DU SUCCÈS

Les collaborateurs de POST contribuent, jour après jour, à faire de la raison d'être de l'entreprise une réalité : rapprocher les gens, leur permettre de communiquer, et surtout offrir une expérience client unique.

La stratégie « Mir sinn d'POST » est porteuse de sens car elle vise à garantir la pérennité de POST et de ses filiales. Pour assurer son avenir, POST veut capitaliser sur le fait d'être une entreprise à la fois :

...HUMAINE ET DIGITALE

Premier employeur du pays, POST souhaite rester une entreprise humaine pour ses collaborateurs comme pour ses clients. Bien plus qu'une nécessité, le digital est une formidable opportunité pour offrir un meilleur service à ses clients. Garantir un parcours client optimal, via les canaux digitaux, auprès des facteurs et installateurs ainsi qu'au sein des points de vente, guichets postaux ou contact centers, est prioritaire.

...FIABLE ET PASSIONNÉE

Au fil du temps, POST a construit sa renommée sur la qualité de ses services et de ses prestations. L'entreprise ajoute à cette confiance que lui accordent ses clients le plaisir d'être servis par des personnes engagées et passionnées par ce qu'elles font au quotidien.

...TRADITIONNELLE ET INNOVANTE

Près de 180 années d'expérience ont permis à POST de développer un savoir-faire unique. L'entreprise veut continuer à s'appuyer sur son ancrage luxembourgeois, sur ses valeurs et sa culture, tout en continuant à évoluer, à s'adapter aux grandes tendances et à développer des services innovants grâce à la technologie.

Pour être à la hauteur de ses ambitions, POST s'appuie sur trois piliers qui sont déclinés dans ses trois métiers (Télécom & ICT, Courrier & Logistique et Finance).



LES TROIS PILIERS DE LA STRATÉGIE POST



L'expérience client

Elle est au cœur des actions menées par la direction Expérience client qui poursuit son travail autour de projets pilotes. Plus largement, cet état d'esprit sera amené à être partagé au sein de l'entreprise dans son ensemble pour que les clients soient satisfaits au point de recommander POST.



L'engagement de tous les collaborateurs

Le deuxième levier est l'engagement des collaborateurs à faire de l'expérience client une priorité et à soutenir la stratégie et les enjeux de transformation.



La rentabilité

La rentabilité donne à l'entreprise ses marges de manœuvre pour investir, innover, se moderniser et, *in fine*, garantir l'emploi des 4 697 collaborateurs. L'amélioration de l'efficacité, des marges bénéficiaires et l'optimisation des coûts sont les trois ressorts dans la recherche de rentabilité.



La stratégie est vécue au travers d'une culture d'entreprise forte, façonnée par les valeurs MOSEL (Modernité – Ouverture – Simplicité – Engagement – Luxembourg) et la démarche RESPECT de responsabilité sociale d'entreprise, qui intègre les enjeux de l'Agenda 2030 et des objectifs de création de valeur durable (voir p. 119).

« LES CLIENTS POSENT UN NOUVEAU REGARD SUR POST »

CLAUDE STRASSER, directeur général

Forum Cadres

Le Forum Cadres du 16 décembre 2020 s'est déroulé pour la deuxième fois par retransmission vidéo en raison des mesures sanitaires en vigueur. Lors de ce moment d'échange entre la direction et les cadres de l'entreprise, de nombreuses questions ont été posées en direct. L'occasion pour Claude Strasser, directeur général de POST Luxembourg, de dresser le bilan d'une année hors norme : « Malgré le contexte difficile, nous avons bien progressé. Nous avons quasi atteint tous les objectifs fixés pour cette année, notamment en ce qui concerne les trois piliers de notre stratégie. L'engagement de nos collaborateurs a été remarquable. Nous avons également accompli des progrès significatifs dans l'expérience client, d'une part, grâce à l'évolution de nos canaux digitaux et, d'autre part, en raison du nouveau regard que posent les clients sur POST. Il est plus difficile d'évaluer la rentabilité après une telle année, mais je pense que, malgré tout, nous avons su tirer notre épingle du jeu. »



STORY :
LA CRISE DE LA COVID-19

DES ACTIVITÉS ET UNE MOBILISATION ESSENTIELLES

Aux activités quotidiennes de POST sont venues s'ajouter d'autres missions en lien direct avec la crise. Un agenda 2020 particulièrement chargé que l'entreprise n'aurait pas été en mesure de gérer sans l'engagement de ses collaborateurs.

Le règlement grand-ducal du 18 mars 2020 « portant introduction d'une série de mesures dans le cadre de la lutte contre le COVID-19 » a confirmé l'ancrage de POST Luxembourg dans le pays. Au travers de ce texte, le gouvernement a notamment désigné les métiers de l'entreprise (Télécom & ICT, Courrier & Logistique et Finance) comme « activités essentielles pour le maintien des intérêts vitaux de la population et du pays ».

Dans ce contexte, les collaborateurs de POST ont non seulement continué à assurer la prestation de ses services (tournées des facteurs 5 jours sur 7, renforcement des réseaux mobiles et fixes pour répondre à la demande, accessibilité des services bancaires, fonctionnement du réseau vente, etc.), mais ont dû répondre présents pour déployer différents projets inhérents à la crise.

Un centre d'appels pour le CGDIS

Suite à une demande en urgence du gouvernement, POST a mis à disposition du Corps grand-ducal d'incendie et de secours (CGDIS) un bureau qui a permis d'accueillir une partie de leurs équipes. Tout un système de centre d'appels a été mis en place par nos équipes télécoms en moins de 48 heures.



POST s'est chargée de la préparation et de l'envoi de plus de 610 000 masques aux habitants de la Ville de Luxembourg.



Dans les locaux de POST Logistics au Findel, en pleine préparation d'une commande pour corona.letzshop.lu.



Les équipes de tous les services POST se sont relayées durant un week-end.

Des denrées pour les résidents vulnérables

Sur demande du gouvernement, POST a participé à l'ouverture d'un service de commande en ligne, corona.letzshop.lu, en seulement trois jours. Gratuites, ces livraisons à domicile couvraient plus de 40 produits de première nécessité (riz, pâtes, lait, fruits, légumes, savon, papier toilette, etc.) acheminées chez les résidents âgés ou vulnérables. Agissant dans ce projet aux côtés de letzshop.lu (la boutique en ligne des commerces luxembourgeois) et des acteurs de la grande distribution, POST assurait l'entreposage des produits, la préparation des commandes et la livraison qui était réalisée par sa filiale Michel Greco S.A.

Distribution de masques à la population et aux entreprises

Plus de 200 collaborateurs, issus de tous les services de POST, se sont relayés au centre logistique pendant quatre jours pour préparer l'envoi de 610 000 masques aux habitants de la Ville de Luxembourg, la plus importante en densité de population du pays. Des collaborateurs ont également préparé des masques pour 35 000 entreprises, pour équiper quelque 400 000 travailleurs. POST et Michel Greco S.A. ont assuré la livraison à près de 1 000 entreprises de plus de 50 collaborateurs.

Offrir au plus grand nombre l'accès aux soins

Le service de téléconsultation médicale Doctena a été lancé grâce au soutien technologique de POST en garantissant une bande passante nécessaire au bon déroulement des séances. POST a également renforcé la protection de la solution contre des cyberattaques, grâce au déploiement d'un « Web Application Firewall » (WAF).

Faciliter les échanges entre les hôpitaux et le ministère de la Santé

À la demande du ministère de la Santé, POST a déployé de part et d'autre, et en 48 heures, des systèmes de vidéoconférence, des connexions Internet et le matériel spécifique (écrans Cisco, etc.) pour la gestion de la crise entre les hôpitaux et le ministère de la Santé.

UN GROUPE SOLIDAIRE

Extrait de la couverture des annuaires téléphoniques Editus réalisée suite à un concours de dessin ouvert aux enfants.



Série spéciale de timbres « COVID-19 » suite au concours destiné aux enfants « Dessine-nous un moment vécu pendant le confinement » qui s’est déroulé du 15 au 31 mai. 10 000 euros ont été reversés à la Fondation COVID-19 pour soutenir un projet de la Fondation de Luxembourg.



Les collaborateurs de **Elgon et Ainos** ont fait don de leurs tickets restaurant des mois d’avril et mai 2020 au personnel soignant pour un total de 14 515 euros.



Editus a lancé un coup de cœur aux commerçants en créant l’initiative « I love my shops » en collaboration avec Kaaf Lokal. Les internautes pouvaient visualiser les commerces ouverts pendant le confinement et commander en ligne des coupons pour les aider à maintenir leur trésorerie.



Outre la distribution de masques, **Michel Greco S.A.** a été sollicitée par le ministère de la Santé pour approvisionner les points relais qui effectuent les tests COVID, ainsi que tous les approvisionnements en kits palliatifs des différents hôpitaux du pays.

MERCI

À de nombreuses reprises, POST a été saluée pour sa flexibilité, sa réactivité et la qualité de son expertise qui ont permis de répondre aux besoins de la population et des entreprises dans des délais records.

S.A.R. le Grand-Duc S’est renseigné personnellement auprès du directeur général, Claude Strasser, quant à la situation de POST et la manière dont nos collaborateurs vivaient cette crise. Touché par leur dévouement qui dépassait le simple exercice de leur fonction, Son Altesse Royale a tenu à transmettre Ses très sincères remerciements à tous les collaborateurs de POST et a témoigné Sa reconnaissance par une visite du centre de tri de Bettembourg au mois de mai (photo 1).

Nombreux étaient aussi les messages et remerciements envoyés sur les réseaux sociaux ou les dessins d’enfants collés sur les boîtes aux lettres (photo 2 et 3) à l’attention des facteurs et porteurs de journaux. Malgré le contexte sanitaire difficile, ceux-ci ont assuré chaque jour les 352 tournées courrier et les 141 tournées de distribution des journaux.



« L’IMPORTANCE DE L’ANTICIPATION »

MATHIEU BRIZARD (MB), Chief Risk Officer, coordinateur de la cellule de crise constituée dans le cadre de la crise sanitaire

EN TERMES DE GESTION DE CRISE, QUELLE A ÉTÉ VOTRE PLUS GRANDE CRAINTE ?

MB : Garantir la continuité des services de POST. En effet, nous avons un rôle prépondérant dans l’écosystème luxembourgeois, il était donc important de garantir la continuité de nos services tout en protégeant nos collaborateurs et nos clients. Dès le 1^{er} mars, nous avons déployé les ressources nécessaires pour adapter notre organisation afin de permettre à nos collaborateurs dont la fonction le permettait de travailler sur un site alternatif et en télétravail, et à ceux qui ne le pouvaient pas de poursuivre leurs activités dans un environnement de travail sécurisé.

QUELLE LEÇON PEUT-ON TIRER DE CETTE EXPÉRIENCE ?

MB : L’importance de l’anticipation. Entre le premier cas détecté au Luxembourg le 1^{er} mars, la mise en place de la cellule de crise le lendemain, le premier cas recensé chez POST le 9 mars et finalement le confinement, il s’est passé seulement 15 jours. La planification, l’anticipation et la capacité à prendre des décisions rapides ont été les atouts de notre gestion de la crise.

**« NOUS SOMMES AUJOURD'HUI
UNE ÉQUIPE PLUS FORTE ET PLUS
SOUDÉE QU'IL Y A UN AN »**

CLIFF KONSBRUCK,
directeur de POST Telecom

**« NOUS INVESTISSONS L'ARGENT
QUE NOUS GAGNONS DANS
LES INFRASTRUCTURES ET LES
TECHNOLOGIES NÉCESSAIRES
POUR LE DÉVELOPPEMENT
DU PAYS »**

GASTON BOHNENBERGER,
directeur de POST Technologies

**LA RÉSILIENCE
COMME ÉTAT D'ESPRIT**

Les métiers de POST Luxembourg ont mis à profit leur savoir-faire pour mener de front leurs activités habituelles et répondre à des demandes en lien direct avec la crise. Un double tour de force qui s'est soldé par une reconnaissance à l'externe et le dépassement de plusieurs objectifs en interne. Lorsque la résilience devient un état d'esprit, elle décuple les forces de l'entreprise et de l'ensemble des collaborateurs.

**« NOUS AMBITIONNONS, SUR
LES PROCHAINES ANNÉES, DE
PASSER À UNE FLOTTE DE
VÉHICULES À 100 % ÉLECTRIQUE »**

HJOERDIS STAHL,
directrice de POST Courrier

**« POST FINANCE JOUE UN
RÔLE ESSENTIEL EN MATIÈRE
D'INCLUSION FINANCIÈRE »**

GABRIEL DE LA BOURDONNAYE,
directeur de POST Finance



« POST TELECOM EST BIEN PLUS QU'UN OPÉRATEUR »

Malgré la crise qui a mis sous pression permanente ses équipes, POST Telecom a confirmé son ambition d'accompagner ses clients dans leur processus de digitalisation. Une année doublement riche qui a aussi permis de révéler des talents en interne. Retour sur les réalisations et les enseignements vécus en 2020 avec Cliff Konsbruck, directeur de POST Telecom.

2020 NE SE RÉSUME PAS QU'À LA CRISE PUISQUE POST TELECOM A CONTINUÉ À LANCER DE NOUVEAUX PRODUITS ET SERVICES. ÊTES-VOUS SATISFAIT DU BILAN SUR CE POINT ?

Cliff Konsbruck (CK) : Nous sommes parvenus à atteindre voire à dépasser nos objectifs malgré la crise. Je me rends compte que notre bilan est excellent sur le plan des affaires. Nous avons lancé de nouveaux services comme WIFI POWER qui se place dans le cadre de notre stratégie « réseaux du futur » en mettant sur le marché une solution wifi intelligente et sécurisée. Ce type de solution représente non seulement un avantage pour le client mais aussi pour notre entreprise puisqu'elle nous fait gagner du temps et des ressources en diminuant les interventions de dépannage pour des problèmes de wifi chez nos clients. Nous avons aussi lancé la carte SIM de nouvelle génération – eSIM – qui est dématérialisée et directement intégrée au smartphone. Dans la foulée de l'obtention des fréquences 5G, nous avons proposé un nouveau forfait mobile adapté : 5G Power. Nos projets pilotes autour de la 5G continuent d'ailleurs d'avancer. Un autre fait marquant a été la fusion de Join avec POST Telecom, dans le cadre de laquelle nous avons réussi à migrer 85 % des clients existants de Join vers POST.

QUELS ÉTAIENT LES PRINCIPAUX CHALLENGES TECHNIQUES QUI ONT DÉCOULÉ DE LA CRISE ?

CK : Nous avons tout d'abord dû répondre à une importante demande de la part des clients particuliers qui se sont rendus

compte que leur connexion Internet n'était pas suffisante pour supporter le télétravail et le « homeschooling ». Au niveau ICT et des besoins de notre clientèle professionnelle, il s'agissait de faire le suivi en un temps record des demandes pour faire basculer, souvent du jour au lendemain, des entreprises entières en télétravail. Nous les avons équipées en matériel, connexion et autres solutions pour organiser la vie d'entreprise de façon décentralisée et surtout sécurisée. J'ajoute que nous avons vécu la même expérience en interne chez POST en permutant tous nos collaborateurs dont la fonction le permettait en télétravail.

COMMENT AVEZ-VOUS ORGANISÉ LE TRAVAIL DES ÉQUIPES POUR RÉPONDRE À CETTE DEMANDE ?

CK : Très tôt en mars, nous avons pris la décision de séparer les équipes sur différents sites. Par exemple, la moitié de notre contact center basé à la Cloche d'Or – soit 110 personnes – a déménagé dans notre bâtiment à Roost en un jour, sans aucun impact pour nos clients. Lorsque le confinement a été décrété une semaine plus tard, nous avions déjà expérimenté une forme de travail à distance. La situation était compliquée, nous devions répondre aux demandes urgentes de nos clients et simultanément assurer notre fonctionnement en interne. Pendant les premières semaines du confinement, nos équipes ont travaillé sept jours sur sept pour répondre aux demandes et permettre à nos clients de maintenir leurs opérations.



« NOUS NE DEVONS PAS OUBLIER LA PARTIE DE LA POPULATION QUI EST MOINS FAMILIÈRE AVEC LES TECHNOLOGIES MOBILES »

*CLIFF KONSBRUCK,
directeur de POST Telecom*

EST-CE QUE LE TRAVAIL À DISTANCE A DÉBOUCHÉ SUR DE NOUVELLES FORMES D'INTERACTIONS AU SEIN DES ÉQUIPES ?

CK : Les échanges permanents et une communication plus horizontale ont fluidifié nos décisions. La dynamique qui en a découlé nous a permis, au fur et à mesure, d'identifier des collaborateurs qui se sont retrouvés dans trois types de rôle : leader en donnant une impulsion, manager en catalysant l'énergie collective et coach pour transformer cette énergie en action. Certains collaborateurs qui n'étaient pas dans une fonction managériale ont endossé *de facto* un de ces trois rôles. Au moment du bilan de 2020, on évoque souvent la force de POST en tant qu'entreprise mais elle n'est que la somme de la résilience dont ont fait preuve tous ses collaborateurs. Une des clés pour l'avenir sera de maintenir cette force collective, en tenant compte des talents qui se sont révélés et en les accompagnant dans leur plan de carrière. Cette crise nous aura fait progresser et je suis d'avis que nous sommes aujourd'hui une équipe plus forte et plus soudée qu'il y a un an.

LE VOLET ICT DU MÉTIER A ÉTÉ FORTEMENT DÉVELOPPÉ DEPUIS PLUSIEURS ANNÉES. QUELLES EN SONT LES PROCHAINES ÉTAPES ?

CK : Au départ d'une activité d'intégrateur qui est une réussite, nous devons développer la couche de « managed services » et conseil. Notre ambition est de permettre aux services IT

de nos clients de ne plus devoir prendre en charge la partie commodité et infrastructures pour se concentrer sur l'environnement applicatif propre à leur activité. Chaque entreprise se pose aujourd'hui des questions sur la digitalisation de son métier et sur sa transformation digitale. C'est ici que POST en tant que Groupe a un rôle à jouer, d'abord en accompagnant les clients dans leur processus de réflexion et de décision avec nos spécialistes qui apportent leur vue et leurs compétences aux besoins spécifiques de chaque client. Puis dans la mise en œuvre des stratégies de digitalisation, que ce soit dans le cadre de projets de passage au cloud, de « digital workplace », de cybersécurité et de « data intelligence ». Prester des services ICT critiques requiert une relation de confiance avec le client. De plus en plus de clients externalisent ainsi la gestion de leur infrastructure IT complète à POST. Conscients de la responsabilité qui nous incombe, je trouve que c'est un beau témoignage de confiance.

AU-DELÀ DU POSITIONNEMENT EN TANT QU'OPÉRATEUR, JUSQU'OU POST PEUT-ELLE ACCOMPAGNER SES CLIENTS B2B DANS LEURS BESOINS ?

CK : Le terme opérateur ne reflète plus tout à fait notre raison d'être. POST Telecom est bien plus qu'un opérateur. Nous disposons de moyens humains et technologiques qui permettent la digitalisation des métiers de nos clients. L'accompagnement de nos clients dans la spécification de leurs besoins est une étape importante dans ce processus.

C'est pour cela que nous nous sommes rapprochés des responsables ICT et IoT de nos clients pour les accompagner. Je pense, par exemple, au secteur de la santé qui est l'un de nos verticaux prioritaires. Ce choix stratégique nous amène à connaître ce secteur plus en profondeur, à appréhender son langage et à définir avec nos clients la valeur de ce que nous pouvons leur apporter. Nous sommes sortis du rôle de fournisseur d'infrastructures et de technologies pour aller vers un rôle de conseiller sur des sujets qui vont parfois bien au-delà des seuls aspects technologiques. Il s'agit, par exemple, d'envisager des aspects logistiques ou d'imaginer le bureau du futur. Cette approche de conseils nous ouvre un nouveau champ de possibilités. Bien entendu, le volet de la gestion du changement ne doit pas être négligé et c'est un des volets que POST couvre dans le cadre du déploiement de ses solutions. Le rôle de nos partenaires est important à souligner. En effet, nous nous entourons des meilleurs du marché afin de délivrer des solutions de bout en bout avec un point de contact unique pour le client.

QU'EN EST-IL POUR LE CLIENT B2C ?

CK : Les technologies mobiles sont devenues plus intuitives mais nous ne devons pas oublier une partie de la population – dont les personnes âgées – qui est moins familière avec ces technologies. Nous avons du travail à faire sur ce sujet, en lien avec notre mission de service public et notre volonté de créer de la valeur durable.

COMMENT POST PEUT-ELLE SE POSITIONNER SUR LE DÉBAT QUI GRAVITE AUTOUR DE LA 5G ?

CK : Nous devons prendre part au débat autour des questions environnementales et de santé en faisant preuve de pédagogie mais en nous limitant à notre champ d'action. Nous partageons notre expertise et nous n'hésitons pas à faire appel à des experts pour nourrir la réflexion collective. Nous nous sommes en effet entourés de chercheurs et de représentants du monde académique pour profiter de leur vue éclairée et qualifiée. Si nous ne pouvons pas nous exprimer sur l'éventuelle nocivité de la nouvelle génération de technologie mobile, nous pouvons, en revanche, expliquer que les 2G, 3G, 4G et 5G représentent des technologies très similaires et qu'un rejet de la 5G devrait mener à une mise en question des services mobiles en tant que tels.

LES ÉLÉMENTS ENVIRONNEMENTAUX SONT-ILS PRIS EN COMPTE AU MOMENT DU LANCEMENT DE NOUVEAUX PRODUITS ?

CK : Depuis 2018, nous avons intégré le « RSE by design » dans le développement de nos produits. Nous nous posons à chaque fois les bonnes questions. Nous travaillons sur la mise en place en 2021 du recyclage de différents devices usagés, smartphones et routeurs par exemple. Nous sommes dans une industrie des télécommunications

et de l'ICT qui est très concurrentielle, dans un marché très petit qu'est le Luxembourg. J'espère qu'à l'avenir, les éléments environnementaux permettront aux opérateurs de se distinguer par la valeur ajoutée durable plutôt que de jouer essentiellement sur le facteur du prix. Les clients sont de plus en plus attentifs à ces aspects.



« En tant qu'entreprise et Groupe, nous sommes aujourd'hui plus forts qu'avant la crise »,
Cliff Konsbruck, directeur de POST Telecom.

COMMENT LE GROUPE POST PEUT-IL CONTINUER À ACCOMPAGNER LE MOUVEMENT DE « DIGITAL LÉTZEBUERG » ?

CK : Nous avons un rôle à jouer à trois niveaux en tant que Groupe. Si on parle de digitalisation, il faut tout d'abord des infrastructures performantes et disponibles. Ensuite vient le rôle de fournisseur de conseil et de service pour les entreprises et les institutions. Ces dernières n'effectuent jamais seules leur digitalisation. Dans la même logique, nous nous entourons de partenaires externes pour monter des projets en faveur de la digitalisation du pays. Enfin, nous devons nous-mêmes mettre sur le marché des solutions qui accélèrent la digitalisation, notamment grâce à l'intelligence artificielle et à l'IoT. Je ne vois pas un autre groupe sur le marché qui dispose de telles forces dans ces trois axes.

QUELLE(S) TRACE(S) LAISSERA LA CRISE ACTUELLE ?

CK : En tant qu'entreprise et Groupe, nous sommes aujourd'hui plus forts qu'avant la crise. Nous avons beaucoup appris les uns des autres, nous nous sommes rapprochés entre collègues même si les échanges se déroulaient souvent par écrans interposés ou à bonne distance ! D'un point de vue personnel et pour toutes les équipes, je crois pouvoir dire que cette période est pesante. Tout le monde a hâte de reprendre une forme de vie normale. J'espère cependant que cette crise nous permettra de nous rendre compte qu'une partie de la vie précédente nous a mené là où nous en sommes aujourd'hui.

Les chiffres-clés de POST Telecom et POST Technologies en 2020



¹ Fibre optique

STORY :
POST TELECOM

POST a fait passer en télétravail près de 95 % de ses collaborateurs des services administratifs. En même temps, elle aidait ses clients à développer leur environnement de travail digital, clé de la résilience des entreprises. Une véritable course contre la montre pour le bien commun s’est activée.

Alors que le télétravail était une pratique relativement marginale et non régulière dans les entreprises luxembourgeoises, la pandémie en a fait, du jour au lendemain, une nécessité. Lorsque le gouvernement a décrété le confinement le 15 mars 2020, une grande partie des entreprises du pays ont dû repenser leur organisation en profondeur. Les compétences spécifiques et l’expérience de ses collaborateurs ont permis à POST de proposer à ses clients toute une gamme d’outils dédiés au télétravail ainsi que de déployer, en un temps record, des solutions de connectivité de qualité.

Les 4 enjeux-clés du télétravail

- 1. Garantir l’accès aux ressources informatiques de l’entreprise pour les collaborateurs.
- 2. Continuer à communiquer et à échanger avec fluidité.
- 3. S’assurer que les contacts avec les clients et les fournisseurs soient tout aussi aisés que depuis le bureau.
- 4. Maintenir l’accessibilité des données tout en s’assurant que les échanges soient sécurisés.

Ces derniers mois ont illustré le rôle de la digitalisation pour maintenir le pays en état de fonctionnement malgré les circonstances difficiles. En déployant différentes solutions de connectivité, POST a participé à la continuité du fonctionnement et à la résilience des organisations concernées.

Et chez POST Luxembourg ?

Le télétravail a été impossible pour de nombreux métiers (facteurs, livreurs, agents du centre de tri, logisticiens, installateurs, techniciens, dépanneurs, etc.), mais tous les collaborateurs dont les missions le permettaient (environ 40 % de la totalité des collaborateurs) sont passés en télétravail dès le début de la crise sanitaire.

Une grande partie d’entre eux étaient déjà équipés pour travailler à distance. Le département Corporate IT & Enterprise Architecture a, ensuite, doté le reste du personnel en matériel nécessaire en un temps record comme l’illustrent ces quelques chiffres qui donnent un aperçu de l’activité du département depuis le début de la crise :

- 130 déménagements organisés entre les bâtiments POST pour séparer les différents services ;
- 320 laptops configurés en urgence pour les collaborateurs disposant initialement d’un ordinateur desktop ;
- 700 accès à distance ont été créés pendant les deux premiers mois du confinement.



Grégory Bertholet,
membre du département
Corporate IT & Enterprise
Architecture, dont le
rôle est d’assurer le
bon déroulement des
opérations IT dans
l’entreprise.

Bon à savoir

La crise de la COVID-19 a également eu un impact important sur le fonctionnement des hôpitaux du pays. Retrouvez les interventions de quatre CIO de grandes structures hospitalières en page 41.

**48 HEURES
TOP CHRONO**

Bien que la majorité des organisations disposaient déjà d’un plan de continuité des activités, la plupart de ces plans ne prévoyaient généralement pas un confinement complet de toutes les entités. En tant que fournisseur de services ICT, POST a été sollicitée par de nombreux clients professionnels à la recherche de solutions digitales sécurisées pour maintenir leur communication interne, via des plateformes et des outils collaboratifs.

Une ligne sécurisée pour la santé

À la demande du ministère de la Santé, POST a déployé en 48 heures des systèmes de vidéoconférence sur-mesure pour la gestion de la crise entre les hôpitaux de tout le pays et le ministère de la Santé. En un week-end, des connexions Internet, un système Webex et des écrans Cisco étaient opérationnels sur les différents sites hospitaliers du pays (Centre Hospitalier de Luxembourg, Centre Hospitalier Emile Mayrisch, Centre Hospitalier du Nord, ZithaKlinik et Hôpital du Kirchberg) ainsi qu’au siège du ministère, à la Villa Louvigny.

Un centre d’appels pour le CGDIS

Suite à la demande en urgence du gouvernement, POST a mis à disposition du Corps grand-ducal d’incendie et de secours (CGDIS) des bureaux pour accueillir une partie du centre d’appels 112. Tout comme POST, le CGDIS avait décidé de séparer son équipe du centre d’appels pour garantir la continuité du service en cas de détection d’une contamination à la COVID-19. Tout un système de centre d’appels de type Cloud PBX (solution qui permet de profiter de toutes les fonctionnalités de la téléphonie sur IP et de la convergence fixe-mobile) a été mis en place par nos équipes télécoms en moins de 48 heures.

Bon à savoir

Le CGDIS regroupe les services d’incendie et de secours communaux, les unités de la Protection civile, le Service d’aide médicale urgente SAMU, le Service incendie et ambulance de la Ville de Luxembourg et les pompiers aéroportuaires.



**« LA CRISE SANITAIRE A RÉVÉLÉ
TOUTE LA PERTINENCE DES
ENVIRONNEMENTS DE TRAVAIL
VIRTUALISÉS MIS EN PLACE AVANT
LE CONFINEMENT. DEPUIS SON
DOMICILE, CHACUN PEUT
ACCÉDER DE MANIÈRE SÉCURISÉE
AUX OUTILS ET APPLICATIONS
INDISPENSABLES POUR EFFECTUER
SES MISSIONS, ET CE, MÊME DEPUIS
UN APPAREIL PERSONNEL.
NOUS AVONS DONC PU GÉNÉRALISER
LE RECOURS AU TÉLÉTRAVAIL
TRÈS FACILEMENT »**

*PIERRE-ALEXANDRE KABLITZ,
Head of Information Technology chez VITIS LIFE,
partenaire de POST depuis 5 ans*



**Une partie du centre d’appels 112 du
CGDIS a pris place dans les locaux de
POST au plus fort de la crise.**

RÉTROSPECTIVE
POST TELECOM &
POST TECHNOLOGIES

01
EXPÉRIENCE CLIENT

Mise en place de la confirmation du réengagement en ligne pour les clients mobiles SCUBIDO sur www.scubido.lu

03
PLUSIEURS
FORAITS SUR UN
SEUL SMARTPHONE

POST propose la carte eSIM pour permettre notamment à ses clients de pouvoir gérer plusieurs forfaits sur un même smartphone.

05
EN ROUTE VERS LE TOUT IP

Le lancement commercial du projet ALL-IP représente la phase finale de migration des réseaux fixes classiques de téléphonie et de connectivité vers la technologie IP (Internet Protocole) pour mieux répondre aux besoins actuels de nos clients.



06
LE RÉSEAU DU FUTUR,
DÈS AUJOURD'HUI

Serge Allegrezza, président du Conseil d'administration, et Claude Strasser, directeur général de POST Luxembourg, accueillent le ministre de l'Économie Franz Fayot à Dudelange pour une visite d'un chantier d'extension du réseau de fibre optique.



Franz Fayot, ministre de l'Économie, et Claude Strasser, directeur général de POST Luxembourg.

08
3^e ÉDITION DE L'ÉVÉNEMENT IOT

La troisième édition de l'évènement IoT, qui s'est déroulée de manière virtuelle le 15 septembre, avait pour thème : « Space Management – Réinventer l'environnement de travail. »



10
OFFRIR UNE MEILLEURE
EXPÉRIENCE « WIRELESS »
À LA MAISON

Arrivée de WIFI POWER, en collaboration avec la société Plume. Une solution puissante et sécurisée de wifi domestique.



11
RELEVER LES DÉFIS
POSÉS PAR LA
CYBERSÉCURITÉ

Organisation d'un workshop dédié à la presse sur la cybersécurité.



Pierre Zimmer, directeur général adjoint, et Mohammed Ourdane, responsable du département Cyberforce.

02
POST AU SERVICE
DES INSTITUTIONS DE L'UE

Le contrat pour assurer l'interconnectivité entre les différents sites des institutions européennes au Luxembourg est renouvelé jusqu'en 2028¹.



Plusieurs services de POST Technologies et POST Telecom ont été impliqués dans la réalisation de ce contrat.

¹ En coopération avec Proximus.

04
UN NOUVEAU
TERRAIN DE JEU
POUR LES GAMERS

POST lance la première ligue dédiée à l'e-sport au Luxembourg et dans la Grande Région : la POST eSports League².



Les finalistes de la première POST eSports League.

² Depuis février 2021, celle-ci est dénommée POST Esports Masters.

07
FAIRE COMPRENDRE LES
ENJEUX DE LA 5G

POST organise un workshop exclusivement réservé à la presse. Le workshop interactif a permis aux 10 journalistes présents de s'informer de manière transparente sur le futur réseau mobile 5G en général et du point de vue de POST en particulier.



09
LA 5G DEVIENT
RÉALITÉ

POST est le premier opérateur à lancer la 5G au Luxembourg, sur le territoire de la capitale et d'autres zones pilotes.



JAN MARS MAI JUIL SEPT NOV
FÉV AVR JUIN AOÛT OCT DÉC

« NOUS AVONS TOUJOURS ÉTÉ UNE ENTREPRISE DU FUTUR »

Dans les coulisses d’une crise visible par ses impacts sanitaires, POST Technologies était à la manœuvre pour garantir la connectivité aux institutions, aux entreprises et aux habitants du pays. Lorsque le besoin de communiquer et de s’informer devient essentiel, la robustesse des infrastructures et l’expertise des équipes s’avèrent primordiales. Tour d’horizon de cette année riche en défis avec Gaston Bohnenberger, directeur de POST Technologies.

COMMENT AVEZ-VOUS ADAPTÉ VOTRE ORGANISATION LORSQUE LA CRISE EST SURVENUE ?

Gaston Bohnenberger (GB) : Depuis cinq ans, nous avons mis en place une gestion décentralisée de nos équipes pour répondre aux soucis de mobilité que nous connaissons au Luxembourg. Nos installateurs et dépanneurs débutent leur service depuis leur domicile, ce qui économise des kilomètres à parcourir comparativement à une prise de service obligatoire depuis la Cloche d’Or. Ils reçoivent leur feuille de route sur une tablette et fonctionnent efficacement de façon autonome. Cette expérience a constitué un atout indéniable lorsque la crise est survenue. La décentralisation de nos stocks techniques au centre et dans le nord du pays nous a aussi aidés en ce sens. Nous avons bien entendu adapté nos procédures pour respecter la distanciation physique et veiller au respect des règles d’hygiène sur nos différents sites.

QUEL A ÉTÉ L’IMPACT DE LA HAUSSE GLOBALE DE LA CONSOMMATION EN TÉLÉCOMMUNICATIONS SUR LES RÉSEAUX ?

GB : Lorsque les premières annonces ont été effectuées par le Premier ministre et la ministre de la Santé, nous avons bien senti que tout le monde était connecté, à tel point que, par moments, nous approchions de la saturation. L’enjeu était tout simplement de faire en sorte que le réseau tienne en fixe et en mobile. Nous l’avons renforcé en ajoutant des liens de connectivité et en activant des licences supplémentaires de software là où c’était nécessaire. Nous avons aussi pu profiter

d’une partie de notre nouveau réseau en cours de construction pour y faire basculer une partie du trafic exceptionnel.

LE TÉLÉTRAVAIL A-T-IL EU UN IMPACT PARTICULIER SUR LE TRAFIC ?

