



bpost

Commission Infrastructure, Communications et Entreprises Publiques

Présentation

27 juin 2018



• Un environnement en mutation

- Des engagements pour l'avenir
- De nouvelles sources de croissance
- Conclusions



Plusieurs tendances bouleversent le secteur postal, obligeant les opérateurs à se transformer

L'évolution rapide des besoins et des comportements des consommateurs bouleverse le secteur postal



Les consommateurs et les entreprises reçoivent de plus en plus de **communications et de services électroniques**, contribuant à la **baisse des volumes de courrier**



82% des consommateurs ont **acheté en ligne** au cours des 3 derniers mois, contribuant à la **hausse des volumes de paquet**



Les **besoins du consommateur** en termes de livraison paquet **changent** : toujours plus rapide, plus flexible et moins cher



Les nouvelles technologies, p.ex., les voitures autonomes, faciliteront et flexibiliseront les services de livraison

Dans d'autres pays, les opérateurs postaux prennent des mesures radicales pour s'adapter à ces tendances



Ajustement du modèle opérationnel et de la fréquence de distribution du Service Universel (OSU)



Post Danmark **a réduit la fréquence de distribution** en introduisant un service en **J+5**



Posten (Norvège) prévoit de réduire sa **fréquence de distribution** et offrira de nouvelles alternatives flexibles de distribution



Au Portugal, CTT Correios a introduit une distribution alternée '**Non Prior**'



Mise en place d'une compensation étatique



Posteitaliane



Les prestataires du Service Universel **danois, italiens et grecs** reçoivent une **compensation directe de l'État** pour la charge que représente le Service Universel (OSU)



Augmentation des prix

Posteitaliane



POST



LA POSTE

De nombreux opérateurs ont sensiblement **augmenté le prix des lettres¹** entre 2007 et 2016, p.ex., au Danemark (+325%), en Italie (+300%), en Irlande (+70%) et en France (+36%)



Extension de l'offre afin d'exploiter des relais de croissance

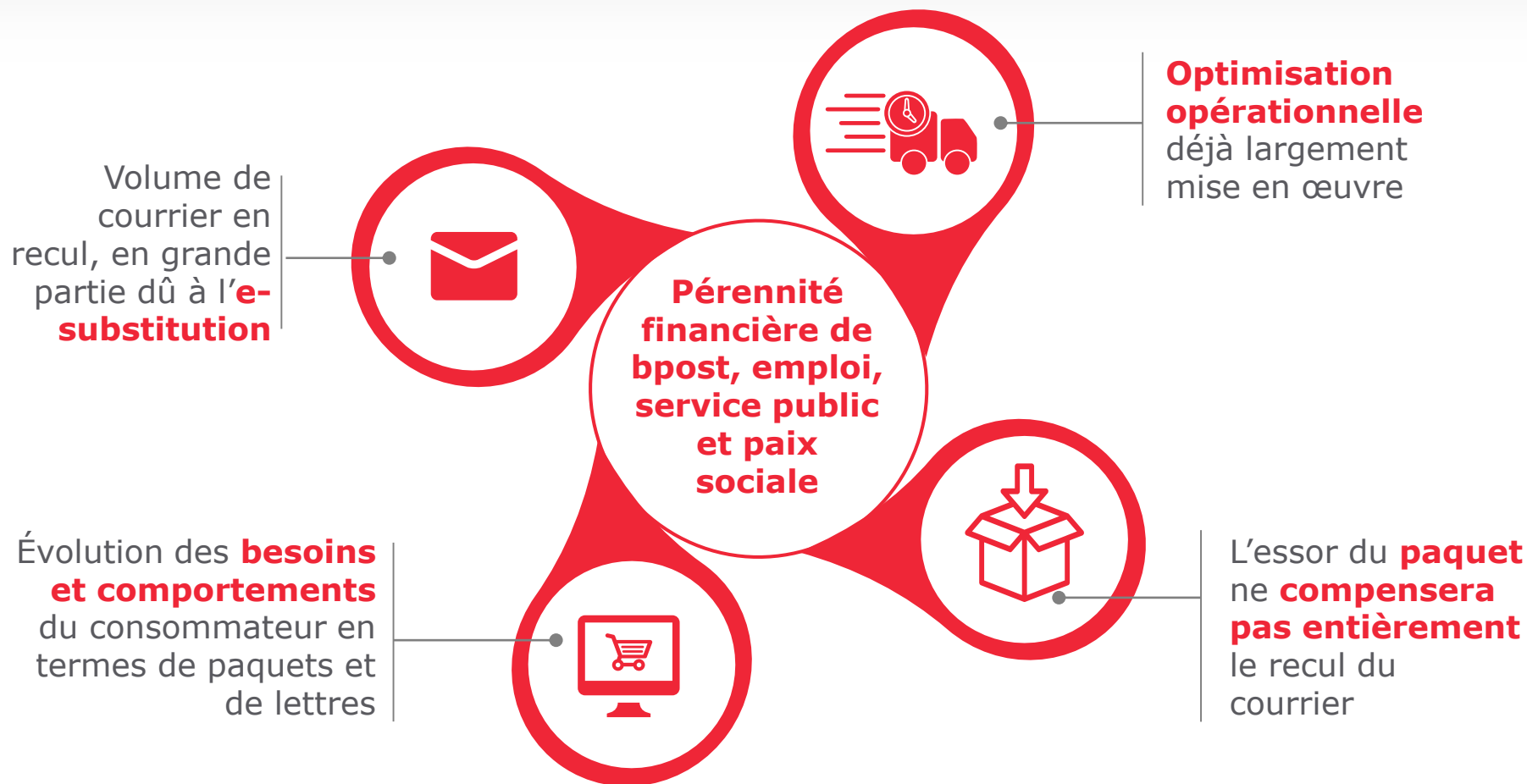


Chez PostNL, « nous prévoyons qu'**au moins 50% de nos revenus seront liées à l'e-commerce** d'ici 2020 »²

