



París, 15 de abril de 2010

EL GRUPO LA POSTE PRESENTA SU PROYECTO AMBITION 2015

Jean-Paul Bailly, Presidente Director General del grupo La Poste, ha presentado hoy en el Consejo de Administración el proyecto Ambition 2015 de la empresa pública. Este proyecto establece las prioridades y las reglas de dirección para el cambio en un entorno profundamente modificado, para convertir La Poste en la empresa de servicios logísticos y financieros con dimensión europea más cercana a los franceses. El proyecto tiene como objetivo el regreso progresivo a los niveles de rentabilidad que La Poste experimentó durante los últimos años e integra un programa de inversiones cuya realización se basa especialmente en el próximo aumento de capital de 2.700 millones de euros. El plan de negocios presentado hoy será uno de los elementos que se tengan en cuenta en las negociaciones que entablarán el Estado y la Caisse des Dépôts para preparar esta nueva etapa, tan importante para el desarrollo de La Poste.

Las 5 prioridades del grupo La Poste para 2015

Primera prioridad fijada por la empresa: **la total ejecución de sus cuatro objetivos de servicio público** (servicio postal universal, transporte y distribución de la prensa, accesibilidad bancaria y ordenación del territorio), que son objetivos fundamentales centrados en la vida diaria de los franceses. La ley del 9 de febrero de 2010 ha ratificado el pliego de condiciones de cada uno de sus objetivos.

Segunda prioridad: **los resultados duraderos y responsables del Grupo** en todos los sectores, que combinan crecimiento de la cifra de negocio consolidada, control de los costes, mejora de la rentabilidad operativa, desarrollo de las alianzas y mayor satisfacción de los clientes.

La calidad del servicio es la tercera prioridad para 2010-2015 de La Poste aplicable a todas sus actividades. Una voluntad ya ilustrada hoy en día por sus compromisos con los clientes (mejora del tratamiento de las reclamaciones y de la información; reducción de la espera en las oficinas de correos...), la generalización de su nuevo concepto de oficina de correos o incluso la calidad del asesoramiento de La Banque Postale.

Cuarta prioridad: **la innovación**, con el desarrollo de nuevos servicios (Digiposte, carta híbrida, nuevo servicio de ColiPoste, consulta por móvil, desarrollo del multicanal y del servicio en línea en La Banque Postale...).

El desarrollo de actividades nuevas en la cadena de valor de las actividades básicas y la búsqueda de nuevos mercados en Europa es la quinta prioridad, que se traduce especialmente en objetivos de crecimiento externo.

Estas cinco prioridades deben hacer de La Poste una referencia en términos de modernidad en el servicio público.



Para cumplir estas 5 prioridades, La Poste se ha fijado 2 reglas de dirección para el cambio

En un contexto exigente de competencia en todos sus mercados y de transformación de su actividad tradicional de correos, la dirección del plan estratégico de la empresa se realizará en el marco de su **modelo social**, fundado especialmente en la ausencia de un plan de salidas impuestas, en contrataciones basadas en la alternancia y que favorecen la igualdad de oportunidades, en el desarrollo de las competencias, en la preocupación permanente por la calidad de vida en el trabajo, la seguridad y la garantía de los puestos de los trabajadores de correos o incluso en la voluntad de compartir los frutos del éxito.

Segunda regla fijada por La Poste: el **desarrollo sostenible**. Hilo conductor de la empresa a través de sus grandes proyectos en materia de vehículos eléctricos, de transportes de mercancías, de gestión energética de los edificios, de papel ecológico o incluso de la gestión de residuos, pero también a través de iniciativas diarias como la ecogestión, la difusión de buenas prácticas, la responsabilidad de los directivos sobre el tema....

Las ambiciones para 2015 del grupo La Poste

El plan "Ambition 2015" establece los nuevos objetivos económicos del grupo. El modelo económico basado en una cartera de actividades diversificadas será la clave para el regreso progresivo a los niveles de rentabilidad previos a la crisis económica y a la aceleración del declive del tráfico postal. En este marco, el grupo prevé un ligero aumento de su cifra de negocio en el periodo, para alcanzar casi los 22.000 millones de euros en 2015, exceptuando el crecimiento externo. A partir de este pronóstico se propone un margen de explotación del orden del 8%.

El grupo La Poste anticipa una evolución en los usos del **Correo** que conlleva una disminución del 30% de los volúmenes desde ahora hasta 2015, a semejanza de los demás operadores de correos europeos.

La estrategia de la actividad de correos consiste en convertirse en el medio de comunicación *premium*, ofreciendo a empresas y particulares el servicio de correos del siglo XXI, combinando el mejor soporte de papel y lo mejor en el ámbito digital. Para este fin, el servicio de Correos finalizará de aquí a 2012 el programa de modernización de su infraestructura industrial, adaptará de manera permanente sus precios a la evolución de la actividad, propondrá a partir de 2010 nuevas ofertas innovadoras y desarrollará alternativas de crecimiento rentables. El servicio de Correos ofrecerá también servicios ecodiseñados y ecotransportados. El objetivo financiero del servicio de Correos de cara a 2015 es permanecer rentable y autofinanciar sus inversiones.