GB : Le trafic voix fixe – qui est pourtant en déclin depuis des années – a augmenté significativement au début de la crise car les appels de nombreux postes de travail étaient déviés vers les mobiles des frontaliers. Quant au roaming, nous avons perdu d’un côté des revenus car les visiteurs étrangers ne pouvaient plus venir au Luxembourg, mais d’un autre côté, nos clients voyageaient nettement moins, ce qui réduisait également les frais liés au roaming que nous devons payer aux opérateurs internationaux. Nous n’avons pas trop souffert sur le plan de la consommation. En revanche, les entreprises ont mis en suspens leurs grands projets d’infrastructures.

QUELLES EN ONT ÉTÉ LES CONSÉQUENCES ?

GB : Les grandes entreprises qui voulaient, par exemple, changer leur réseau de télécommunications ont reporté ce type de chantier. Les PME sont restées plus actives. Nous avons profité de cette accalmie momentanée pour avancer sur des projets internes. J’ajoute que les équipes de raccordements professionnels ont prêté main forte à leurs collègues des raccordements particuliers, ce qui illustre à la fois l’état d’esprit de nos équipes et l’agilité de l’organisation de notre entreprise.



500

sites d’antennes gérés par
POST sur l’ensemble du pays.

« NOUS SOMMES LES INGÉNIEURS DES AUTOROUTES DE L’INFORMATION »

GASTON BOHNENBERGER,
directeur de POST Technologies

COMMENT LA CAPACITÉ DU RÉSEAU ÉVOLUE-T-ELLE EN PÉRIODE DE CRISE ET EN DEHORS DES CRISES ?

GB : Nous construisons toujours nos nouveaux réseaux en nous projetant sur les 7 à 9 prochaines années, en tablant sur une augmentation moyenne du trafic de 30 % chaque année. Le nouveau réseau que nous sommes en train de construire affiche donc un niveau impressionnant, sachant que nous pourrions le dédoubler. Il est composé de différents nœuds qui communiquent en permanence entre eux. Ceci permet de rediriger les flux vers l’un ou l’autre chemin en fonction de la consommation, afin d’éviter la saturation que peuvent connaître des autoroutes aux heures de pointes. Nous sommes en quelque sorte les ingénieurs des autoroutes de l’information.

L’INSTITUT LUXEMBOURGEOIS DE LA RÉGULATION (ILR) A ORGANISÉ POUR LA PREMIÈRE FOIS UNE VENTE AUX ENCHÈRES DE FRÉQUENCES, EN L’OCCURRENCE CELLES NÉCESSAIRES AU DÉPLOIEMENT DE LA 5G. QUEL SOUVENIR GARDEZ-VOUS DE CETTE EXPÉRIENCE ?

GB : Cette vente s’est déroulée en plein milieu de la crise, ce qui impliquait de dispatcher nos équipes en charge des offres sur plusieurs sites. Nous n’étions pas habitués à ce processus qui a nécessité une longue préparation avec l’aide d’un consultant. Nous en sommes, *in fine*, ressortis très satisfaits puisque nous avons réussi à obtenir toutes les fréquences dont nous avions besoin.



QUELLES SONT LES PROCHAINES ÉTAPES DU DÉPLOIEMENT DU RÉSEAU 5G ?

GB : Notre objectif est de parvenir à une couverture de 90 % de la population d’ici 2023. Fin 2020, nous avons mis en place dix sites pour offrir une couverture à Luxembourg-Ville. Nous avons mis en place un « Golden Cluster » dans la région de Diekirch-Ettelbruck pour valider l’interopérabilité entre les différentes technologies et recueillir des premiers retours d’expérience. Le prochain cluster de ce genre se situera à Luxembourg-Ville. Il faut savoir que les normes luxembourgeoises sont plus restrictives que les normes européennes. L’Administration de l’environnement nous demande en effet de respecter une puissance maximum de 3 volts par mètre contre une puissance autorisée au niveau européen jusqu’à 61 volts par mètre. Nous devons donc mécaniquement déployer plus d’antennes et de matériel, avec pour conséquence une hausse des coûts.

LE STATUT D’OPÉRATEUR PUBLIC CONFÈRE-T-IL UNE PLUS GRANDE RESPONSABILITÉ EN MATIÈRE D’INVESTISSEMENTS ?

GB : Le statut public nous donne certes plus de confort pour investir grâce à notre approche sur le long terme, mais aussi une grande responsabilité. Nous investissons l’argent que nous gagnons dans les infrastructures et les technologies nécessaires pour le développement du pays. Depuis 1842, nous avons toujours été une entreprise du futur.

Ceci s’applique aussi à l’échelle du Groupe avec, par exemple, l’émergence d’EBRC depuis 20 ans pour accompagner la croissance de secteurs comme les banques qui doivent stocker des données sensibles dans des environnements hautement sécurisés.

COMMENT FAIRE EN SORTE QUE LES RÉSEAUX SOIENT DURABLES ?

GB : La 5G a besoin de moins d’énergie mais comme elle s’additionne aux autres énergies existantes, la consommation globale n’est pas en baisse. La baisse de la consommation d’électricité pourra passer par une combinaison intelligente des technologies, dont la réalisation du programme « all-IP » qui permet de faire passer les appels fixes sur le réseau fibré. Ceci nous conduira à fermer les centraux téléphoniques reposant sur l’accès cuivre.

LA 5G ET LE « ALL-IP » SONT DEUX ÉLÉMENTS DU « RÉSEAU DU FUTUR » QUE POST CONSTRUIT DÈS AUJOURD’HUI. QUELS EN SONT LES AUTRES ÉLÉMENTS ?

GB : Le réseau du futur présente quatre composantes : la 5G, le passage vers le « all-IP » le déploiement de la fibre optique et enfin le wifi avec WIFI POWER. Nous proposons cette technologie en partenariat avec la société Plume pour les data et les appels en voice over IP. Nous sommes partis du constat que la technologie wifi fait plus de sens pour la couverture interne – à la maison ou au bureau – plutôt que de pousser la puissance de la 4G ou de la 5G pour la faire pénétrer dans les bâtiments. J’ajoute que l’isolation des nouvelles constructions – de plus en plus imperméables aux ondes – conforte cette approche. Grâce à notre réseau du futur dont les composantes sont interconnectées, nous proposons au client une connectivité robuste, sécurisée et souple. Les modes de vie actuels impliquent parfois de rester connecté à une réunion ou une conversation en changeant d’endroit, de la maison au bureau. Assurer une connexion sans interruption est un enjeu aussi pragmatique qu’essentiel à nos yeux.

POST TECHNOLOGIES ILLUSTRE L’ALLIANCE DE LA TECHNOLOGIE ET DE L’HUMAIN, VOS COLLABORATEURS ÉTANT, PLUS QUE JAMAIS, AU CŒUR DU MÉTIER. COMMENT S’ASSURER DE DISPOSER DES BONNES COMPÉTENCES ?

GB : Quand j’ai commencé chez POST en 1988, j’étais le neuvième ingénieur de ce qui était encore à l’époque l’Administration des P&T. Aujourd’hui, nous comptons 200 ingénieurs ! Depuis 30 ans, tous les profils ont évolué en nombre et en qualifications, à l’image des changements technologiques qui se sont produits durant cette période. Cette explosion technologique et le besoin en nouveaux profils ne font que renforcer la concurrence entre employeurs pour recruter les meilleurs talents, mais je remarque que les candidats qui nous rejoignent sont fiers d’arborer les couleurs de POST. L’entreprise est perçue comme moderne et offrant de belles opportunités de carrière. Une perception qui a positivement évolué depuis 10 ans.

« Nous construisons toujours nos nouveaux réseaux en nous projetant sur les sept à neuf prochaines années, en tablant sur une augmentation moyenne du trafic de 30 % chaque année », résume Gaston Bohnenberger, directeur de POST Technologies.



OBJECTIF : ÉVITER LE BLACK-OUT

STORY : POST TECHNOLOGIES

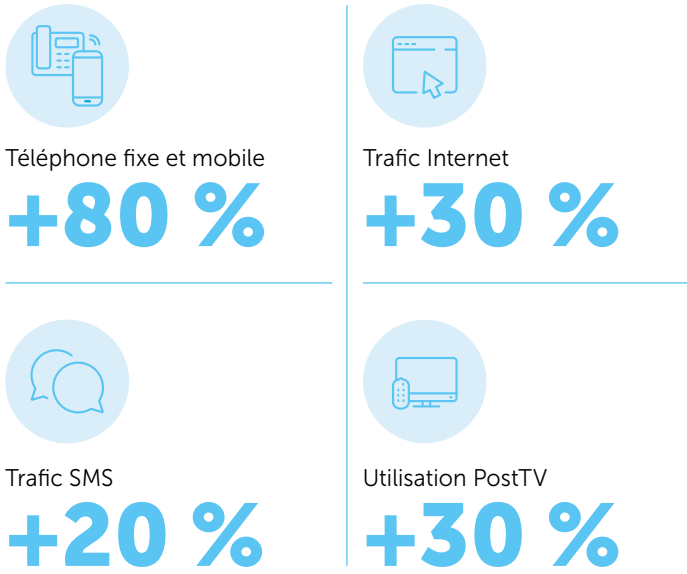
Au début de la crise sanitaire et du passage massif au télétravail, une crainte a rapidement vu le jour : les réseaux fixes et mobiles allaient-ils tenir ou arriver à saturation ? Anticipant une surchauffe de ses infrastructures, POST a rapidement déployé les mesures nécessaires pour absorber l’augmentation du trafic, maintenir une marge de sécurité et assurer une connectivité optimale.

Lors de la transmission en direct des interventions du gouvernement, le trafic sur les réseaux fixes et mobiles a augmenté au début de la crise jusqu’à 70 %, sans pour autant atteindre les limites de capacité.



Photo : © SIP/Jean-Christophe Verhaegen

Évolution de la consommation fixe, mobile et TV en 2020
Confinement, télétravail et streaming. Ces trois paramètres qui ont fait partie du quotidien de nombreux habitants du pays en 2020 ont mis les réseaux de POST à rude épreuve avec une augmentation notoire du trafic sur les réseaux fixes et mobiles :



Connectivité : état des lieux

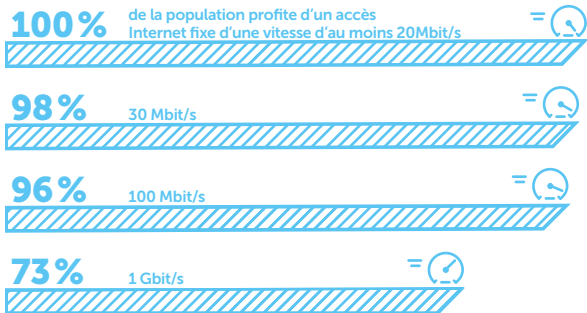
97 % de la **population** est couverte par la 4G +

21 000 km de **câbles à fibres** optiques ont été posés depuis 2010

92 % du **territoire** luxembourgeois est couvert par la 4G +

94 **localités** sont 100 % fibrées

En 2020 :



Bon à savoir

La fibre permet des usages simultanés, pour tous les membres du foyer, sans contrainte liée au partage des débits. En d’autres termes, grâce à une connexion Internet ultra haut débit, tout le monde peut surfer ou streamer à grande vitesse, sans subir de coupure ou de lenteur, tout en profitant d’une qualité d’image irréprochable sur chaque appareil connecté.

« PROPOSER DES PRESTATIONS LOGISTIQUES À VALEUR AJOUTÉE »

Les équipes de POST Courrier & Logistique étaient en première ligne en 2020 pour assurer les missions de service public de POST en pleine pandémie. La transformation de l'organisation du métier et l'engagement des collaborateurs se sont avérés essentiels dans la gestion de la hausse exponentielle de la logistique, sous l'effet de l'e-commerce. Retour sur une année exceptionnelle avec Hjoerdis Stahl, directrice de POST Courrier.

LES CONSOMMATEURS SE SONT MASSIVEMENT Tournés VERS LES ACHATS EN LIGNE LORS DE LA CRISE DE LA COVID-19 AVEC COMME EFFET UNE HAUSSE SIGNIFICATIVE DES COLIS À PRENDRE EN CHARGE POUR POST COURRIER & LOGISTIQUE. COMMENT AVEZ-VOUS RÉUSSI À GÉRER CES FLUX SANS ENCOMBRE ?

Hjoerdis Stahl (HS) : La réorganisation opérée depuis plusieurs années au sein du centre de tri, combinée à l'heureux achat d'une machine de tri, nous a offert une marge de manœuvre qui s'est avérée cruciale l'an dernier : notre « haute saison » a débuté dès le mois de mars. Sous l'effet des changements de consommation, avec une forte propension des achats en ligne, nous avons pris en charge 6,1 millions de colis dans notre centre de tri de Bettembourg. Soit plus de deux millions supplémentaires par rapport à 2019 ! Nous disposons aujourd'hui encore d'une certaine marge grâce à cette machine mais nous devons d'ores et déjà réfléchir aux prochaines étapes de notre développement. Nous devons prendre le temps de nous préparer en 2021 au scénario d'une nouvelle augmentation de 50 % en 2022.

PENSEZ-VOUS QUE CETTE CROISSANCE EXPONENTIELLE DE L'E-COMMERCE VA PERDURER ?

HS : Je suis d'avis que ce comportement d'achat en ligne va devenir une habitude. Ce qui n'est pas sans poser question sur l'avenir du versant « physique » du commerce, en particulier pour les commerçants locaux qui devront combiner vente en magasin, en ligne et gestion de leur logistique.

QUEL RÔLE PEUT JOUER POST DANS LE SOUTIEN AU COMMERCE LOCAL TRADITIONNEL VS LE MARCHÉ GLOBAL DE L'E-COMMERCE ET DE LA LOGISTIQUE ?

HS : En 2020, nous nous sommes déjà impliqués significativement en assurant la livraison de commandes passées auprès de commerçants et pour approvisionner les personnes les plus vulnérables, le tout pour le compte de corona.letzshop.lu : la plateforme de commande en ligne de biens de nécessité ouverte par le gouvernement. À l'avenir, nous pourrions poursuivre sur cette voie en proposant des prestations logistiques à valeur ajoutée pour les PME locales. Je suis persuadée que le concept du magasin de proximité va rester, mais il va se transposer dans le digital, avec le soutien d'un prestataire. Un commerçant n'aura pas forcément besoin d'une boutique, mais il recherchera un espace de stockage, un service de préparation des commandes et de livraison. POST dispose des forces capables de prendre en charge ce type d'opération pour les commerçants qui pourront ainsi se concentrer sur leur cœur de métier et leur business development. J'ajoute qu'en tant qu'entreprise qui a pour ambition de créer de la valeur durable, nous devons être précurseurs d'une logistique moderne et sans empreinte carbone. Ceci commence par la remise en question des livraisons en ville.



« LE FACTEUR A TOUJOURS EU UNE RELATION PERSONNELLE AVEC SA CLIENTÈLE, EN PARTICULIER DANS LES ZONES RURALES »

HJOERDIS STAHL,
directrice de POST Courrier

QU'EN EST-IL DU MODE DE LIVRAISON POUR LE « DERNIER KILOMÈTRE » QUI EST SOUVENT LE PLUS DÉLICAT À GÉRER TANT SUR LE PLAN LOGISTIQUE QUE FINANCIER ?

HS : L'expérience des Paxster qu'utilisent les facteurs avec brio pour distribuer le courrier en milieu urbain nous incite à réfléchir à l'adapter pour la livraison de colis, toujours en ville. Nous pourrions d'ailleurs mettre à disposition ce type de service pour d'autres opérateurs et ainsi contribuer au désengorgement et à la décarbonisation des centres urbains où de nombreuses camionnettes circulent encore. Tôt ou tard, les autorités fermeront les centres-villes aux véhicules thermiques.

AMAZON EST DEvenu UN CLIENT INCONTournABLE POUR POST. PEUT-ON SE PASSER DE SON ACTIVITÉ ?

HS : Amazon est un acteur important qui nous a apporté un volume précieux de marchandises à traiter, compensant la baisse chronique du volume du courrier observée depuis plusieurs années. Nous ne pouvons pas nous passer d'Amazon pour le moment, mais nous savons que l'entreprise procède de plus en plus à une prise en main complète de sa logistique dans différents pays. Après plusieurs années de collaboration, nous sommes arrivés à une organisation qui permet à la fois de répondre à ses exigences tout en préservant notre capacité à répondre à des demandes d'autres clients.

COMMENT IMAGINER L'ÉVOLUTION DE LA COLLABORATION AVEC AMAZON ?

HS : Sur base de ce que je viens d'évoquer, POST dispose de trois différenciateurs-clés : notre réseau de facteurs qui connaissent leur clientèle, notre réseau de bureaux de poste où les clients peuvent retirer leur colis en cas d'absence lors de la livraison, ainsi que notre réseau de 117 stations PackUp où les clients peuvent choisir de se faire livrer. Amazon pourrait difficilement se permettre de disposer d'un maillage d'une telle intensité au Luxembourg. Grâce à ces deux éléments, nous resterons un partenaire incontournable pour Amazon. À nous de trouver d'autres débouchés dans la logistique à valeur ajoutée, synonyme d'une marge plus intéressante que celle générée par le traitement d'un volume conséquent de colis issu de l'e-commerce.

LE RÉSEAU PACKUP VA-T-IL ENCORE S'ÉTENDRE À L'AVENIR ?

HS : Nous devons le faire évoluer en fonction des comportements et de la demande de la population. Les achats en ligne se sont généralisés sur tout le territoire si bien que nous devons réfléchir à l'implantation de stations dans des localités qui n'étaient pas forcément sur notre radar. Nous recueillons de plus en plus de demandes en ce sens de la part de différentes administrations communales, ce qui prouve l'intérêt pour les solutions modernes et de proximité développées par POST.

QUELLES NOUVELLES MISSIONS LE FACTEUR POURRAIT-IL REMPLIR À L'AVENIR ?

HS : Le facteur a toujours eu une relation personnelle avec sa clientèle, en particulier dans les zones rurales. Le télétravail va probablement accentuer cette relation et la renforcer en ville. Le facteur a toujours proposé des services comme la vente de timbres, des opérations financières de base, etc. nous ne devons pas perdre cet atout. Nous avons aussi constaté, en 2020, que la livraison des colis était mieux assurée par les facteurs. Nous devons en tenir compte pour la composition des tournées mêlant courrier et colis dans les années à venir, tout en repensant la mission de notre filiale Michel Greco S.A.

COMMENT FAIRE EN SORTE QUE LA DISTRIBUTION DU COURRIER TENDE VERS « ZÉRO ÉMISSION DE CO₂ » ?

HS : Nous avons une énorme flotte de voitures dont la majeure partie est encore à moteur thermique. Nous menons actuellement un projet pour opérer un changement vers plus de véhicules électriques, sachant que les batteries dernière génération répondent mieux aux aléas de la météo et à nos contraintes d'autonomie que les précédentes. Nous ambitionnons, sur plusieurs années, de faire passer notre flotte de véhicules à 100 % d'électriques.

REVENONS AU DÉBUT DE LA CRISE, EN MARS 2020. À PARTIR DE QUEL MOMENT AVEZ-VOUS SENTI QUE LA SITUATION ALLAIT CHANGER POUR UNE CERTAINE PÉRIODE ?

HS : Un moment-clé à mes yeux fut l'initiative prise début mars par notre directeur général, Claude Strasser, de mettre en place une cellule de crise. Nous avons tous compris au niveau du Comité exécutif que quelque chose allait se passer et que nous devrions être prêts.

QUELLE A ÉTÉ L'IMPORTANCE DE LA COMMUNICATION DANS CES MOMENTS CRUCIAUX ?

HS : La communication peut vous permettre de gagner ou vous mener à l'échec si elle n'est pas adaptée au message, à la cible et au moment. Le lendemain matin de l'annonce du confinement par le gouvernement (le 16 mars 2020), nous nous sommes rendus auprès des équipes de nos centres de distribution avec Claude Strasser et Angelo Piras pour partager avec eux un même message : nous ne savions pas de quoi les prochains jours seraient faits mais leur rôle était primordial pour le pays. Nous leur avons garanti que nous allions tout mettre en œuvre pour assurer leur sécurité. Cette réunion sur le terrain était un moment-clé pour la cohésion interne.



« En tant qu'entreprise qui a pour ambition de créer de la valeur durable, nous devons être précurseurs d'une logistique moderne et sans empreinte carbone », Hjoerdis Stahl, directrice de POST Courrier.

QUELS SONT LES INVESTISSEMENTS CONSENTIS CES DERNIÈRES ANNÉES ET QUI SE SONT AVÉRÉS PRÉCIEUX DURANT LA CRISE ?

HS : Outre la modernisation de notre organisation, je reviens à nouveau sur la communication. Nous avons installé un mode de communication plus direct, plus orienté vers nos collaborateurs. Avant la crise, nous avions pris l'habitude d'organiser deux fois par an des roadshows sur le terrain pour leur expliquer la stratégie de l'entreprise et surtout discuter à bâtons rompus avec eux. Nous avons dû modifier nos habitudes en raison de la COVID-19, mais nous avons maintenu la philosophie de communication en direct. Nous sommes tous dans le même bateau. Lorsque je suis arrivée en 2013, on m'avait dit : « Si tu es POST, tu restes POST ». Cet adage s'est vérifié durant la crise.

LA FAÇON DE FAIRE DES AFFAIRES VA-T-ELLE CHANGER APRÈS LA CRISE ?

HS : Le monde « d'après-crise » sera pris en main progressivement par la nouvelle génération qui va pouvoir apporter des réponses adéquates à ce monde qui a changé et qui nécessite de nouvelles compétences. Chaque génération doit accepter qu'il y ait un passage de relais lorsque le cours de l'histoire change.

Les chiffres-clés de POST Courrier en 2020

Contribution de POST Courrier et Michel Greco S.A. au chiffre d'affaires du Groupe 191 MEUR	 Heures d'ouverture/semaine des bureaux de poste et des Points POST (6 446 en 2019) 6 458	 Volume colis Logistique (en provenance d'Asie) (13 millions en 2019) 14 mio
 Volume lettres (126 millions en 2019) 116 mio	 Volume colis (4 millions en 2019) 6,1 mio	 Stations PackUp (103 en 2019) 117
 Durée d'acheminement des envois nationaux J + 2 (98 % en 2019) 99,1 % Objectif ILR : 85 % des envois	 Durée d'acheminement des envois nationaux J + 3 (99,4 % en 2019) 99,9 % Objectif ILR : 99 % des envois	 Durée d'acheminement des colis nationaux J + 1 (96,2 % en 2019) 95,9 % Objectif POST : 98 % des envois

RÉTROSPECTIVE
POST COURRIER



01
NOUVEAU POINT
POST COURRIER

Les habitants du quartier de la Cloche d'Or, de Gasperich, de Howald et de Kockelscheuer bénéficient d'un Point POST Courier au centre de distribution Weierbaach.



03
POST ENGAGÉE
AU CŒUR DE LA CRISE

À la demande du gouvernement, POST a déployé en trois jours un centre logistique dans le cadre de l'initiative corona.letzshop.lu. Objectifs : stocker, préparer et livrer des commandes de denrées alimentaires aux personnes âgées ou vulnérables, le tout avec le concours de Michel Greco S.A.

06
RECONNAISSANCE

Son Altesse Royale le Grand-Duc et le ministre de l'Économie, Franz Fayot, visitent le centre de tri national à Bettembourg dont l'activité est particulièrement soutenue depuis le début de la crise.



08
GREEN POSTAL DAY

POST participe à la seconde édition de l'événement qui met en lumière les efforts consentis par le secteur postal pour réduire son empreinte carbone. Un engagement concret pour l'entreprise qui compte plusieurs bâtiments à haute performance énergétique.



09
FIN 2020, 117 STATIONS
COMPOSENT LE RÉSEAU PACKUP

La 111^e station PackUp a été installée à Belair et est composée de 142 cases.



02
125 000 COLIS

C'est le nombre de colis qui est traité par semaine en ce début de confinement, synonyme de forte hausse des commandes en ligne. Pour répondre à ce niveau d'activité comparable à celui connu lors des fêtes de fin d'année, la mobilisation bat son plein avec les livreurs de Michel Greco S.A., les facteurs ainsi que de nombreux collaborateurs volontaires.



04
HOMMAGE AU
PERSONNEL

De leur propre initiative, une trentaine de facteurs s'est rendue au Centre Hospitalier de Luxembourg le 1^{er} avril à midi afin de rendre hommage au personnel soignant.



05
SOLIDAIRES POUR
VAINCRE LE VIRUS

Plus de 200 collaborateurs de POST, dont un grand nombre de volontaires, se relayent au centre logistique du Findel pendant quatre jours pour préparer l'envoi des 610 000 masques que la Ville de Luxembourg met à disposition de ses habitants.



07
PARTENARIAT-CLÉ
AVEC LES HÔPITAUX
ROBERT SCHUMAN

Le département logistique de POST Courier reprend le stock central des articles non critiques ainsi que le stock des dispositifs médicaux des Hôpitaux Robert Schuman.



10
POST, PARTENAIRE DE SAINT-
NICOLAS ET DU PÈRE NOËL
DEPUIS 1842

1 500 lettres d'enfants sont réceptionnées et traitées par les équipes de POST pour prêter main forte à Saint-Nicolas et au Père Noël.



11
100 000 COLIS TRAITÉS EN 24 HEURES

Un premier vol charter en provenance de Chine et destiné exclusivement à POST Courier atterrit au Findel. À son bord, plus de 100 000 colis qui seront prêts à être expédiés en 24 heures grâce au travail des équipes logistiques.

STORY : POST COURRIER

Depuis l'été 2020, POST accompagne les Hôpitaux du Groupe Robert Schuman dans la prise en charge de leurs besoins logistiques. La crise a aussi amené l'entreprise à épauler tous les hôpitaux du pays dans l'adaptation de leur informatique en fonction de la crise. L'illustration de la volonté de POST de se positionner durablement dans le secteur de la santé via des services à valeur ajoutée.

Un support logistique...

Afin de gagner en rapidité et en efficacité, les Hôpitaux Robert Schuman (HRS) ont décidé d'externaliser le pilotage de leur stock à POST Logistics. Dans un premier temps, seuls les produits non critiques (gants, serviettes hygiéniques, blouses, etc.) étaient stockés dans les entrepôts du Findel. Après une première phase test qui s'est avérée concluante, les équipes logistiques ont également repris, depuis le 1^{er} novembre 2020, le stock des dispositifs médicaux. Réparti sur 1 000 m², celui-ci comprend plus de 2 000 articles différents comme des canules, des tuyaux, des pansements, etc. Seuls les médicaments pharmaceutiques resteront stockés dans les différents hôpitaux. « Comme tous les hôpitaux, nous sommes constamment à la recherche de plus d'espaces. Chaque mètre carré libéré offre du potentiel pour un nouveau projet, déclare Michel Schuetz, directeur administratif, Santé Services S.A., entreprise du Groupe HRS. L'expansion du complexe hospitalier du Kirchberg, toujours en projet, n'octroiera pas plus de place à la logistique. C'est la raison pour laquelle nous avons cherché une solution externe. Nos futurs projets en dépendent. »

Une équipe dédiée de POST, composée d'une douzaine de personnes, traite en moyenne 150 commandes et 1 000 articles différents indispensables aux entités des HRS (Clinique Bohler, Hôpital Kirchberg, ZithaKlinik et Clinique Sainte Marie).



POST SOUTIENT LES HÔPITAUX



« NOS COLLABORATEURS PEUVENT SE CONSACRER PLEINEMENT À LEUR FONCTION PRINCIPALE »

MICHEL SCHUETZ, directeur administratif, Santé Services S.A., entreprise du Groupe HRS

Ces commandes sont ensuite transportées dans des chariots correspondant à un service hospitalier spécifique comme un bloc opératoire. Moins de cinq heures suffisent entre le passage de la commande et la livraison. Les collaborateurs des Hôpitaux Robert Schuman qui géraient les stocks auparavant ont repris d'autres tâches. « L'externalisation de notre stock nous permet de réduire le trafic sur le site du Kirchberg, ajoute Michel Schuetz. Nous pouvons mieux organiser les chargements et déchargements des camions, ceux-ci circulent moins et sont mieux chargés. Et de surcroît, la charge de travail de nos personnels diminue. Ils peuvent pleinement se consacrer à leur fonction principale, à savoir les soins infirmiers. » Le département POST Logistics participe également aux analyses qualitatives et quantitatives pour optimiser la qualité et minimiser les coûts du stockage. Suite à ces succès, POST Logistics a l'intention de faire progresser ses activités dans le domaine de la logistique attenante au secteur de la santé.



... et en connectivité

La crise de la COVID-19 a également eu un impact important sur le fonctionnement des hôpitaux. En première ligne, ces infrastructures ont également dû mettre une partie de leurs équipes en télétravail. Les CIO de quatre grandes structures hospitalières reviennent sur les défis rencontrés durant cette période et sur l'aide apportée par POST pour les relever.



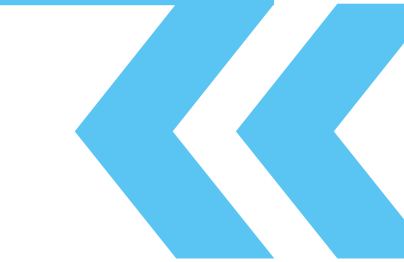
L'un des premiers défis rencontrés par les équipes informatiques des quatre hôpitaux aigus que compte le pays a été de mettre en place le télétravail pour tous les collaborateurs éligibles. « Il faut savoir que ce n'est pas du tout une forme de travail répandue dans notre secteur, relève Joel Feltes, CIO au HRS. Nous sommes toutefois parvenus, en quelques jours, à rendre le télétravail possible pour 600 collaborateurs de nos hôpitaux. Cela a eu pour conséquence une adaptation de notre organisation interne, avec une première ligne sur site et une seconde en télétravail ou sur un deuxième site. »

« Au niveau des départements informatiques, nous avons dû réaliser des travaux dans des délais qui étaient simplement inimaginables avant la crise, explique Roland Kuffer, CIO au CHEM. En outre, les tâches auxquelles nous avons été confrontés dépassaient largement le seul métier d'informaticien. » POST a joué un rôle-clé dans la mise en place du télétravail au sein de ces équipes.



« Sans le soutien de POST, nous n'aurions pas pu relever un tel challenge, estime en effet Tom Hemmen, CIO au CHdN. Nous avons notamment bénéficié de la mise en place de SoftToken et du support de la Team Cyberforce de POST, ce qui a permis d'assurer la sécurité du travail à distance au maximum possible, un aspect évidemment essentiel pour les hôpitaux aigus. »

« La crise va changer en profondeur les habitudes de travail, y compris dans les hôpitaux. Les outils de téléconsultation médicale, de télésuivi des patients ou de téléconférence ont prouvé leur efficacité pendant la pandémie. Ces outils s'imposeront dans les pratiques à l'avenir même après la crise », conclut Emmanuel Ponnet, CIO au CHL.



POST FINANCE

« POST FINANCE EST ACTEUR DE L'INCLUSION FINANCIÈRE DEPUIS 1911 »

POST Finance a dévoilé eboo en 2020. La nouvelle solution d'ebanking a trouvé son public durant la crise de la COVID-19, marquée par une augmentation significative de l'utilisation des outils digitaux. L'ambition des prochaines années est de combiner innovation et inclusion financière, explique Gabriel de La Bourdonnaye, directeur de POST Finance.

QUEL A ÉTÉ LE DÉFI LE PLUS IMPORTANT POUR POST FINANCE EN 2020 ?

Gabriel de La Bourdonnaye (GB) : Le lancement de notre nouvelle solution d'ebanking eboo, en février, était sans nul doute le projet le plus important. Il s'agit de l'application la plus utilisée au sein du Groupe. J'ajoute que le développement de l'application a été réalisé en interne, ce qui témoigne du fait que POST dispose des talents et des compétences indispensables pour mener à bien ce type de projet.

COMMENT VA ÉVOLUER EBOO À L'AVENIR ?

GB : L'application nous permet d'ores et déjà de positionner le webbanking de POST dans la cour des grands. Dans les prochains mois, nous devrions continuer à simplifier le parcours client et ajouter de nouvelles fonctionnalités grâce à la base technologique solide d'eboo.

L'ENVIRONNEMENT RÉGLEMENTAIRE EST-IL FAVORABLE À UNE APPROCHE SIMPLE DE L'EXPÉRIENCE CLIENT ?

GB : L'environnement réglementaire ne joue pas tout à fait en faveur de l'expérience client en raison des règles – certes nécessaires – d'anti-blanchiment et de « Know Your Customer » (KYC) qui doivent être remplies avant d'accepter tout nouveau client. Il n'empêche, nous avons pris le parti de miser sur l'esprit d'innovation dont POST a toujours fait preuve pour développer

de nouvelles solutions technologiques, à l'intersection des obligations réglementaires et du service à notre clientèle. Ces solutions nous permettront de générer de la valeur, tant pour POST que pour ses clients.

PEUT-ON DIRE QUE LA CRÉATION DE LA START-UP I-HUB AU SEIN DU GROUPE S'INSCRIT DANS CETTE LOGIQUE ?

GB : i-Hub traduit bel et bien l'esprit entrepreneurial de POST qui a créé cette start-up spécialisée dans la conservation et la mise à jour des données et documents d'identification des clients, à savoir la documentation obligatoire en matière de réglementation KYC. Ce service représente non seulement un avantage pour le client qui dispose d'un point d'entrée unique pour encoder et mettre à jour ses données mais nous pouvons aussi parler d'une solution pour l'ensemble de la place financière.

La banque BGL BNP Paribas s'est jointe à cette dynamique en souscrivant au service de i-Hub et en entrant dans son capital. Si le mouvement s'élargit à d'autres acteurs du secteur financier, nous pourrions aboutir à une solution pour l'ensemble de la Place. La mutualisation de l'accès aux données des clients représente en effet un avantage compétitif à l'heure où la réglementation exige que ces documents soient à jour. Au niveau de POST Finance, nous avons procédé en 2020 au transfert des données mises à disposition de nos clients lors de l'ouverture de leur CCP. Nos clients peuvent donc désormais profiter du service de i-Hub et mettre leurs documents à jour par le canal digital.

« NOUS N'AVONS PAS POUR VOCATION DE PROPOSER L'ENSEMBLE DE LA PALETTE DES SERVICES BANCAIRES USUELS »

GABRIEL DE LA BOURDONNAYE,
directeur de POST Finance



POST FINANCE A PRÉPARÉ UNE REVUE DE SA STRATÉGIE EN 2020, CELLE-CI A ÉTÉ VALIDÉE DÉBUT 2021 ET S'ÉTENDRA JUSQU'EN 2025. QUELLE EST SA PHILOSOPHIE GÉNÉRALE ?

GB : Les efforts se sont concentrés sur la rentabilité et la politique commerciale de POST Finance en imaginant de nouveaux packages. Nous devons par ailleurs trouver des solutions pour mieux valoriser les dépôts de nos clients dans un contexte de taux bas voire négatifs. Nous n'avons cependant pas pour vocation de proposer l'ensemble de la palette des services bancaires usuels. Notre priorité reste les solutions de paiement, et l'inclusion financière est de mettre en avant notre partenaire Banque Raiffeisen¹ pour les produits bancaires plus complexes.