¹ Évolution du prix d'une lettre corrigé de l'inflation 2007-2016, en % ; hausse du prix en Belgique de 24%, moyenne européenne : 42%

² L'e-commerce représente 42% des revenus de PostNL ; Ecommerce news Europe ; 8 mai 2019

Ces tendances sont également présentes en Belgique et mettent en péril la pérennité financière de bpost, l'emploi et sa capacité à assurer le service public



En 5 ans, le volume du courrier a baissé de 19%, mettant sous pression la base importante de coûts fixes de bpost



-19%

recul cumulé du volume courrier
sur les 5 dernières années¹

-6.6%

Au 1^{er} trimestre 2018
vs. -3.5% en 2012²

-266m€

Perte de revenu annuel du
courrier domestique sur 5 ans³

La structure de coût de bpost est **principalement fixe**, rendant difficile tout ajustement au recul du courrier et à la baisse de densité de distribution :

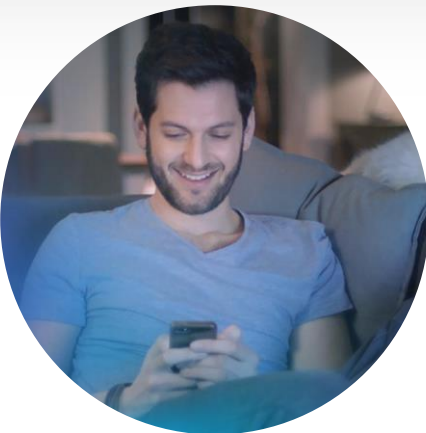
- **Collecte** (p.ex., nombreuses boîtes rouges)
- **Tri** (p.ex., 5 centres de tri avec ~150 machines de tri)
- **Transport et Distribution** (p.ex., flotte conséquente, tournées fixes de distribution)
- Etc.



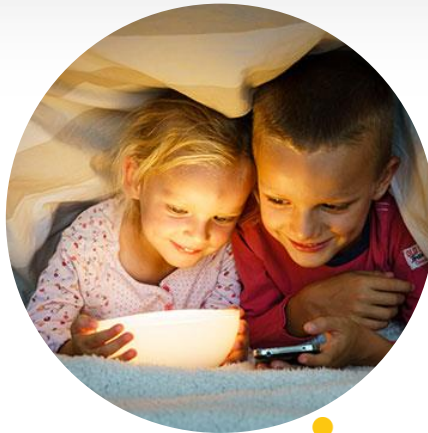
1 Indexé en 2013; en supposant une baisse de volume courrier moyenne pondérée au revenu 2 Baisse de volume courrier sous-jacent 3 En excluant l'effet prix/mix



L'e-substitution des entreprises et l'agenda numérique des autorités sont des vecteurs majeurs du recul du courrier



proximus



luminus



Service Public
Fédéral
FINANCES



Service public fédéral
Justice

“ Le nombre d'utilisateurs de l'e-facturation augmente depuis des années : l'an dernier, déjà **37%** de nos clients y avaient recours ”

“ Fin 2017, **62%** des factures mensuelles n'étaient plus imprimées et **733.009 factures papiers** ont été évitées ”



67% des clients ont adopté l'e-facturation

“ De 2012 à 2017, le nombre de lettres a baissé de **26 à 22 millions**, conformément à l'objectif d'augmentation des interactions numériques avec les usagers, tout en abaissant la consommation de papier et les frais postaux ”

“ Alors qu'un contrevenant recevait jusqu'alors deux lettres, depuis le 28 mars, elles sont maintenant regroupées en une seule: grâce à cela, nous allons envoyer **chaque année 3,5 millions de lettres en moins** ”



Les leviers d'optimisation opérationnelle et de hausse des prix ont déjà été largement utilisés



De nombreux leviers d'amélioration opérationnelle ont été mis en œuvre...

- Transformation du **réseau de détail**
- Tri et séquençage courrier **automatisés**
- **Nouvelle structure de distribution**
- **Plan stratégique 2020** (Vision 2020), qui se concentre sur l'innovation dans les opérations postales
- ...



... bpost est déjà #1 en termes d'efficacité opérationnelle

Volume courrier/ ETP¹,
indexé sur la
moyenne UE 2017

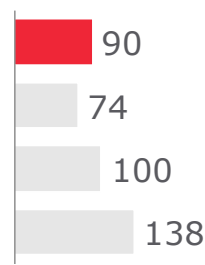
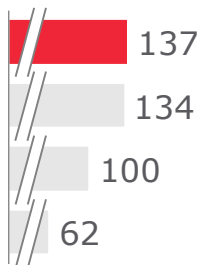
Coûts unitaires moyens²
indexé sur la
moyenne UE 2017