Sin embargo, el servicio de **Paquetería Exprés** prevé un aumento de sus volúmenes de actividad en relación con el desarrollo del comercio electrónico y la mejora progresiva del entorno económico en Francia y en Europa. A pesar de enfrentarse a una mayor competencia, el servicio de Paquetería Exprés se fija como objetivo mantener su margen de explotación a un nivel alto. De este modo, aspira a convertirse en líder europeo, por cuota de mercado y por rentabilidad, con la logística ligera y rápida que es y seguirá siendo su ámbito por excelencia.



La Banque Postale comenzará a capitalizar su posicionamiento de banca minorista fiel a los valores de proximidad y servicio. De aquí a 2015, espera beneficiarse de la ampliación de la gama de sus productos y servicios destinados a clientes particulares y empresas, manteniendo el dinamismo de desarrollo comercial que ha demostrado desde su creación. El coeficiente de explotación podría reducirse hasta 15 puntos gracias a la estabilización de sus precios en euros constantes y a un desarrollo sostenido, impulsado especialmente por el crecimiento de nuevas actividades.

Finalmente, para la **Marca**, La Poste prevé normalizar la organización personalizada de la acogida y el servicio en la oficina de correos, que lleva a la desaparición de la cola de espera única. La canalización de un gran volumen de operaciones sencillas, antes realizadas en ventanilla, hacia canales alternativos en la propia oficina (máquinas automáticas) y fuera de ella (plataformas telefónicas e Internet) permitirá centrar las actividades de la oficina en el asesoramiento a la clientela.

Estas evoluciones permitirán ante todo dar un salto cualitativo decisivo en la calidad del servicio prestado a los clientes; luego, desarrollar las actividades con valor añadido que contribuyen a la satisfacción de los intereses de los clientes y al crecimiento de tres actividades de La Poste y, finalmente, a reducir los costes asumidos por las tres actividades del grupo, contribuyendo de este modo a su competitividad. El objetivo es reducir globalmente los costes de la red en euros constantes para 2015.

A partir de este conjunto de dinamismos sectoriales, los objetivos financieros del grupo La Poste pasarán por tres fases:

- La fase de **transformación** (2010-2011) durante la cual el margen operativo del Grupo reflejará la disminución del resultado de explotación del correo, un aumento progresivo en los márgenes de paquetería y la progresión continua de los resultados de la banca. El objetivo consistirá en ralentizar y luego detener la disminución de los resultados constatada desde hace dos años.
- A partir de 2012, el grupo experimentará una fase de **rebote** y deberá recuperar los niveles de resultados previos a la crisis económica y la aceleración del declive de los volúmenes del correo, pero con contribuciones muy diferentes a las actividades del Grupo.
- Al término del plan, el Grupo debe entrar en una fase de **aceleración del desarrollo**. Una vez estabilizada la rentabilidad del correo, con los resultados del servicio de Paquetería Exprés mostrando los beneficios aportados por su red europea y la banca explotando un potencial de desarrollo considerable, el Grupo debería obtener una rentabilidad operativa del orden del 8%.



Un plan de desarrollo posible gracias al aumento de capital

Durante el periodo 2010-2015, el programa de inversiones necesario para este plan de modernización y desarrollo se ha evaluado en casi 9.000 millones de euros, antes del impacto eventual de las nuevas reglas aplicables a las actividades financieras.

Este programa integra especialmente:

- el resultado de los programas ya iniciados de correo y paquetería;
- la renovación y consolidación de la seguridad en la red de las oficinas de correos, la modernización y la puesta a punto de los sistemas de información en las diferentes actividades, especialmente en La Banque Postale;
- la identificación de las operaciones de crecimiento externo necesarias para convertirse en un líder de la logística ligera en Europa;
- el programa de innovación y crecimiento en las nuevas actividades de correos;
- la consolidación de los fondos propios de la Banque Postale para las exigencias reglamentarias conocidas.

Habida cuenta del nivel actual de la deuda, este programa debería basarse en la autofinanciación alcanzada por el Grupo y el aumento de capital decidido por el Estado y la Caisse des Dépôts et Consignations.

El plan estratégico es perfectamente coherente con la labor de la Comisión Ailleret y el anuncio, hecho en diciembre de 2008 por el Presidente de la República, de la aplicación en 2010 de una ampliación de capital, que ahora es posible gracias al cambio de estatutos de La Poste.

CONTACTO DE PRENSA DEL GRUPO LA POSTE

Virginie Gueidier

Tel: +33 (0)1 55 44 22 41

Fax: +33 (0)1 55 44 22 62

virginie.gueidier@laposte.fr

Acerca del grupo La Poste (www.laposte.fr)

Sociedad anónima de capital 100% público desde el 1 de marzo de 2010, La Poste es un modelo original de grupo estructurado en torno a cuatro actividades: Correos, Paquetería Exprés, La Banque Postale y Marca Comercial La Poste. Cada año, los 17.000 puntos de venta de La Poste acogen a 45 millones de clientes particulares y 3,5 millones de empresas clientes. Gracias a su infraestructura industrial, La Poste gestiona y transporta 26.000 millones de objetos al año. En 2009, el grupo La Poste alcanzó una cifra de negocio de 20.500 millones de euros y emplea a más de 287.000 colaboradores. Para 2015, La Poste aspira a convertirse en líder europeo de los servicios postales y financieros de proximidad. Fiel a sus valores y a vocación de servicio público, profundamente comprometido con los empleados de correo, el grupo La Poste quiere ser una referencia de modernidad en el servicio público.