COMMENT L'INCLUSION FINANCIÈRE VA-T-ELLE SE DÉCLINER À L'AVENIR DANS LES ACTIONS DE POST FINANCE ?

GB : POST Finance est un acteur de l'inclusion financière depuis la publication de la loi du 3 avril 1911 portant création d'un service de chèques et virements postaux (CCP). Grâce à POST Finance, une clientèle vulnérable a toujours eu accès à des services financiers à un prix abordable qui ne sont pas disponibles dans les autres établissements financiers. Cet esprit de service universel et de service public va perdurer et nous guidera dans les développements futurs. Nous voulons en effet rester proches de nos clients par différents

canaux, y compris par un accompagnement physique pour les plus vulnérables ou les personnes qui éprouvent des difficultés avec les outils digitaux. Si nous avons réduit les opérations aux guichets, nous souhaitons rester présents à terme dans au moins 15 à 20 points de vente.

LA CRISE CONNUE EN 2020 A RÉVÉLÉ LES FORCES DE POST. QUELLES SONT LES FORCES DE POST FINANCE ?

GB : La crise a tout d'abord révélé la capacité du Groupe à pouvoir compter sur ses collaborateurs. L'engagement du personnel et la bonne organisation de notre entreprise ont permis d'affronter la crise en faisant preuve de résilience et d'engagement. Ceci vaut pour POST Finance ainsi que pour le département juridique dont j'ai également la charge.

¹ POST détient 7,7 % du capital de la banque coopérative.

Les transactions en ligne en hausse

La hausse de l'utilisation des services en ligne, observée chez POST Finance en 2020, a comme corollaire une chute des opérations aux guichets.

Les chiffres-clés de POST Finance en 2020 :

24 MEUR
Contribution de POST Finance
au chiffre d'affaires du Groupe

17 millions
Transactions cartes (17 298 326 en 2019)

616 808
Transactions papier (711 668 en 2019)

12 114 960
Transactions électroniques (11 967 865 en 2019)

24,8 %
Pourcentage de clients « paperless » (21,9 % en 2019)

543 528
Transactions guichet (831 766 en 2019)

23,2 %
Pourcentage de clients qui reçoivent
un extrait papier journalier (32,4 % en 2019)

29,1 %
Taux utilisation multiligne (26,8 % en 2019)

46,9 %
Taux utilisation eboo (46,7 % en 2019)

96 232
Clients ebanking (89 614 en 2019)

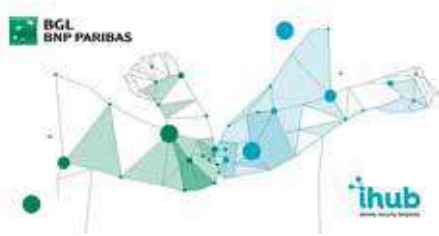
« Nous avons pris le parti de miser sur l'esprit d'innovation pour développer de nouvelles solutions technologiques, à l'intersection des obligations réglementaires et du service à notre clientèle », Gabriel de La Bourdonnaye, directeur de POST Finance.



RÉTROSPECTIVE POST FINANCE

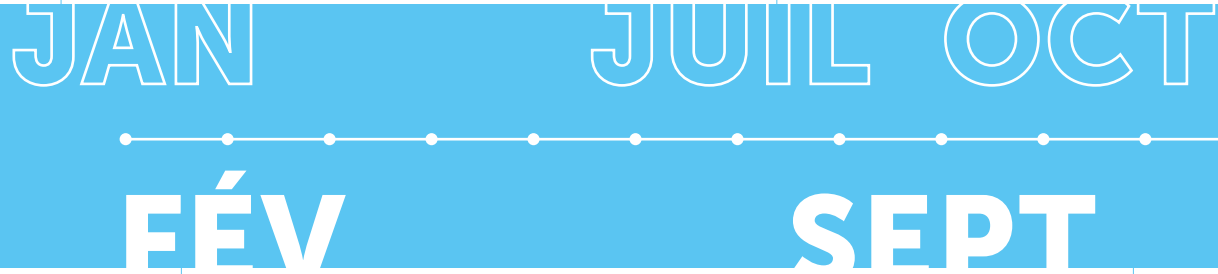
01 COOPÉRATION RENFORCÉE AVEC I-HUB

POST Finance contacte ses premiers clients pour mettre à jour leurs documents et données. Ces clients ont reçu leurs accès et peuvent accéder au portail web afin de mettre à jour leur profil KYC (« Know Your Customer »).



03 NOMINATION DE GABRIEL DE LA BOURDONNAYE

Nomination de Gabriel de La Bourdonnaye au poste de directeur POST Finance.



02 LANCEMENT DE L'APPLICATION EBANKING EBOO



04 EBOO INTÈGRE LE MODE APP2APP DE LUXTRUST MOBILE

Une fois configuré dans eboo, le mode App2App permet un échange automatique entre LuxTrust Mobile et l'application ebanking de POST. Plus besoin de Token physique.



LUXTRUST, UNE SUCCESS STORY MADE IN LUXEMBOURG

La généralisation de l’authentification forte et l’utilisation croissante de la signature électronique ont poussé POST et LuxTrust à mener plus loin leur collaboration. Actionnaire de la première heure, POST est désormais actionnaire majoritaire dans l’entreprise qui veut devenir un leader européen dans la gestion des identités numériques et des services de confiance.

Grâce à ses solutions innovantes et de confiance, LuxTrust accompagne la digitalisation de l’économie. Afin de faciliter les interactions des citoyens et entreprises avec les établissements financiers, LuxTrust offre à ses clients – privés et entreprises – une palette de services et de solutions numériques de confiance.

POST Luxembourg a étendu sa participation financière dans LuxTrust S.A. en 2020 pour devenir actionnaire majoritaire. Afin d’assurer le développement futur de cette société et de lui permettre de rester compétitive, POST Luxembourg veut atteindre sur le moyen voire long terme une masse critique de clients. Une vision qui se traduit par le besoin de conquérir des parts de marché dans des pays tiers.

La crédibilité de l’entreprise sur le plan national et via différents projets européens, la diversité de ses services et applications démontrent la valeur ajoutée de l’offre de service de LuxTrust en général.

Favoriser les synergies

Outre cette ambition européenne légitime, LuxTrust est un atout indéniable pour le Groupe POST qui table sur les synergies pour proposer des solutions innovantes à ses clients. Celles-ci présentent une réelle valeur ajoutée aux activités de POST dans le domaine des « digital trust services ». La généralisation de l’obligation d’une authentification forte et l’acceptance croissante de la signature électronique correspondent aux usages des entreprises et des citoyens. Tous sont notamment à la recherche de solutions sécurisées pour communiquer avec les établissements financiers et les autorités.

La poursuite de son développement international figure en tête des projets de LuxTrust pour 2021.



Gestion numérique
des identités



Authentification
forte



Signatures
électroniques
qualifiées

Le succès de LuxTrust repose aussi sur le caractère multi-applicatif de ses solutions. Cette interopérabilité va de pair avec la philosophie d’une autre filiale du Groupe POST : la start-up i-Hub spécialisée dans l’automatisation des processus de KYC (« Know Your Customer »). De la nécessité d’authentifier les informations sensibles et d’en garantir l’intégrité jusqu’à leur utilisation par différents acteurs économiques, LuxTrust apporte le gage d’un élément indispensable : la confiance.



+65 mio

de transactions par an



600 000

certificats LuxTrust en circulation



1^{er}

prestataire de services de confiance à une échelle nationale



FABRICE ARESU,
Chief Commercial Officer, LuxTrust

COMMENT LA CRISE SANITAIRE A-T-ELLE INFLUENCÉ LES ACTIVITÉS DE LUXTRUST ?

Fabrice Aresu (FA) : D’un point de vue organisationnel, LuxTrust a rapidement été en mesure d’organiser le télétravail des équipes et n’a souffert d’aucune interruption de service. Au niveau commercial et stratégique, les nouvelles solutions de signature électronique, activables sous 48h, ont permis à beaucoup d’entreprises de répondre aux défis de la relation avec les clients à distance pendant la crise. Ceci a permis à LuxTrust de se développer auprès de nouvelles industries et dans de nouvelles zones géographiques.

QUELS SONT LES GRANDS PROJETS DE LUXTRUST POUR 2021 ?

FA : Les objectifs principaux de 2021 sont, tout d’abord, la continuité dans le développement national et international, avec l’activation en production de clients majeurs en France, en Belgique, en Suisse et à Monaco. À compter du deuxième semestre, le lancement de l’offre IDKeep, visant à donner aux personnes physiques et morales le contrôle et une transparence totale sur leurs données personnelles, viendra compléter l’offre de services de confiance à destination des acteurs mettant la transformation numérique, la sécurité et la protection des données personnelles au cœur de leur stratégie.

« NOUS DEVONS ÊTRE
ATTENTIFS AU BIEN-ÊTRE
DE NOS COLLABORATEURS,
À LEUR EMPLOYABILITÉ
ET VEILLER À LEUR OFFRIR
DES PERSPECTIVES DE
CARRIÈRES ÉVOLUTIVES
AU SEIN DE NOTRE
GROUPE »

CLAUDE OLINGER,
directeur Ressources humaines de POST Luxembourg

UN ENGAGEMENT DURABLE

Équiper les entreprises, venir en aide aux particuliers, assurer la livraison des colis, etc.

La désignation par le gouvernement des activités de POST comme « essentielles » pour le pays aurait pu demeurer symbolique sans l'engagement des collaboratrices et des collaborateurs de l'ensemble du Groupe. Ce même engagement se traduit dans la stratégie RSE, approuvée fin 2020, qui vise à faire de POST une entreprise créatrice de valeur durable et partagée.

« LES ENTREPRISES NE PEUVENT PLUS FAIRE ABSTRACTION DES ENJEUX DU DÉVELOPPEMENT DURABLE »

L'entreprise de demain sera une entreprise où l'on parlera de croissance autrement qu'avec des indicateurs financiers. Quel rôle le Conseil d'administration de POST peut-il jouer dans ce changement de paradigme ? Pour le savoir, trois administrateurs – Sandra Denis, Marie-Josée Ries et Günter Mirkes – ont accepté de se prêter au jeu d'une interview croisée à bâtons rompus avec Isabelle Faber, directrice Communication, RP & RSE de POST Luxembourg.

En intégrant la responsabilité sociale d'entreprise (RSE) au cœur de sa stratégie, POST souhaite créer de la valeur durable pour celles et ceux qui l'entourent. « *Désormais, l'humain et la planète s'invitent à la table des dirigeants d'entreprise*, cadre Isabelle Faber, directrice Communication, RP & RSE et artisanne de la stratégie RSE de POST Luxembourg, approuvée par le Conseil d'administration de POST en décembre 2020. *Car performance financière et performance sociale et environnementale sont les deux faces d'une même pièce.* »

On parle dès lors de croissance « durable », qui ne profite pas qu'à une petite partie de la population. Une croissance qui ne se mesure pas seulement en euros mais aussi en termes d'impacts et de réponses à des besoins humains. « *Faire du business sans prêter une attention particulière aux ressources que l'on consomme, à l'impact social que l'on a et aux émissions que l'on produit est devenu inimaginable* », poursuit Isabelle Faber.

La RSE est totalement intégrée à la stratégie de l'entreprise, car ses enjeux sont avant tout de soutenir l'innovation, de gérer les risques et de maintenir la confiance, afin de garantir la pérennité de POST sur le long terme.



« L'HUMAIN ET LA PLANÈTE S'INVITENT À LA TABLE DES DIRIGEANTS D'ENTREPRISE »

ISABELLE FABER, directrice Communication, RP & RSE

« *Une réflexion sur les impacts sociaux et environnementaux devra être menée à tous les niveaux, nous amenant petit à petit à une transition de nos business models orientés sur des objectifs de rentabilité vers des business models intégrant des réponses aux enjeux sociaux et environnementaux de notre société* », commente la directrice RSE.

L'une des priorités de la stratégie RSE de POST sera d'intégrer la RSE dans la gouvernance décisionnelle de l'entreprise et de chacun de ses métiers. Il en ira, dès lors, de la responsabilité des administrateurs et dirigeants de prendre des mesures pour s'assurer que la création de valeur durable devienne une priorité au plus haut niveau et que le changement de « mindset » s'ancre sur le long terme.

De g. à d. : Isabelle Faber (directrice Communication, RP & RSE de POST Luxembourg), Günter Mirkes, Sandra Denis et Marie-Josée Ries (membres du Conseil d'administration de POST Luxembourg)



Isabelle Faber (IF) : PENSEZ-VOUS QUE LE DÉVELOPPEMENT DURABLE ET LES ENJEUX CLIMATIQUES SONT EN BONNE PLACE À L'AGENDA DES CONSEILS D'ADMINISTRATION DES ENTREPRISES LUXEMBOURGEOISES ?

Marie-Josée Ries (MJR) : De gré ou de force, les entreprises ne peuvent plus faire abstraction des enjeux du développement durable. Certaines doivent s'y plier, contraintes par les réglementations en vigueur, d'autres, par contre, agissent par conviction. Rares sont les entreprises et les institutions qui peuvent faire la sourde oreille face aux signes forts et actions concrètes attendus par leurs clients et par la société en général. Se mettre des œillères, c'est risquer de mettre la pérennité de son entreprise en péril.

Sandra Denis (SD) : Une conscientisation opère dans le monde des affaires. Pour preuve, le succès rencontré par les formations proposées aux administrateurs, notamment par l'ILA. Dans ce cas précis, les institutions financières sont bien représentées mais l'industrie l'est également. Je reste cependant convaincue que même si l'intérêt pour la RSE est réel, la mettre en pratique est encore différent. Et je ne pense pas qu'elle soit déjà la priorité des priorités des Conseils d'administration. Même s'il n'y a quasiment plus aucune entreprise qui ne communique pas sur ses actions RSE.

Günter Mirkes (GM) : Il est vrai que le nombre de participations aux formations démontre un intérêt certain. Néanmoins, vu les difficultés économiques d'un grand nombre d'entreprises

en raison de la crise, on peut comprendre que durant l'année passée et encore actuellement, les priorités de leurs dirigeants soient ailleurs. Pour certains, la RSE est encore perçue comme un « nice to have » et les intérêts économiques priment sur la préservation de la nature et l'environnement. Espérons que cette parenthèse se referme très prochainement.

IF : QUELLE PART DE RESPONSABILITÉ INCOMBE AUX ENTREPRISES POUR RÉPONDRE AUX GRANDS ENJEUX DU DÉVELOPPEMENT DURABLE ?

GM : Les grandes entreprises doivent servir d'exemple et plus particulièrement les entreprises historiques qui sont au service de la population locale car elles n'ont pas la même pression de répondre aux exigences de rendement des actionnaires qu'une entreprise privée ou cotée en bourse. Ainsi, il s'impose des réflexions à long terme, qui ne misent pas sur des retours sur investissements immédiats.

SD : L'entreprise doit « faire partie de la solution », mais elle ne peut pas rester seule. C'est l'affaire de chacun, individuellement, mais également de la société toute entière et des responsables politiques. Cela étant, l'entreprise peut et doit montrer l'exemple pour générer un cercle vertueux et entraîner avec elle, à la fois, ses collaborateurs et ses autres parties prenantes.

MJR : Chaque individu peut contribuer à sa manière en consommant bio ou en favorisant la mobilité, par exemple. Par contre, les grands effets à fortes répercussions proviennent des grandes entreprises. Comment voulez-vous que les gens soient motivés à réduire leur consommation d’eau si, à côté, des industriels la gaspillent ?

IF : PENSEZ-VOUS QUE POST SOIT BIEN OUTILLÉE POUR CRÉER DE LA VALEUR DURABLE ?

MJR : POST Luxembourg est, d’après moi, sur le bon chemin et pérennise une démarche initiée il y a douze ans. Il y a cependant deux points à suivre de près : l’importance d’une gouvernance claire et l’adoption d’une approche systématique en faveur de la RSE dans toutes les activités. Pour permettre de fixer des priorités pertinentes et pragmatiques, je suis également d’avis qu’il importe de s’entourer d’observateurs externes et de parties prenantes qui apportent des critiques constructives, dont toute équipe dirigeante a besoin, en particulier lorsqu’il s’agit de questions qui touchent l’intérêt public.

SD : Rien que par le fait que POST dispose d’une cellule dédiée à 100 % à la mise en place de la RSE au sein de l’entreprise montre qu’on n’en est plus au stade du vœu pieux. En se donnant les moyens d’agir et en tant qu’entreprise publique, POST se doit de montrer l’exemple tout en mettant une certaine pression sur ses parties prenantes pour être en ligne avec la volonté de poursuivre des activités écologiquement et socialement responsables. Ceci est également et particulièrement vrai vis-à-vis de ses collaborateurs.

GM : POST Luxembourg est en effet parfaitement outillée, et ce, à tous les niveaux, à travers tous ses métiers et bien au-delà. On peut citer les facteurs qui se déplacent en Paxters électriques, POST Finance, qui malgré sa faible rentabilité, permet l’inclusion financière pour tous... et maintenant une stratégie claire et précise validée par toutes les instances décisionnelles en place. Oui, nous pouvons affirmer que POST est sur la bonne voie.

IF : QUEL RÔLE PENSEZ-VOUS DEVOIR/POUVOIR JOUER DANS LA TRANSFORMATION QUI EST EN MARCHÉ ?

SD : En tant qu’administrateurs, il nous appartient d’exprimer nos exigences quant au fond des dossiers qui nous sont présentés. Dorénavant, nous disposerons de manière récurrente d’instruments de mesure, ou KPI, extra-financiers que nous allons considérer sans discrimination dans nos décisions finales, au risque de bousculer les habitudes. En agissant de la sorte, je pense que les administrateurs soutiennent de manière on ne peut plus concrète le changement de paradigme qui est en cours. C’est également un signal fort, un encouragement, pour celles et ceux qui, au sein de POST, s’engagent pour un futur plus durable.



Les trois administrateurs ont suivi la formation dispensée par l’ILA, « 21st Century Board Leadership Model », qui met les enjeux climatiques, de santé, les changements technologiques et de gouvernance au centre des urgences économiques.

MJR : Les membres du Conseil d’administration ont un vrai rôle à jouer dans la gouvernance décisionnelle et qui se situe à l’opposé du « nice to have ». Il nous appartiendra de scruter les KPI extra-financiers avec la même rigueur et le même sérieux que les indicateurs financiers. Ce qui m’amène à repenser la question des outils dont dispose POST pour mesurer de manière performante les rendements et les résultats attendus pour tirer des conclusions pertinentes.

GM : Je rejoins Marie-Josée et Sandra dans le sens où je pense qu’en tant qu’administrateurs, nous devons désormais regarder chaque projet, sans exception, avec un nouveau regard, mettre un filtre « RSE » et nous demander si telle ou telle décision est bien en ligne avec notre volonté de viser la durabilité.

IF : QUEL SERAIT VOTRE MOT DE LA FIN POUR EXPRIMER UN POINT DE VUE QUI VOUS EST CHER ?

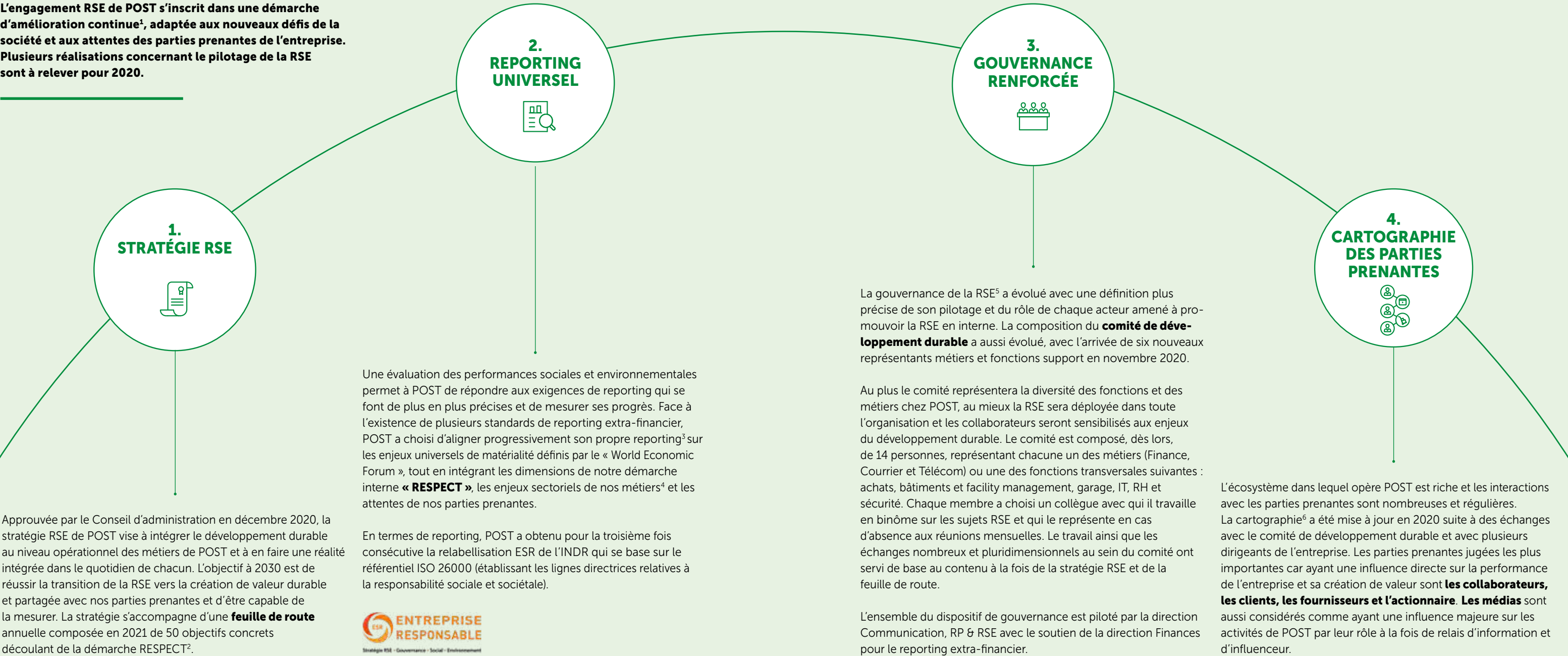
GM : J’ai rappelé un peu plus haut les domaines dans lesquels POST Luxembourg excelle et je l’en félicite. La liste est déjà longue mais non pas exhaustive. Qui sait, peut-être que dans un futur proche, nous verrons l’entreprise rajouter même de toutes nouvelles technologies du ressort de l’intelligence artificielle ou du blockchain parmi les nombreuses cordes à son arc.

MJR : Il est de mon point de vue déterminant de croire en la science et de nous fixer, puis de suivre, un dénominateur commun. On ne peut plus se permettre d’ignorer les évidences mises en lumière par les constats et les études scientifiques sur le changement climatique. Aussi, nous n’avons plus le choix. On doit regarder à travers une lunette qui nous permet de voir la réalité en face et de faire en sorte que la considération des KPI extra-financiers deviennent un réflexe pour tous, sans exception.

SD : Quand bien même la pandémie de la COVID-19 a conscientisé grand nombre de personnes et d’entreprises sur le fait que le train de vie auquel nous nous sommes habitués est fragile, le changement climatique est une réalité et pose, pour moi, un risque au moins équivalent, sinon pire que la crise sanitaire actuelle. C’est pourquoi il faut agir vite et je regrette qu’on n’ait pas su, de manière globale, tirer des leçons plus durables de cette crise afin de réorienter davantage nos priorités. Ce qui hier était considéré comme de l’idéalisme en matière de RSE est depuis lors devenu du réalisme. Avec les outils déjà en place et la volonté démontrée de ses collaborateurs et dirigeants, je suis amenée à croire que POST Luxembourg l’a bien compris.

CRÉER DE LA VALEUR DURABLE ET PARTAGÉE

L'engagement RSE de POST s'inscrit dans une démarche d'amélioration continue¹, adaptée aux nouveaux défis de la société et aux attentes des parties prenantes de l'entreprise. Plusieurs réalisations concernant le pilotage de la RSE sont à relever pour 2020.



¹ Les étapes de notre engagement RSE depuis 2009 (annexes p. 116)
² RESPECT pour Rentabilité – Employabilité – Sécurité – Produits (sûrs, utiles, accessibles et éco-responsables) – Éthique – Connaissances (partagées) – Terre
³ Notre reporting financier et extra-financier (annexes p. 121)

⁴ Europe 2030: a shared ambition for digital leadership (ETNO White paper), Vers un service postal européen durable, 2019-2024 (PostEurop White paper), GRI / SASB standards
⁵ Le pilotage de la RSE (annexes p. 117)
⁶ La cartographie de nos parties prenantes (annexes p. 120)

STORY : RSE

100 % DE REVALORISATION DE NOS ANCIENS VÊTEMENTS DE TRAVAIL

« Je suis fier d’avoir contribué à trouver une solution qui ne coûte pas plus cher à l’entreprise mais qui est autrement plus soutenable », Italo Garofoli, chef de service Réseau de vente, POST Courier.



RÉDUIRE NOS DÉCHETS ET PROMOUVOIR LA CIRCULARITÉ

Les changements climatiques et la raréfaction des ressources sont devenus des enjeux qui nous concernent tous. La réduction de l’impact écologique de nos activités nous importe, que ce soit au niveau de la décarbonisation de nos transports comme de la réduction des consommations d’énergie de nos bâtiments. Pour assurer cette transition écologique, nous travaillons aussi sur la gestion des déchets et leur revalorisation.

Les enjeux :

Les déchets produits par POST s’élèvent à 2 150 tonnes en 2020. Jusqu’à 44 types de déchets différents sont gérés sur les principaux sites de l’entreprise. La plupart des sites sont labellisés SuperDrecksKëscht qui promeut une gestion des déchets conforme à la norme ISO 14024 (gestion de l’environnement). L’engagement de POST sur le long terme est, d’une part, de veiller à réduire ses déchets et à les revaloriser au mieux et, d’autre part, d’accroître la longévité des matériaux utilisés et des produits vendus.

Les réalisations :

- récupération des décodeurs PostTV chez les clients, remis à neuf et réinstallés ;
- récupération des anciens équipements télécoms des clients dans les shops ;
- revalorisation de 100 % des uniformes usagés ;
- réparation des palettes au niveau de la logistique colis et réutilisation.

Les objectifs :

- proposer aux clients des réparations d’appareils/équipements ;
- systématiser la reprise d’anciens équipements télécoms et leur revalorisation ;
- intégrer l’efficacité énergétique et l’éco-conception des équipements comme critères de choix d’achats durables dans le domaine ICT ;
- sensibiliser les clients à un usage responsable afin de limiter leur propre empreinte carbone ;
- poursuivre la lutte contre le gaspillage alimentaire aux cantines.

CERTIFIÉE DEPUIS 26 ANS

La première certification *SuperDrecksKëscht fir Betriber* pour le site du garage de la Cloche d’Or remonte à 26 ans. Depuis, le tri sélectif a été mis en place sur tous les sites de l’entreprise. Plus de 60 sites sont labellisés à ce jour.

« Nous sommes en contact avec POST depuis 1994 et nous pouvons confirmer que la manière dont le tri est opéré chez POST est d’une très haute qualité. » Carlo Guetti, conseiller – responsable SuperDrecksKëscht Berodung.



SABINE DI MAIO-KRUK (SMK), responsable Déchets au sein du département Bâtiments et Facility Management

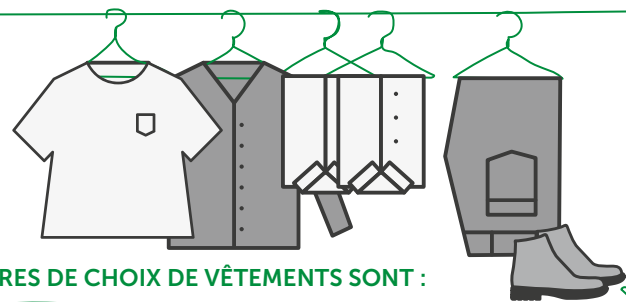
AVEZ-VOUS VU UNE ÉVOLUTION DES COMPORTEMENTS ?

SMK : Au vu des contrôles réalisés sur nos sites tous les ans par la SuperDrecksKëscht, nous pouvons dire que nos collaborateurs se sentent concernés par le tri des déchets. Là où les comportements peuvent encore évoluer, c’est en travaillant en amont avec nos fournisseurs et avec nos sous-traitants. Le prix ne peut plus être le seul critère déterminant. Pour éviter des déchets, il faut repenser nos habitudes dès l’achat.

COMMENT ENCOURAGEZ-VOUS LES COLLABORATEURS À RÉDUIRE LES DÉCHETS ?

SMK : En étant présents sur les sites. Il faut entendre les besoins et trouver une utilité aux déchets qui sont générés par nos activités. Il y a une vague d’innovations dans le réemploi, à nous de développer des contacts, notamment avec les acteurs de l’économie sociale et solidaire, et de saisir ces opportunités pour donner une seconde vie aux déchets. La volonté de POST de contribuer à l’économie circulaire est bien réelle.

6 000 VÊTEMENTS DE TRAVAIL COMMANDÉS ANNUELLEMENT ET REVALORISÉS



Ces vêtements sont portés par nos facteurs, nos guichetiers, nos installateurs et dépanneurs, bref tous ceux qui sont en contact avec la clientèle. S'y ajoutent des vêtements et chaussures de sécurité pour les techniciens.

NOS CRITÈRES DE CHOIX DE VÊTEMENTS SONT :



LE CONFORT



LA QUALITÉ
du matériel



LE DESIGN
qui doit refléter notre
image de marque



2020

PRODUCTION RESPONSABLE

INTÉGRATION D'UN NOUVEAU CRITÈRE
DANS LE CHOIX DES VÊTEMENTS



2019 : rencontre avec
Fairtrade Letzebuerg
et prise de conscience

**RETHINK
YOUR
CLOTHES**

AKABO
(LUXEMBOURG)

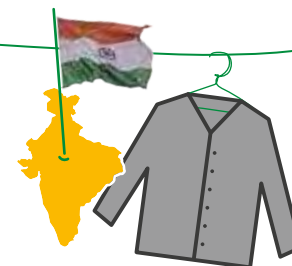


Essais de plusieurs pièces & sondage interne

« Nous voulons maintenir un niveau de confort maximal pour nos collègues qui les portent chaque jour. Les associer et les faire tester ces vêtements avant de faire notre sélection finale relève aussi de notre responsabilité sociale. » Italo Garofoli, POST Courier

Recherche d'un partenaire
lors de la campagne
« Rethink your clothes » soutenue
par le ministère des Affaires
étrangères et européennes.

Les gilets
sont fabriqués
au cœur de l'Inde,
au sein d'une
coopérative.



Certifiées
FAIRTRADE



Respect de
L'ENVIRONNEMENT



Conditions de travail
ÉTHIQUES



NOV. 2020

« Les nouveaux gilets sont issus du commerce équitable et produits à base de coton bio. Le label Fairtrade garantit un produit conçu à partir de coton éthique et responsable depuis l'origine des matières premières utilisées jusqu'à sa confection. »
Geneviève Kroll, Fairtrade Letzebuerg



DÉC. 2020

2020

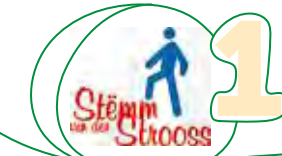
REVALORISATION DES ANCIENS VÊTEMENTS

1 600 PIÈCES – SOIT ENTRE 700 KG ET UNE TONNE
DE VÊTEMENTS USÉS – SONT RÉCUPÉRÉES CHAQUE ANNÉE.

EN 2020 :
AUCUN VÊTEMENT
N'A ÉTÉ INCINÉRÉ.



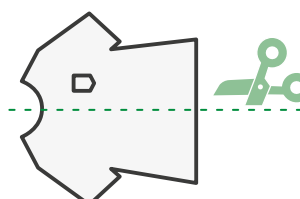
Les vêtements sans logo POST –
principalement les pantalons –
sont offerts à des associations.



Les polos des facteurs
sont retravaillés dans les ateliers
de la **Fondation Autisme Luxembourg**
pour devenir des emballages
protégeant nos pots de miel.



Les tee-shirts sont
découpés et utilisés
par l'équipe de notre
garage comme chiffons.



Les vêtements restants
sont transférés en **Allemagne**
pour être transformés en
matériaux d'isolation.

POST S'ENGAGE DANS LA PROTECTION DU PATRIMOINE ARCHITECTURAL

Les enjeux de la stratégie immobilière

- Valoriser le patrimoine immobilier du Groupe comptant plusieurs centaines de bâtiments et sites.
- Répondre aux besoins de nos métiers qui utilisent ces infrastructures au quotidien, avec comme résultat final un gain en confort et en bien-être pour nos collaborateurs et nos clients.
- Privilégier une construction durable pour nos nouveaux bâtiments. L'accent est mis sur les qualités écologiques, économiques, techniques, fonctionnelles et sur le processus de construction.

Après s'être concentrée depuis 2013 sur le rassemblement progressif de la plupart des collaborateurs sur trois sites (Luxembourg-Gare, Cloche d'Or et Roost), la prochaine étape de la stratégie immobilière est la construction du nouveau siège social attendue pour 2022 ainsi que la transformation de l'Hôtel des Postes qui devrait être finalisée d'ici fin 2023.

À moyen et long terme, la valorisation du site de la Cloche d'Or (huit hectares) interviendra dans le cadre du développement du Ban de Gasperich.



Le bâtiment Weierbaach à la Cloche d'Or est le 1^{er} du Groupe sans émissions carbone directes.

Le futur siège de POST Luxembourg

Entre tradition et innovation, le futur siège de POST Luxembourg est pensé comme un trait d'union entre une construction traditionnelle et une approche moderne de l'architecture. La façade « Accinauto » classée des années 1950 sera conservée et sera voisine d'une façade contemporaine en lamelles dessinée par le cabinet d'architecture Metaform, qui signe la conception de ce nouveau bâtiment.



Répondant aux exigences les plus élevées au niveau développement durable, le nouveau siège de POST s'inscrit parfaitement dans la stratégie RSE du Groupe. 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 de POST voisin, le site sera, avec le bâtiment Weierbaach à la Cloche d'Or, le deuxième immeuble du Groupe sans émissions carbone directes et le troisième à recevoir une certification de la DGNB (« Deutsche Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen », organisation allemande pour la construction durable).

D'ici 2022, près de 1 000 collaborateurs intégreront ce bâtiment dont la première pierre a été posée en 2019.



Futur siège de POST Luxembourg.

Hôtel des Postes

Consciente de sa valeur historique et urbanistique, POST a travaillé à l'élaboration d'un projet ambitieux pour l'Hôtel des Postes qui restera la propriété du Groupe. L'immeuble situé rue Aldringen et qui était jusqu'en 2017 le siège social du Groupe est classé monument national. Le projet de rénovation vise à restituer son lustre originel, supprimant notamment les structures métalliques qui ferment la cour intérieure ainsi que l'aile centrale qui la sépare.