Meilleurs 25% UE

Moyenne UE

Derniers 25% UE



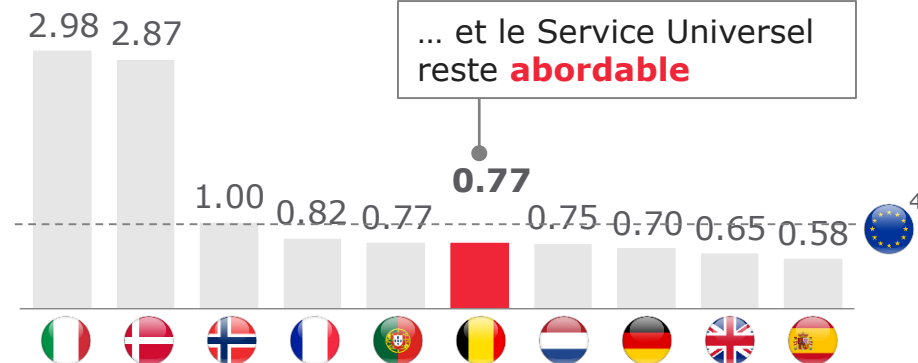
Les hausses de prix ont été limitées à <50% du plafond autorisé afin de minimiser les effets d'élasticité prix...

Augmentation annuelle moyenne des prix,
entre 2008 et 2017, %



... de facto, les prix de bpost sont restés dans la moyenne des pays européens

Prix des lettres³, en 2017, €



¹ Perspective extérieure sur bpost, Posten Norge, PostNL, Swiss Post, Austria Post, Royal Mail, CTT, Deutsche Post, Correos, La Poste

² Comparé à Austria Post, Swiss Post, PostNL, La Poste (FR), CTT Correios, Royal Mail, Post Norway

³ Prix corrigés en fonction du pouvoir d'achat

⁴ Moyenne européenne €0.96 (incl. Royaume Uni)

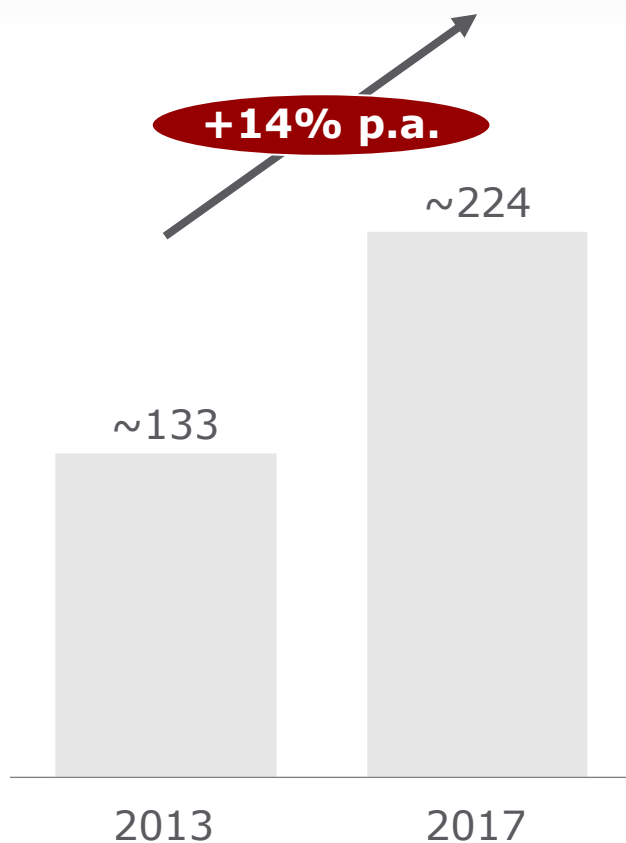


Le développement prometteur des paquets domestiques n'est pas suffisant pour compenser le recul du courrier



L'e-commerce est en plein essor... € milliards, UE

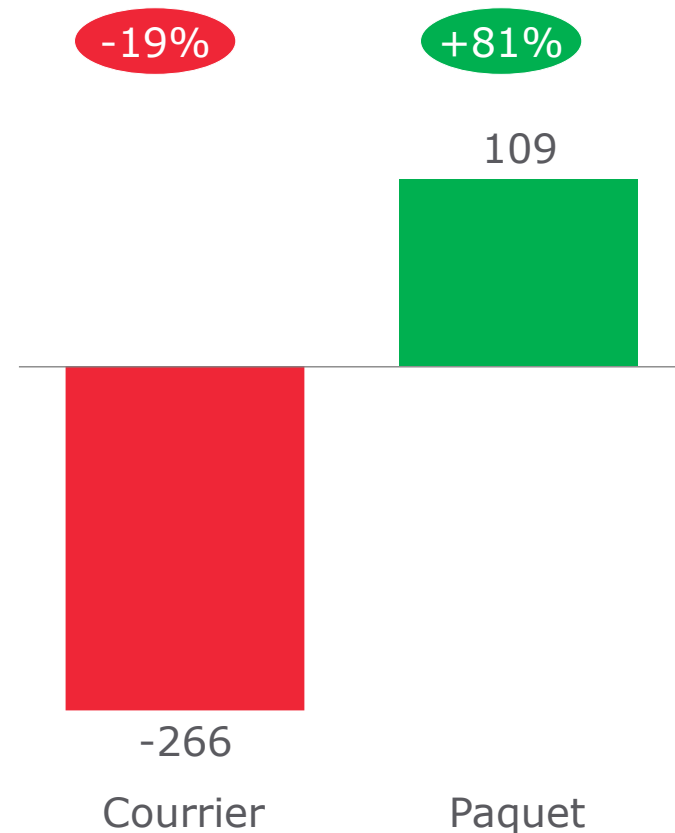
... mais cela ne compense pas pleinement le recul du courrier



**Change-
ment en
volume, %**
2013-17,
domestique



**Change-
ment en
revenu, €m**
2013-17,
domestique





Le courrier restant essentiel pour beaucoup de clients, bpost permet aux clients et citoyens de choisir entre le papier et le digital



bpost adapte son offre au digital...



