



COMMUNICATION
CONSEIL CULTURE

N° 49 - Juillet 2026

Écrivons notre avenir



« AMBITIONS 2031 – RÉUSSIR ENSEMBLE » LA CFDT VOTE POUR, MAIS RESTERA VIGILANTE.

Le 30 juin, lors d'une séance extraordinaire du Conseil d'administration du groupe, Marie-Ange Debon a présenté sa feuille de route pour les cinq années à venir. Intitulée « **Ambitions 2031 – Réussir ensemble** », celle-ci était particulièrement attendue par les postiers et les salariés du groupe.

Traditionnellement, en juin, le Conseil d'administration revoit le plan stratégique afin de l'adapter aux évolutions du contexte aussi bien géopolitique qu'économique ou sectoriel. Le changement de gouvernance conférait cette année à cette révision un relief particulier. Les postiers et les salariés, qui ont déjà porté une transformation profonde de l'entreprise, exprimaient en effet le besoin d'un cap stratégique clair, cohérent et mobilisateur, permettant à chacun de se projeter dans l'avenir.

Investir est la seule voie possible pour assurer l'avenir du groupe.

Cette conviction, que vos administrateurs CFDT n'ont cessé de défendre, trouve aujourd'hui sa traduction dans le choix affiché d'allouer 10 Md€ aux investissements. Consacrés en priorité au développement de la digitalisation, des outils connectés, de la Data et de l'automatisation, ces investissements seront déterminants pour améliorer la performance opérationnelle et renforcer la qualité de service : des évolutions essentielles afin de permettre au Groupe de se battre à armes égales avec ses concurrents.

Mais ces investissements devront également être pensés de façon à améliorer les conditions de travail. C'est à cette condition que les évolutions à venir pourront être soutenables pour les postiers et les salariés du groupe, dans un contexte marqué à la fois par la maîtrise des coûts et par l'augmentation des exigences.

C'est dans cet esprit que vos administrateurs CFDT ont accueilli favorablement la présentation de ce nouveau plan stratégique, pour lequel ils ont voté lors de la séance du Conseil d'administration. Ce vote favorable tient en



LA POSTE
GROUPE

grande partie à trois orientations qui nous apparaissent particulièrement importantes.

La première concerne les investissements, avec un niveau annoncé de 10 Md€ sur 5 ans. La deuxième tient à la reconnaissance du rôle central des postiers et des salariés dans la réussite de la stratégie du groupe. La troisième concerne le positionnement citoyen et durable du groupe, présenté non seulement comme une responsabilité, mais aussi comme un axe de différenciation.

Si cette stratégie fixe un cadre, c'est bien dans son exécution, et donc dans les moyens qui seront retenus pour la traduire concrètement, que tout se jouera. Or, de nombreuses questions restent en suspens. Les réponses viendront des choix qui seront faits dans les branches et les filiales, en matière d'emploi, de conditions de travail, de maillage territorial, d'investissements ou encore de développement des activités. Ce sont ces choix qui détermineront la portée réelle de la feuille de route et ses impacts, notamment sociaux.

Les décisions prises en Conseil d'administration trouveront ainsi leur prolongement dans le dialogue social, au plus près des réalités vécues par les postiers et les salariés, ainsi que dans les CSE de l'ensemble du groupe. Dans



ce cadre, les équipes CFDT auront un rôle essentiel à jouer pour analyser les projets, faire remonter les réalités du terrain, défendre les intérêts du personnel et peser sur les décisions. Il s'agit d'un travail collectif, que nous mènerons avec exigence et responsabilité.

CE QUE NOUS RETENONS DE CE NOUVEAU PLAN STRATÉGIQUE

Une reconnaissance du rôle des postiers et des salariés dans la réussite du groupe.

Contrairement aux précédentes déclinaisons du plan stratégique, **ce nouveau plan reconnaît que les postiers et les salariés sont au cœur de tous les enjeux de transformation du groupe.**

L'ambition de faire du groupe une **entreprise attentive, qualifiante et agile** adresse un signal clair aux dirigeants quant à l'importance à accorder au capital humain, à sa préservation, à son développement et à sa reconnaissance. Elle signifie également que les postiers et les salariés ne sauraient être considérés comme une simple variable d'ajustement dans l'atteinte des objectifs du groupe. Elle implique enfin que le dialogue social soit pleinement reconnu comme une dimension intrinsèque de la conduite des transformations.

Le risque que cette ambition reste de l'affichage ou cède sous la pression des résultats ne peut évidemment être écarté. Mais le fait qu'elle soit clairement inscrite dans la stratégie du groupe nous donne des points d'appui pour la rappeler, l'interroger et en suivre au plus près la mise en œuvre.

Missions de service public : un modèle à réinventer.

Les missions de service public sont et resteront au cœur de l'identité de La Poste. Mais, dans le contexte budgétaire actuel, il est désormais admis qu'une compensation pleine et entière de leur coût ne peut être envisagée.

La logique consistant à compenser l'insuffisance de financement par des gains de productivité et des ajustements internes a atteint ses limites. Il faut aujourd'hui s'autoriser à réinventer ces missions, en les adaptant à l'évolution des usages, aux besoins des territoires et aux attentes des citoyens.

Cette nécessité rejoint les conclusions de la mission d'information sur les services publics de La Poste, rendues le 1er juillet, et dont les propositions feront l'objet d'un prochain Flash Info.

La conquête : une ambition recentrée et mesurée de développement

Après avoir vu son chiffre d'affaires stagner depuis 2022, ce nouveau plan stratégique met la croissance au centre des orientations du groupe. Une croissance toutefois re-



vue à la baisse par rapport aux projections du plan précédent, avec un **chiffre d'affaires prévu de 41 Md€ en 2031.**

Cette ambition, qui apparaît plus réaliste au regard de l'érosion des métiers historiques ainsi que des tensions qui pèsent sur les secteurs du colis et de la bancassurance, reposera essentiellement sur la valorisation des activités existantes et des positions déjà acquises aussi bien dans le secteur du colis que dans ceux de la bancassurance et du numérique. Autrement dit, l'enjeu n'est pas de développer de nouvelles activités mais plutôt de consolider ce qui existe et qui fonctionne déjà. Aucune acquisition d'ampleur n'est d'ailleurs anticipée sur la période.

Cette orientation marque une inflexion importante : le développement de nouveaux relais de croissance ne constitue plus un axe structurant de la stratégie du groupe. Un recentrage qui apparaît pertinent, dans la mesure où il prend acte des résultats décevants de trop nombreuses tentatives de diversification.

Des efforts de réduction des charges encore plus importants

La maîtrise des charges a largement contribué, au cours des dernières années, au maintien de la rentabilité du groupe. Cet effort, les postiers et les salariés l'ont déjà largement porté, en adaptant leurs façons de travailler et en accompagnant les évolutions d'organisation.

Les efforts à ce niveau ne se relâcheront pas. Au contraire, par rapport au plan présenté à la même période l'année dernière, les ambitions en matière de maîtrise des charges sont encore renforcées. Ces efforts sont nécessaires pour atteindre un niveau de rentabilité qui assurera la pérennité du groupe. Mais sans une évolution des structures et une remise à plat de la métérisation, cette trajectoire risque de se traduire par une pression accrue sur les postiers et les salariés, appelés à faire toujours plus avec moins. Cette logique a une limite et pourrait, à terme, fragiliser la qualité de service et le développement des activités.



Madeleine Ferland



Stéphane Chevet

Restons en contact !



Retrouvez toute l'actualité de vos Administrateurs CFDT sur LinkedIn