« Notre ambition principale est de veiller à ce que ce bâtiment emblématique soit revalorisé et qu'il retrouve sa superbe d'autant telle qu'imaginée par son créateur, l'architecte Sosthène Weis en 1905. Je tiens à ce que l'Hôtel des Postes fasse partie intégrante de l'espace public de la capitale et que le plus grand nombre de résidents et de visiteurs étrangers puissent profiter de ce bijou architectural du Luxembourg », Claude Strasser, directeur général.

La future affectation de l'immeuble de 8 600 mètres carrés sera orientée vers l'Horeca, le commerce, le bien-être et le coworking. Ce chantier représente un investissement de 50 millions d'euros coinvestis avec le Groupe français Artea qui assurera l'exploitation des lieux.

Propriétaire :
POST via les sociétés « HDP Luxembourg Société » et « HDP Luxembourg GP Sàrl ».
Exploitation :
Artea (Groupe immobilier français)
Architectes :
Le cabinet luxembourgeois Romain Schmiz , déjà en charge de la réalisation du bâtiment Mercier. L'architecte d'intérieur Géraldine Dohogne , responsable de la conception des lieux en collaboration avec le cabinet Beyond Design .

Mercier

Le bâtiment Mercier, du nom des anciennes caves de champagne qui occupaient en partie ses sous-sols il y a plus de 100 ans, accueille depuis 2017 les quelque 700 collaborateurs du centre postal de la Gare (chantier du nouveau siège) et de l'Hôtel des Postes.

Ce bâtiment, certifié DGNB Platinum, vit ses dernières années d'occupation par les collaborateurs de POST qui en restera propriétaire. L'Office des publications de l'Union européenne prendra le relais en tant que locataire d'ici 2 ans, consécutivement au déménagement des collaborateurs de POST dans le nouveau siège.



L'Hôtel des Postes, ancien siège du Groupe POST.



La future affectation de l'Hôtel des Postes sera orientée vers l'Horeca.



Le bâtiment Mercier regroupe quelque 700 collaborateurs.



ENTRETIEN AVEC LUC WELTER

« INTERAGIR AVEC NOS CLIENTS COMME ON AIMERAIT QUE L'ON INTERAGISSE AVEC NOUS »



En créant une direction propre à l'expérience client, POST confirme sa volonté de maintenir sa proximité avec ses clients et d'augmenter leur niveau de satisfaction vis-à-vis de l'entreprise. Une expérience décisive pour capter une nouvelle clientèle en misant sur l'effet de recommandations de la part des clients existants. Explications avec Luc Welter, directeur Expérience client.

« LES COMMENTAIRES DE NOS CLIENTS SONT DES INFORMATIONS TRÈS PRÉCIEUSES »

LUC WELTER, directeur Expérience client

DIRECTEUR EXPÉRIENCE CLIENT EST UN TITRE PLUTÔT RARE EN ENTREPRISE. QU'A VOULU DÉMONTRER LE CONSEIL D'ADMINISTRATION (CA) EN CONSTITUANT CETTE DIRECTION ?

Luc Welter (LW) : La stratégie d'entreprise « Mir sinn d'POST » comprend trois piliers : l'expérience client, l'engagement de tous les collaborateurs et la rentabilité. En créant la direction Expérience client, le Comité exécutif et le Conseil d'administration ont voulu mettre la voix du client au niveau d'une direction, avec le même niveau d'attention que pour les autres directions transversales.

Le focus client est toujours un win-win car une bonne expérience client a en général pour effet une plus grande fidélité des clients et un bouche-à-oreille positif qui va amener de nouveaux clients. C'est un vrai différenciateur par rapport à ses concurrents.

COMMENT DÉFINIR L'EXPÉRIENCE CLIENT ?

LW : Nous avons repris la définition de l'expérience client de l'Agence française de la relation client : « L'expérience client est la somme des émotions ressenties par le consommateur à la suite de toutes ses interactions avant, pendant et après l'achat avec une entreprise. » C'est donc, entre autres, au travers de l'utilisation des produits, du site web, des campagnes marketing, des applications, dans une conversation avec le contact center ou dans un point de vente que tout va se jouer.

QUELS SONT LES GRANDS AXES DE LA RÉCENTE STRATÉGIE EXPÉRIENCE CLIENT ?

LW : La stratégie « Expérience client » a été définie selon quatre axes. Le premier consiste à améliorer de façon ciblée des parcours qui sont importants pour le client. Le deuxième consiste à multiplier le nombre de points de mesure de l'expérience client. Puis, le troisième consiste à mettre en place un processus de développement de produits ou services qui intègre l'expérience client depuis la phase de conception jusqu'à la mise en service. Et, enfin, le quatrième axe vise à renforcer la culture client parmi les collaborateurs de POST.

COMMENT LES CLIENTS PEUVENT-ILS PARTICIPER AU DÉVELOPPEMENT DE L'INNOVATION OU DE LA RSE CHEZ POST ?

LW : Les commentaires que nous font nos clients sont une mine d'informations précieuses, ils nourrissent nos réflexions. Quand le client nous fait part de sa perception, il nous renseigne également sur certains points d'amélioration qui peuvent alimenter nos équipes, que ce soit au niveau RSE – avec, par exemple, le recyclage des téléphones ou le développement de la facture unique – ou au niveau du développement des produits et services.

UNE SATISFACTION SOUS FORME DE RECONNAISSANCE

Afin de mesurer l'évolution de l'expérience et de la satisfaction de ses clients particuliers, POST a décidé d'utiliser un indicateur : le « Net Promoter Score » (NPS) qui se base sur une question : « Quelle est la probabilité que vous recommandiez POST ou tel produit à un ami ou à un collègue ? ».

Pour la troisième année consécutive, POST a réalisé cette enquête sur les trois métiers de l'entreprise. Mesurés en janvier 2021, les scores NPS progressent tous de manière très significative. « Les résultats de nos trois métiers et de POST Luxembourg sont en hausse significative, souligne Luc Welter, directeur Expérience client de POST. Les gens se sont rendu compte durant la crise de la COVID de l'importance que POST joue au niveau national mais également au niveau individuel. Le fait que tous les services de POST aient continué à fonctionner normalement a été très apprécié par nos clients et la population en général. »

In fine, les résultats prouvent que les clients recommanderaient POST à leurs amis ou collègues.

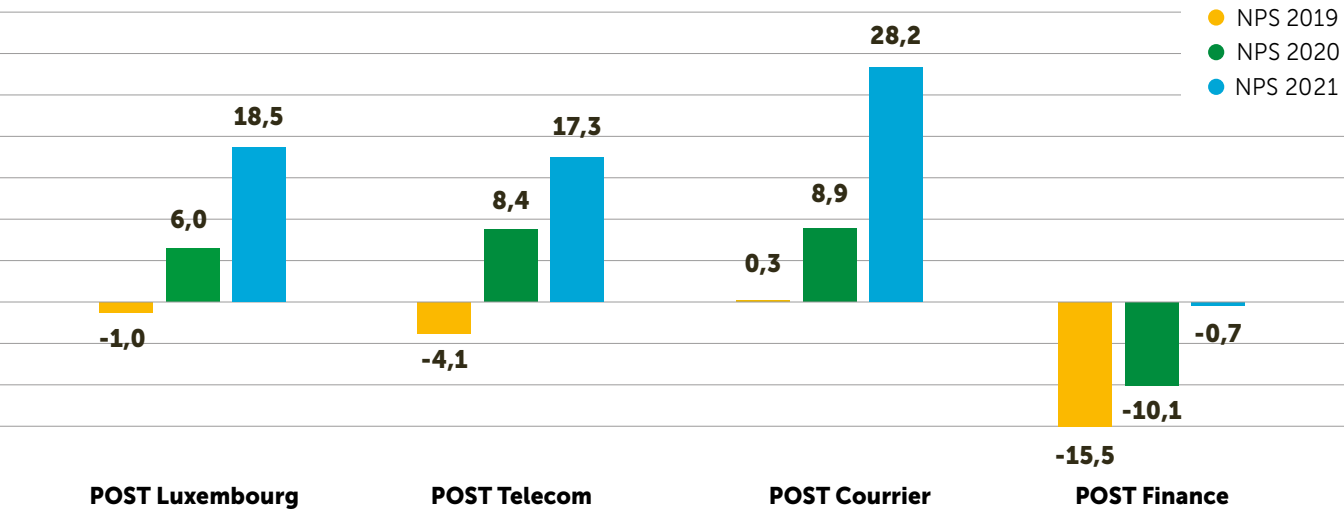
Détracteurs en baisse, promoteurs en hausse

Les écarts entre les trois métiers ne sont pas aussi importants à analyser que l'évolution des scores de chaque métier respectif. En effet, au niveau international comme au Luxembourg, on constate des disparités entre les notes NPS de différents métiers en raison de nombreux facteurs comme le niveau d'exigence, l'impact qu'un événement négatif peut avoir sur l'expérience globale, l'étendue du catalogue des produits proposés qui n'encouragent peut-être pas à faire une recommandation à son entourage, etc.

Le bilan de 2020 indique que pour POST Luxembourg et chacun de ses trois métiers, le nombre de « Détracteurs » (note de 0 à 6) a diminué et le nombre de « Promoteurs » (note de 9 ou 10 sur 10) a augmenté.

Luc Welter précise : « Cette année encore, les personnes qui sont critiques avec un de nos trois métiers donnent également une moins bonne note à POST Luxembourg en général. L'image globale de POST dépend donc de l'expérience que nos clients ont avec chacun de nos trois métiers. Cela démontre que l'expérience client est l'affaire de tous, à tous les niveaux de l'entreprise. Chaque détail compte tous les jours. Une bonne ou une mauvaise expérience avec un service ou produit peut influencer le ressenti global par rapport à POST. C'est pourquoi tous les collaborateurs de l'entreprise ont un rôle à jouer pour améliorer l'expérience client, qu'ils soient en relation directe ou qu'ils effectuent un travail qui aura un impact indirect sur le client. Le seul conseil que j'ai à donner à nos collaborateurs, c'est d'interagir avec nos clients comme ils souhaiteraient qu'on interagisse avec eux. »

Évolution du « Net Promoter Score » (NPS) de POST et ses 3 entités



Les mesures du NPS effectuées en janvier 2019, 2020 et 2021 portent sur les actions et le ressenti de l'année précédente.

RESSOURCES HUMAINES



ENTRETIEN AVEC
CLAUDE OLINGER

« NOS COLLABORATEURS SONT NOS MEILLEURS AMBASSADEURS »

En tant que premier employeur du pays, POST doit travailler son image en permanence auprès de ses collaborateurs et de ses futures recrues. Un statut particulier qui accentue la responsabilité du département Ressources humaines lors des périodes de crise. Explications avec Claude Olinger, directeur Ressources humaines.



QUELS ONT ÉTÉ LES PRINCIPAUX CHALLENGES POUR LES ÉQUIPES DES RESSOURCES HUMAINES EN 2020 ?

Claude Olinger (CO) : Comme tout le monde, nous n'étions pas préparés à devoir gérer les nombreuses contraintes administratives ainsi que les questions formulées par nos collaborateurs lorsque la crise s'est déclenchée. Nous avons tout de suite remarqué que la prise en charge des différents certificats pour les frontaliers, la présence en télétravail etc. nécessitaient de nouveaux outils, de nouveaux processus. En nous adaptant rapidement et en faisant preuve d'agilité, nous avons réussi à surmonter les problèmes.

PEUT-ON CITER UN EXEMPLE D'ADAPTATION AGILE ?

CO : Nous avons mis en place un point de contact unique pour tous les collaborateurs : RH Pandémie. La disponibilité permanente proposée par notre service a permis de rassurer nos collaborateurs sur notre volonté d'être présents à leurs côtés. La publication d'informations et la diffusion de matériels de sensibilisation a aussi contribué à la sérénité du climat de travail.

COMMENT LE PASSAGE IMPORTANT AU TÉLÉTRAVAIL DU JOUR AU LENDEMAIN A-T-IL ÉTÉ VÉCU ?

CO : Cette expérience nous a montré que le télétravail à grande échelle est possible, sachant que seuls 40 % de nos collaborateurs occupent des fonctions qui le permettent.

« NOUS SOMMES À LA RECHERCHE QUASI PERMANENTE DE COLLABORATEURS POUR NOS ACTIVITÉS DE DISTRIBUTION DE COURRIER, DE JOURNAUX ET, DE PLUS EN PLUS, DE COLIS »

CLAUDE OLINGER,
directeur Ressources humaines

Néanmoins, je ne crois pas que le télétravail à 100 % soit optimal car il enlève le contact humain et direct avec l'entreprise qui reste essentiel. La pratique du télétravail pose aussi des questions en termes d'accompagnement car certains collaborateurs se sentent encore plus engagés en travaillant à distance, tandis que d'autres ont besoin d'encadrement au bureau. D'où l'importance de mettre en place un accompagnement et une procédure spécifiques au télétravail.

QUELLES TRACES LAISSERA LA CRISE SUR LE RAPPORT AU TRAVAIL ET LA VIE EN ENTREPRISE ?

CO : Elle laissera certainement des marques auxquelles nous devons apporter des réponses lors de la sortie de crise : la vie en entreprise sera à réinventer sur le plan social, ne fut-ce

qu'en introduisant à nouveau des événements ou la possibilité de rencontres informelles entre collaborateurs qui n'ont pas eu lieu ou alors juste de façon virtuelle.

LA DIGITALISATION EST L'UN DES MOTS-CLÉS DE CETTE CRISE. QU'EST-CE QUE CELA VEUT DIRE DANS LE QUOTIDIEN DES RH CHEZ POST ?

CO : La digitalisation doit être vécue au quotidien et s'appliquer de façon pragmatique à chaque métier. Dans notre cas, cela veut dire être plus accessibles pour nos collaborateurs en dématérialisant des procédures, en mettant à disposition en ligne des documents utiles ou en proposant de nouveaux points de contact, du recrutement au suivi quotidien du collaborateur.

Par ailleurs, grâce à HR4U, notre outil pour la gestion de l'expérience collaborative, nos collaborateurs peuvent accéder et changer des données personnelles en ligne.

ON PARLE DE SATISFACTION DU CLIENT, COMMENT ESTIMER LA SATISFACTION DES COLLABORATEURS ?

CO : Nous ne voyons qu'un seul moyen objectif et fiable : interroger nos collaborateurs via des enquêtes de satisfaction comme nous le faisons pour nos clients externes. Nous allons prochainement mesurer l'engagement de nos collaborateurs via une nouvelle forme d'enquête interne.

QUE SIGNIFIAIT ÊTRE LE PREMIER EMPLOYEUR DU PAYS EN 2020 ?

CO : Cette position implique d'être confronté à une certaine pression, étant donné l'importance de l'image de marque véhiculée par POST.

Nous devons donc être attentifs au bien-être de nos collaborateurs, à leur employabilité et veiller à leur offrir des perspectives de carrières évolutives au sein d'un groupe tel que le nôtre. Nos collaborateurs sont nos meilleurs ambassadeurs, nous devons en prendre soin. L'ouverture du programme de mobilité interne et de formation continue POSTalents (voir page 72) est l'illustration même de cette volonté.

LA DIVERSITÉ REPRÉSENTE UNE FORCE POUR LES ENTREPRISES QUI LA CULTIVENT ET QUI AGISSENT CONCRÈTEMENT EN SA FAVEUR. QUELS EN SONT LES ENJEUX POUR POST LUXEMBOURG ?

CO : Nous voulons durablement faire de la diversité un atout pour notre entreprise. POST a d'ailleurs fait partie des premiers signataires de la Charte de la Diversité en rejoignant en 2012 cette initiative créée par l'IMS. L'enquête interne portant sur la diversité menée en 2020 a montré qu'au regard du pluralisme des origines des collaborateurs, les différentes langues parlées et écrites restent un défi à surmonter. Au niveau de la diversité des genres, il subsiste certains secteurs dans lesquels peu de femmes sont représentées. Cette disparité se retrouve notamment chez les factrices et facteurs, les techniciennes et techniciens télécoms ou dans les fonctions en lien avec le domaine « digital ». La diversité générationnelle n'est toutefois pas à négliger pour s'assurer que les différentes tranches d'âges cohabitent de façon harmonieuse pour assurer un partage et un transfert de compétences dans les deux sens.

LA SIGNATURE DE LA NOUVELLE CONVENTION COLLECTIVE DE TRAVAIL (CCT) ÉTAIT UN AUTRE MOMENT IMPORTANT DE 2020 POUR LES RESSOURCES HUMAINES. COMMENT EXPLIQUER LA PHILOSOPHIE GÉNÉRALE DE LA CCT ?

CO : Nous recherchions deux buts : premièrement, simplifier et moderniser nos grilles salariales et les rendre plus lisibles, et deuxièmement introduire la notion de performance pour les carrières inférieures. Nous avons pour ce faire mis en place un système reposant sur deux piliers : une augmentation automatique par biennales et des augmentations complémentaires selon la performance. Nous avons procédé à une revalorisation des carrières inférieures avec des salaires plus élevés que le salaire social minimum. J'ajoute que cette grille de salaires constitue un atout pour notre compétitivité sur le marché du travail, afin d'attirer les talents de demain.

LE SUJET DU TÉLÉTRAVAIL EST-IL REPRIS DANS CETTE NOUVELLE CCT ?

CO : Nous travaillons à l'élaboration d'un cadre pour régler cette question en pratique, en complément de la CCT. Mais le principe du recours au télétravail est déjà inscrit dans la nouvelle CCT. La flexibilisation du temps de travail en fait également partie avec l'abolition des plages fixes de présence au bureau.

COMMENT CONSTRUIRE ET ENTRETENIR UN DIALOGUE SOCIAL AU SEIN D'UNE ENTREPRISE TELLE QUE POST ?

CO : POST est une entreprise au sein de laquelle le dialogue social est complexe en raison de ses deux statuts, public et privé. Une charte de dialogue social discutée avec les représentations du personnel permet de concrétiser, de documenter les entrevues et d'en assurer le suivi. Outre les 43 réunions bipartites – POST et POST Telecom – incluant les consultations, y compris 11 réunions ou informations bilatérales, pas moins de 30 réunions plénières ont été organisés pour aboutir à la signature de la CCT le 14 décembre 2020. Ces chiffres illustrent la place que prend le dialogue social au sein de notre entreprise.

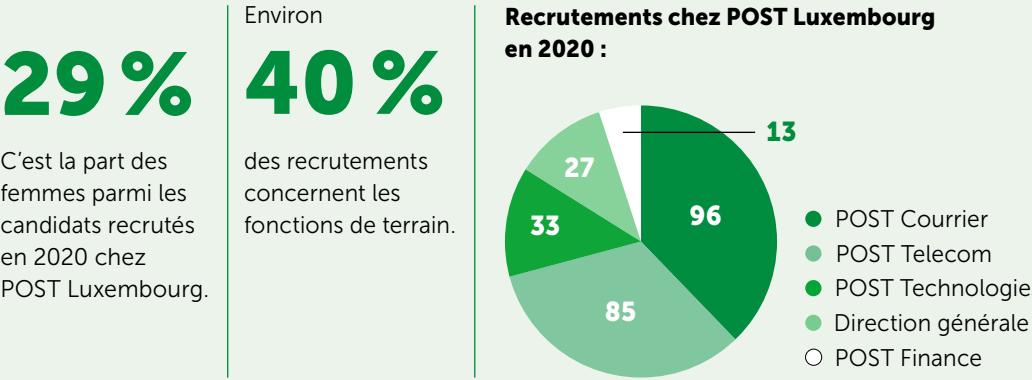


RECHERCHE : PROFILS VARIÉS

La particularité de POST est de proposer une grande diversité de fonctions, avec ou sans qualifications. L'entreprise est très régulièrement à la recherche de profils variés tels que :

- des métiers de la distribution : agents de tri, facteurs, porteurs de journaux ;
- des agents de guichets ;
- des experts en (cyber)sécurité des systèmes/réseaux ;
- des ingénieurs Cloud ;
- des ingénieurs développeurs ;
- des experts en supports applicatifs ;
- des business analysts ;
- des data scientists et engineers pour travailler sur le big data.

Les métiers POST Telecom et POST Technologies restent également à la recherche de profils du type installateurs et surveillants de chantier disposant de compétences techniques, linguistiques et surtout comportementales pour gérer la relation avec notre clientèle.



Bon à savoir

POST soutient la démarche proactive de recherche de candidats en lien avec l'ADEM ainsi que le maintien des personnes en situation de handicap.

ÊTRE UN EMPLOYEUR DE CHOIX POUR ATTIRER ET RETENIR LES TALENTS

Pour rester compétitive et disposer des compétences nécessaires à l'évolution de ses trois métiers, POST doit maintenir l'employabilité de ses collaborateurs. Un enjeu qui passe par un investissement dans la formation continue et par un plan de développement personnel. Illustration avec « POSTalents ».



Si certains domaines d'activités connaissent une pénurie de compétences, d'autres sont, quant à eux, saturés et n'offrent pas de débouchés. Alors que les talents doivent développer leurs compétences dans la durée, les entreprises s'adaptent en capitalisant sur leurs collaborateurs. L'employabilité reste donc un défi partagé par les employeurs et les employés.

POSTalents : un programme « à la carte »

Le constat se vérifie au sein de POST Luxembourg qui, en tant que premier employeur du pays, veille à maintenir l'employabilité de ses collaborateurs pour s'assurer que leurs compétences concordent avec ses objectifs stratégiques. Pour le collaborateur, cette démarche est un gage de confiance de la part de l'employeur qui investit durablement dans son parcours professionnel.

Dans ce contexte, POST a lancé en 2020 le programme POSTalents qui s'adresse à celles et ceux qui, sur base volontaire, souhaitent élargir leur horizon au sein du Groupe. Ce programme permet aussi d'identifier et de soutenir leurs souhaits d'évolution tout en favorisant la mobilité interne. « Pour les quelque 250 collaborateurs qui participent à la première vague du programme, le parcours de formation est en adéquation avec les comportements et compétences qu'il faudra maîtriser dans les années à venir pour soutenir notre stratégie. Proposer cet accompagnement personnalisé permet de guider les collaborateurs dans l'identification de leurs axes de développement et leur offre des ressources adaptées pour y travailler », précise Carole Lauff, chef de service du Talent Management au sein des Ressources humaines de POST Luxembourg.

Comment attirer de nouveaux talents en 2021 ?

Le Groupe POST Luxembourg est constamment à la recherche de nouveaux profils, certains formés dans des domaines très pointus, d'autres moins spécifiques. Si POST veut parvenir à les attirer, l'entreprise doit travailler sa stratégie d'« employer branding » dont l'objectif est de rendre la marque POST séduisante en tant qu'employeur potentiel mais aussi de défendre l'image de ses métiers souvent mal ou peu connus.

C'est au travers d'une campagne de communication, axée autour de cinq vidéos, que POST a fait évoluer sa marque employeur durant l'année 2020. Pensée autour du slogan « Mir sinn d'POST » renvoyant à l'intitulé de la stratégie d'entreprise, cette campagne d'ampleur a été déclinée en télévision ainsi que sur les canaux digitaux.

Virginie Guyot, pilote de chasse et première femme à avoir assuré la direction de la Patrouille de France, est intervenue sur la notion de leadership lors du lancement du programme POSTalents le 9 octobre 2020.



LES CHIFFRES-CLÉS

2016

4 289 collaborateurs

2017

4 371 collaborateurs

2018

4 596 collaborateurs

2019

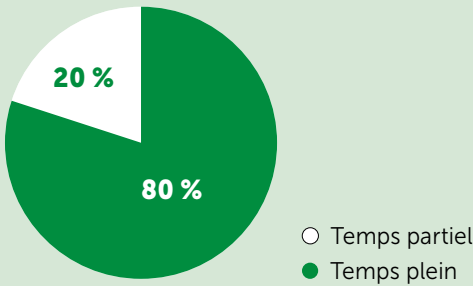
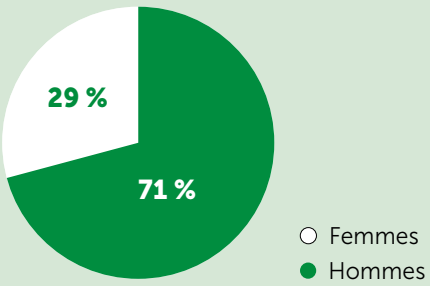
4 652 collaborateurs

2020

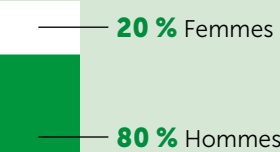
4 697 collaborateurs

4 697¹

NOMBRE MOYEN DE COLLABORATEURS



Répartition au sein des cadres



En 2020, chez POST Luxembourg et POST Telecom :

ÂGE MOYEN des collaborateurs

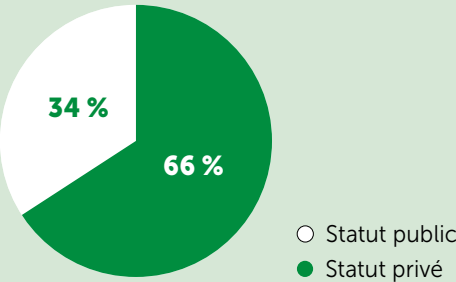
43 ANS

254 RECRUTEMENTS dont 148 ont moins de 30 ANS

50 NATIONALITÉS représentées

98 %

de collaborateurs salariés sont **COUVERTS PAR UNE CONVENTION COLLECTIVE DE TRAVAIL.**



119 collaborateurs ont profité **D'UN POSTE VACANT VIA LA MOBILITÉ INTERNE.**

¹ 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, Ainos, EBRC, Editus, Elgon, i-Hub, InTech, Michel Greco S.A. et Victor Buck Services.

« NOUS DEVONS TOUJOURS
AGIR AVEC INTÉGRITÉ ET
PORTER LA PLUS GRANDE
ATTENTION À L'IMPACT QUE
NOS ACTIVITÉS ET DÉCISIONS
VONT AVOIR AUJOURD'HUI
ET À L'AVENIR »

CLAUDE STRASSER,
directeur général



ROBUSTE ET AGILE

Fixée par la loi, la gouvernance de POST a épousé son évolution pour mieux accompagner son développement. Conseil d'administration, Directeur général, Comité exécutif, comités dédiés...

l'architecture des rôles et responsabilités permet à l'entreprise de mener sa stratégie avec une vue à long terme tout en s'adaptant rapidement aux aspects conjoncturels. Une gouvernance robuste maniée avec agilité qui fut l'une des clés des réalisations de POST en 2020.

« JE CONSIDÈRE POST COMME UN PARTENAIRE STRATÉGIQUE DU GOUVERNEMENT »

Lorsque Franz Fayot a rejoint le gouvernement le 4 février 2020, il a également endossé le rôle de ministre de tutelle de POST Luxembourg. Entretien avec le ministre de l'Économie sur sa vision de l'entreprise et du rôle qu'elle doit tenir pour le développement de l'économie du pays.

COMMENT LE MINISTRE ET LE GOUVERNEMENT INTER- VIENNENT-ILS DANS LA GOUVERNANCE DE POST ?

POST Luxembourg est une entreprise indépendante de droit public gouvernée par la loi modifiée du 10 août 1992. Ce cadre légal est explicite par rapport à la répartition des tâches et aux responsabilités du ministre de tutelle, du conseil d'administration ainsi que du directeur général. Le conseil d'administration définit la stratégie de l'entreprise, sur proposition du directeur général, en ce compris la gestion de ses participations. Vu que POST effectue des activités d'intérêt général, en tant que ministre, la loi dispose que j'exerce la « haute surveillance » sur ces activités. Je dois dire que mon devoir va de pair avec un intérêt prononcé pour l'évolution des activités de POST et les différents dossiers en cours et à venir.

QUELLES SONT LES ATTENTES DE L'ÉTAT EN TANT QU'ACTIONNAIRE UNIQUE DE L'ENTREPRISE ?

En tant que ministre de l'Économie et de tutelle, je considère tout d'abord POST comme un partenaire stratégique du gouvernement. Entreprise publique, la majorité des activités de POST doivent abonder dans l'intérêt du pays. C'est un point essentiel qui différencie POST d'autres acteurs, privés notamment. L'entreprise est par ailleurs l'un des plus grands investisseurs du pays en termes d'infrastructures, avec des rendements attendus sur le long terme. Le retour sur ces investissements ne se lit d'ailleurs pas exclusivement dans les

bilans de POST, il se reflète aussi en partie dans la bonne performance économique du Luxembourg. Cependant, POST Luxembourg est aussi une entreprise qui doit se battre, depuis la libéralisation du marché des télécommunications et du courrier postal, sur un terrain extrêmement concurrentiel et mouvant, tout en gardant une offre de valeur unique basée sur les trois métiers de POST et le souci constant du service public et du service universel.

CETTE POLITIQUE D'INVESTISSEMENT DE POST AU FIL DES ANNÉES S'EST-ELLE RÉVÉLÉE JUDICIEUSE DURANT LA CRISE ?

La crise sanitaire a en effet révélé que, sur plusieurs niveaux, l'économie nationale profite indéniablement des investissements continuels réalisés par POST. Je pense par exemple aux capacités étendues des réseaux de télécommunication, indispensables pour le télétravail à l'échelle nationale. En ce sens, POST sait démontrer sa responsabilité à la fois sociale et sociétale.

QUEL REGARD JETEZ-VOUS SUR LES FILIALES DU GROUPE POST ?

Le Groupe POST poursuit une politique de prise de participation bien précise qui encourage la diversification de son offre en général tout en visant une complémentarité entre les activités des différents secteurs clés.

« Je suis très fier à la fois de l'agilité et de la résilience dont POST a fait preuve depuis le début de la pandémie de la COVID-19 », déclare Franz Fayot ministre de tutelle de POST Luxembourg.



Dans ce contexte, la filiale i-Hub est un bel exemple de la capacité d'innover en faisant jouer les synergies au sein du Groupe. En effet, la naissance de la start-up i-Hub en 2017 est le résultat d'une volonté de proposer un service de mutualisation du rôle d'acteur de confiance dans les services financiers, notamment dans le domaine « Know your customer » (KYC). La participation de POST dans i-Hub, comme celle dans l'actionnariat de LuxTrust, est parfaitement complémentaire à cette initiative.

QUEL RÔLE POURRA OCCUPER POST DANS L'ÉCONOMIE DU FUTUR ? COMMENT POST PEUT PARTICIPER AU DÉVELOPPEMENT DURABLE DU PAYS ?

Pour un pays comme le Luxembourg, qui connaît une forte croissance démographique, les investissements dans les infrastructures sont indispensables. En plus, en tant que ministre de l'Économie et en charge de la prospection économique, nos infrastructures nationales sont un argument de premier plan pour positionner le Grand-Duché comme un hub pour l'économie des données à l'international. Les investissements réalisés continuellement par POST sont donc prédominants à cet égard, au même titre que des expertises pointues du groupe dans des domaines clés tels que la cybersécurité et la « data intelligence. » Dans un autre domaine, la spécialisation de POST dans la logistique à valeur ajoutée est un atout pour promouvoir le pays précisément dans ce créneau à l'étranger.

EN TANT QUE MINISTRE DE TUTELLE DE POST, COMMENT AVEZ-VOUS PERÇU LE TRAVAIL DES COLLABORATEURS DE POST EN 2020, DURANT LA CRISE ?

Je suis très fier à la fois de l'agilité et de la résilience dont POST a fait preuve depuis le début de la pandémie de la Covid-19. L'excellente gestion de cette crise au sein de POST, a été rendue possible grâce aux efforts extraordinaires de l'ensemble des collaborateurs, à tous les niveaux. Les trois métiers, à savoir les services postaux et de télécommunication ainsi que les services financiers postaux, ont d'ailleurs été reconnus comme activités essentielles pour le maintien des intérêts vitaux de la population, de l'économie et du pays. Il ne faut pas non plus oublier que lors des confinements successifs, le passage du facteur est resté un moment clé voire le seul contact humain de la journée pour beaucoup de personnes vivant seuls. Je n'oublie pas non plus la mobilisation générale au sein de POST au moment de la distribution des masques... mais la liste est longue.

POST s'est avéré être l'un des piliers de la résilience de notre pays face à la pandémie. Et je suis bien conscient que derrière l'entreprise, il y a des femmes et des hommes engagés. C'est pourquoi, je tiens à remercier individuellement chaque collaborateur pour son engagement et de sa solidarité lors de cette période difficile et leur souhaite bon courage pour la suite. J'espère pouvoir venir les remercier prochainement en personne.

Le Conseil d'administration (CA) de POST Luxembourg est en première ligne pour adapter la stratégie « Mir sinn d'POST » en fonction des évolutions du marché et des besoins des clients, en particulier en temps de crise. Un rôle qui découle de la loi fixant la gouvernance de l'entreprise et du Groupe.

Pour comprendre l'architecture de la gouvernance de POST Luxembourg, il est nécessaire de saisir le caractère singulier de l'entreprise. Son statut est celui d'Établissement public à vocation commerciale et financière. L'entreprise doit également assurer des prestations de service public et de service universel, ce qui fait de POST un Établissement public unique au Luxembourg.

Née sous forme d'Administration en 1842, POST Luxembourg a vu son statut, sa gouvernance et son fonctionnement évoluer au fil du temps pour répondre aux changements de ses activités. L'entreprise est aujourd'hui régie par la loi du 10 août 1992, portant création de l'Entreprise des Postes et Télécommunications en tant qu'Établissement public.

Une gouvernance moderne
La dernière version de la loi – datant du 15 mars 2016 – poursuit la modernisation de la gouvernance du Groupe entamée depuis plusieurs années en favorisant la simplification dans la prise de décision ainsi que la réactivité et la flexibilité dans l'organisation interne. L'architecture de gouvernance favorise également la transparence dans le fonctionnement des organes de direction.

Dans un contexte concurrentiel et réglementaire complexe, la gouvernance de POST permet de s'assurer de l'alignement des lignes métiers, et de leurs objectifs opérationnels, avec les objectifs stratégiques de l'entreprise. En instaurant une excellente coordination entre les différentes entités, la gouvernance de POST protège, de cette manière, les droits et les intérêts de ses parties prenantes.

Comme l'indique la loi, « les organes de l'entreprise sont le Conseil d'administration et le directeur général. » Le texte renforce ainsi le rôle du Conseil d'administration en lui attribuant différentes missions dont celle de définir et valider la stratégie de l'entreprise sur proposition du directeur général, en ce compris la gestion de ses participations. Le Conseil d'administration, présidé par Serge Allegrezza, est composé de 16 membres nommés par le gouvernement. Huit membres représentent l'État dont trois au moins le ministère de l'Économie ; deux membres représentent la société civile et six membres représentent le personnel de POST.

Le Conseil d'administration privilégie une gestion orientée sur le long terme pour développer les activités de l'entreprise dans le souci d'en assurer la rentabilité, et ceci dans le respect des valeurs (MOSEL¹) ainsi que des grands axes de sa politique de responsabilité sociale. Cette approche sur le long terme se vérifie dans la nouvelle stratégie RSE, présentée et validée par le Conseil d'administration tenu le 9 décembre. Son ambition est de permettre à l'entreprise de réussir la transition de la RSE vers la création de valeur durable.