« Impression administrative » avec envoi de documents électroniques, visualisation en ligne, etc.



« **Mobile postcard** » permet d'envoyer des cartes postales personnalisées en haute définition, directement d'un appareil mobile

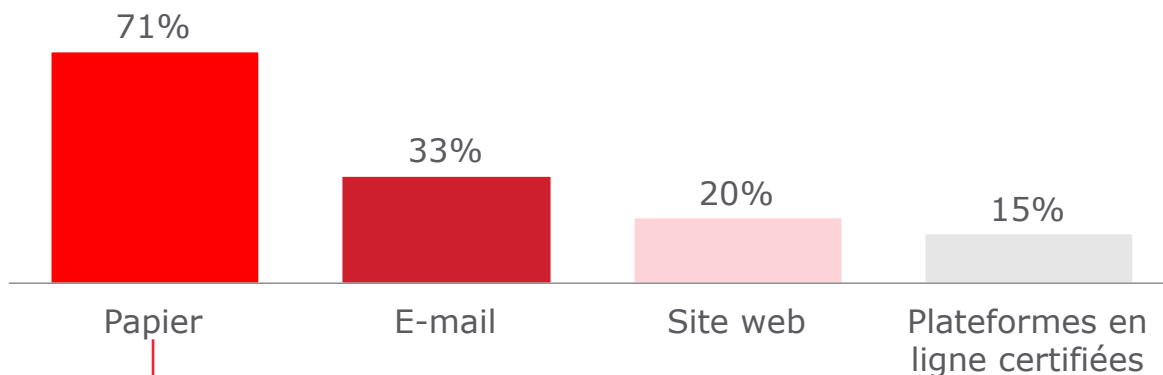
Services papier et numériques

bpost soutient Zalando dans ses campagnes papier et numériques via son service d'envoi publicitaire « Direct Mail »



... mais le papier reste essentiel pour de nombreux acteurs

Support préféré pour l'information administrative, % des répondants



“



Je préfère envoyer ou recevoir d'importantes informations officielles par lettre afin de garder une **trace tangible sur papier**

”



N'ayant pas d'ordinateur, je dépends du courrier pour recevoir toute information officielle



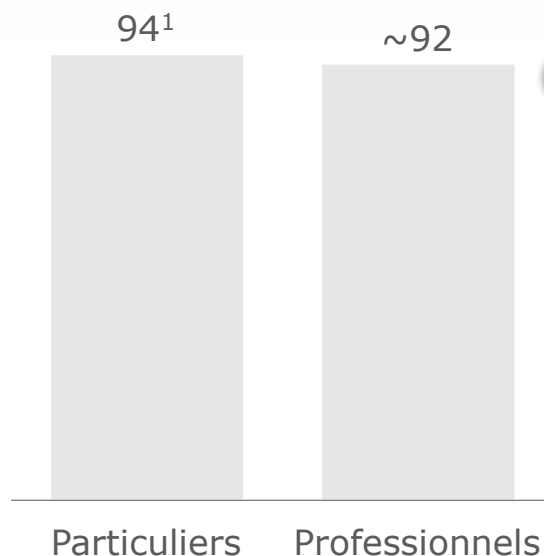
Pour leur courrier, les clients accordent plus de valeur à la fiabilité qu'à la rapidité et à la fréquence de distribution



La rapidité et la fréquence de distribution du courrier sont jugées moins importantes...

... et les clients attachent de l'importance à la fiabilité dans la distribution

Les clients plébiscitent une livraison en 3-4 jours¹, %



“

L'allongement du temps de distribution J+1 est largement **accepté** pourvu qu'un service J+1 existe

– IBPT²

“

L'abaissement de la fréquence de distribution à **3 jours par semaine** est **accepté** par la majorité des usagers particuliers

– IBPT²

“

L'assurance de recevoir le courrier **à un jour certain** est jugée très importante

– IBPT²

“

Le **lieu de distribution préféré** reste le **domicile**

– IBPT²

“

La réduction du réseau postal est **acceptée** pourvu que les points d'accès soient bien placés

– IBPT²



¹ Suivant une étude bpost auprès de 1 000 ménages et 500 entreprises (<200 ETP) interrogés en février 2015

² IBPT 2017, étude qualitative concernant la perception du marché postal belge par la clientèle



Pour les paquets, la rapidité, le prix et la flexibilité de livraison sont toujours plus importants



Préférences des clients pour les paquets¹,
% des répondants jugeant la catégorie importante



Livraison gratuite

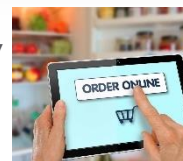
86

Retour gratuit

86

“

Lorsque j'achète en ligne, il est normal que je puisse **renvoyer** un produit **gratuitement**



Livraison dans les temps

82

“

Je n'ai pas envie d'attendre mon paquet toute la journée, il doit être livré **à temps**



Service client en temps réel

83

Suivi de la livraison

82

“

Comme je travaille tard, les **livraisons le weekend** sont une nécessité pour moi



Notification électronique de la livraison

82

¹ Étude globale 2016, plusieurs préférences possibles

Question : « Lorsque vous faites des achats en ligne, quelle est l'importance de chaque élément ? » Taille de l'échantillon : 24 331

Ces évolutions mettent bpost telle que nous la connaissons en péril



Dans un scénario « statu quo », les tendances actuelles affecteront négativement...



