

PostEurop^o

BROCHURE DE BONNES PRATIQUES RSE
2022

10^E
ÉDITION
ANNIVERSAIRE

**LE SECTEUR POSTAL,
PIONNIER DE LA
RESPONSABILITE SOCIALE
D'ENTREPRISE**







Jean-Paul FORCEVILLE

Président de PostEurop

Cette année marque le 10^e anniversaire de la Brochure RSE de PostEurop. La célébration d'un tel anniversaire souligne que PostEurop et ses membres sont impliqués depuis de nombreuses années dans la RSE à travers des actions concrètes. Cette dernière décennie a été tumultueuse mais aussi pleine d'opportunités. Les opérateurs postaux de toute l'Europe ont connu une transformation importante qui leur a aussi permis de mieux prendre en compte les enjeux de développement durable. L'année 2022 marque également la publication de la Vision Durabilité de PostEurop, une opportunité pour PostEurop et ses membres de formaliser et mieux communiquer leur engagement de longue date en matière de développement durable.

Botond SZEBENY

Secrétaire Général de PostEurop

En 10 ans de Brochure RSE, plus de 500 pratiques ont été partagées par 45 membres de PostEurop. Cette année, 56 pratiques dans une diversité de domaines ont été collectées. Ces chiffres impressionnants reflètent le solide engagement de PostEurop et de ses membres dans les 3 piliers de la durabilité: Employés, Économie et Environnement. Ils soulignent que les actions contre le changement climatique doivent aller de pair avec une croissance économique durable tout en veillant à ce que tous les employés soient engagés dans la transformation. Maintenir le juste équilibre entre ces 3 piliers de la Vision Durabilité de PostEurop permettra de garantir que la durabilité constitue un avantage compétitif pour les opérateurs postaux, dans un environnement de plus en plus concurrentiel.



SOMMAIRE

Avant-propos de Jean-Paul FORCEVILLE et Botond SZEHENY			3
Éditorial			6
« Coups de cœur RSE » 2021			7
10 ^e anniversaire de la brochure			8
RSE et membres de PostEurop : benchmark			10
Soutien à l'Ukraine			12
ALBANIE	POSTA SHQIPTARE SH.A.	Le développement durable est synonyme d'égalité - femmes dirigeantes à la poste	16
AUTRICHE	ÖSTERREICHISCHE POST AG	Examen des performances au moyen d'un KPI relatif au genre	17
BELGIQUE	BPOST	Star4U	18
BELGIQUE	BPOST	La plus grande équipe de Belgique	19
BOSNIE-HERZÉGOVINE	JP BH POŠTA	Jeux postaux	20
CROATIE	HRVATSKA POŠTA D.D.	Développement de compétences numériques	21
CROATIE	HRVATSKA POŠTA D.D.	Marque employeur - faire de la poste croate un employeur attractif	22
FRANCE	LA POSTE GROUPE	Campagne pour la diversité « Combattons ensemble tous les stéréotypes »	23
LITUANIE	LIETUVOS PAŠTAS	Programme en faveur de la santé émotionnelle et physique des collaborateurs	24
LITUANIE	LIETUVOS PAŠTAS	Bulletin d'information sur le développement durable	25
PAYS-BAS	POSTNL	La promotion de l'employabilité inclusive est reconnue	26
PORTUGAL	CTT PORTUGAL POST	Tou CTT	27
SUISSE	POSTE CH RÉSEAU SA	Donner aux employés les moyens de penser et d'agir en termes de développement durable	28
SUISSE	LA POSTE SUISSE	Un employeur attractif pour tous	29
TURQUIE	TURKISH POST-PTT	Concours d'écriture	30
ALBANIE	POSTA SHQIPTARE SH.A.	Stages pour les étudiants	34
AUTRICHE	ÖSTERREICHISCHE POST AG	Des « services postaux de dernière génération »	35
BULGARIE	BULGARIAN POSTS PLC	Soutien aux groupes vulnérables	36
CROATIE	HRVATSKA POŠTA D.D.	Rénovation des bureaux de poste à l'aide de mobilier recyclé et remis à neuf - projet « Burza »	37
ESPAGNE	CORREOS Y TELÉGRAFOS S.A	Soutien au développement rural	38
ESPAGNE	CORREOS Y TELÉGRAFOS S.A	Le camino avec Correos (suivre le chemin de Compostelle avec Correos)	39
FRANCE	LA POSTE GROUPE	Solidarité avec Ukrposhta et la population ukrainienne	40
FRANCE	LA POSTE GROUPE	MOVIVOLT	41
GRÈCE	HELLENIC POST S.A.	ELTA : actions sociales pour l'enfance par le biais de timbres postaux	42
ITALIE	POSTE ITALIANE S.P.A.	Projet d'éducation au numérique	43