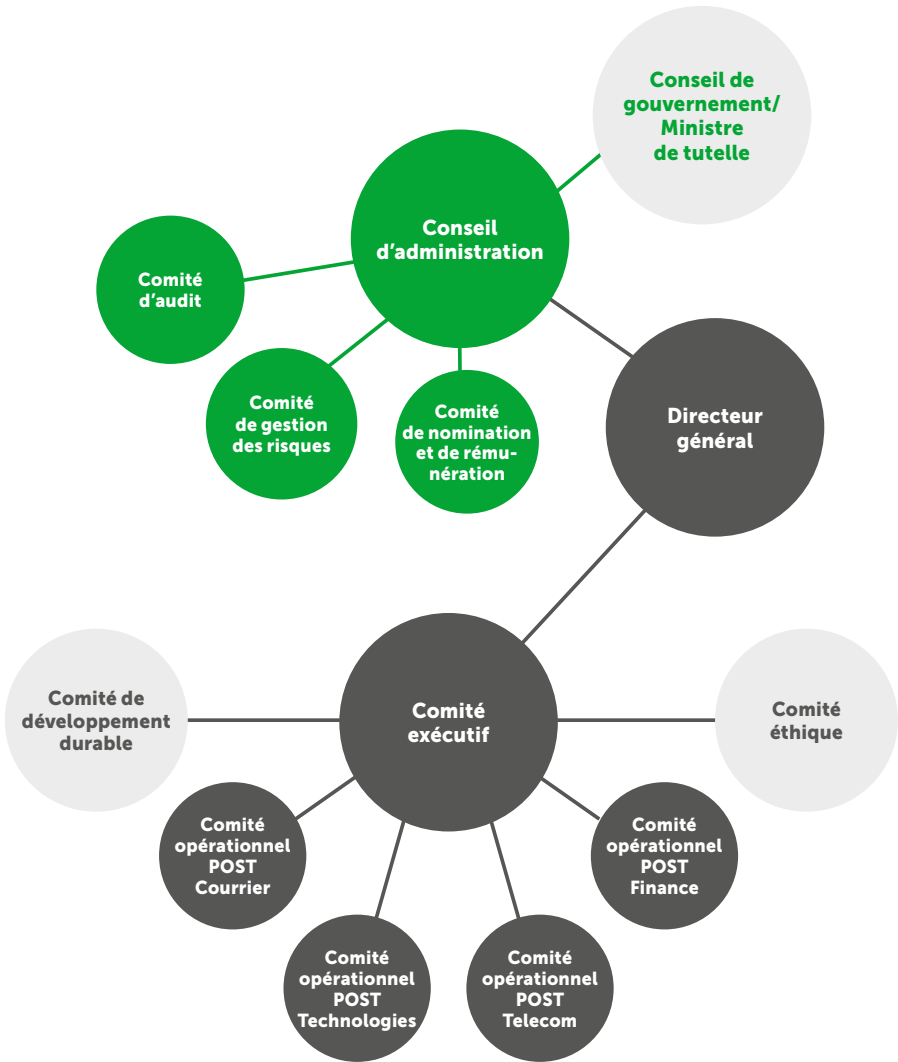
« Ce n'est pas une démarche réservée aux fonctions transversales mais c'est une démarche qui reflète la stratégie de POST dans son ensemble », déclare Claude Strasser, directeur général. POST s'engage sur la voie de la création de valeurs durables et partagées avec ses parties prenantes internes et externes à l'horizon de 2030. Une ambition qui dépend de l'implication de tous, du Conseil d'administration aux employés en passant par le Comité exécutif.

¹ Les valeurs MOSEL de l'entreprise sont: Modernité, Ouverture, Simplicité, Engagement, Luxembourg.

Le Conseil d'administration s'appuie sur **3 comités dédiés** à des sujets spécifiques.

	Audit	Gestion des risques	Nomination et rémunération
Missions	Le Comité d'audit analyse et avise les comptes annuels du Groupe POST Luxembourg et de POST Luxembourg. Il avise les budgets et fait le suivi de son exécution au niveau du Groupe.	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.	Le Comité de nomination et de rémunération valide les modifications au système de rémunération des membres du Comité exécutif. Il évalue la performance du directeur général et avise celle des autres membres du Comité exécutif.
Administrateurs	Président : Hans-Ulrich Hügli Vice-président : Serge Allegrezza Membres : Jean-Luc Kamphaus, Sandra Denis (nouveau membre), Marie-Josée Ries	Président : Hans-Ulrich Hügli Vice-président : Serge Allegrezza Membres : Jean-Marie Heyder, Jean-Luc Kamphaus, Anne-Catherine Ries, Marie-Josée Ries	Président : Serge Allegrezza Vice-président : Jean-Luc Kamphaus Membres : Ginette Jones, Sylvie Lucas, Jeff Fettes

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



UN CONSEIL D'ADMINISTRATION DIVERSIFIÉ



Serge Allegrezza
Président
Représentant de l'État



Jean-Luc Kamphaus
Vice-président
Représentant de l'État



Pierre Da Silva
Membre
Représentant du personnel



Udo Fell
Membre
Représentant du personnel



Jeff Fettes
Membre
Représentant de l'État



Gilbert Goergen
Membre
Représentant du personnel



Hans-Ulrich Hügli
Membre
Administrateur indépendant



Ginette Jones
Membre
Administratrice indépendante



Raymond Juchem
Membre
Représentant du personnel



Günter Mirkes
Membre
Représentant du personnel



Anne-Catherine Ries
Membre
Représentante de l'État



Marie-Josée Ries
Membre
Représentante de l'État

Rémunération des membres du Conseil d'administration
La structure de rémunérations des membres du Conseil d'administration pour l'exercice de leur mandat 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.



Sandra Denis
Membre
Représentante de l'État



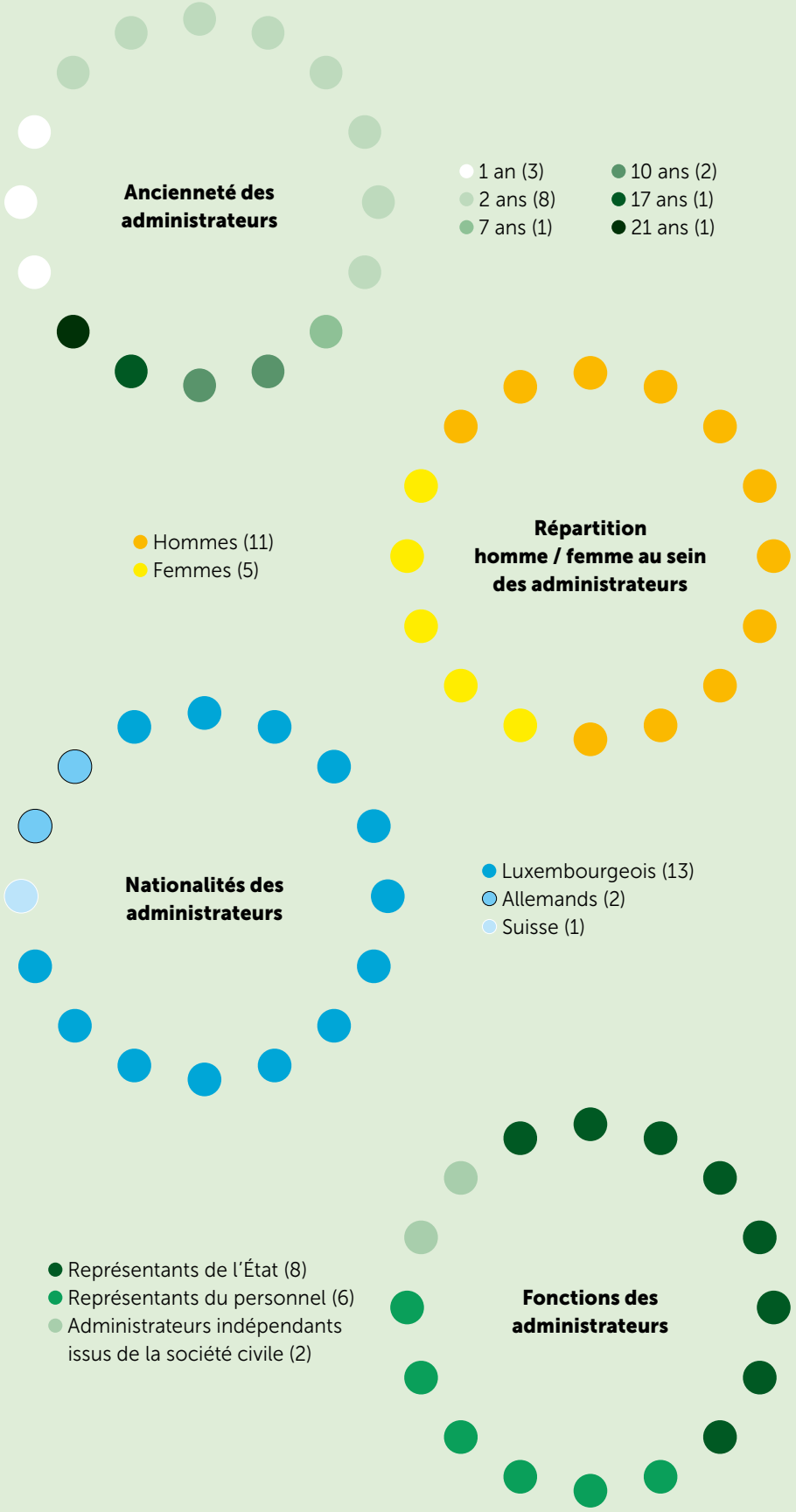
Jean-Marie Heyder
Membre
Représentant du personnel



Sylvie Lucas
Membre
Représentante de l'État



Ricky Wohl
Membre
Représentant de l'État



LES PRIORITÉS DU CONSEIL D'ADMINISTRATION EN 2020

EXPÉRIENCE CLIENT

Le CA a approuvé la stratégie Expérience client dont l'objectif est d'améliorer l'interaction entre POST et ses clients, toutes entités confondues. 2020 a été l'année de la mise en place de cette stratégie en sollicitant la participation des collaborateurs et en menant les premières actions auprès de nos clients.

5G

Le CA a suivi l'évolution et la finalisation du dossier 5G et son déploiement. Outre le suivi des travaux menés par le Métier Télécom & ICT, une conférence du professeur Guy Vandebosch de l'Université Catholique de Louvain a permis d'évoquer avec les membres du CA et du Comité exécutif de l'entreprise les problématiques de rayonnement en relation avec la 5G. Des représentants du ministère de la Santé et du ministère de l'Environnement ont également assisté à cette conférence qui a permis d'aborder la 5G sous tous ses aspects.

La vente aux enchères des fréquences 5G fut une première au Luxembourg en matière d'allocation de licence d'exploitation de fréquences radioélectriques.

L'IMPACT DE LA COVID-19 SUR POST

Dès les premières semaines de la crise sanitaire de la COVID-19, les membres du CA ont été informés quant aux impacts du virus sur POST, ses clients et sur la continuité des services ainsi que sur la trésorerie du Groupe dans le cadre d'un confinement plus ou moins long.

POINT SUR LA STRATÉGIE « MIR SINN D'POST »

Au cours de l'année 2020, le Conseil d'administration a revu le plan d'actions et de suivi de la stratégie « Mir sinn d'POST », reprenant les thèmes stratégiques et leur déploiement dans le temps jusqu'en 2022. Plus d'informations sur ce sujet en page 14.

Cette stratégie repose sur l'engagement de nos collaborateurs à faire de l'expérience client leur priorité et à agir pour garantir la rentabilité de nos activités.



INVESTISSEMENTS GROUPE

Le Conseil d'administration a approuvé les changements suivants au niveau Groupe :

- cession de la participation de 34 % dans Eltrona ;
- augmentation de la participation directe de 50 % dans la société LuxTrust S.A. ;
- lancement du projet de rénovation et de transformation de l'Hôtel des Postes en partenariat avec le Groupe français Artea ;
- augmentation à 66,16 % (contre 33,29 % précédemment) de la participation d'EBRC dans le Groupe Digora, spécialisé dans la gestion de base de données. Le siège de la maison-mère se trouve en France ;
- l'entrée de BGL BNP PARIBAS à hauteur de 20 % dans le capital d'i-Hub.

STRATÉGIE RSE

Le Conseil d'administration a approuvé la nouvelle stratégie RSE. Celle-ci vise à intégrer les enjeux du développement durable dans le quotidien de la vie des collaborateurs et des métiers du Groupe POST Luxembourg. Cette stratégie RSE qui sera désormais intégrée dans la stratégie d'entreprise prendra en compte les risques climatiques et environnementaux ainsi que les impacts et opportunités qui en découlent. Face à ces enjeux, le Conseil d'administration est confronté à des questions de plus en plus complexes et se doit d'avoir une vision claire de ses missions et responsabilités.

3 administrateurs ont suivi, en 2020, la formation ILA : 21st Century Board Leadership Model Masterclass.

NOUVELLE CONVENTION COLLECTIVE DE TRAVAIL

Le Conseil d'administration a donné son accord pour une nouvelle Convention Collective de Travail (CCT) signée le 14 décembre par la direction de l'entreprise et les syndicats (photo ci-dessous). Elle met l'accent sur la simplification de la grille salariale, une revalorisation des carrières inférieures ainsi qu'une harmonisation des modalités de travail entre les différents statuts employés chez POST Luxembourg.



Signature de la Convention Collective de Travail le 14 décembre 2020.

« NOUS DEVONS TOUS TIRER LES LEÇONS DE CETTE CRISE »

SERGE ALLEGREZZA (SA), président du Conseil d'administration de POST Luxembourg

COMMENT RÉSUMER EN QUELQUES MOTS LE CLIMAT DE TRAVAIL AU SEIN DU CONSEIL D'ADMINISTRATION EN 2020 ?

SA : Nous avons tous ressenti une forme de frustration car nous ne pouvions plus nous réunir dans une même pièce. Le virus nous a obligés à recourir à la visioconférence, dont nous connaissons l'utilité mais dont nous regrettons l'appauvrissement de la communication entre les personnes. La COVID-19 était omniprésente lors de nos réunions pour connaître la situation sanitaire propre à l'entreprise ainsi que l'impact financier potentiel sur ses activités.

QUELLES SONT LES PRIORITÉS DU CA POUR 2021 ?

SA : Nous devons tous tirer les leçons de cette crise. La pire des choses qui pourrait nous arriver serait de jeter un voile sur ce qui s'est passé depuis mars 2020 et de retourner au monde d'avant en refermant la parenthèse, voire en exagérant certains comportements pour rattraper le temps perdu. Nous devons aussi tout de suite réfléchir pour se préparer aux prochains chocs systémiques. Ce que nous faisons déjà partiellement au comité des risques du CA.

LE COMITÉ EXÉCUTIF AU SERVICE D'UNE PERFORMANCE DURABLE

Le Comité exécutif (Comex) 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 membres du Comex de g. à d. :
Gaston Bohnenberger,
Hjoerdis Stahl,
Claude Strasser,
Gabriel de La Bourdonnaye,
Pierre Zimmer,
Cliff Konsbruck.

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



Claude Strasser
Directeur général
Expériences : POST Luxembourg, Société Électrique de l'Our S.A., DuPont de Nemours, Arthur Andersen
Diplôme : Licence en sciences commerciales et financières à l'ICHEC à Bruxelles
Nationalité : LU



Hjoerdis Stahl
Directrice générale adjointe / Directrice POST Courier & Logistique & Bâtiments et Facility Management
Expériences : POST Luxembourg, Luxair Group, Lufthansa
Diplôme : Bachelor en sciences à l'Université de Georgetown aux États-Unis
Nationalités : DE, LU



Pierre Zimmer
Directeur général adjoint / Chief Strategy Officer
Expériences : POST Luxembourg, Centre des technologies de l'information de l'État (CTIE)
Diplôme : Licence informatique à l'Université de Liège
Nationalité : LU



Cliff Konsbruck
Directeur POST Telecom & Corporate IT
Expériences : POST Telecom SA, POST Luxembourg, Goodyear Luxembourg
Diplôme : Ingénierie Informatique RWTH Aachen
Nationalité : LU



Gabriel de La Bourdonnaye
Directeur POST Finance et Juridique
Expériences : POST Luxembourg, Allen & Overy SECS, Gide Loyrette Nouel, Llinklaters LLP
Diplôme : Master spécialisé Droit des affaires internationales
Nationalités : FR, LU



Gaston Bohnenberger
Directeur POST Technologies
Expériences : POST Luxembourg
Diplôme : Licence en génie électrique et télécommunications de l'Université technique de Vienne
Nationalité : LU

Le Comex est entouré de directeurs en charge d'activités transversales



Isabelle Faber
Directrice Communication & Relations publiques/RSR
Expériences : POST Luxembourg, Leitmotif, Cour Grand-Ducal, PwC, Luxsite, Match
Diplôme : B.T.S. Action Commerciale
Nationalités : LU, FR



Luca Tagliabue
Directeur financier
Expériences : POST Luxembourg, Migros, Deloitte
Diplôme : Dipl. Wirtschaftsprüfer
Nationalité : CH



Claude Olinger
Directeur Ressources humaines
Expériences : POST Luxembourg, Luxair Group, Goodyear
Diplôme : Licence en gestion d'entreprise avec spécialisation en marketing
Nationalité : LU



Luc Welter
Directeur Expérience client
Expériences : POST Luxembourg, SES ASTRA
Diplômes : Licence d'ingénieur de l'Henallux, MBA à l'EDHEC (France)
Nationalités : BE, LU

La société dans son ensemble est demandeuse de plus de transparence et de responsabilité de la part des entreprises. POST s’engage en ce sens depuis plusieurs années en plaçant le respect de l’éthique au cœur de ses activités.



« NOTRE ENTREPRISE, PLUS GRAND EMPLOYEUR DU PAYS, JOUE UN RÔLE MAJEUR DANS NOTRE SOCIÉTÉ. NOUS DEVONS TOUJOURS AGIR AVEC INTÉGRITÉ ET PORTER LA PLUS GRANDE ATTENTION À L’IMPACT QUE NOS ACTIVITÉS ET DÉCISIONS VONT AVOIR AUJOURD’HUI ET À L’AVENIR. »

CLAUDE STRASSER,
directeur général, en préambule au code de conduite qui rassemble les principes en matière d’éthique chez POST.

La plus-value d’une démarche éthique ?

Le gage d’une relation de confiance avec nos parties prenantes

- Les principes du comportement individuel
- 1. Respect de nos collaborateurs
 - 2. Santé et sécurité au travail
 - 3. Utilisation des biens matériels et immatériels
 - 4. Propriété intellectuelle
 - 5. Confidentialité
 - 6. Protection des données clients
 - 7. Conflits d’intérêts et lutte contre la corruption
 - 8. Non-discrimination et égalité des chances
 - 9. Code vestimentaire
 - 10. Responsabilité sociale

Les valeurs éthiques sont au cœur de la stratégie de POST et de son développement. L’entreprise ne se contente pas d’appliquer la loi mais veille aussi à informer ses collaborateurs des comportements à suivre et à proscrire. C’est pourquoi l’entreprise s’est dotée d’un comité éthique et d’un code de conduite pour les collaborateurs, approuvé par le Conseil d’administration.

Élément-clé de notre comportement professionnel, le code de conduite décrit les principes ainsi que les recommandations de conduite professionnelle les plus usuelles à suivre en lien avec la vision, la mission et les valeurs de POST. Il énonce 10 principes claires, fondés sur le droit en vigueur, sur les règlements internes et les valeurs généralement admises :

« LA CONFIANCE DE NOS PARTIES PRENANTES DOIT SE CONQUÉRIR »

3 QUESTIONS À GABRIEL DE LA BOURDONNAYE – DIRECTEUR POST FINANCE ET JURIDIQUE



QUE REPRÉSENTE LA NOTION D’ÉTHIQUE POUR POST ?

Gabriel de La Bourdonnaye (GB) : POST jouit d’un haut niveau de confiance au sein de la population. Pour préserver cette confiance, nous devons avoir une attitude irréprochable. C’est pourquoi nous nous efforçons, dans toutes nos interactions, d’agir avec intégrité, équité et impartialité, et de respecter l’environnement juridique et réglementaire. En tant qu’entreprise publique, nous représentons l’État et il nous incombe de montrer l’exemple.

QUELS ÉTAIENT LES PRINCIPAUX ENJEUX DE LA MISE EN CONFORMITÉ EN 2020 ?

GB : La pression réglementaire qui pèse sur les entreprises n’est que le reflet des attentes de la société civile. La confiance de nos parties prenantes doit se conquérir et doit être entretenue car elle n’est jamais acquise. C’est le rôle de la fonction Compliance de s’assurer que nos activités sont en permanence en conformité avec la réglementation applicable. C’est dans ce contexte que les fonctions Compliance Telecom, Courrier et Finance ont été placées, durant l’année 2020, sous la responsabilité des métiers respectifs et ne sont plus organisées au sein d’une direction centralisée. Ce rapprochement de la fonction Compliance avec les métiers offre une proximité avec les projets et permet d’être en interaction constante avec les responsables concernés.

APRÈS TROIS ANS D’ENTRÉE EN VIGUEUR DU RGPD¹, L’OBJECTIF DE LA PROTECTION DES DONNÉES A-T-IL CRÉÉ DE LA VALEUR AJOUTÉE POUR NOS PARTIES PRENANTES ?

GB : Depuis 2018, ce sujet fait l’objet d’une attention soutenue des clients et d’une vigilance accrue de la part de la CNPD (Commission nationale pour la protection des données, autorité de contrôle). POST Luxembourg récolte et analyse tous les jours un volume de données important. Consciente des enjeux éthiques, l’entreprise fait de la protection et de l’utilisation responsable des données de ses clients un impératif afin de garantir leur sécurité et de préserver leur confidentialité. Le fait d’être dans l’air du « big data » ne justifie pas les dérives et impose, au contraire, un cadre encore plus exigeant. Pour POST, le RGPD est un atout et non un frein au business et un sujet pour lequel nous faisons également concorder nos activités avec notre éthique.

La protection des données personnelles chez POST

49
demandes d’exercice de droits

82 %
de réponses dans les délais

20
jours de délai moyen de réponse

19
violations de données à supprimer

2
notifications à la CNPD

2 750
collaborateurs inscrits sur LMS² pour un e-learning RGPD

¹ Règlement Général sur la Protection des Données.
² Plateforme POST de formations en ligne.

LA PÉRENITÉ DE L'ENTREPRISE PASSE PAR LA GESTION DES RISQUES

Pour identifier et répondre proactivement aux risques potentiels qui peuvent toucher l'entreprise, POST s'est dotée d'un système de gestion des risques évolutif dont l'objectif est double : maîtriser les risques et oser prendre des risques.

POST a déployé une gestion des risques qui a pour vocation d'aider POST dans la pleine réalisation de ses objectifs stratégiques et d'assurer sa performance sur le long terme.

Et ce, autour d'un double objectif :

1. Maîtriser les risques

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.

2. Oser prendre des risques

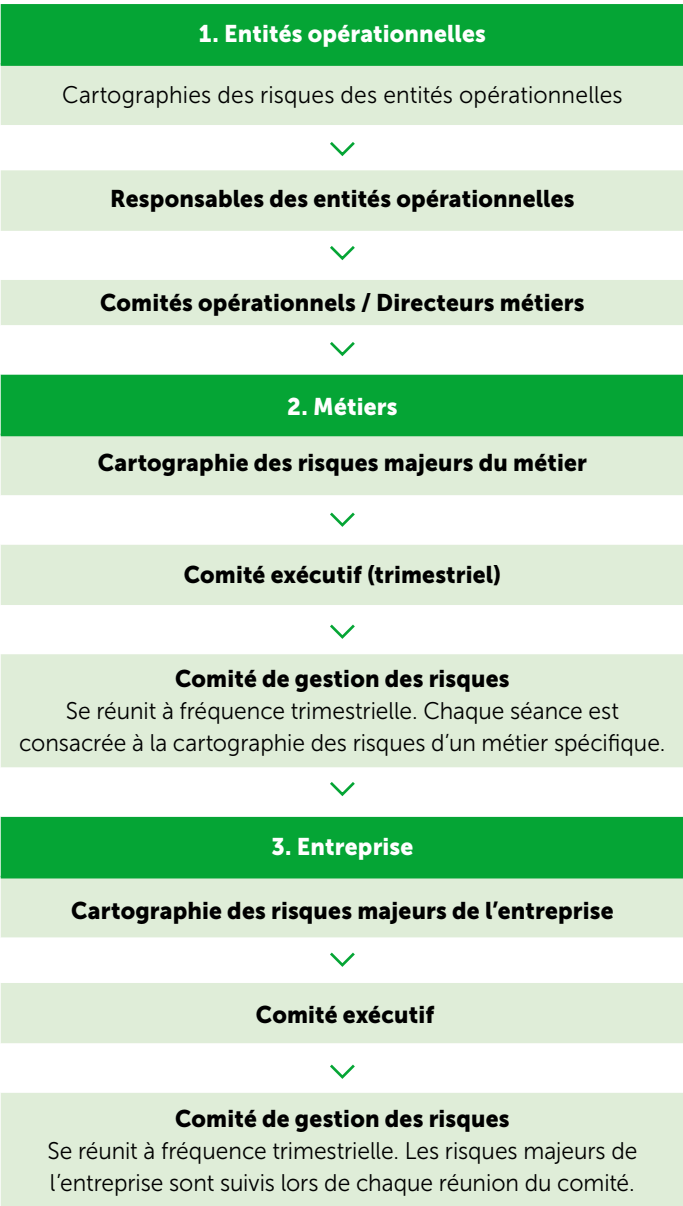
Identifier et se saisir des opportunités pour générer de la valeur à la fois pour l'entreprise, mais aussi pour ses clients et partenaires.

POST a déployé un système de gestion des risques inspiré des lignes directrices de la norme internationale ISO 31000 : 2018 (management des risques). Cette démarche, pilotée par le Chief Risk Officer (CRO), consiste à identifier et à apprécier les risques pertinents pour chacun des trois métiers de POST et fonctions transverses, et à élaborer une réponse efficace pour en améliorer la maîtrise.

Cycle de revue des risques

Ce cycle de revue des risques permet d'impliquer de nombreux acteurs opérationnels et de transmettre une information transparente et régulière aux organes de gouvernance.

CYCLE DE REVUE DES RISQUES



« L'ANNÉE 2020 A ÉTÉ RICHE EN ENSEIGNEMENTS »

3 QUESTIONS À MATHIEU BRIZARD – CHIEF RISK OFFICER



LA CRISE SANITAIRE A FAIT ÉMERGER DE NOUVEAUX RISQUES, COMMENT MINIMISER LEURS IMPACTS ?

Mathieu Brizard (MB) : Entre le télétravail et la désorganisation dans les entreprises due à l'urgence de la crise, les cyberattaques ont explosé. Chez POST, ce sont des centaines de collaborateurs qui ont télétravaillé du jour au lendemain. Ce changement radical a créé des vulnérabilités au niveau de la sécurité de l'information. On peut dire que la COVID-19 a été une opportunité pour les hackers. Cependant, lorsque les risques sont identifiés en amont, comme c'est le cas pour la cybersécurité, des mesures pertinentes sont mises en place. Elles permettent de diminuer la probabilité du risque et d'en diminuer l'impact s'il se matérialise. De cette manière, l'entreprise améliore sa résilience.



Les priorités 2021 :

Renforcer la gestion de crise et développer la gestion des risques RSE (risques sociaux, climatiques, etc.).

TOUT COMME LA RSE, LA PRÉVENTION DES RISQUES EST-ELLE L'AFFAIRE DE TOUS ?

MB : Contrairement aux idées reçues, la gestion des risques n'est pas qu'affaire de spécialistes. Elle concerne, au contraire, chacun dans l'entreprise et doit être pratiquée par tous. Et ce, pour une raison simple : les responsables et leurs collaborateurs maîtrisent parfaitement leur métier. Ils sont ainsi les mieux placés pour identifier les risques inhérents

à leurs activités. Le rôle du Risk Management est de structurer et de faciliter la démarche d'analyse et d'assister les responsables dans la définition de solutions pertinentes pour les maîtriser.

QUELS SONT LES ENJEUX DE DEMAIN EN MATIÈRE DE RISQUES ?

MB : L'année 2020 a été riche en enseignements. Le contexte pandémique COVID-19 a montré l'importance de mieux considérer les risques susceptibles de porter atteinte à la continuité d'activités et à la santé des collaborateurs. Au-delà de la pandémie, la surveillance du contexte géopolitique ainsi que de l'environnement réglementaire seront les éléments-clés de demain. Nous travaillons dans un environnement extrêmement réglementé qui peut changer notre mode de fonctionnement à tout instant. Le contexte géopolitique peut également nous impacter très vite via des décisions internationales. Je pense par exemple aux États-Unis qui ont fait pression sur les pays européens pour qu'ils n'utilisent pas la technologie 5G de Huawei ou lorsqu'ils ont voulu sortir de l'Union postale. Enfin, je pense que l'accélération du changement climatique et les risques qu'il fait porter sur les activités et infrastructures de POST doivent être mieux considérés à l'avenir.



Opportunité :

Suite à la nouvelle réglementation en matière de dédouanement, l'activité logistique a reçu la certification d'opérateur agréé pour tous les aspects de douanes.

RISQUES MAJEURS
POUR L'ENTREPRISE

Les priorités ont dû être adaptées en fonction de la pandémie de la COVID-19 pour mettre l'accent sur la santé et le bien-être des collaborateurs ainsi que sur la continuité des activités métier.

Les risques liés à ces deux objectifs ont été identifiés et immédiatement traités en cellule de crise. Le cycle d'analyse menée en 2020 a permis de dresser la liste des risques majeurs pour l'entreprise :



Métier Télécom & ICT	
Lancement de la 5G	La 5G est un composant majeur dans la construction du réseau du futur par POST. Le succès du lancement commercial de la 5G est en partie lié au déploiement efficace du nouveau réseau commun 2G-5G, soumis à certains risques liés à l'attribution des bandes de fréquences, à l'obtention des permis, aux autorisations pour les sites radio et à la définition d'un cadre réglementaire définitif pour les autorisations opérationnelles EMF (ElectroMagnetic Fields). De même, l'acceptation publique de la 5G ainsi que la poursuite des mesures contraignantes liées à la COVID-19 pourraient impacter les objectifs.
Contexte géopolitique mondial	POST intègre, à l'instar de nombreux opérateurs télécoms, des produits et/ou services provenant de « fournisseurs à haut risque » dans le contexte géopolitique actuel. Même si POST opère les éléments d'infrastructure et systèmes en toute indépendance, la présence de tels produits et services peut être impactée par les demandes, directives ou restrictions imposées par une autorité nationale/supranationale.
Émergence de nouveaux concurrents	Le développement des réseaux très haut débit (fibre optique ou 4G) et l'apparition des technologies basées sur l'IP (Internet Protocol) ont favorisé l'émergence de nouveaux acteurs parmi lesquels les OTT (Over The Top) et les grands acteurs technologiques. Ces deux acteurs représentent un risque croissant pour les opérateurs télécoms en général puisqu'ils participent à un changement profond dans l'écosystème des télécommunications et des fournisseurs de services ICT (effet disruptif sur le modèle économique des opérateurs dits « traditionnels »).
Cyberattaques externes/ internes	Les attaques récentes visant des entreprises luxembourgeoises ont démontré que le risque de cyberattaques venant de l'extérieur ou de l'intérieur de l'entreprise est bien réel et que les conséquences peuvent être sérieuses si l'on ne s'y prépare pas. De telles attaques pourraient entraîner une interruption de service, une fraude ou une violation de données confidentielles ou personnelles. Pour y remédier, le département Cyberforce travaille à l'amélioration continue du Système de Management de la Sécurité de l'Information de POST.



Métier Courrier & Logistique	
Évolution des partenariats stratégiques	POST Courrier est engagée avec des partenaires stratégiques parmi lesquels des acteurs majeurs du commerce en ligne. Même si le contexte lié à la COVID-19 a été source d'opportunités et a vu un accroissement des volumes traités, une évolution dans la stratégie du partenaire peut impacter de manière significative les opérations de POST Courrier, voire sa stratégie dans un contexte où le colis est considéré comme un vecteur de croissance.
Indisponibilité de la capacité de production	Le centre de tri de Bettembourg couvre l'ensemble des opérations d'import et de tri courrier/colis ainsi qu'une partie des opérations de distribution de POST. Il est composé d'un unique bâtiment rassemblant l'ensemble des machines de tri et constitue, dans ce contexte, un centre névralgique pour POST Courrier. Même si aucune indisponibilité n'a été déplorée depuis sa construction, la perte de ce site de production aurait un impact significatif sur les opérations et la réputation de POST. Pour y remédier, POST Courrier s'est engagée dans le renforcement des mesures de continuité d'activités (refonte des plans de continuité & plan de reprise).



Métier Finance	
Conséquence de la conjoncture de taux	Les produits d'intérêts sur les placements de dépôts tiers représentent, avec les produits de commissions, la principale source de revenus de POST Finance. En raison des taux d'intérêt très faibles appliqués sur les marchés financiers, POST Finance voit sa situation financière se dégrader, en particulier ses revenus d'intérêts sur placement. La persistance de cette situation réduit de manière durable la marge nette et tend à remettre en cause le modèle d'affaires de POST Finance. Pour pallier à ce risque, POST Finance s'est engagée dans une profonde revue de sa stratégie commerciale et dans une refonte de sa stratégie de placement afin de contrer les effets de taux.

« LE MARCHÉ NOUS INDIQUE OÙ NOUS DEVONS ÊTRE PRÉSENTS »

PIERRE ZIMMER,
directeur général adjoint de POST Luxembourg et Chief Strategy Officer



LE LONG TERME SE PRÉPARE AU QUOTIDIEN

Innovant dans l'accompagnement de ses clients, le Groupe POST poursuit également cette ambition depuis 1842 pour doter le pays des infrastructures nécessaires à sa croissance démographique et à son développement économique. Malgré les besoins induits par la crise, POST est parvenue à faire progresser différents chantiers majeurs en 2020, à la croisée des mondes digital et physique. En interne, le Groupe a récolté les premiers fruits de synergies opérées dans des secteurs d'avenir, en particulier dans le domaine de la cybersécurité. Chez POST, le long terme s'envisage au jour le jour, au profit des entreprises du pays et des citoyens.

« POST EST AU CROISEMENT DU MONDE RÉEL ET DU MONDE DIGITAL »

L'accélération des pratiques digitales sous l'effet de la crise de la COVID-19 a renforcé la place et le rôle de POST dans l'écosystème luxembourgeois. L'expérience vécue en 2020 doit servir de base pour bâtir de nouveaux ponts entre le monde réel et son pendant digital, souligne Pierre Zimmer, directeur général adjoint et Chief Strategy Officer.