Les **missions de Service Universel et Public** que bpost assume



La **satisfaction client** car les besoins des clients en courrier et paquet sont de plus en plus différents



Le **bien-être du personnel** qui reste au cœur des valeurs de bpost

Emploi

20-30%



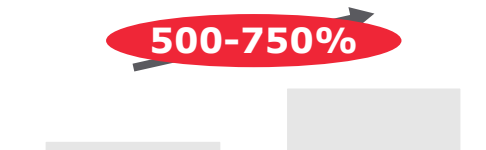
Contribution à l'État

35-45%



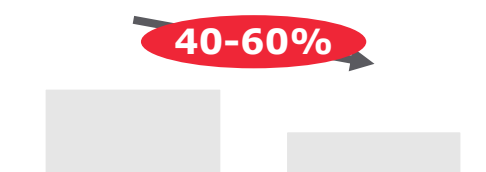
Charge financière du Service Universel¹

500-750%



EBITDA

40-60%



2017

2025

bpost perdra sa pertinence si nous n'agissons pas ensemble et maintenant pour préserver l'avenir de nos employés

- Un environnement en mutation
- **Des engagements pour l'avenir**
- De nouvelles sources de croissance
- Conclusions



Malgré ces défis, bpost reste dans son ADN une entreprise socialement responsable, au cœur de la société et de l'économie belge



bpost continue à s'engager pour...



La création d'opportunités d'emploi de qualité

En particulier pour les moins qualifiés, offrir des emplois stables, à temps plein, et porteurs de sens



Ses missions de service public sous le 6^{ème} contrat de gestion¹

Fournir les services publics essentiels à tous les citoyens



La prestation du Service Universel

Adapter les services à l'évolution des besoins des citoyens, en maintenant des normes de qualité élevées



La distribution presse

Contribuer à la démocratie et à la qualité de l'information pour tous

¹ cf. Services d'intérêt économique général (SIEG), suivant le 6^{ème} contrat de gestion, hors concessions de distribution de la presse



L'engagement de bpost vis-à-vis de ses employés reste la clé de voûte de sa stratégie



bpost offre des emplois stables, à temps plein, porteurs de sens, ce qui est particulièrement important pour les 70% de ses employés ayant peu de qualifications

Promotion de la sécurité et disponibilité du service de prévention psychosociale 24/7



People@Core
pour veiller au bien-être du personnel



« **Reconnaître l'expérience** »



People Development @bpost



Leading@bpost

pour créer une culture d'encadrement responsable, qui encourage le travail d'équipe et la participation



« Vous n'avez pas beaucoup de chances **d'obtenir un diplôme** quand vous avez seulement le certificat d'études primaires. Alors je dis à tout le monde : '**allez-y !**' »



– Karim, Facteur



« Pendant mes cours, j'ai aussi appris à rédiger une lettre et un CV. Je suis maintenant **beaucoup mieux préparée** pour répondre aux offres d'emplois internes. »

– Sara, Factrice

« Après 27 ans comme facteur, j'ai eu l'occasion de commencer à travailler au guichet. Merci au programme '**Reconnaître l'expérience**'. »



– Gerard, Employé guichet

Dans le cadre de la nouvelle loi postale, bpost s'engage à continuer à fournir le Service Universel

bpost maintient son engagement envers le Service Universel



Distribution du courrier
5x/semaine
avec une
possibilité de
**livraison le
jour suivant**



Couverture de
**tout le
territoire belge**

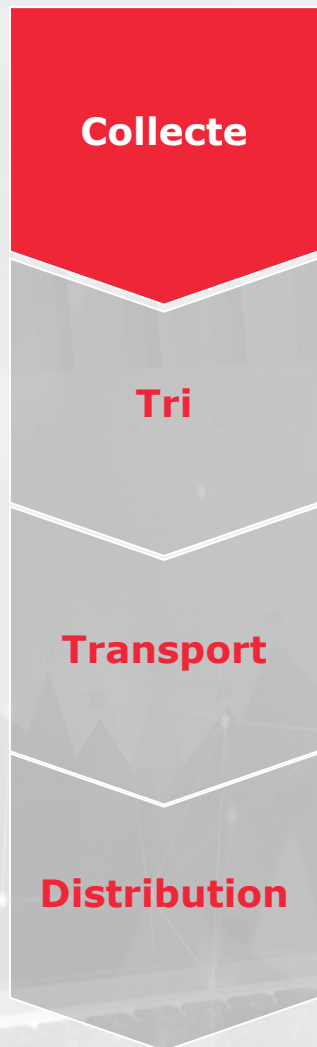


**Pas de
discrimination**
entre zones
**rurales et
urbaines** dans
la qualité du
service



Prix **abordables
et uniformes,
sans
discrimination**

Exemple d'évolution possible de bpost pour mieux répondre au changement des besoins des citoyens belges (1/2) - Réseau de collecte



Le citoyen belge change...

Avec une baisse de 53% du nombre de lettres collectées en 2016 vs 2004, de plus en plus de boîtes sont vides (ou presque) chaque jour, créant de l'inefficacité et du gaspillage

... incitant bpost à repenser son processus de collecte, tout en maintenant un excellent service



Maintenir les points de collecte qui reçoivent du courrier et non ceux qui sont vides (ou presque)



Garantir un réseau de collecte couvrant tout le territoire



- ✓ **En phase** avec l'évolution des **besoins et comportements** des citoyens
- ✓ Pas d'impact sur la **qualité** et la **satisfaction client**
- ✓ Contribution à la **pérennité financière du Service Universel**



Exemple d'évolution possible de bpost pour mieux répondre au changement des besoins des citoyens belges (2/2) - Offre de produits

Collecte

Tri

Transport

Distribution

bpost va élargir son offre et réintroduire un timbre Non-Prior ...