EMPLOYÉS

ÉCONOMIE



ENVIRONNEMENT

ITALIE	POSTE ITALIANE S.P.A	Résidences en autonomie pour les femmes victimes de violence	44
LITUANIE	LIETUVOS PASTAS	Réponses du Père Noël	45
LITUANIE	LIETUVOS PASTAS	Services pour les besoins particuliers	46
PAYS-BAS	POSTNL	Les collaborateurs organisent une grande collecte de fonds pour l'Ukraine	47
PORTUGAL	CTT PORTUGAL POST	Aider le peuple ukrainien	48
RÉPUBLIQUE TCHÈQUE	ČESKÁ POŠTA	Partenariat avec Prague Pride et soutien à la communauté LGBTI	49
RÉPUBLIQUE TCHÈQUE	ČESKÁ POŠTA	Aide à la Moravie	50
TURQUIE	TURKISH POST-PTT	Accessibilité de PttAVM	51
TURQUIE	TURKISH POST-PTT	Sensibilisation aux catastrophes naturelles	52
ALBANIE	POSTA SHQIPTARE SH.A.	Go Green : une flotte modernisée et écologique	56
AUTRICHE	ÖSTERREICHISCHE POST AG	Emballage réutilisable	57
BELGIQUE	BPOST	Remorques à double pont	58
BELGIQUE	BPOST	CULT - Collaborative Urban Logistics & Transport à Anvers	59
BOSNIE-HERZÉGOVINE	HRVATSKA POŠTA MOSTAR	Flotte postale électrique, une première en Bosnie-Herzégovine	60
BOSNIE-HERZÉGOVINE	JP BH POŠTA	Modernisation de la flotte de véhicules	61
CROATIE	HRVATSKA POŠTA D.D	Compétences et pratiques écologiques permettant aux postes de mettre en œuvre le Pacte vert pour l'Europe	62
DANEMARK	POST DENMARK A/S	Électrification à 100 % des livraisons sur l'île de Bornholm	63
DANEMARK	POST DENMARK A/S	Chauffage par CTS	64
DANEMARK	POST DENMARK A/S	Éclairage aux LED	65
ESPAGNE	CORREOS Y TELÉGRAFOS S.A	Envios Responsables (livraisons responsables)	66
FINLANDE	POSTI GROUP OYJ	Livraison 100 % électrique des colis à domicile à Helsinki	67
FRANCE	LA POSTE GROUPE	La stratégie de biodiversité	68
ITALIE	POSTE ITALIANE S.P.A.	E-book « Pourquoi se déplacer de façon durable ? Le défi de la voiture du futur : naturellement électrique ! »	69
LITUANIE	LIETUVOS PAŠTAS	La poste lituanienne choisit des solutions vertes	70
PAYS-BAS	POSTNL	Révision de la conception de sacs réceptacles	71
PAYS-BAS	POSTNL	Dématérialisation	72
PORTUGAL	CTT PORTUGAL POST	Projet de recyclage de masques de ToBeGreen	73
SLOVÉNIE	POŠTA SLOVENIJE, D.O.O	Première écoZone en Slovénie - centre-ville de Maribor	74
SLOVÉNIE	POŠTA SLOVENIJE, D.O.O	L'opérateur devient partenaire du programme de plantation pour les abeilles	75
SUISSE	LA POSTE SUISSE	Rout:E - Initiative d'électromobilité du groupe	76
SUISSE	LA POSTE SUISSE	CityHubs avec des véhicules entièrement électriques	77