QUELLES SONT LES PRINCIPALES TENDANCES QUI ONT IMPACTÉ LE GROUPE POST EN 2020 ?

Pierre Zimmer (PZ) : 2020 a tout d'abord été marquée par une forte accentuation de l'utilisation du digital, des outils de dématérialisation et du non-présentiel. On voyait déjà ces tendances s'inscrire dans la durée avant le début de la crise au sein des entreprises, mais la crise a accéléré la démocratisation de ces pratiques et de ces technologies dans la sphère privée. Elles font désormais partie de notre vie quotidienne.

COMMENT LE GROUPE A-T-IL RÉPONDU À CES CHANGEMENTS ?

PZ : POST se trouve au croisement du monde digital et du monde réel. Nous proposons par exemple du marketing digital via Editus et nous assurons aussi la distribution des commandes en ligne avec notre Métier Courrier & Logistique. Ces ponts entre les deux mondes, nous avons dû les renforcer ou les construire. Je pense notamment au déploiement de systèmes de visio-conférence dans des entreprises en lien avec leur système informatique existant. Chez les particuliers qui fonctionnaient avec un Internet à faible débit ou sans un wifi fiable, nous sommes intervenus pour apporter des solutions adaptées au télétravail et au « homeschooling ».

POST DISPOSAIT-IL DE BASES TECHNOLOGIQUES SUFFISANTES POUR AFFRONTER UNE CRISE ET DES CHANGEMENTS D'HABITUDE IMMÉDIATS ?

PZ : Ces dernières années, nous avons fortement reconstruit les bases technologiques de POST pour être plus agiles, pour s'intégrer plus facilement dans un contexte externe. Grâce à cette transformation et à ces investissements, nous avons été en mesure de répondre présent l'an dernier.

LA NOTION D'AGILITÉ EST RÉGULIÈREMENT ÉVOQUÉE LORSQUE LES ENTREPRISES TIRENT LE BILAN DE LEUR ACTIVITÉ, APRÈS CETTE ANNÉE 2020 HORS NORME. COMMENT LE GROUPE POST PEUT-IL RESTER AGILE DURABLEMENT ?

PZ : L'erreur à commettre est de se poser la question. Dans le monde actuel, compte tenu de nos métiers, nous nous devons d'être agiles en permanence. Nous devons cultiver l'agilité qui va de pair avec une certaine autonomie des équipes. Je remarque que les collaborateurs s'identifient fortement à leurs projets et s'automotivent lorsqu'ils disposent de cette autonomie dans un contexte de travail agile.



« CES DERNIÈRES ANNÉES, NOUS AVONS FORTEMENT RECONSTRUIT LES BASES TECHNOLOGIQUES DE POST POUR ÊTRE PLUS AGILES »

*PIERRE ZIMMER,
directeur général adjoint et Chief Strategy Officer*

COMMENT DÉFINIR L'ADN DU GROUPE POST AUJOURD'HUI ?

PZ : POST est et sera de plus en plus présent dans le monde digital, tout en assumant notre rôle de bâtisseur de ponts avec le monde réel. Ceci s'observe dans notre Métier Télécom & ICT ainsi que dans notre Métier Courrier & Logistique. Nous allons par exemple lancer le recommandé hybride qui pourra être créé de façon digitale et qui sera distribué de façon physique ou digitale. Quant au Métier Finance, nous pourrions prendre une nouvelle place dans un monde qui continue de se dématérialiser avec, par exemple, les monnaies virtuelles. Certains voudraient les utiliser pour acheter un bien tangible comme une voiture ou une maison. Entre ce besoin exprimé et le rôle des fintech, POST peut se positionner dans cette nouvelle donne. C'est d'ailleurs déjà le cas avec i-Hub, LuxTrust ou Victor Buck Services dans le monde des fonds.

LA COMPOSANTE « CONSEIL » PREND AUSSI DE FACTO UNE PLACE DE PLUS EN PLUS IMPORTANTE DANS LES PRESTATIONS DU GROUPE...

PZ : Nous nous posons souvent cette question. Nous avons déjà ajouté une couche supplémentaire aux activités de POST Telecom qui organise plusieurs fois par an des workshops sur-mesure pour ses grands clients. C'est l'occasion de partager l'évolution des techniques appliquées à leur activité. Ces workshops peuvent déboucher sur de nouvelles missions. Certaines sont menées avec des sociétés de consultance

partenaires lorsque le projet comporte un volet de transformation métier prononcé. Ces sociétés de consultance peuvent, à leur tour, s'appuyer sur nos services différenciateurs pour proposer des réponses à leurs clients.

JUSQU'OU PEUT ALLER L'INTÉGRATION DU GROUPE, ENTRE LA MAISON-MÈRE ET LES FILIALES ?

PZ : POST est un Groupe très diversifié. Nous devons laisser chaque métier ou chaque expertise évoluer dans l'environnement qui lui est propre et donc raisonner avec une certaine autonomie. Entre les métiers de la logistique et du développement informatique, le rythme et les habitudes de travail sont différents. Cette configuration permet aussi de prendre des risques, d'essayer de nouvelles choses, de cultiver un esprit entrepreneurial. Il n'empêche, une grande attention est donnée à la complémentarité au sein du Groupe afin de favoriser les synergies.

CONCRÈTEMENT, COMMENT POST PEUT-ELLE PROPOSER DE NOUVEAUX SERVICES SUR BASE DE CETTE COMPLÉMENTARITÉ ?

PZ : Il faut, avant toute chose, partir du besoin du client, sans tomber dans le piège d'imaginer des services ou des réponses aux problématiques sur base de la technologie existante. C'est le client et le marché qui nous indiquent où nous devons être présents.

COMME DANS LE REGISTRE DE LA CYBERSÉCURITÉ...

PZ : Alors que les frontières entre le monde des télécoms et de l’informatique s’estompent, nos clients expriment le besoin de trouver des solutions de sécurité qui englobent à la fois la partie connectivité et la partie données. L’ouverture que les entreprises ont sur le monde extérieur engendre ce recours à des solutions et des approches globales en matière de cybersécurité. Nous étions aussi très attendus dans ce créneau. Le Groupe POST ne doit pas tomber dans le piège de la dispersion de ses offres mais propose des solutions ciblées de bout en bout, y compris pour la cybersécurité.

QUELS SONT LES FACTEURS QUI PERMETTRAIENT AU PAYS DE PASSER AUX PROCHAINES ÉTAPES DE SA TRANSFORMATION (EN COURS) EN TANT QUE « DIGITAL LËTZEBOURG » ?

PZ : Avec une pointe d’humour, je répondrais : « le besoin d’urgence ». La résistance potentielle au changement, qui était évoquée par certains comme un frein à l’innovation, s’est affaiblie, voire a volé en éclats durant la crise. Nous devons profiter de ce momentum pour continuer à transformer les processus ou les outils là où c’est nécessaire. Et nous sentons que la crise produit, à cet égard, des effets positifs car nous observons que des acteurs ont commencé à se mettre autour de la table – virtuelle – pour envisager et faire avancer des solutions technologiques au niveau national.

QUELLES TRACES LAISSERA CETTE CRISE DANS NOS VIES QUOTIDIENNES ?

PZ : Si l’on fait abstraction des aspects négatifs comme son impact sur les relations sociales et l’économie, je suis persuadé que certaines choses persisteront comme l’envie de travailler de chez soi, de travailler de façon flexible, la possibilité de se faire livrer des produits à la maison, de consommer local autant que possible.

EST-CE QUE LE FAIT D’ÊTRE DÉSIGNÉE PAR LE GOUVERNEMENT « ENTREPRISE DES SERVICES ESSENTIELS » POUR LE PAYS MODIFIE LA MANIÈRE DONT POST ET SES COLLABORATEURS APPRÉHENDENT LEURS MISSIONS ?

PZ : Tous les collaborateurs de POST se sentent responsabilisés dans leurs missions. Tous sont conscients de l’importance de POST dans et pour l’écosystème du Luxembourg. Cet état d’esprit se remarque notamment lorsque nous devons faire face à des incidents externes à l’entreprise : tout le monde se mobilise. Je me souviens de l’engagement de nos équipes lors des inondations dans le Mullerthal en 2018 ou suite au passage d’une tornade dans le sud du pays en 2019. Des techniciens sur place aux collaborateurs résidant à proximité, tout le monde apportait son aide à son niveau. Ceci représente une véritable force pour envisager sereinement les prochaines étapes du développement du Groupe. Le fait d’être désigné comme fournisseur de services essentiels rend peut-être encore plus tangible cet état d’esprit, qui existait bien avant la crise.



« POST ne vend pas de données et ne tire pas profit en direct des données de ses clients mais propose des solutions et de l’expertise pour que celui-ci tire profit de ses données », Pierre Zimmer, directeur général adjoint et Chief Strategy Officer.

DES DÉVELOPPEMENTS CIBLÉS

Cyberforce

POST Luxembourg a adopté une stratégie ambitieuse en matière de cybersécurité que POST Cyberforce met en œuvre. Avec une cinquantaine d’experts, ce centre d’expertise résulte de la convergence des compétences et des connaissances de POST, POST Telecom et EBRC en matière de cybersécurité afin de mieux anticiper et contrer les cybermenaces qui touchent ses clients. POST Cyberforce a mené son premier exercice en 2020. Comparativement aux chiffres d’affaires cumulés des entités séparées, l’offre intégrée a permis de capter 27 % de chiffre d’affaires supplémentaire.

« La mise en place du SOC (« Security Operations Centre ») avec le CSIRT (« Computer Security Incident Response Team ») est une étape importante franchie en 2020, appuie Pierre Zimmer. Nous avons réparti les rôles en cas d’incident entre différentes équipes, ce qui nous permet de stimuler l’émulation en interne, entre nos analystes, urgentistes et ethical hackers. À ces derniers, nous demandons de faire des simulations d’incidents pour tester les éléments de protection mis en place par leurs collègues, avec comme objectif principal de réduire notre temps de réponse aux incidents. »

Data Intelligence

Avec « Data Intelligence », POST se positionne dans la fourniture de solutions et d’expertise pour l’exploitation de données anonymisées. « Cette voie est la seule pour exploiter correctement des données nominatives ou sensibles, explique Pierre Zimmer. Dans le domaine de la santé ou de la finance, il est nécessaire de disposer d’un certain volume de données et donc de sources multiples qui veulent préserver l’anonymat de leurs données. Il nous revient de mettre en place les outils qui donnent l’assurance à ces sources que leurs données sont traitées de façon anonymisées, tout en tirant des informations comme si ces données étaient accessibles en clair. » Des ponts sont aussi à créer dans ce domaine avec des filiales du Groupe comme la société de développement et d’intégration InTech. « La plus grande problématique dans la science des données est de disposer de données de qualité et de pouvoir les amener au bon endroit pour les traiter, ajoute Pierre Zimmer. Une société comme InTech peut aider ses clients à créer ce genre de réseau de données. »

Victor Buck Services : les leçons d’un sabotage

Début août, Victor Buck Services était victime d’une cyberattaque (voir page 102) qui s’est finalement révélée être un sabotage, mettant à mal son activité au point de devoir suspendre les échanges avec ses clients. La question est de savoir s’il était possible de se prémunir contre ce type d’accident. « Depuis l’existence de l’humanité, quelqu’un à qui on donne le droit de faire quelque chose peut utiliser ce droit à mauvais escient », pointe Pierre Zimmer. « Ce qui s’est passé chez VBS a provoqué une prise de conscience sur la Place quant aux conséquences potentielles de l’utilisation à mauvais escient de ses droits de la part d’un administrateur de système. Durant les dernières années, la compliance était surtout abordée via le prisme administratif ou financier en raison de la pression réglementaire. On voit maintenant que le poids de la compliance passe de plus en plus du côté de l’IT et du digital. Je suis persuadé que cette tendance va aller crescendo à l’avenir. »

Des flux dématérialisés au service de tous

L’identité et la signature électroniques font partie des nouveaux relais de croissance pour POST qui vient de rentrer de façon conséquente dans le capital de LuxTrust (plus d’informations sur p. 46). « Nous voulons être présents dans les domaines de l’identité et de la signature électroniques, et offrir des services de bout en bout aux entreprises, indique Pierre Zimmer. À titre d’exemple, la facturation électronique, l’identité électronique, la communication sécurisée, etc. doivent se développer non seulement pour simplifier l’interaction avec les entités publiques, mais aussi accélérer les flux entre les acteurs du secteur privé. Ceci vaut aussi pour le grand public. Nous devons trouver une solution à l’échelle de la Place qui réponde à ce besoin. POST se veut être, à nouveau, au rendez-vous. »

RÉTROSPECTIVE DU GROUPE



03
En mars, les collaborateurs de **ELGON ET AINOS ONT DÉMÉNAGÉ** dans un bâtiment basse consommation d'énergie situé à Windhof.

04
FUSION

Fusion de l'opérateur téléphonique JOIN avec POST Telecom S.A. 85 % des clients JOIN ont migré vers une offre mobile POST.

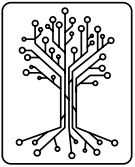
06
I-HUB CONTINUE DE SÉDUIRE

Souscription au service « KYC Partner » par BGL BNP Paribas.



07
EDITUS.INSIGHT

De grands acteurs, tels que Luxembourg for tourism, Auchan, le ministère de la Mobilité et les CFL, profitent de la solution d'étude de marché Editus : Editus.insight.



GAIA-X
data-infrastructure.eu

08
EBRC ET GAIA-X

EBRC est devenu officiellement « Day One Member » de l'initiative GAIA-X. Le projet stratégique européen GAIA-X vise à rétablir une gouvernance et une souveraineté européenne sur les infrastructures de données.



10
BGL BNP PARIBAS CHEZ I-HUB

BGL BNP Paribas entre à hauteur de 20 % dans le capital d'i-Hub, start-up du Groupe POST Luxembourg, créée il y a 4 ans. i-Hub est spécialisée dans la gestion stratégique et continue des dossiers KYC (« Know Your Customer »).

JAN

MARS

MAI

JUIL

SEPT

NOV

FÉV

AVR

JUIN

AOÛT

OCT

DÉC

01.
CESSION CHEZ ELTRONA

POST, actionnaire depuis 1998, cède sa participation de 34 % dans Eltrona à Telenet.



02
20 ANS ET UNE EXPERTISE RECONNUE

2020 a été marquée par le 20^e anniversaire de Victor Buck Services. L'entreprise spécialisée dans la collecte et la gestion des données et de l'information pour ses clients emploie aujourd'hui plus de 220 personnes et compte une antenne à Singapour. Son expertise a été reconnue par le jury de CFI.co (Capital Finance International) qui lui a décerné en 2020 le prix du meilleur service d'externalisation des processus d'affaires au Luxembourg.



05
EN-VIRTUEL

InTech lance la plateforme d'échanges virtuels en-virtuel pour les écoles et universités partenaires. Cette alternative en ligne aux salons étudiants a notamment permis, entre autres, de rassembler 6 000 étudiants, 60 écoles, 7 universités et de réaliser 22 000 entretiens pour 4 300 offres d'emploi.



09
CHANGEMENT À LA TÊTE D'AINOS

Kenza Bouzouraa succède à Dominique Peiffer comme CEO de l'entreprise de solutions digitales Ainos.



11
POST MAJORITAIRE CHEZ LUXTRUST

Augmentation de la participation directe à hauteur de 50 % dans la société LuxTrust S.A. POST était déjà actionnaire indirect à hauteur de 3,5 % de l'entreprise de protection de l'identité digitale et de la sécurité des données électroniques des détenteurs de ses certificats.

Le CSIRT (« Computer Security Incident Response Team ») de POST Cyberforce de POST Luxembourg publie chaque trimestre la « Météo de la Cybersécurité » ; véritable baromètre des comportements délictueux sur le web dont sont victimes les entreprises et les particuliers. Retour sur les principales attaques recensées en 2020.

Le phishing
Les campagnes de phishing – autrement dit d’usurpation d’identité (par SMS, email ou par navigation web) – ont connu des pics au mois de mars, d’octobre et de décembre, correspondant au calendrier des mesures prises par les gouvernements contre le coronavirus. Outre le grand public, des campagnes ont ciblé des entreprises pour viser des portails cloud.

Le sabotage
L’incident vécu par Victor Buck Services (voir ci-joint) rappelle la réalité de la menace intérieure. Pour répondre à ce type d’incident, il faut disposer de backups fiables et non connectés, s’assurer de l’intégrité des données et compter sur des capacités de réponse suffisantes en interne ou en externe.

L’exploitation des vulnérabilités
2020 a vu apparaître des vulnérabilités critiques sur des applications particulièrement exposées telles que CITRIX NETSCALER, Microsoft DNS ou SolarWinds Orion. En exploitant ces vulnérabilités, les attaquants peuvent mettre à mal une entreprise.

Les mascarades sur les réseaux sociaux
L’usurpation d’identité de l’entreprise sur les réseaux sociaux, en particulier sur Facebook, fut particulièrement forte en 2020. Les pratiques de « Threat hunting » du CSIRT POST Cyberforce ont permis d’éradiquer épisodiquement le phénomène pour en éviter sa propagation. Le tout grâce à l’aide des remontées des informations de la part des clients.

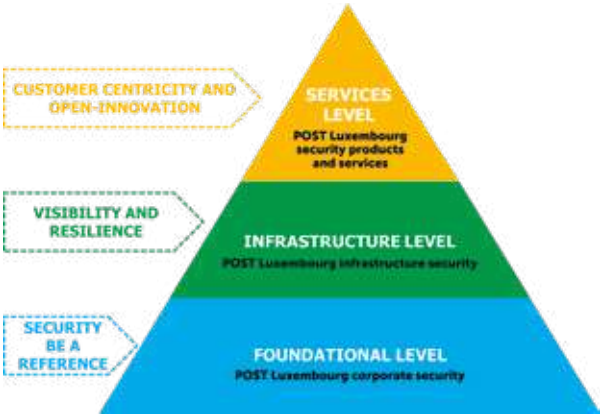
Les attaques par déni de service (DoS/DDoS)
Les attaquants ont profité de la transformation digitale forcée des entreprises et du télétravail pour perturber davantage la continuité des entreprises déjà durement impactées par la pandémie. Dans ce contexte, POST a, par exemple, mis en place des protections anti-DDoS pour que le secteur de la santé ne soit pas paralysé en pleine gestion de la pandémie.

CYBERMENACES VERSUS RISQUE VITAL

Des fuites de données
De nombreuses fuites de données ont émaillé 2020, suite aux cyberattaques dont ont été victimes les organisations avec pour origine l’utilisation des identifiants de connexion ou de comptes internes à l’entreprise. De quoi souligner l’importance d’une politique intelligente de mots de passe pour « éviter que la même clé puisse ouvrir toutes les portes ».

Le phreaking (piratage téléphonique)
L’objectif est toujours le même : générer des revenus à partir de numéros surtaxés hébergés par des services étrangers. La présence de centraux téléphoniques vulnérables est une aubaine pour les attaquants. Outre la détection de la menace, la sécurisation des centraux téléphoniques s’avère primordiale.

LA PYRAMIDE DE MASLOW DE LA CYBERSÉCURITÉ :



Contrairement à l’adage populaire, ici, le cordonnier se doit d’être bien chaussé. Aussi, les besoins primaires doivent être correctement pris en charge et concernent en premier lieu la sécurité de l’entreprise elle-même. Au deuxième niveau, l’attention est portée sur les infrastructures qui doivent être résilientes par essence car supportant l’ensemble des services et donc, nous avons un objectif de gagner en visibilité et en efficience (automatisation). Enfin, le sommet représente les solutions fournies aux clients devant être contextualisées à leurs métiers et avec des approches, autant que possible, différenciatrices et innovantes.

« LA DIGITALISATION EST CONDITIONÉE PAR LA CONFIANCE QUI EST ASSURÉE PAR LA CYBERSÉCURITÉ »



MOHAMED OURDANE,
responsable du département Cyberforce de POST Luxembourg

LA PRATIQUE DU TÉLÉTRAVAIL ET LA DIGITALISATION RAPIDE DE NOMBREUSES ENTREPRISES INDUISENT-ELLES DE NOUVEAUX TYPES DE RISQUES ?

La pandémie a été un accélérateur de la digitalisation pour des secteurs qui, initialement, n’étaient pas les plus enclins à se transformer comme l’industrie. Une fois digitalisée, l’entreprise n’est plus isolée, elle a des contacts étendus avec ses collaborateurs et ses clients, les frontières du système d’information deviennent ténues.

Les risques ont changé. Il faut surtout les penser en termes de probabilité d’occurrence et d’impact. La sophistication des techniques et leur accessibilité plus aisée pourrait engendrer une menace existentielle pour une entreprise ou même pour tout un pan de l’économie. C’est pour ça qu’il faut voir la cybersécurité et la digitalisation comme deux faces d’une même pièce. L’une ne va pas sans l’autre, la digitalisation est intrinsèquement assujettie à la confiance qui est assurée par la cybersécurité. De même, la cybersécurité assoit la digitalisation croissante.

COMMENT S’ASSURER DE DISPOSER DES CONNAISSANCES À JOUR EN PERMANENCE POUR FAIRE FACE AUX NOUVELLES ATTAQUES ?

Tout d’abord, il faut s’entourer d’une équipe avec de bonnes et multiples expertises, et un bon état d’esprit. Être capable de se remettre en question pour suivre les évolutions rapides du secteur, se former et faire de la veille technologique pour rester informé. Pour être capable de répondre à une attaque et la contenir, il faut également avoir une visibilité presque en temps réel sur ce qui se passe. Finalement, c’est le fantastique potentiel de la combinaison raisonnée entre l’Intelligence artificielle et l’expertise des collaborateurs qui donne réellement la valeur ajoutée pour une meilleure détection et une automatisation pertinente de la réponse.

QUELS SONT LES POINTS FORTS DES RÉALISATIONS DE CYBERFORCE EN 2020 ?

Après le lancement du département en 2019, 2020 fut l’année de la stabilisation. Nous avons recruté des experts pointus, mis en place une organisation couvrant tous les domaines de la cybersécurité et ainsi que des outils pour atteindre nos objectifs. 2021 sera l’année du développement de la collaboration en interne et des partenariats en externe et celle du renforcement de l’automatisation de la réponse.

LA CYBERSÉCURITÉ EST-ELLE EN BONNE PLACE DANS L’AGENDA DES DIRIGEANTS D’ENTREPRISES ? LA CRISE A-T-ELLE CHANGÉ LA DONNE EN LA MATIÈRE ?

Tout d’abord, la direction de POST, consciente des enjeux, a toujours été très avisée sur ces problématiques et nous a donné les moyens ad hoc. C’est, entre autres, grâce à cela que POST est aujourd’hui connue et reconnue pour son expertise, ses services et naturellement ses infrastructures.

Poussées à agir par les gouvernements qui craignent des attaques de plus en plus sophistiquées et fréquentes, les entreprises sont aujourd’hui plus que sensibilisées. Le cheminement a été long car, bien que conscientes des risques et des impacts, la mise en place d’un plan stratégique concret pour s’en protéger n’avait lieu, généralement, qu’après avoir été victimes elles-mêmes d’un piratage ou avoir eu vent d’incidents de sécurité dans le voisinage (géographique ou sectoriel) dont la presse se fait quotidiennement l’écho.

STORY :
CYBERSÉCURITÉ

« LE PARTAGE DE NOTRE
EXPÉRIENCE MALHEUREUSE PEUT
ÉVITER DES ATTAQUES DANS
D'AUTRES ENTREPRISES »

EDITH MAGYARICS,
CEO de Victor Buck Services



COMMENT SE PORTE VBS AUJOURD'HUI ?

Quand vous êtes victimes d'une attaque de ce genre, vous devez en gérer les conséquences sur une certaine durée. Nous avons néanmoins choisi de sortir de cet incident par le haut. Sur base des leçons tirées du sabotage, nous avons accéléré la transformation de notre informatique depuis l'été dernier, avec un focus particulier sur les risques de sécurité pouvant venir de l'interne.

COMMENT REGAGNER LA CONFIANCE DES CLIENTS
APRÈS AVOIR ÉTÉ TOUCHÉS AU CŒUR DE VOTRE SYSTÈME
INFORMATIQUE ?

Cet objectif de regagner la confiance qui est primordial passe par un travail d'équipe, par la mise en place de mesures additionnelles. Le CEO se doit d'être en première ligne, aux côtés des collaborateurs. Nous sommes tous dans le même bateau.

LA COMMUNICATION PREND UNE IMPORTANCE CAPITALE
EN PÉRIODE DE CRISE. COMMENT TROUVER LES MOTS
JUSTES POUR SUSCITER L'ADHÉSION AU SEIN DE L'ÉQUIPE
ET MINIMISER LES CRAINTES ?

Étant donné que l'enquête est en cours, nous ne pouvons pas mentionner certains éléments. Par contre, depuis août dernier, nous avons multiplié les communications en interne pour tenir nos collaborateurs informés de l'évolution du retour vers une activité normale et de l'adaptation de notre fonctionnement interne. Nous avons des « management meetings » réguliers afin de partager l'état des lieux de VBS. Nous leur faisons part des mesures additionnelles que nous déployons en concertation avec le CSIRT de POST mais aussi à la demande de nos clients.

LA TRANSPARENCE A-T-ELLE AUSSI PRÉVALU JUSTEMENT
AVEC VOS CLIENTS ?

Nous sommes en effet restés sur cette ligne de conduite qui nous a amenés des réactions variées de la part de nos clients, dans le bon comme dans le mauvais sens. Je suis persuadée que cette transparence permet de recréer un climat de confiance auprès de ceux qui acceptent de nous suivre et qui s'inscrivent dans cette démarche. Qu'il s'agisse d'un client ou de la CSSF, la transparence est notre ligne de conduite.

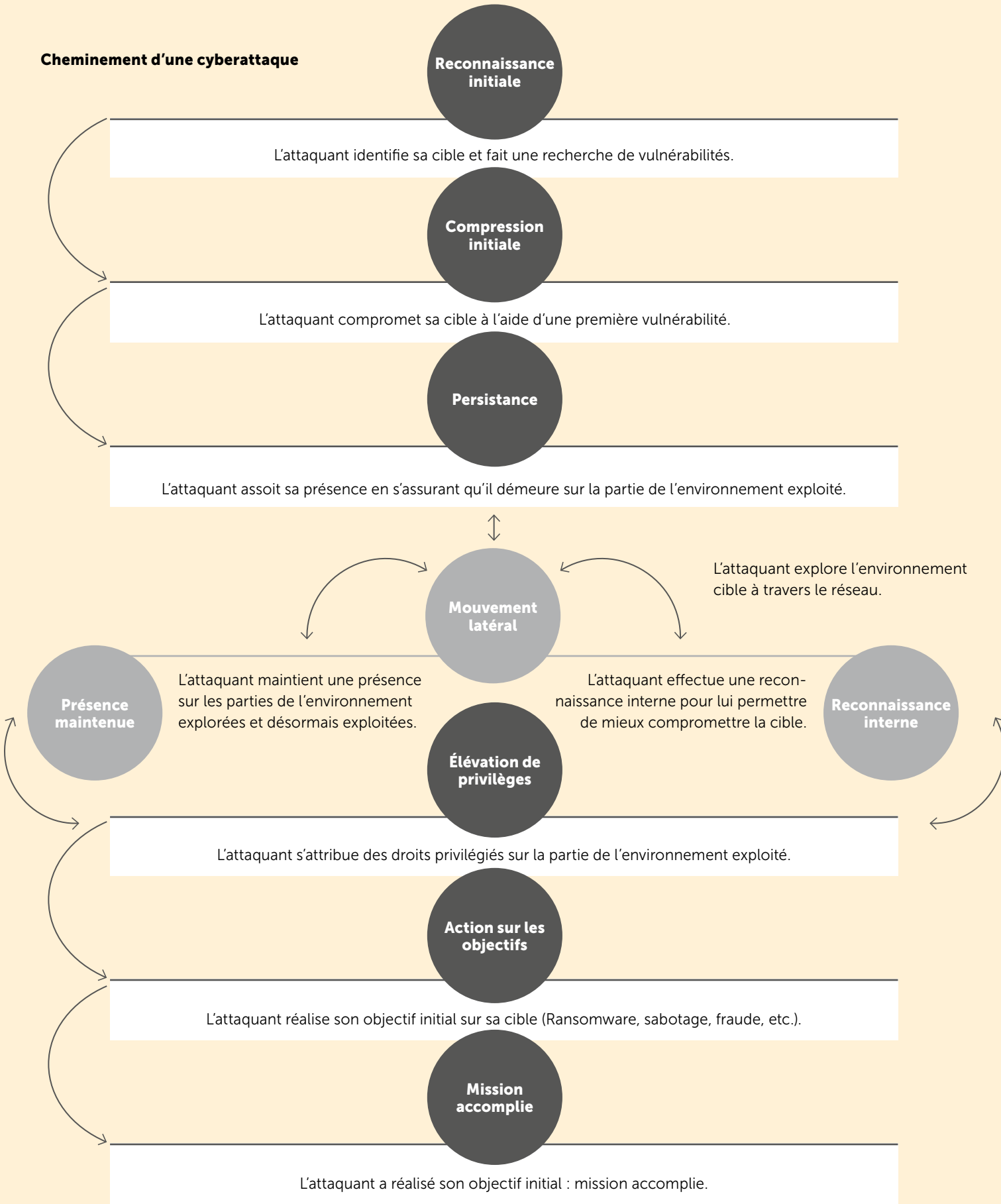
COMMENT FAIRE EN SORTE D'ÉVITER QUE CE GENRE
D'INCIDENT SE REPRODUISE ?

Nous avons tout mis en place pour que cela ne se reproduise plus. Nous avons mis à jour notre politique d'accès, nous avons renforcé notre monitoring, etc. tout en sachant que nous ne partions pas de zéro en tant que PSF et entreprise certifiée ISO27001, sans compter les nombreuses « due diligence » auxquelles nous avons l'habitude de répondre à la demande de nos clients. Certains pensent que cela n'arrive qu'aux autres. Ce n'est pas vrai. Cela peut arriver à tout le monde. Je suis persuadée que le partage de notre expérience malheureuse peut aider les autres à démystifier la question de la cybersécurité et éviter ainsi des attaques dans d'autres entreprises.

AVEZ-VOUS TROUVÉ LES RESSOURCES NÉCESSAIRES POUR
POURSUIVRE LE BUSINESS DEVELOPMENT ?

En marge de la gestion de la crise, nous avons ouvert une nouvelle ligne de production d'électronique imprimée. Les journées sont longues mais nous continuons à nous battre pour cette entreprise à laquelle nous sommes tous attachés. Durant cette période, nous avons pu compter sur le soutien et l'appui des clients, de notre actionnaire POST ainsi que de différents business partners qui sont plus que des prestataires.

Cheminement d'une cyberattaque



« L'ÉTABLISSEMENT, POUR LA 4^e ANNÉE CONSÉCUTIVE, D'UN RAPPORT INTÉGRÉ, ILLUSTRÉ LA VOLONTÉ DE RÉUNIR ET DE COMPARER LES INDICATEURS FINANCIERS AUX INDICATEURS NON FINANCIERS »

LUCA TAGLIABUE,
directeur financier de POST Luxembourg



UNE PERFORMANCE INCLUSIVE

Si la rentabilité représente, avec l'expérience client et l'engagement des collaborateurs, l'un des trois piliers de la stratégie de l'entreprise, la maximisation du profit n'est pas une fin en soi pour POST. Évoluant dans un contexte concurrentiel et libéralisé, POST doit, dans le même temps, remplir des obligations de service public et de service universel. Un ensemble de paramètres qui, combinés, aboutissent à une grille de lecture de la performance de l'entreprise influencée par des éléments financiers et, de plus en plus, des éléments extra-financiers. Comme l'illustre la publication de ce rapport intégré.

« POST N'EST PAS UNE ENTREPRISE COMME LES AUTRES »

La crise de la COVID-19 a eu des effets variables sur les trois métiers de POST. Elle a, dans tous les cas, accéléré les tendances de fond observées durant les années précédentes. Un exercice 2020 qui restera dans les annales pour des raisons structurelles et conjoncturelles, comme l'explique Luca Tagliabue, directeur financier de POST Luxembourg.



QUELS SONT LES FAITS MAJEURS DES RÉSULTATS FINANCIERS 2020 DE POST ?

Luca Tagliabue (LT) : 2020 est un exercice très particulier pour le Groupe POST, et ce, pour deux raisons. La première est bien entendu la crise sanitaire qui a pesé de manière très variable sur nos trois métiers (Télécom & ICT, Courrier & Logistique et Finance). La seconde raison est l'influence d'événements exceptionnels qui se sont déroulés en 2020 comme la vente de la participation de POST dans Eltrona et la hausse des congés non pris qui contribue à l'augmentation des frais de personnel.

QUELLE EST LA TONALITÉ DE CES RÉSULTATS FINANCIERS ?

LT : Malgré les effets variables de la crise et un contexte particulier, le chiffre d'affaires du Groupe s'élève à 864,4 millions d'euros, soit une hausse de 2,5 millions (+0,3 %) par rapport à 2019 (861,9 millions). Le bénéfice brut d'exploitation (Ebitda) est quant à lui en baisse de quelque 30 millions d'euros à 153,4 millions d'euros. Alors que l'Ebitda est en net recul, le bénéfice net ne baisse que de 1,6 million à 36,2 millions d'euros suite à l'effet combiné d'éléments extraordinaires sur les deux exercices.

QUE TRADUIT LA BAISSSE DU RÉSULTAT OPÉRATIONNEL ?

LT : Cette baisse montre que le Groupe n'éprouve pas de difficultés pour accroître son chiffre d'affaires mais doit

« NOUS JOUONS UN RÔLE IMPORTANT DANS ET POUR L'ÉCONOMIE DU LUXEMBOURG »

LUCA TAGLIABUE,
directeur financier de POST Luxembourg

composer avec des coûts en progression à 745,8 millions (+4,3 %), notamment en raison de la hausse structurelle des frais de personnel qui, avec 368 millions d'euros, représentent près de la moitié des charges du Groupe.

Partant de ce constat, nous allons continuer à travailler sur la réduction de nos coûts non pas dans une optique de suppression d'emplois, mais d'optimisation de l'utilisation de nos ressources, chantier qui devra s'intensifier dans les années à venir si nous voulons pérenniser les résultats de l'entreprise.

COMMENT LES TROIS MÉTIERS ONT-ILS CONTRIBUÉ AUX RÉSULTATS 2020 ?

LT : Sur un chiffre d'affaires de 864,4 millions d'euros, le Métier Télécom & ICT contribue, avec 479,7 millions d'euros (+3,4 % par rapport à 2019), à quelque 60 % du chiffre d'affaires du Groupe. Une dynamique qui s'inscrit dans celle des années précédentes. Avec un chiffre d'affaires de 190,7 millions d'euros, le Métier Courrier & Logistique parvient

à compenser la baisse du volume des lettres au niveau national de -6,9 % (60 millions d'euros de chiffre d'affaires) par la hausse du volume de la logistique (+7,5 % à 44 millions) et des colis (+47 % à 20,5 millions).