Pour les expéditeurs qui n'ont pas besoin de distribution en J+1

... tout en continuant à garantir le service J+1

Pour les expéditeurs qui ont besoin d'une distribution en J+1

Moyennant un supplément de prix, en conformité avec le plafond tarifaire prévu dans la nouvelle loi postale

Cette initiative est en ligne avec les autres pays de l'UE qui offrent des produits avec au moins J+3



... ce qui n'est pas totalement nouveau pour bpost

Le **timbre de Noël Non-Prior**



Timbres Prior et Non-Prior **jusqu'en 2007**



Service Non-Prior pour le **courrier publicitaire adressé** et les **périodiques**



En phase avec l'évolution des besoins et comportements des citoyens



Impact positif sur la **qualité et la satisfaction client**



Contribution à la **pérennité financière du Service Universel**



Les citoyens valorisent la présence quotidienne de bpost dans ses missions de service public¹



Vaste réseau de détail²



Distribution des pensions à domicile³



Versements au guichet



Distribution du courrier électoral⁴



Rôle social



“

En passant par le bureau ou le point poste en allant au travail, j'évite les pertes de temps lors du retrait de mes envois



“

Grâce à bpost, je reçois ma pension directement à la maison



“

Grâce à bpost, je peux payer mes factures mensuelles en espèces au bureau de poste



“

En période électorale, bpost distribue quelques 56m de tracts électoraux



“

Grâce à l'autocollant « SVP Facteur », le facteur sonne pour m'aider avec les services publics offerts par bpost

Le 6^{ème} contrat de gestion court jusqu'à fin 2020

Plus de 2 000 personnes participent aux missions de service public de bpost

¹ cf. Services d'intérêt économique général (SIEG), hors distribution presse domicile via bpost (2016)

² bpost offre accès à 1 342 points de service

⁴ En 2014 (dernière année électorale), 56.2 millions d'envois

3 50 000 Belges reçoivent leur pension à



Distribuer la presse soutient la démocratie et la qualité de l'information partout en Belgique



Chaque année,
bpost distribue

~209m
de journaux¹



et ~254m de
périodiques²

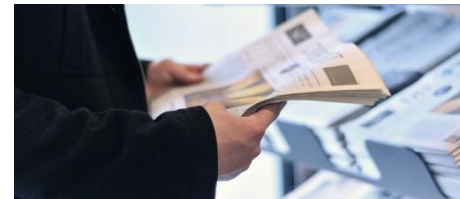
“

bpost apporte une contribution à la **démocratie**, la **qualité** et la **liberté de la presse** en permettant aux petits éditeurs d'atteindre leur lecteurs



“

En recevant **mon journal de qualité chez moi**, je ne compte pas seulement sur les réseaux sociaux, et **j'évite les « fake news »**



“

Je n'ai pas Internet, mais j'ai quand même accès à une source d'**information diversifiée et de qualité**



“

Je peux suivre l'actualité avant de partir au travail grâce à la **distribution matinale**



Les concessions de distribution de presse courent jusqu'à fin 2020

Plus de 4 000 personnes participent à la distribution des journaux et périodiques au sein de bpost

¹ 6x par semaine, avant 7h30 en semaine ; ~209m de journaux distribués en 2017

² 5x par semaine ; 254m d'exemplaires distribués en 2017



Nous devons collaborer pour continuer à offrir les services publics plébiscités par les citoyens



Les contrats à négocier avec l'État et réponses aux appels d'offre...

... affectant un nombre important d'emplois internes et externes¹

Service Universel (OSU)



- **La Nouvelle Loi Postale** prévoit que l'OSU relèvera d'un nouveau **contrat de gestion** entre bpost et l'État
- Un **point** important restant **à discuter** est la **méthodologie** de calcul de la **charge financière**, à aligner sur les méthodologies approuvées par la Commission européenne (p.ex., SIEG)
- Chaque décision concernant la méthodologie doit prendre en compte les **implications** sur la continuité du **service public et l'emploi**



Missions de service public (SIEG)



Distribution presse



- Le **6^{eme} contrat de gestion** des SIEG et les **concessions presse** expireront en **décembre 2020**
- La renégociation et l'appel d'offre pourrait revêtir la forme
 - D'une **extension** de 2 ans, avec ajustement éventuel du périmètre
 - D'un **renouvellement** pour 5 ans ; toute renégociation étant longue, une action immédiate est nécessaire

11 000+
ETP en
courrier²

2 000+
ETP en
SIEG

4 000+
ETP en
Presse

... et un impact substantiel sur **l'emploi de tiers**, p.ex., éditeurs, journalistes, etc.