ÉDITORIAL

Cette année marque deux étapes importantes pour PostEurop en termes de durabilité : le **10^e anniversaire de la brochure de bonnes pratiques RSE** et la publication de la **Vision Durabilité** de PostEurop. Nous avons tiré diverses leçons et acquis de précieuses connaissances au cours de ce voyage mémorable de dix ans, dont les chiffres et résultats clés sont présentés dans les pages qui suivent. La Vision Durabilité est un document essentiel pour PostEurop car elle présente formellement les priorités et les réalisations de l'organisation et de ses membres dans le domaine de la durabilité. La Vision est structurée autour de **3 piliers : Social, Économie et Environnement**, qui sont fondamentaux pour les activités postales. Afin de mieux se conformer à ce document, nous avons décidé d'adapter les 3 catégories de la 10^e édition de la Brochure RSE, à savoir les **Employés, l'Économie** et l'**Environnement** ou simplement les 3 E.

La diversité des pratiques proposées dans la catégorie "Employés" souligne que la **croissance durable** des opérateurs postaux n'est possible que si elle est soutenue par une main-d'œuvre engagée, en bonne santé et diversifiée. Cette année, les thèmes prédominants sont la diversité, l'égalité des chances, l'inclusion et la diversité professionnelle. Les entreprises postales innovent une fois de plus en mettant l'accent sur la responsabilisation des employés et en développant des solutions pour mieux les former et les perfectionner. La **santé** et la **qualité de vie au travail** apparaissent également comme des enjeux majeurs, surtout à l'heure où le numérique redessine les conditions de travail et nécessite de nouvelles compétences. Toutes ces initiatives visent à **accroître l'engagement des salariés** au profit d'un service client de qualité.

Comme indiqué précédemment, cette année marque un **changement** dans la catégorie Société qui est remplacée par la catégorie Économie, afin d'élargir la couverture des actions des entreprises postales et de mieux refléter les tendances actuelles. Cette catégorie couvre les aspects sociaux et les pratiques économiques durables tout en incluant également les **nouveaux services** développés par les membres de PostEurop. En effet, aujourd'hui, tous les aspects doivent être pris en considération afin que le développement durable d'une entreprise soit basé sur sa capacité à **atteindre des objectifs sociaux et environnementaux** ainsi que sur ses **performances économiques**. Les initiatives partagées soulignent qu'un dialogue constant avec toutes les parties prenantes des entreprises contribue à une économie plus résiliente et responsable qui s'attaque aux inégalités et promeut la solidarité. Les pratiques couvrent notamment la promotion des services de proximité, les partenariats avec des initiatives antidiscriminatoires et

en faveur de l'éducation, et témoignent de l'aspiration des opérateurs postaux à tirer parti de leur présence sur tout le territoire pour développer de nouveaux services en adéquation avec **les besoins des clients**.

Dans le cadre de leur **responsabilité environnementale**, les entreprises doivent s'engager dans des modèles économiques plus respectueux de l'environnement et plus inclusifs. Les opérateurs postaux ont démontré que les initiatives et actions environnementales peuvent être menées à **plusieurs niveaux** : mobilité, matériaux et infrastructures ; tout au long de la chaîne de valeur avec les fournisseurs et les distributeurs, mais aussi et surtout en interne, avec des petits gestes à adopter par les employés et leur sensibilisation. Cette année, les pratiques soumises par les membres de PostEurop se positionnent autour de l'éco-mobilité, de la performance énergétique des bâtiments ainsi que de l'économie circulaire. La mise en place de flottes de véhicules à carburant alternatif est désormais adoptée par toutes les entreprises postales afin de limiter l'impact environnemental de leurs activités. Dans le contexte de l'explosion des volumes de **commerce en ligne** pendant la pandémie, les efforts visant à promouvoir une distribution plus écologique des colis et du courrier et l'utilisation d'emballages recyclés sont sous le feu des projecteurs. De nouveaux sujets comme la **biodiversité** font également leur apparition, élargissant ainsi l'éventail des questions environnementales que les entreprises postales sont susceptibles d'aborder.