Suite à la faiblesse des taux d'intérêt sur les marchés financiers et le recul des revenus de commissions, le chiffre d'affaires du Métier Finance enregistre une baisse de 3,5 millions (-12,8 %) à 24 millions d'euros. Une nouvelle stratégie pour POST Finance visant à remédier à cette situation a été dessinée sous la responsabilité de Gabriel de La Bourdonnaye (voir p. 43).

QUELS ONT ÉTÉ LES ÉLÉMENTS MARQUANTS DU CÔTÉ DES FILIALES SUR LE PLAN FINANCIER ?

LT : Les autres entités du Groupe clôturent l'exercice sur un chiffre d'affaires de 170 millions d'euros, en baisse de 11,9 millions (-6,6 %) suite au ralentissement économique dû à la crise sanitaire et à l'acte de sabotage dont a été victime Victor Buck Services l'été dernier (voir p. 102).

LA CRISE DE LA COVID-19 A ENTRAÎNÉ UN GRAND BESOIN EN TERMES DE TÉLÉCOMMUNICATIONS. COMMENT CETTE HAUSSE S'EST-ELLE TRADUITE DANS LES CHIFFRES POUR POST TELECOM ET POST TECHNOLOGIES ?

LT : En baisse structurelle depuis plusieurs années, sous l'effet du confinement et du télétravail, le volume d'affaires de la voix fixe est stable. Par ricochet, celui du hors forfait mobile baisse

de l'ordre de deux millions d'euros. La limitation des déplacements pour des raisons sanitaires a aussi entraîné une baisse d'un million d'euros du chiffre d'affaires du roaming in. À noter que la fermeture de nos shops durant le confinement a fait chuter leur chiffre d'affaires de l'ordre de 3 millions d'euros. Au final, l'impact de la COVID-19 sur le Métier Télécom se solde par un gain.

QU'EN EST-IL DU MÉTIER COURRIER ?

LT : La hausse des colis n'aura non seulement pas permis d'éradiquer la baisse du chiffre d'affaires pour le Métier Courrier dans les « Direct Mails » ainsi que la suspension de l'envoi de courriers par les entreprises mais aura en plus engendré une hausse significative des coûts de distribution. Ainsi, l'impact de la COVID-19 sur le Métier Courrier se solde par une perte.

PEUT-ON CHIFFRER L'IMPACT GLOBAL DE LA COVID-19 SUR LE GROUPE ?

LT : Sur l'ensemble de nos métiers et de nos filiales, nous estimons l'impact de la COVID-19 à une baisse de quelque 4 millions d'euros de chiffre d'affaires mais pratiquement sans impact sur l'Ebitda.

QUELLE EST LA PHILOSOPHIE GÉNÉRALE DE LA GESTION FINANCIÈRE DE POST ?

LT : La maximisation du bénéfice n'est pas la seule priorité de POST, qui n'est pas tout à fait une entreprise comme les autres. Elle évolue dans des secteurs compétitifs tout en devant assurer des missions de service public et de service universel. Nous jouons un rôle important dans et pour l'économie du Luxembourg, entre autres, avec le financement à 100 % de la pose de la fibre optique à travers tout le pays.

COMMENT DÉFINIR L'APPORT DE LA DIRECTION FINANCIÈRE AUX RÉSULTATS FINANCIERS DE POST ?

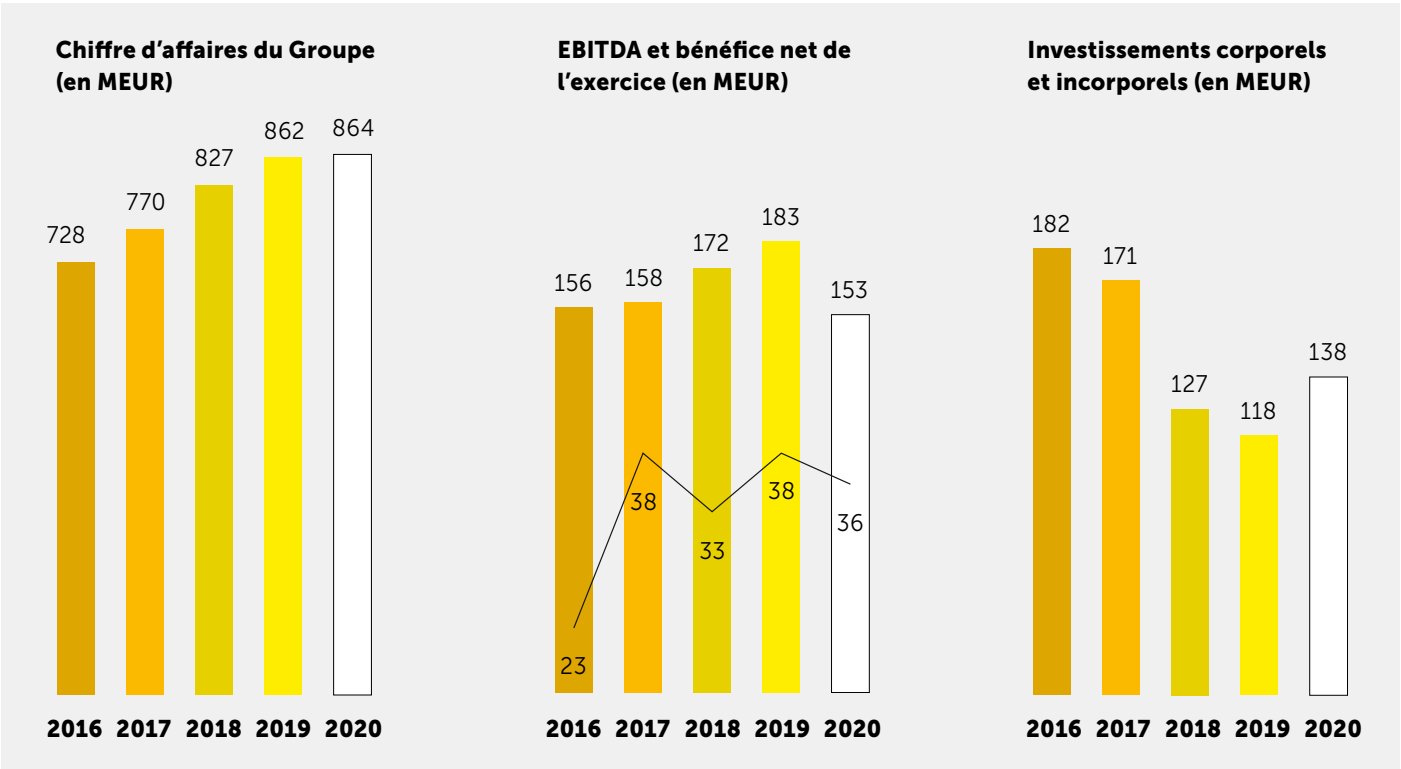
LT : La direction Finances est, par définition, l'outil de pilotage et de mesure de la performance du Groupe. Notre suivi strict des coûts, de nos business models ou encore de la rentabilité des produits permet au Comité exécutif de rester aligné sur les objectifs de l'entreprise et, le cas échéant, de prendre les mesures adéquates. Notre principal défi est de faire parler les chiffres en vue de la prise de décision visant à pérenniser les résultats de l'entreprise. L'autre est de tenir compte du facteur humain au-delà de l'approche purement orientée résultats.

PEUT-ON IMAGINER ABOUTIR À L'ACCEPTATION DES INDICATEURS DE REPORTING EXTRA-FINANCIERS AU MÊME NIVEAU QUE LES INDICATEURS FINANCIERS ?

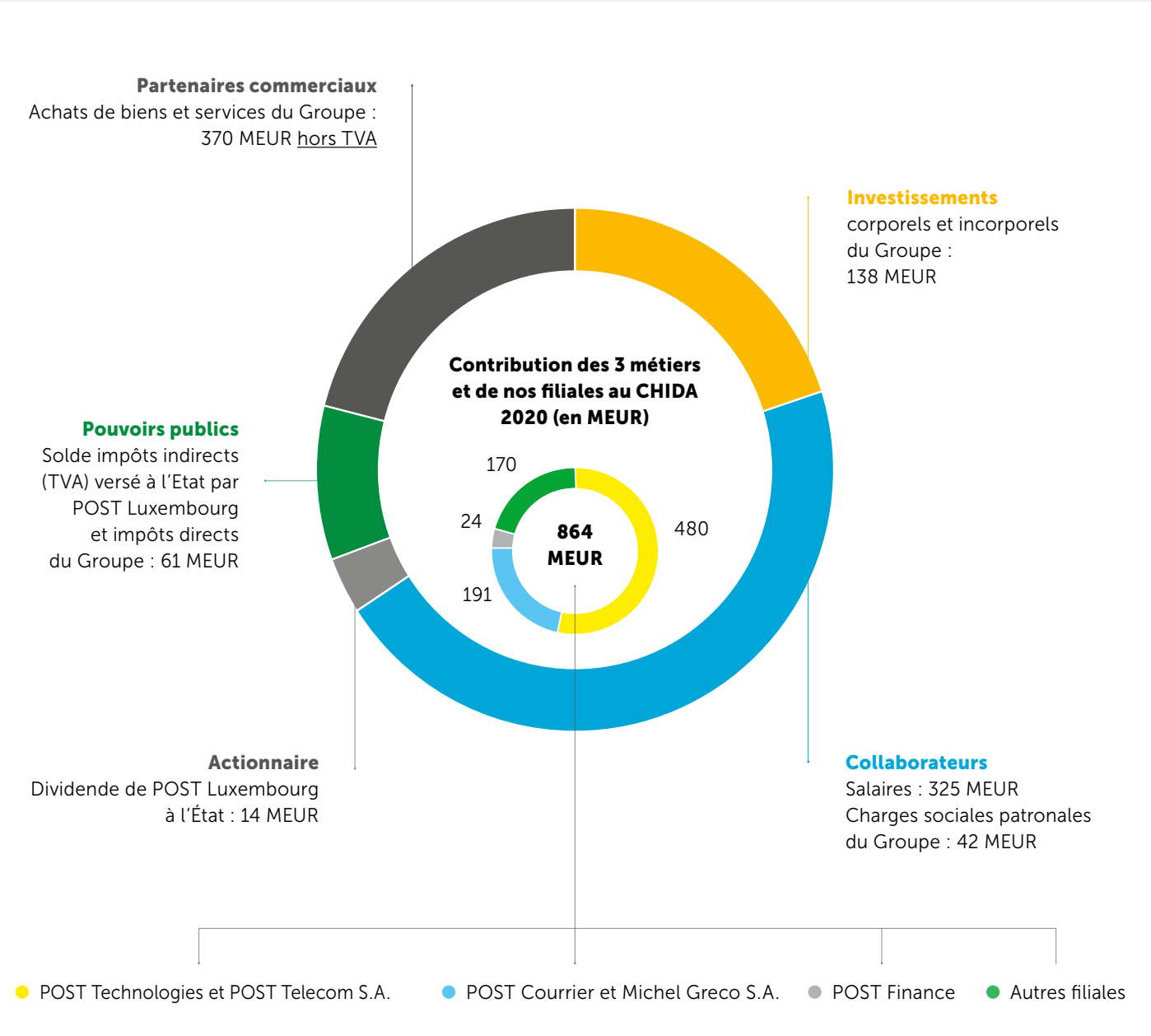
LT : L'établissement, pour la quatrième année consécutive, d'un rapport intégré d'entreprise, illustre cette volonté de réunir et de comparer les indicateurs financiers aux indicateurs non financiers. Cette démarche va se poursuivre dans les prochaines années en ciblant davantage les indicateurs les plus pertinents dont la production doit se faire en temps réel.

COMMENT FAIRE EN SORTE QUE LA POLITIQUE D'ACHATS DE L'ENTREPRISE SOIT ALIGNÉE AVEC SA STRATÉGIE RSE ?

LT : Le département Achats fait partie de la direction Finances. Des initiatives qui visent à promouvoir le choix de fournisseurs écoresponsables ont été mises en place pour coller à l'ambition de responsabilité sociale de l'entreprise et de création de valeur durable. Certaines actions peuvent d'ailleurs se mesurer à une grande échelle comme le passage programmé à l'électrique de l'ensemble de notre parc de véhicules.



Valeur créée et distribuée aux parties prenantes



Événements exceptionnels majeurs

Outre la crise sanitaire, la vente à Telenet des 34 % du capital de Eltrona détenus depuis 1998, la hausse des frais de personnel notamment portée par les congés non pris et le sabotage dont a été victime Victor Buck Services sont les principaux faits exceptionnels de l'exercice 2020. En août dernier, Victor Buck Services était en effet victime d'un acte de malveillance informatique, incident qui a impacté le résultat du Groupe POST, Victor Buck Services figurant traditionnellement parmi les filiales les plus performantes.

ANNEXES



RECONNAISSANCES ET CERTIFICATIONS

LES DISTINCTIONS REÇUES EN 2020

Gala Marketers
Best Event of the Year for POST eSports League
POST Luxembourg

Cluster For Logistics
Lean&Green Awards 2020
POST Luxembourg

CIO Applications Europe
Top Managed IT services Companies 2020 as Global M2M Connectivity Provider
POST Telecom S.A.

Cisco Awards
« Personality of the Year » for Cliff Konsbruck
POST Telecom S.A.

Cisco BeLux Partner Award
POST Telecom S.A.

Gala IT One
Cisco EMEAR North Commercial Partner of the Year Award
POST Telecom S.A.

Telecom company of the year
POST Telecom S.A.

TopBrands
Telecom award
POST Telecom S.A.

Luxembourg ICT Awards
ICT Outsourcing Service Provider of the Year
EBRC S.A.

CFI.co (Capital Finance International)
Best Business Process Outsourcing Services Award
Victor Buck Services S.A.

Trophée de la Transformation Numérique 2020
Prix « Open Banking »
EBRC S.A.

LES CERTIFICATIONS DU GROUPE

SÉCURITÉ

- ISO 22301 – Business Continuity Management : EBRC S.A.
- ISO 27001 – Information Security Management : i-Hub, EBRC S.A., POST Telecom S.A., Victor Buck Services S.A.
- ISO 27018 – Cloud Privacy : EBRC S.A.
- Hébergeur de données de santé (HDS) : EBRC S.A.
- Tier IV Design (Uptime Institute) : 3 data centres certifiés : EBRC S.A.

ÉTHIQUE

- Agrément PSF – CSSF : EBRC S.A., Michel Greco S.A., POST Finance, POST Telecom S.A., Victor Buck Services S.A., i-Hub
- Fairtrade Zone (Fairtrade Lëtzebuerg) : POST Luxembourg

ENTREPRISE RESPONSABLE

- Institut national pour le développement durable et la Responsabilité d'entreprise : EBRC S.A., POST Luxembourg



- UN Global Compact (ONU) : Victor Buck Services S.A.

EMPLOYABILITÉ

- Agir pour l'égalité des femmes et des hommes au travail (Gouvernement du Grand-Duché du Luxembourg, ministère de l'Égalité) : Victor Buck Services S.A.
- Charte de Diversité – IMS : EBRC S.A., POST Luxembourg, POST Telecom S.A.
- Label Best Workplaces Luxembourg 2020 (pour la 5^e fois consécutive), Great Place to Work, catégorie « Large Companies » : InTech S.A.
- Label Happy Trainees (pour la 2^e fois consécutive) : InTech S.A.

PRODUITS

- ISO 9001 – Quality Management System : EBRC S.A.
- ISO 20000 – Information Technology Service Management : EBRC S.A.
- ISO 22301 – 2012 Business Continuity Management System Supporting i-Hub ICT Solutions and Services to process KYC and Client Identification Regulatory Requirements
- Autorisation OEA – Union européenne : POST Courrier
- Cloud Champion – Le degré de partenariat le plus élevé chez Nutanix : POST Telecom S.A.
- Commvault Premier Partner : POST Telecom S.A.
- Egerie « Partner of the Year 2020 » : EBRC S.A.
- Google Partner Premier : Editus S.A.
- HP Power Services Partner : POST Telecom S.A.
- Kentico Gold Partner : Editus S.A.
- Made in Luxembourg (Chambre de Commerce) : Editus S.A., EBRC S.A., Victor Buck Services S.A.
- Microsoft Gold Partner – Application Development : Editus S.A.
- Microsoft Silver Partner – Data Analytics : 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 : Victor Buck Services S.A.
- Spécialisation « Customer Experience - Belux » – Cisco : POST Telecom S.A.
- Splunk Premier Partner : POST Telecom S.A.
- VMware Premier Partner : EBRC S.A.

TERRE

- ISO 14001 – Système de management environnemental : EBRC S.A.
- ISO 50001 – Système de management de l'énergie : EBRC S.A.
- DGNB (Deutsche Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen) : Bâtiments Mercier + Kayl, pré-certification du nouveau siège social à Luxembourg-Gare : POST Luxembourg
- FSC (Forest Stewardship Council) : Editus S.A., POST Luxembourg, POST Telecom S.A., Victor Buck Services
- Label Star « Lean & Green » (réduction des émissions de CO₂ de 20 % entre 2014 et 2019) : POST Luxembourg
- SuperDrecksKëscht – Ministère du Développement durable et des Infrastructures : EBRC S.A., Editus S.A., POST Luxembourg, POST Telecom S.A., Victor Buck Services S.A.



REPRÉSENTATIONS DE POST

Représentations de POST Luxembourg dans les Conseils d’administration de nos filiales

POST Telecom S.A.		100 %	Composition du Conseil de surveillance de POST Telecom S.A. 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.
Ainos S.A.		100 %	Pierre Zimmer (président) Cliff Konsbruck
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 Isabelle Faber
Elgon S.A.		100 %	Pierre Zimmer (président) Cliff Konsbruck
InTech S.A.		100 %	Pierre Zimmer (président) Claude Strasser Cliff Konsbruck Marco Van Maris
Michel Greco S.A.		100 %	Hjoerdis Stahl (présidente) Achim Taylor Angelo Piras Isidro Marques Lopes
Victor Buck Services S.A.		100 %	Claude Strasser (président) Hjoerdis Stahl Pierre Zimmer
i-Hub S.A.		80 %	Claude Strasser (président) Pierre Zimmer Gabriel de La Bourdonnaye Edith Magyarics
Visual Online S.A.		51 %	Gaston Bohnenberger (président) Gabriel de La Bourdonnaye

Représentations de POST et de ses filiales dans les associations

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

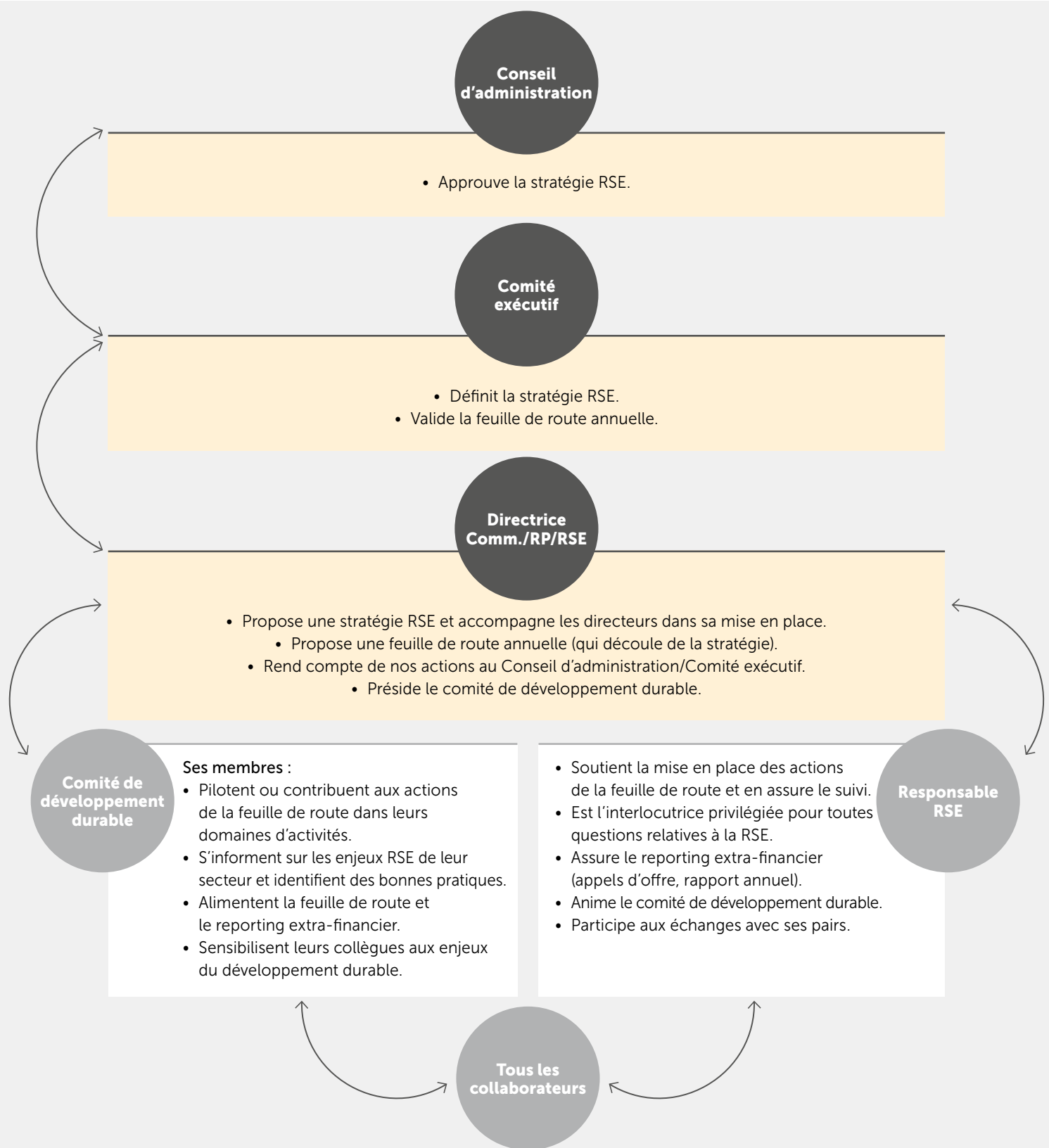
Cette liste est non exhaustive.

NOTRE DÉMARCHE RSE



En jaune : événements sur le plan international

Notre démarche RSE est pilotée par la direction Communication, RP & RSE avec le support de la direction Finances pour le suivi de notre performance financière et extra-financière au travers de KPI. Les rôles et responsabilités sont définis comme suit :



Par l’envergure de la RSE en termes d’enjeux et par l’approche systémique qu’elle nécessite, il va de soi qu’aucune entreprise, aussi importante soit-elle, ne peut agir seule. D’où l’importance des partenariats et des coalitions sectorielles et multisectorielles afin d’échanger les bonnes pratiques et de maximiser les impacts.

Les collaborations de POST Luxembourg au niveau RSE en 2020 sont reprises ci-dessous.

International Post Corporation 	Association coopérative de services postaux nationaux des principaux pays d’Europe, d’Asie-Pacifique et d’Amérique du Nord www.ipc.be	Calcul de l’empreinte environnementale du Métier Courrier Participation annuelle au programme environnemental de IPC et aux objectifs sectoriels (depuis 2014)
IMS Luxembourg 	Association d’entreprises œuvrant pour le développement des politiques RSE au Luxembourg www.imslux.lu	Workshops et échanges de bonnes pratiques sur des thématiques dédiées Participation au « Diversity Day » (POST étant signataire de la Charte de la Diversité)
INDR 	Institut national pour le Développement durable et la Responsabilité sociale des entreprises (accompagnement et formations des entreprises) www.indr.lu	Relabellisation ESR (Entreprise socialement responsable) pour la 3 ^e fois en 2020
ProRSE 	Réseau des professionnels de la RSE émanant de l’INDR www.prorse.lu	Workshops et échanges de bonnes pratiques sur des thématiques dédiées
Chambre de Commerce Luxembourg (Groupe de travail Développement durable) 	Groupe de travail Développement Durable émanant de la Chambre de Commerce. L’objectif est de définir des engagements durables communs pour toutes les entreprises au Luxembourg. www.cc.lu	Participation au groupe de réflexion dédié aux acteurs du transport
BEE SECURE 	Initiative gouvernementale en vue de promouvoir une utilisation plus sûre et responsable des nouvelles technologies auprès du grand public et, particulièrement, auprès des jeunes. www.bee-secure.lu	Participation de POST à l’advisory board de BEE SECURE

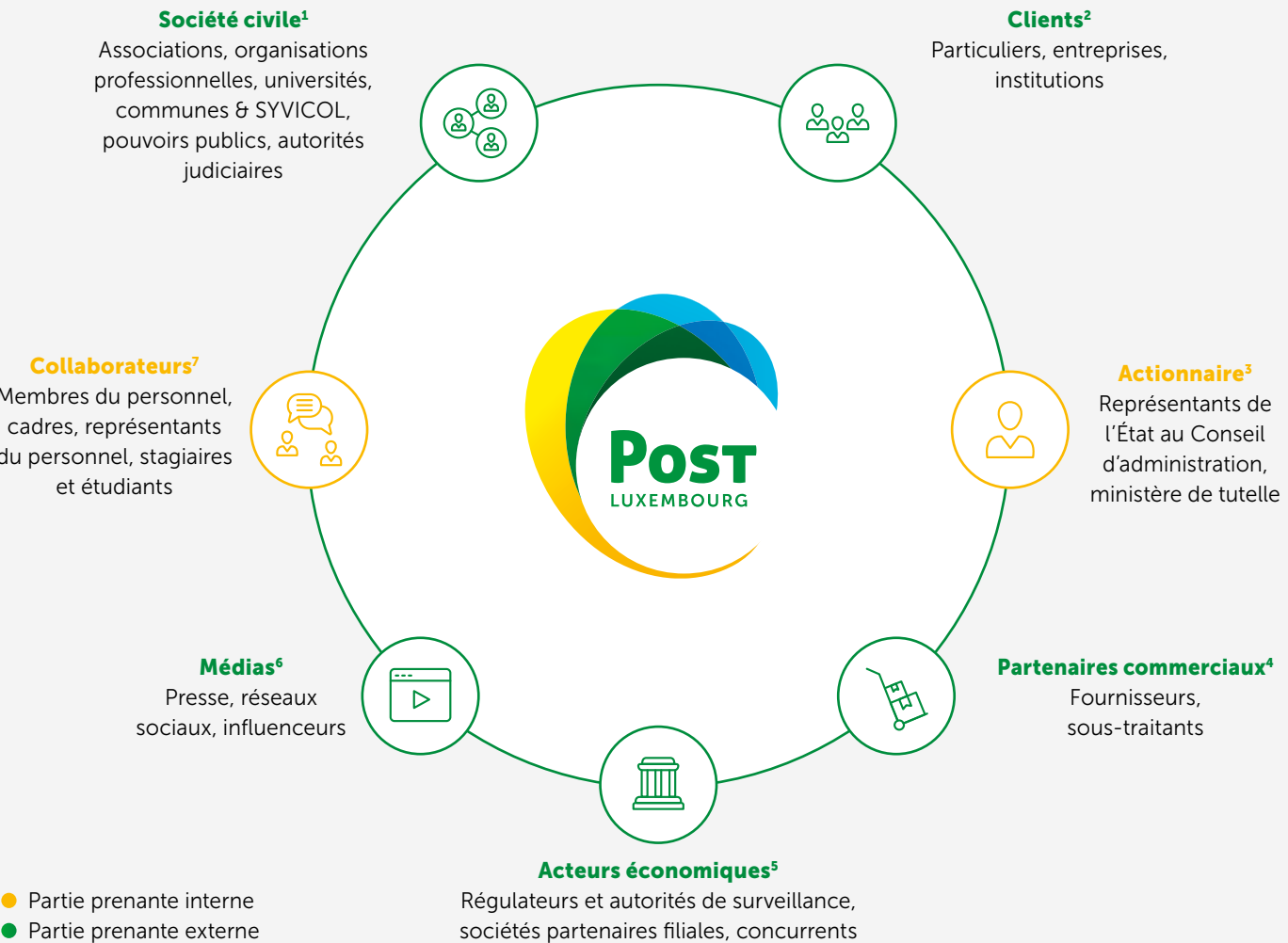
CONTRIBUTION AUX ODD

Les actions que nous menons au niveau RSE contribuent à la concrétisation de nos engagements mais répondent également aux **Objectifs de développement durable (ODD)** des Nations unies pour 2030. Nous avons identifié 12 des 17 objectifs auxquels nous entendons contribuer davantage à l’avenir. Les ODD 5 et 12 ont été ajoutés en 2020 car ils correspondent à des thématiques sur lesquelles l’entreprise s’est engagée plus concrètement au cours de l’année écoulée.

ODD	Notre contribution	Contributeurs
	En créant des lieux de travail sûrs et sains, en fournissant du matériel de protection adéquat à tout(e) collaborateur/trice et sous-traitant en vue de prévenir les accidents et de préserver leur santé. En développant une politique de santé et de bien-être au travail et en menant des actions d’information et de sensibilisation à la santé dans tous ses aspects (psychosociaux et physiques). En proposant un dispositif d’écoute confidentiel et anonyme en cas de difficultés d’ordre professionnel ou privé.	POST Luxembourg
	En investissant dans le développement continu de nos collaborateurs (formations internes/externes accessibles à tous) pour garantir leur employabilité dans un monde qui évolue rapidement. En développant un programme pour les talents (POSTalents) et un programme d’accompagnement des nouveaux managers. En encourageant la mobilité interne et en soutenant les évolutions de carrière.	POST Luxembourg
	En valorisant la diversité au sein de notre entreprise. En veillant au respect des droits humains et à l’égalité des chances pour tous nos collaborateurs, indépendamment de leur genre, religion, âge, origine, handicap ou orientation sexuelle. En soutenant les engagements de la charte nationale de la diversité (chartediversite.lu).	POST Luxembourg
	En utilisant 100 % d’électricité verte (d’origine renouvelable) pour nos infrastructures. En produisant de l’électricité via des panneaux solaires installés sur nos toits. En favorisant la récupération d’énergie (des data centers notamment).	POST Luxembourg
	En proposant des emplois qualifiés et non qualifiés et en soutenant la réinsertion professionnelle et l’apprentissage. En offrant de bonnes conditions de travail et à l’équité salariale pour un travail équivalent. En restant attentif à notre rentabilité afin de garantir notre avenir et celui de nos collaborateurs. En apportant une contribution directe à l’économie du pays par les infrastructures télécoms mises en place et les services jugés « essentiels » que nous offrons (livraison de courrier, colis, journaux, compte courant et moyens de paiement).	POST Luxembourg
	En disposant de réseaux télécoms de qualité (ultra haut débit), fiables et résilients, partout dans le pays, pour favoriser le développement économique et le bien-être des habitants. En investissant en continu pour moderniser nos réseaux. En prenant en compte les risques climatiques et les événements extrêmes afin d’assurer la résilience de nos activités et celle de nos clients. En proposant des produits et services télécoms accessibles au plus grand nombre et utiles pour la société (notamment dans le domaine de l’« Internet of Things »).	Métier Télécom & ICT
	En favorisant l’inclusion bancaire au Luxembourg via l’accès pour tous à un compte courant et à des moyens de paiement.	Métier Finance
	En assurant le service universel et en fournissant un service de distribution de courrier de qualité à la population et aux entreprises cinq jours par semaine partout dans le pays, même dans les zones rurales. En maintenant une relation de confiance et le contact humain avec nos clients chaque jour via nos facteurs.	Métier Courrier & Logistique
	En accélérant la transition vers une économie circulaire par le reconditionnement et le réemploi de nos équipements et de ceux de nos clients. En soutenant le développement d’un numérique responsable plus sobre en carbone et plus respectueux des ressources naturelles. En évaluant l’impact environnemental de nos infrastructures pour en accroître l’efficacité énergétique. En intégrant des critères de durabilité dans nos achats. En accompagnant nos clients vers un bon usage des produits et services que nous proposons.	POST Luxembourg
	En innovant pour développer des alternatives permettant la distribution au premier passage. En développant des tournées mixtes (courrier/colis) pour rendre chaque kilomètre utile. En intégrant davantage de véhicules électriques dans notre flotte. En construisant des bâtiments sans émissions directes ou en améliorant en continu l’efficacité de notre parc immobilier.	Métier Courrier & Logistique
	En engageant tous nos collaborateurs à respecter des règles éthiques communes (code de conduite) basées sur le respect des droits humains et la lutte contre la corruption et la fraude. En mettant en place un organe de consultation, le comité éthique. En proposant un système d’alerte professionnel pour tout collaborateur confronté à une situation non conforme à nos règles de conduite. En faisant de la protection des données que nous traitons et de leur gestion responsable un gage de confiance. En soutenant un management participatif jusque dans la définition de nos orientations stratégiques et le dialogue social. En veillant à communiquer de manière transparente et dans un esprit constructif avec nos parties prenantes, notamment via ce rapport intégré.	POST Luxembourg
	En développant des partenariats pour soutenir le développement durable, le partage de connaissances et l’échange de bonnes pratiques (IMS, INDR). En travaillant avec des entreprises dans le domaine de l’économie sociale et solidaire. En prenant part à des initiatives sectorielles en faveur du développement durable (International Post Corporation, Chambre de Commerce).	POST Luxembourg

CARTOGRAPHIE DE NOS PARTIES PRENANTES

La cartographie a été mise à jour en 2020 suite à des échanges avec le comité de développement durable et avec plusieurs dirigeants de l’entreprise. Nous veillons à maintenir, tout au long de l’année, des échanges réguliers avec nos parties prenantes par différentes modalités de communication décrites ci-dessous.



Les modalités de dialogue avec nos parties prenantes

Société civile¹ Workshop 5G avec les ministères de l’Environnement et de la Santé, séance d’information sur le all-IP (parties prenantes concernées), deux projets de recherche avec des universités, échanges réguliers avec les autorités judiciaires, les forces de l’ordre et les douanes, participation à des groupes de travail thématiques et des réseaux d’échanges sur la RSE, soutien de projets associatifs

Clients² Réunions professionnelles, enquêtes de satisfaction (24 enquêtes quantitatives / une étude qualitative sous forme de table ronde / deux enquêtes micro-trottoir / panel de consommateurs « Tell me » et > 100 000 questionnaires de satisfaction en 2020), échanges avec l’Union luxembourgeoise des consommateurs **Actionnaire³** Réponses et suivis de questions parlementaires, dix réunions/an du Conseil d’administration, six visites et réunions ministérielles chez POST en 2020

Partenaires commerciaux⁴ Audits RGPD chez nos fournisseurs, échanges lors d’appels d’offres, formalisation de conditions générales de vente & code de conduite fournisseurs **Acteurs économiques⁵** Échanges réguliers avec les autorités de surveillance (ILR, CSSF, CNPD et le conseil de la concurrence), Représentation de POST dans le CA de nos filiales et partenaires (Banque Raiffeisen et CREOS) **Médias⁶** 31 communiqués et informations diffusées à la presse, deux workshops thématiques réservés à la presse, 935 retombées presse, > 50 000 followers sur les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Instagram, etc.)