¹ Nombre d'ETP fondé sur les données internes de bpost 2017

² ETP en charge de la collecte, du tri, du transport, de la distribution du courrier ainsi que des services à valeur ajoutée (2017)

- Un environnement en mutation
- Des engagements pour l'avenir
- **De nouvelles sources de croissance**
- Conclusions



Devenir un acteur de la logistique e-commerce, en Belgique et au-delà, est une évolution logique pour bpost



2009: Croissance du paquet en Belgique

- Les **volumes de courrier domestique reculent**
- **L'activité paquet croît rapidement en Belgique**: bpost soutient le développement de la vente en ligne (p.ex., support de Zalando en 2009)
- La croissance du paquet ne **compense** que **partiellement** le déclin du courrier



2013: Entrée dans la logistique e-commerce

- **L'acquisition de Landmark Global** (2013) permet à bpost de se lancer et de prendre un 1^{er} ancrage dans la logistique e-commerce
- bpost **se fait une place** dans la livraison de paquets au niveau **mondial**



2013-17: Remontée de la chaîne de valeur du e-commerce

- Les besoins des clients évoluent : les consommateurs deviennent **plus exigeants** et les e-commerçants demandent une solution intégrée
- L'acquisition de DynaGroup permet à bpost de **se diversifier** en passant de la livraison standard aux services de **livraison spécialisée**
- D'autres acquisitions (p.ex., Kariboo!, Parcify) permettent à bpost d'**étoffer son offre et son réseau** de distribution



2017: Passage à la vitesse supérieure en e-commerce

- Dans une activité de plus en plus mondialisée et concurrentielle, une offre **large et complète** de services devient crucial
- L'acquisition de Radial aide bpost à développer une **solution intégrée** pour servir ses clients en Belgique et ailleurs

bpost investit dans le futur de la logistique e-commerce pour rester pertinente et créer de la valeur, pour tous



bpost aide les entreprises à se lancer dans la **vente en ligne**, en offrant des services du 1^{er} **clic** d'achat, à la **livraison** et au service **après-vente**



bpost offre un **choix** plus large tant aux **citoyens** qu'aux **entreprises**



Création de valeur pour tous les acteurs



bpost veut continuer à créer de la valeur pour toutes les parties prenantes, en mettant l'accent sur **les Personnes, la Planète et la Proximité**

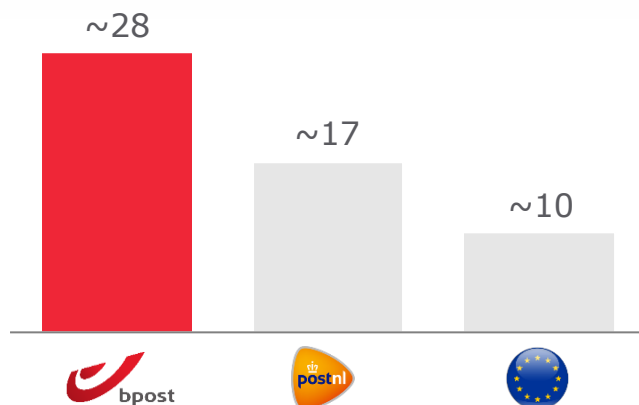


bpost crée de nouvelles opportunités d'emplois en investissant dans les paquets en Belgique



Les clients belges commandent...

... plus de paquets,
2017 croissance volume, %¹



... et avec un meilleur service



Flexibilité

- Livraison flexible (n'importe quand, partout, n'importe quelle taille)



Rapidité

- Livraison le jour même
- Option livraison en soirée



Prix

- Livraison gratuite ou peu coûteuse

... et bpost investit

... dans la technologie et la capacité



~140m€
en 2017²



... dans la qualité et l'extension de son offre de services



- Services de qualité (p.ex., livraison paquet près du client)
- Services personnalisés (p.ex., installation TV, retours) y compris pour les personnes âgées et à mobilité réduite



Offre de nouvelles opportunités pour les employés, avec la création de plus de **1 500** nouveaux postes dans les paquets d'ici 2022³

¹ Rapports annuels de bpost et de PostNL

² Investissements en 2017 y compris dans les filiales bpost

³ Création nette d'emplois prévue entre 2017 et 2022 (comprenant l'effet volume et les gains d'efficacité), dans le transport, le tri et la distribution des paquets



bpost aide les entreprises à se lancer dans la vente en ligne, en offrant une solution totale



ILLUSTRATION

Pour répondre aux besoins de ses clients, bpost va au-delà de la seule livraison...

Commande

- Faciliter les **paiements** et la **détection de fraude**
- Traiter et suivre les commandes (technologie de **gestion des commandes**)

Préparation

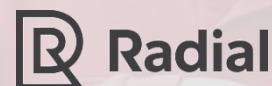
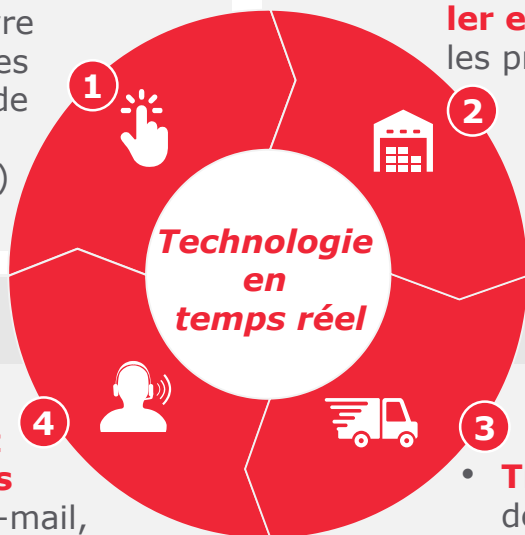
- Stocker en **entrepôts** propres
- Préparer, emballer et expédier** les produits

Service client et retours

- Traiter les **questions et réclamations** (téléphone, e-mail, réseaux sociaux et chat)
- Offrir des **services de retour et réparation**

Transport et livraison

- Transporter** depuis et vers le client, à tout moment et partout (p.ex., au domicile, en consigne, etc.)