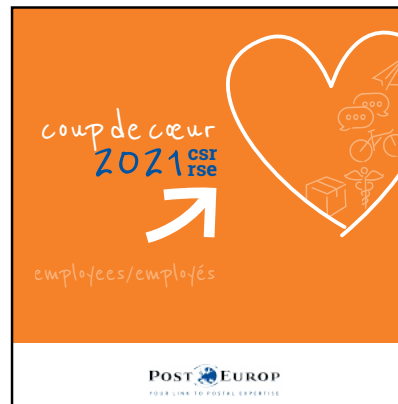
Margaux MEIDINGER,
Présidente du Cercle RSE



Kalina TOTEVA,
Vice-présidente du Cercle RSE

"COUPS DE CŒUR RSE" 2021

Depuis 2014, les " Coups de Cœur " RSE de PostEurop récompensent une pratique remarquable dans chaque catégorie de la brochure RSE. La sélection des 3 lauréats est effectuée par un jury dédié composé des présidents et vice-présidents des groupes de travail du Cercle RSE de PostEurop, représentant différentes entreprises postales, ainsi que des représentants de PostEurop, d'IPC et de l'UPU.



Le Coup de Cœur 2021 pour la catégorie EMPLOYÉS a récompensé la POSTE TCHÈQUE pour son projet "D'un travailleur externe à un travailleur interne", qui offre aux détenus la possibilité d'améliorer leurs qualifications par le biais de cours. En coopération avec le service pénitentiaire national, les détenus ont la possibilité de recevoir une formation et de travailler pour la poste tchèque tout en purgeant leur peine. Cela leur permet de travailler et de recevoir une rémunération pour rembourser leurs dettes et obligations. À la fin de leur peine, s'ils le souhaitent, ils peuvent travailler pour la poste tchèque avec un soutien individuel.



DEUTSCHE POST DHL GROUP a reçu le "Coup de Cœur" de l'ENVIRONNEMENT pour son programme " Feuille de route de DPDHL en matière développement durable ". Le programme de DPDHL vise à promouvoir une industrie logistique plus responsable avec un investissement de 7 milliards d'euros dans une industrie climatiquement neutre jusqu'en 2030. Le but est de réduire les émissions de gaz à effet de serre en dessous de 29 millions de tonnes d'ici 2030, contre 33 millions de tonnes en 2020. En outre, l'objectif est de faire circuler plus de 80 000 véhicules électriques et de faire en sorte que tous les nouveaux bâtiments construits soient climatiquement neutres.



Dans la catégorie SOCIÉTÉ, le " Coup de Cœur " a été décerné à la HELLENIC POST- ELTA, pour son projet " Stop au harcèlement ", qui visait à sensibiliser les jeunes enfants grecs ,contre le cyber-harcèlement, la solitude, la cruauté et la marginalisation. Des affiches portant le message " Stop Bullying " ont été conçues, produites et distribuées gratuitement par ELTA Post à toutes les écoles de première et deuxième année du pays. L'objectif était d'encourager et de promouvoir la compassion, le respect et l'amitié entre les écoliers.

2022

PostEurop

BROCHURE DE BONNES PRATIQUES RSE
2022

LE SECTEUR POSTAL,
PIONNIER DE LA
RESPONSABILITE SOCIALE
D'ENTREPRISE

10^E
ÉDITION
ANNIVERSAIRE



10 ANS DE BROCHURE RSE EN CHIFFRES

Les 10 dernières années se traduisent par plusieurs chiffres impressionnants.