Collaborateurs⁷ Enquêtes internes (une en 2020), Intranet (Agora) > 4 000 utilisateurs actifs, dialogue social (30 réunions en 2020), quatre HR newsletters, bilan social annuel, RH pandémie (> 1 000 collaborateurs en contact avec le centre d’appels dédié), Forums cadres (présentation stratégie RSE), évaluation annuelle reposant sur un modèle de compétences et comportements intégrant la RSE, code de conduite interne signé par tous nos collaborateurs

NOTRE REPORTING FINANCIER ET EXTRA-FINANCIER 2020

Ce rapport fournit une présentation complète de la performance financière et extra-financière du Groupe POST Luxembourg en 2020. Il présente notre stratégie, notre vision à long terme, notre gouvernance et nos principales réalisations de l’année.

Il montre également comment nous entendons répondre, à notre niveau, aux enjeux sociaux, économiques, climatiques et environnementaux de notre société.

Ce rapport est aussi l’occasion d’échanger avec les parties prenantes internes et externes – impliquées dans sa réalisation :

Rédaction : Direction Communication, RP & RSE
Reporting financier & extra-financier : Direction Finances
Vérification interne : Conseil d’administration de l’entreprise, Comité exécutif, directeurs en charge d’activités transversales, comité de développement durable
Revue externe : Comité d’évaluation de nos parties prenantes externes, composé d’experts RSE (lire en p. 122)
Témoignages de nos parties prenantes :
Ministre de tutelle : Franz Fayot
Membres du Conseil d’administration : Serge Allegrezza, Sandra Denis, Günter Mirkes, Marie-Josée Ries
Clients : Fabrice Aresu (LuxTrust), Joel Feltes (Hôpitaux Robert Schuman), Tom Hemmen (Centre Hospitalier du Nord), Pierre-Alexandre Kablitz (Vitis Life), Roland Kuffer (Centre Hospitalier Emile Mayrisch), Emmanuel Ponnet (Centre Hospitalier de Luxembourg) et Michel Schuetz (Santé Service S.A.).
Période couverte : 01/01-31/12/2020 (sauf mention contraire)
Périodicité : annuelle

Ce rapport étant avant tout destiné à nos parties prenantes, nous apprécions vos commentaires sur son contenu à : rse@post.lu

Méthodologie : POST a choisi d’aligner progressivement son reporting intégré aux indicateurs recommandés par le « World Economic Forum ».

En 2020, nous avons réalisé, avec l’aide d’un expert externe :

- une évaluation de l’alignement de notre reporting par rapport aux recommandations du « World Economic Forum » ;
- une revue de nos indicateurs de performance afin, dans une démarche d’amélioration continue, d’y intégrer progressivement les indicateurs-clés « universels » recommandés par le « World Economic Forum » ainsi que les indicateurs sectoriels les plus pertinents.

La non-disponibilité de certaines données dans les tableaux de performance est liée à l’introduction de nouveaux indicateurs en 2020.

Nous nous engageons à revoir annuellement nos principaux enjeux, risques et opportunités (pour POST et pour nos parties prenantes) et à introduire d’autres indicateurs pertinents, pour suivre nos progrès dans les domaines identifiés.

Périmètre de reporting : La mention « Groupe » fait référence à POST Luxembourg (maison-mère) et à ses filiales. La mention « Entreprise » fait référence à POST Luxembourg et POST Telecom S.A.

Le périmètre de reporting RSE a changé depuis le rapport intégré 2019 : toutes les filiales détenues pour au minimum 80 % par POST Luxembourg (importantes tant en termes de chiffre d’affaires que de personnel) ont été intégrées au périmètre de reporting extra-financier. Ainos, Elgon et i-Hub sont désormais comprises dans le périmètre extra-financier depuis 2020. Le périmètre de consolidation financière – plus large – reste inchangé entre 2019 et 2020.

21 indicateurs universels

Face à l’existence de plusieurs standards de reporting extra-financier et la difficulté de comparer les entreprises entre elles et de montrer leur contribution réelle aux Objectifs de développement durable, le « World Economic Forum » a confié aux « Big Four » et à de nombreuses entreprises la responsabilité de proposer un set d’indicateurs extra-financiers universels, identiques pour toutes les entreprises, peu importe leur taille et leur secteur d’activité. Après un an de travail et la consultation de plus de 140 entreprises, le « World Economic Forum » a publié, en septembre 2020, 21 « core metrics » (incontournables) accompagnées de 34 « expanded metrics » (conseillées) qui sont en passe de devenir un socle de référence universel, gage de crédibilité pour les toutes parties prenantes à travers le monde. Cette initiative du secteur privé a fait l’objet d’un « white paper » publié en septembre 2020 et intitulé « Measuring stakeholder capitalism towards common metrics and consistent reporting of sustainable value creation ».

ÉVALUATION EXTERNE DU RAPPORT INTÉGRÉ 2020

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 2020, à la consultation d'un échantillon de ses parties prenantes externes. Le Comité d'évaluation, ci-après dénommé « CEPPE », s'est réuni le 20 avril 2020 avec Isabelle Faber, directrice Communication, RP & RSE de POST, Luca Tagliabue, directeur financier de POST et les collaborateurs du service communication de POST en charge du document pour rendre compte de ses observations et de ses recommandations sur le rapport intégré 2020.

Le Comité d'évaluation était composé des experts suivants :



ERNY HUBERTY
head of Corporate Marketing,
Enovos Luxembourg S.A.



JEAN-FRANCOIS RODRIGUEZ,
directeur du pilotage et
de la Performance de la RSE,
Groupe La Poste, France



NORMAN FISCH,
secrétaire général de l'Institut
national pour le développement
durable et la responsabilité
sociale des entreprises (INDR),
Luxembourg



SOPHIE ÖBERG,
deputy director,
IMS Luxembourg



THOMAS GIBON
research and technology associate,
Luxembourg Institute of Science
and Technology (LIST)



ANNE-MARIE LOESCH,
head of Business Development & CSR,
Chambre de Commerce, Luxembourg

L'édition 2020 du rapport intégré du Groupe POST Luxembourg visait à répondre à quatre enjeux :

- Témoigner d'une année exceptionnelle en termes de résilience dont POST a fait preuve pour maintenir ses activités malgré la crise de la COVID-19, d'engagement des collaborateurs au sein de l'entreprise et au service de nos clients et d'investissements ;
- Proposer un dialogue ouvert avec les dirigeants qui ont répondu aux interviews en toute transparence ;
- Mettre en avant les réalisations humaines avant tout, nos collaborateurs étant la force vive du Groupe POST ;
- Représenter au niveau financier la création de valeur que POST Luxembourg apporte à ses parties prenantes et viser un équilibre entre représentation de la performance financière et non-financière.

Synthèse des observations et recommandations du CEPPE

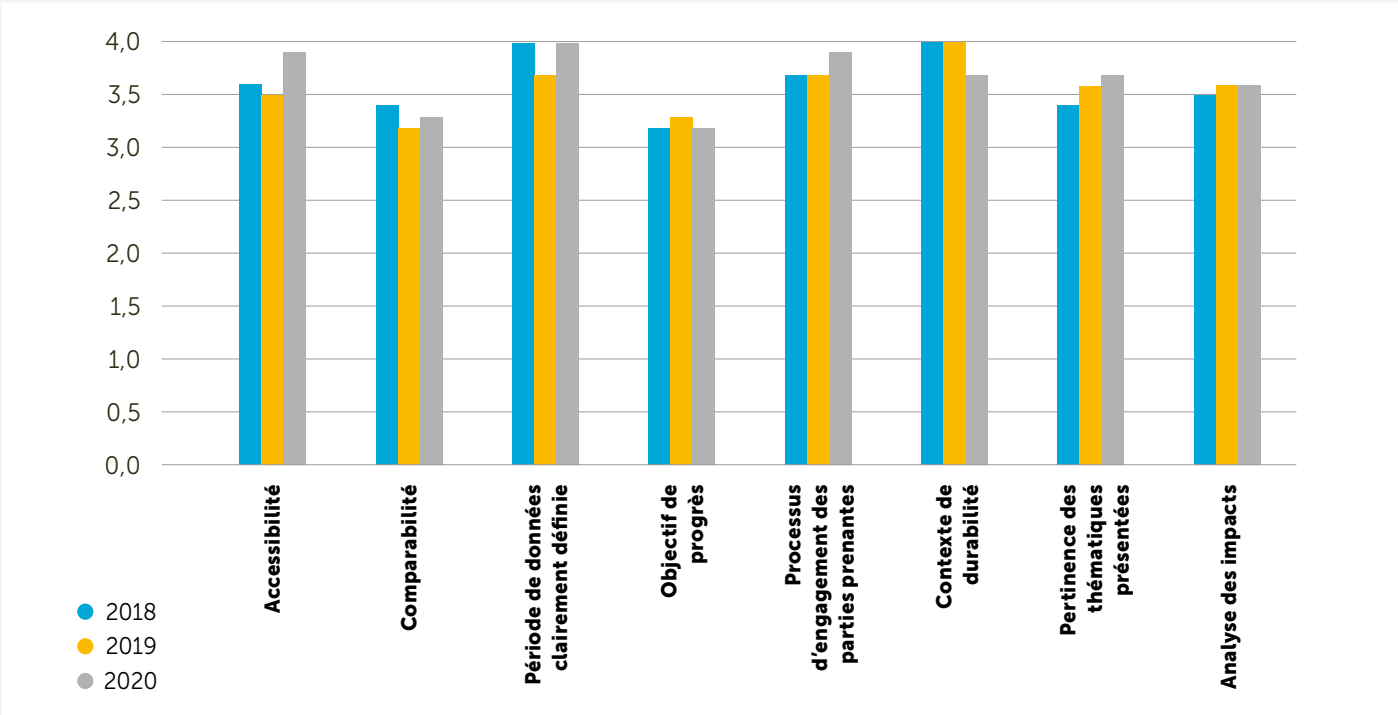
Pour cette édition comme pour les précédentes, le processus d'évaluation du rapport – qui n'inclut pas la vérification des

données chiffrées – par un échantillon de parties prenantes externes a porté son attention sur les critères de qualité et de contenu suivants :

	2018	2019	2020
Accessibilité	3,6	3,5	3,9
Comparabilité	3,4	3,2	3,3
Période de données clairement définie	4	3,7	4
Objectif de progrès	3,2	3,3	3,2
Processus d'engagement des parties prenantes	3,7	3,7	3,9
Contexte de durabilité	4	4	3,7
Pertinence des thématiques présentées	3,4	3,6	3,7
Analyse des impacts	3,5	3,6	3,6
	3,60	3,58	3,66

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 **3,66 sur 4** quant à la qualité du contenu et à la qualité de l'information, soit une note légèrement supérieure à la note moyenne obtenue pour le rapport intégré 2019 (3,58/4).

Évaluation attribuée par les experts du CEPPE



PERFORMANCES FINANCIÈRES ET EXTRA-FINANCIÈRES

Les membres du CEPPE soulignent le niveau de maturité élevé du rapport intégré et s'accordent sur les observations suivantes :



1. Qualité du rapport

- Un plan clair et bien structuré facilitant la compréhension d'un Groupe multi-métiers ;
- Le choix narratif facilitant la lecture dans un style très journalistique genre « magazine » ;
- La transparence quant aux sujets abordés (par ex. 5G) et dans les réponses apportées par les dirigeants ;
- La richesse du contenu informatif qu'il soit sous forme de textes, d'infographies ou de visuels.



2. Contenu du rapport

- L'importance accordée à la RSE et aux questions environnementales à travers tout le rapport et l'ancrage de ces thèmes à un haut niveau ;
- Le bon équilibre présenté entre financier et non-financier et les nombreux indicateurs de durabilité publiés ;
- L'ajout de la représentation de la création de valeur distribuée ;
- L'alignement avec les Objectifs de développement durable de l'ONU et la contribution explicite de POST à cet agenda global ;
- L'implication d'un nombre important de parties prenantes dans la réalisation de ce rapport.



3. Recommandations

- Améliorer autant que possible la comparabilité des données – notamment non financières – sur plusieurs années et leur alignement avec les indicateurs du World Economic Forum ;
- Expliciter davantage les grands engagements RSE pris par l'entreprise et le Groupe, et y apposer des objectifs quantitatifs de progrès ;
- Visualiser l'appropriation des principaux enjeux de durabilité par les différents métiers et leur articulation avec les enjeux RSE globaux du Groupe et avec l'agenda global comme celui des Objectifs du développement durable ;
- Identifier les principaux enjeux de matérialité et les attentes des parties prenantes et les communiquer ;
- Équilibrer la prise de parole des dirigeants et des collaborateurs.

POST remercie chaleureusement les membres du Comité d'évaluation des Parties Prenantes Externes pour ces échanges constructifs qui constituent un élément-clé pour améliorer tant notre reporting intégré que notre démarche RSE. L'avis et les recommandations du CEPPE sont partagés avec le Comité exécutif ainsi qu'avec le Comité de développement durable.

Les sociétés du Groupe POST Luxembourg intégrées au reporting financier et extra-financier sont les suivantes :

ENTITÉS DU GROUPE POST LUXEMBOURG	PARTICIPATION DE POST	REPORTING RSE DEPUIS	DISPONIBILITÉ DES DONNÉES FINANCIÈRES	DISPONIBILITÉ DES DONNÉES EXTRA-FINANCIÈRES
POST Luxembourg		2012	100 %	100 %
POST Telecom S.A.	100 %	2012	100 %	100 %
Ainos S.A.	100 %	2020	100 %	80 %
EBRC S.A.	100 %	2012	100 %	100 %
Editus S.A.	100 %	2014	100 %	80 %
Elgon S.A.	100 %	2020	100 %	80 %
InTech S.A.	100 %	2014	100 %	70 %
Michel Greco S.A.	100 %	2012	100 %	70 %
Victor Buck Services S.A.	100 %	2012	100 %	90 %
i-Hub	80 %	2020	100 %	80 %

Plusieurs sociétés du Groupe POST Luxembourg s'ajoutent aux sociétés mentionnées ci-dessus pour former le périmètre de consolidation financière :

1. SAS Digora
2. Join Experience S.A.
3. Visual Online S.A.
4. Infomail S.A.
5. Digora Luxembourg S.à r.l.
6. P&T Immobilière S.à r.l.
7. P&T Ré S.A.
8. Digora Maroc
9. POST Capital S.A.
10. Bâtiment Mercier S.à r.l.
11. Financière Digora
12. K2 Consult S.A.
13. Join Infrastructure S.A.
14. Join Experience Belgique S.A.
15. Synedge Luxembourg S.A.
16. Global Sky Park GmbH
17. Hotcity S.A.

PERFORMANCES FINANCIÈRES ET EXTRA-FINANCIÈRES

Note : suite à l’ajout d’un certain nombre d’indicateurs en 2020, l’historique de certaines données n’est pas disponible.

RENTABILITÉ	Unité	2018	2019	2020
Croissance durable				
Chiffre d’affaires du Groupe	millions EUR	827	862	864
Dépenses OPEX du Groupe	millions EUR	698	715	746
Dépenses CAPEX (investissements corporels et incorporels) du Groupe	millions EUR	127	118	138
EBITDA du Groupe	millions EUR	172	183	153
Bénéfice net de l’exercice du Groupe	millions EUR	33	38	36
Contribution au tissu économique du pays (valeur distribuée)				
Dividende de POST Luxembourg à l’État	millions EUR	20	20	14
Montant des achats externes de biens et services aux partenaires commerciaux	millions EUR	356	366	370
Montant des salaires aux collaborateurs du Groupe	millions EUR	301	307	325
Montant des charges sociales patronales du Groupe	millions EUR	40	39	42
Autres versements à l’État : impôts indirects (TVA) de POST Luxembourg et impôts directs du Groupe	millions EUR	70	72	61
Gestion des risques				
Analyse des principaux risques et opportunités pour POST et évolution de ces risques dans le temps avec les adaptations mises en place pour garantir notre résilience	lire en page 88			

Note : POST Luxembourg = POST Luxembourg (entreprise publique et maison-mère) + POST Telecom S.A.
Filiales du périmètre extra-financier = Ainos S.A., Elgon S.A., EBRC S.A., Editus S.A., i-Hub S.A., InTech S.A., Michel Greco S.A., Victor Buck Services S.A.
Groupe POST = POST Luxembourg + filiales du périmètre extra-financier

PERFORMANCES FINANCIÈRES ET EXTRA-FINANCIÈRES

EMPLOYABILITÉ	Unité	POST Luxembourg			Filiales			Groupe POST		
		2020			2020			2020		
		Hommes	Femmes	TOTAL	Hommes	Femmes	TOTAL	Hommes	Femmes	TOTAL
Chiffres de l'emploi										
Nombre moyen de collaborateurs (périmètre de consolidation du Groupe)	nombre			3 413			1 283			4 697
Nombre moyen de collaborateurs (périmètre extra-financier)	nombre	2 362	1 047	3 409	856	267	1 123	3 218	1 314	4 532
Effectif annuel en Équivalent Temps Plein au 31/12/2020	nombre			3 144			1 091			4 236
Contrats à durée indéterminée	nombre	2 314	1 023	3 337	840	262	1 102	3 154	1 285	4 439
Contrats à durée déterminée	nombre	48	24	72	16	5	21	64	29	93
Proportion temps partiel	%	23			11			20		
Proportion temps plein	%	77			89			80		
Jeunes en contrats d'apprentissage et/ou contrats d'initiation à l'emploi	nombre	8	6	14						
Départs	nombre	178	88	266	152	42	194	330	130	460
Départs jusqu'à 30 ans	nombre	65	28	93	46	19	65	111	47	158
Départs entre 30 et 50 ans	nombre	42	24	66	94	21	115	136	45	181
Départs au-delà de 50 ans	nombre	71	36	107	12	2	14	83	38	121
Taux de rotation	%	8	8	8	18	16	17	10	10	10
Recrutements	nombre	181	73	254	185	51	236	366	124	490
Recrutements jusqu'à 30 ans	nombre	115	33	148	88	18	106	203	51	254
Recrutements entre 30 et 50 ans	nombre	62	36	98	87	31	118	149	67	216
Recrutements au-delà de 50 ans	nombre	4	4	8	10	2	12	14	6	20
Taux de recrutement	%	8	7	8	22	19	21	11	9	11
Nombre de postes vacants pourvus au moyen de la mobilité interne	nombre	119								

PERFORMANCES FINANCIÈRES ET EXTRA-FINANCIÈRES

EMPLOYABILITÉ (SUITE)	Unité	POST Luxembourg			Filiales			Groupe POST		
		2020	2020	2020	2020	2020	2020	2020	2020	2020
		Hommes	Femmes	TOTAL	Hommes	Femmes	TOTAL	Hommes	Femmes	TOTAL
Diversité										
Âge moyen	années	43								
Effectifs jusqu'à 30 ans	%	11	4	14	18	5	23	12	4	16
Effectifs entre 30 et 50 ans	%	40	16	57	49	17	66	42	17	59
Effectifs au-delà de 50 ans	%	19	11	29	10	2	11	16	8	25
Femmes effectif total	%	31			24			29		
Femmes présentes à la direction	%	20			20			20		
Femmes parmi les cadres	%	18			24			20		
Nationalités représentées	nombre	50								
Luxembourgeoise	%	61								
Française	%	17								
Belge	%	4								
Portugaise	%	8								
Allemande	%	3								
Autres	%	6								
Statut public – statut privé	%	34 % Public – 66 % Privé								
Travailleurs en situation de handicap / % de l'effectif total	nombre / %	30 pers. 1 %			2 pers. 0 %			32 pers. 1 %		
Formation et développement de compétences										
Formation (moyenne annuelle / collaborateur)	jours	1 jour								
Proportion des effectifs ayant bénéficié d'au moins une formation au cours de l'année	%	70								
Proportion de collaborateurs ayant bénéficié d'entretien annuels d'évaluation et d'évolution de carrière	%	95			88			93		
Santé et qualité de vie au travail										
Taux d'absentéisme	%	6			6			6		
Jours d'absence maladie	jours	47 279			17 481			64 761		
Collaborateurs salariés couverts par une convention collective	%	98			27			74		

PERFORMANCES FINANCIÈRES ET EXTRA-FINANCIÈRES

SÉCURITÉ	Unité	POST Luxembourg			2018	Filiales		2018	Groupe POST	
		2018	2019	2020		2019	2020		2019	2020
Sécurité des infrastructures et des équipements										
Nombre d'incidents majeurs signalés au régulateur (ILR) dans le domaine des infrastructures mobiles	nombre	3	0	1						
Nombre de cyberattaques subies	nombre		47	827						
Sécurité de l'information et des données										
Nombre de plaintes enregistrées auprès de la CNPD pour manquements au RGPD	nombre	2	4	1						
Nombre de demandes d'exercice de droits RGPD traitées	nombre	88	36	49						
	Unité	2020			2020			2020		
Sécurité au travail										
Proportion de collaborateurs formés aux premiers secours	nombre % ¹	190 6 %								
Nombre d'accidents de travail	nombre	104			32			136		
Taux de fréquence des accidents de travail	% ²	3			3			3		
Décès par accident de travail	nombre	0			0			0		
Nombre d'accidents de trajet	nombre	45			10			55		
Taux de fréquence des accidents de trajet	% ³	1			1			1		

¹ obligation légale allant de 5 à 10 %

² en dessous de la moyenne nationale (3,73 %) - Rapport AAA 2019

³ au-dessus de la moyenne nationale (0,84 %) – Rapport AAA 2019

PRODUITS	Unité	POST Luxembourg			Filiales			Groupe POST		
		2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020
Accessibilité										
Points de vente POST accessibles aux personnes à mobilité réduite	%	85	77	72						

PERFORMANCES FINANCIÈRES ET EXTRA-FINANCIÈRES

ÉTHIQUE	Unité	POST Luxembourg			Filiales			Groupe POST		
		2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020
Gouvernance efficace et transparente										
Intégration des enjeux RSE dans la stratégie et la gouvernance de l'entreprise	lire en page 50									
Diversité dans la composition des organes de décision	lire en page 80									
Initiatives d'engagement annuelles pour clarifier les ambitions RSE des différentes parties prenantes internes / externes	lire en page 120									
Conformité réglementaire										
Sanctions pour non-respect du cadre légal / réglementaire	nombre	0	0	0						
Montant des amendes légales ou réglementaires liées aux infractions à l'éthique précitées	EUR	0	0	0						
Comportements exemplaires au sein de l'entreprise										
Formalisation d'un code éthique ou code de conduite	oui / non	Oui			6 filiales sur 8					
Mise en place d'un dispositif d'alerte professionnelle (interne et/ou externe)	oui / non	Oui			3 filiales sur 8					
Nombre de cas enregistrés sur l'année par le Comité éthique (ou équivalent) pour comportements contraires à l'éthique au travail	nombre	7	6	2						
Achats responsables										
Part des fournisseurs significatifs soumis au code de conduite fournisseurs	%			100						
Part des fournisseurs significatif (à profil de risque élevé) pour lesquels le respect de critères RSE a été évalué (enquête / audit)	%			0						
Part des achats locaux (auprès de fournisseurs de droit luxembourgeois)	%	61	64	75						

CONNAISSANCES	Unité		POST Luxembourg			Filiales			Groupe POST		
			2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020
Partage des savoirs et de bonnes pratiques											
Nombre de jours consacrés par les collaborateurs à des partages de compétences avec des personnes externes à l'entreprise (mécénat de compétences)	nombre		765	769	647			333			980
Support à l'éducation et à l'apprentissage											
Nombre de projets développés avec des universités, des instituts de recherche ou des écoles	nombre				2			2			4
Nombre d'étudiants et de stagiaires accueillis	nombre		571	588	408			109			517
Engagement RSE local et international											
Nombre de projets associatifs soutenus au cours de l'année	nombre				13			6			19
Nombre d'initiatives RSE auxquelles l'entreprise contribue	nombre				5			4			9

PERFORMANCES FINANCIÈRES ET EXTRA-FINANCIÈRES

TERRE	Unité	POST Luxembourg			Filiales			Groupe POST		
		2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020
Efficacité énergétique										
Consommation d'énergie										
Consommation d'énergie totale	MWh		150 250	153 811			63 082			216 893
Consommation de combustible au sein de l'organisation provenant de sources non renouvelables	MWh		27 966	27 884			13 090			40 975
Chauffage : gaz naturel	m³		963 041	1 033 403			52 662			1 086 065
Chauffage : mazout	litres		225 784	206 211			46 081			252 292
Chauffage urbain	MWh		1 042	1 062						1 062
Flotte automobile : diesel	litres		1 404 048	1 334 914			1 021 600			2 356 514
Flotte automobile : essence	litres		176 995	184 919			178 338			363 257
Consommation totale de l'électricité	MWh		122 283	125 927			49 992			175 919
Part d'électricité renouvelable (consommation)	MWh %		122 283	125 927 100 %			78 0 %			126 005 70 %
Production d'électricité										
Surface totale des panneaux solaires (m²)	m²		2 621	2 621					2 621	2 621
Consommation d'eau (du réseau)	m³		37 331	50 768			22 687			73 456
Intensité énergétique des bâtiments et infrastructures	kgéqCO ₂ /m²	16	16	16				16	16	16
Impact sur le climat										
Émissions de CO ₂ liées au transport	tonne éq. CO ₂	4 050	4 163	3 907			3 137	7 083	7 410	7 044
Émissions de CO ₂ liées aux bâtiments (énergie)	tonne éq. CO ₂	5 066	4 897	5 085				5 066	4 897	5 085
Flotte verte										
Nombre de véhicules électriques	nombre	51	53	71			16			87
Nombre de véhicules à motorisation hybride	nombre	5	4	3			11			14
Pourcentage du parc de véhicules à carburant alternatif (hybride + électrique)	%	4	5	6			5			6
Pourcentage de tournées de facteurs réalisées à pied ou avec un véhicule électrique	%	30	30	30				30	30	30
Intensité énergétique de la mobilité par km parcouru	kgéqCO ₂ /m²	0,2	0,2	0,3				0,2	0,2	0,3
Consommables durables										
Consommation totale de papier et de carton	tonnes		81	80		612	512		693	591
Part des achats papier et carton (provenant de forêts gérées durablement ou recyclé)	%		100	100					100	100
Quantité de papier et de cartons collectés sur sites et recyclés	tonnes		1 278	1 240			25		1 322	1 265
Réduction et valorisation des déchets										
Types de déchets générés et triés	nombre			44						
Sites certifiés SuperDrecksKëscht (ISO 14024)	nombre			53			8			61
Total des déchets produits	tonnes		1 998	2 150					1 998	2 150
Total de déchets non dangereux produits	tonnes			1 541						
Total de déchets dangereux	tonnes			276						
Total de déchets recyclés ou revalorisés	tonnes			1 818						
Total des déchets résiduels incinérés à des fins de valorisation énergétique	tonnes			86						
Nombres de GSM collectés et revalorisés ou recyclés (eReUse avec Caritas)	nombre		2 114	816					2 114	816
Gestion responsable de notre parc immobilier										
Bâtiments détenus par POST classés monuments nationaux, figurant sur l'inventaire des Sites et Monuments ou protégés au niveau communal (PAG)	nombre	11	11	11				11	11	11

CHIFFRES-CLÉS DE NOS MÉTIERS

Indicateurs produits et services	FY 2017	FY 2018	FY 2019	FY 2020
Internet fixe (% des ménages)				
Couverture Internet fixe 20 Mbit/s			100,0	100,0
Couverture Internet fixe 30 Mbit/s	97,6	97,9	98,1	98,4
Couverture Internet fixe 100 Mbit/s	88,4	94,5	95,1	95,8
Couverture Internet fixe 1 Gbit/s			69,0	72,8
Internet mobile (en %)				
Couverture 2G de la population	99,9	99,9	99,9	99,9
Couverture 3G de la population	89,9	89,9	89,8	89,8
Couverture 4G de la population	97,0	97,8	98,4	98,4
Couverture 4G+ de la population			93,5	97,0
Couverture 5G de la population				2,9
Longueurs câbles (km)				
Câbles fibre	16 568	18 123	19 500	21 007
Câbles hybride	4 682	4 713	4 700	4 745
Total câbles avec fibres	21 250	22 836	24 200	25 752
Longueur fibres (km)				
Fibres dans câbles fibre	1 082 231	1 196 224	1 285 000	1 404 761
Fibres dans câbles hybride	85 487	85 947	86 000	86 356
Total fibres dans câbles	1 167 718	1 282 171	1 371 000	1 491 117
Couverture fibre				
Immeubles raccordés à la fibre (nb)	89 879	97 023	104 300	109 993
Immeubles raccordés à la fibre (%)	57	61	65	68
Unités dans immeubles raccordés à la fibre (nb)	175 173	187 378	201 497	217 909
Unités dans immeubles raccordés à la fibre (%)	7	66	69	73
Nombre de localités 100% raccordées à la fibre	58	63	73	94
Nombre de POP	94	119	127	133
All-IP (%)				
Services voix utilisant la technologie IP			49	58
Cartes SIM et eSIM (nb)				
Cartes SIM prepaid actives			13 954	11 792
Cartes SIM actives				420 849
Cartes eSIM actives				2 145
Cartes SIM M2M actives			1 438 318	1 505 002
Application MyPost (nb)				
Nouveaux utilisateurs			85 000	111 411
Connexions par jour				3 422

Indicateurs opérationnels	FY 2017	FY 2018	FY 2019	FY 2020
Points de vente				
Nombre de shops	12	14	14	14

Indicateurs qualité	FY 2017	FY 2018	FY 2019	FY 2020
Réseau fixe (en %)				
Taux de réparation de raccordements téléphoniques plus petit ou égal à 2 jours	73	75	73	69
Taux de réparation de raccordements large bande plus petit ou égal à 2 jours	65	66	67	72
Dépannage				
Délai de résolution en nombre de jours	2	2	2	1
Réseau mobile (en %)				
Taux de réussite des appels voix mobile (%)	99	99	99	99

Indicateurs opérationnels	FY 2017	FY 2018	FY 2019	FY 2020
Points de vente POST Courrier				
Nombre de bureaux de poste	63	63	57	50
Nombre de Points POST	33	46	54	57
Total	96	109	111	107
Nombre d’heures d’ouverture par semaine (nb)				
Heures d’ouverture par semaine des bureaux de poste	2 306	2 316	2 145	2 012
Heures d’ouverture par semaine des Points POST	2 929	3 604	4 301	4 446
Total	5 235	5 920	6 446	6 458
PackUp (nb)				
Points PackUp (partenaires et POST)	51	51	45	41
Stations PackUp 24/24	84	91	103	117
Total	135	142	148	158
Nouveaux clients PackUp				13 157

Indicateurs produits et services (nb)	FY 2017	FY 2018	FY 2019	FY 2020
Volume de lettres	133 540 324	130 993 014	125 912 713	116 214 639
Maximum de lettres triées par jour			886 000	793 000
Timbres vendus				2 003 652
Volume de colis	2 732 138	3 464 197	4 042 994	6 133 162
Maximum de colis triés par jour au centre de tri			30 000	42 000
Colis remis à domicile				4 855 564
Colis remis via le réseau PackUp				1 277 598
Volume logistique (colis en provenance d’Asie)	1 131 860	4 000 892	12 775 814	13 736 563
Moyenne de colis arrivant d’Asie pour l’Europe par jour			50 000	54 511

Indicateurs qualité	FY 2017	FY 2018	FY 2019	FY 2020
Durée d’acheminement des envois postaux (%)				
Service national				
J + 2 (objectif ILR 85 % des envois)	99,4	96,8	98	99,1
J + 3 (objectif ILR 99 % des envois)	99,9	99,0	99,4	99,9
Service intracommunautaire				
J + 3 (objectif Union européenne 85 % des envois)	79,5	78,7	77,5	56,5
J + 5 (objectif Union européenne 97 % des envois)	94,2	94,4	93,9	78,2
Durée d’acheminement des colis (%)				
Service national				
J + 1 (objectif POST 98 % des envois)	96,4	97,3	96,2	95,9
Service intracommunautaire ¹				
J + n	91,4	84,5	84,2	86,0

¹ Performance de traitement des colis luxembourgeois à destination des pays de l’Union européenne aussi tributaire de la performance de traitement du pays de destination

Indicateurs opérationnels	FY 2017	FY 2018	FY 2019	FY 2020
Distributeurs automatiques de billets (nb)				
Distributeurs automatique de billets POST	59	56	58	56
Distributeurs automatique de billets Raiffeisen	53	54	54	58
Total	112	110	112	114
Points de vente POST Finance (nb)				
Bureaux de poste	63	63	57	50
Agences Banque Raiffeisen	39	38	38	36
Total	102	101	95	86

Indicateurs produits et services	FY 2017	FY 2018	FY 2019	FY 2020
Taux équipement ebanking de nos clients (%)				
Taux utilisation EBOO	41,5	43,3	46,7	46,9
Taux utilisation Multiline	21,7	23,4	26,8	29,1
Transactions (nb)				
Transactions papier	1 019 270	837 084	711 668	616 808
Transactions électroniques	10 920 542	11 431 767	11 967 865	12 114 960
Transactions cartes	13 931 533	15 367 708	17 298 326	17 193 386
Transactions guichets	905 813	861 625	831 766	543 528
Taux en termes de choix de fréquence d’extraits (%)				
Journalier	44	35	32	23
Hebdomadaire	2	2	2	2
Bimensuel	22	24	22	23
Mensuel	20	22	22	27
Paperless	13	17	22	25
Utilisation des services (nb)				
Cartes de crédit				26 944
Cartes de débit				106 076
Opérations financières au guichet				473 388
Opérations non-financières au guichet				103 398
Clients ayant optés pour les extraits de comptes électroniques				44 574

À PROPOS DE CE RAPPORT

**MERCI À NOS
COLLABORATEURS,
NOS PARTENAIRES
ET NOS CLIENTS QUI
ONT CONTRIBUÉ À
LA RÉALISATION DE CE
RAPPORT INTÉGRÉ.**

Conception et rédaction

POST Luxembourg

Réalisation artistique et graphique

binsfeld

Crédits photo

- Anthony Dehez (dbcreation)
- Olivier Minaire Photography
- ARTEA
- Cabinets d'architecture : Metaform, Beiler François Fritsch, Schmiz
- Enovos, Groupe La Poste, INDR, IMS Luxembourg, LIST, Chambre de Commerce
- Service information et presse du gouvernement (SIP)
- POST Luxembourg
- Virginie Guyot

À propos de l'impression de ce rapport

Le rapport intégré 2020 a été imprimé à 400 exemplaires par l'imprimerie REKA, qui s'est engagée à compenser son impact environnemental. L'imprimerie Reka est la première imprimerie au Grand-Duché à être certifiée intégralement, climatiquement neutre.

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

Toutes les copies papier ont été transmises à des parties prenantes de POST Luxembourg.



**Comptes annuels 2020 consolidés et rapport du réviseur
d'entreprise agréé disponibles uniquement au format digital
sur www.postgroup.lu.**