En investissant dans Radial, bpost

- A acquis des compétences pour alimenter la croissance de ses revenus
- Élargit son offre pour aider les entreprises de Belgique à se développer à l'étranger
- Ouvre aux consommateurs un plus large choix en ligne

Cela permet de créer de nouveaux **emplois en Belgique, d'offrir de nouvelles opportunités de carrière** pour les employés de bpost, tout en favorisant la **création d'emplois** chez nos clients



bpost investit pour pouvoir offrir un choix plus large aux clients en Belgique et aux Pays-Bas



La Belgique et les Pays-Bas sont devenus une seule région en termes d'e-commerce...

... bpost a adapté sa stratégie en conséquence

30%
des flux
transfrontaliers
entrant en
Belgique
viennent des
Pays-Bas



Les consommateurs belges

achètent principalement sur les plateformes et e-commerçants tels que Bol.com (7% du total des ventes en ligne) et Coolblue (6%)



Les e-commerçants belges et néerlandais

demandent eux aussi de plus en plus une approche 'BeNe' en termes de services et prix



La concurrence

s'intensifie et s'organise au niveau de la région 'BeNe' afin de répondre aux besoins du client



LES LIVREURS DU BENELUX

POUR VOTRE E-COMMERCE



Pour **renforcer la position de bpost dans la région**, bpost s'est associée à DHL afin de fournir une **offre complète** aux clients



bpost ne pourra concrétiser cette vision que de manière socialement responsable



L'intégralité de nos efforts s'appuient sur une **gouvernance** qui favorise l'**engagement collectif**...

Personnes

bpost se soucie de ses employés et les engage à tout moment

Planète

bpost veut réduire son impact sur l'environnement



... en accord avec les **objectifs de développement durable** (ODD) de l'ONU





bpost reconnaît le dur travail des facteurs et continue à œuvrer à l'amélioration de leur bien-être au travail

bpost **reconnait et est reconnaissant** du dur travail fourni par les factrices et facteurs au quotidien – formant la pierre angulaire du succès de bpost



NB Parcours typique d'un facteur hors périodes de pointe
1 Responsabilité Sociale d'Entreprise (RSE)

Alors que les tendances courrier et paquet poussent bpost à **adapter son modèle** opérationnel, nous continuerons à **mettre l'accent sur le bien-être** des facteurs grâce à des programmes tels que « people@core »



Renforcer la **sécurité au travail** (p.ex., espace sécurité sur le lieu de travail)



Offrir des **emplois stables à temps plein** et une **rémunération équitable** pour tous, régulièrement révisés avec les partenaires sociaux



Investir dans **l'intégration des nouveaux facteurs** (p.ex., formation de 10 jours, allègement des tâches dans les 50^{1ers} jours, coaches pour les nouvelles recrues)



Assurer une **charge de travail équitable** (p.ex., comparaison journalière des volumes prévus et réels, compensation pour charge élevée, suivi des jours de repos et vacances prises/à prendre)



Développer les **initiatives RH** (p.ex., programmes d'éducation à la gestion du stress)



Investir dans de **nouvelles technologies** pour améliorer les conditions de travail (p.ex., numérisation rapide et précise, navigation directe)



bpost est l'un des opérateurs postaux les plus verts et poursuit son développement durable



Motiver le changement dans...

En investissant dans...



- bpost possède une **flotte substantielle** (incl. 8 500 camionnettes et camions, 1 000 motos) et s'engage à la **verdir** (p.ex., 3 500 vélos électriques, développement de sa propre voiture verte)
- **100% d'énergie renouvelable** avec l'installation de panneaux solaires et une éolienne³
- **Approvisionnement durable**
- Initiatives pour donner corps aux **idées des employés** et développer des initiatives à haut impact (p.ex., protection des hirondelles de fenêtre)
- Formations à **l'éco-conduite**
- Offre de **produit verts** et **sensibilisation** des clients
- **Beepost** : installation de ruches sur le toit du Centre Monnaie de bpost
- Installation d'**abris pour insectes** à NBX
- Plantation de la '**forêt bpost**' à Lierre



bpost s'engage à réduire ses émissions de CO₂, en accord avec les « Science Based Targets »⁴

¹ Responsabilité Sociale d'Entreprise (RSE)

² Classement International Post Corporation (IPC)

³ Livraison prévue en 2020

⁴ « Science Based

Targets » est une initiative conjointe du CDP, de l'ONU, du World Resources Institute et de WWF pour réhausser le niveau d'ambition des entreprises dans leur action climatique

- Un environnement en mutation
- Des engagements pour l'avenir
- De nouvelles sources de croissance

- **Conclusions**



bpost doit se transformer pour rester pertinente pour toutes les parties prenantes, pour garantir l'emploi et pouvoir remplir son rôle social

Met zorg
gebracht.



- Ensemble, nous avons réussi à transformer bpost en l'**opérateur postal le plus efficace d'Europe**. Nous pouvons tous en être fiers
- Toutefois, le monde change : les besoins des clients et la technologie évoluent vite, **mettant en péril bpost tel que nous la connaissons**. Afin de rester pertinente pour toutes les parties prenantes et préserver l'emploi, **bpost doit se transformer**
- Devenir un **opérateur logistique e-commerce** sera une transformation importante pour bpost, mais nous le ferons de manière **socialement responsable**, comme nous l'avons déjà fait plusieurs fois par le passé
- Par ailleurs, bpost reste fidèle à son **héritage de service public** et souhaite protéger le Service Universel, les missions de service public ainsi que la distribution de la presse
- **Nous sommes reconnaissants** de votre contribution à l'accomplissement de cette mission