- En 10 ans, 540 pratiques ont été collectées :
 - 168 dans la catégorie « **Employés** »
 - 170 dans la catégorie « **Environnement** »
 - 186 dans la catégorie « **Société** »
 - 16 dans la catégorie « **COVID-19** »
- Avec le plus grand nombre de pratiques collectées en 2020 et 2021 : 68 initiatives par an.
- Au moins une pratique a été soumise par 46 membres de PostEurop, sur 55.
- 44 pays et territoires représentés sur 53.

2013



2014



2015



2016



2017



10^E ANNIVERSAIRE DE LA BROCHURE

La RSE a toujours été historiquement présente dans le secteur postal compte tenu de l'importance de ses effectifs salariaux, de l'empreinte environnementale de ses activités du fait d'une présence physique étendue sur tout le territoire ainsi que de son rôle social de fourniture de services de communication.

Lancée en 2013, la brochure a démontré au fil des années la capacité d'innovation des opérateurs postaux, ainsi que leur adaptation aux exigences sociales, environnementales et économiques.

10 ANS D'APPRENTISSAGE EN MATIÈRE DE RSE

La question de la RSE a suscité un intérêt accru de la part de toutes les parties prenantes. Au niveau européen, cette évolution a été marquée notamment par l'adoption en 2020 de l'accord vert européen. Comme le souligne le 10^e anniversaire de notre brochure, PostEurop et ses membres ont été des précurseurs en matière de RSE puisqu'ils travaillent sur cette question par le biais d'initiatives concrètes. La Brochure RSE est un outil utile pour suivre toutes les évolutions liées à la durabilité dans le secteur en identifiant les tendances les plus importantes chaque année et en constatant un nombre croissant d'entreprises participantes. La brochure a également été le témoin de certains événements sans précédent. En 2016, la crise des réfugiés a conduit à la création d'un prix Mentions spéciales pour récompenser les entreprises ayant mené des actions d'aide aux réfugiés. En reconnaissance du rôle crucial des opérateurs postaux pour garantir la continuité de flux d'informations, de marchandises et d'argent fiables afin de permettre aux citoyens de rester connectés et de leur faciliter la vie en période de détresse, la catégorie COVID-19 a été introduite en 2020. En 2022, la brochure rend hommage aux initiatives prises par le secteur postal dans toute l'Europe pour soutenir les conséquences du

conflit en Ukraine.

Afin de représenter au mieux les diverses initiatives mises en place par les entreprises postales sur un large éventail de sujets, les initiatives de la brochure ont été classées en 3 catégories :

- **Employés** : formation, inclusion, santé mentale et physique, promotion de la diversité, égalité des sexes...
- **Environnement** : carburants alternatifs et véhicules électriques, énergies renouvelables, recyclage, économie circulaire, protection de la biodiversité...
- **Société** : services de proximité, soutien aux groupes sociaux vulnérables, participation à des campagnes de collecte de fonds et de sensibilisation...

En 2022, la catégorie «Société» est remplacée par le terme plus large «Économie». Cette décision a été prise pour s'aligner sur la vision de la durabilité de PostEurop et pour mieux s'adapter aux évolutions de la durabilité. Ainsi, nous pouvons désormais faire référence aux 3 «E» de la brochure sur les meilleures pratiques en matière de RSE.

La brochure RSE s'accompagne également des « Coups de Cœur » RSE, un concours qui a été créé en 2014 afin d'accroître la visibilité des efforts des opérateurs postaux en matière de durabilité. Depuis 2022, 28 initiatives ont été reconnues par les Coups de Cœur RSE.

2018



2019



2020



2021



RSE ET MEMBRES DE POSTEUROP : BENCHMARK

Une enquête menée par le Cercle RSE de PostEurop au cours du premier trimestre 2022 atteste de la variété des approches relatives à la gestion de la RSE au sein des différentes postes européennes, mais il ne fait aucun doute que l'importance de la RSE pour la performance globale de l'entreprise est largement acceptée. Bien que la gestion de la RSE en Europe occidentale et septentrionale présente un niveau de maturité plus élevé, les opérateurs postaux d'Europe centrale et orientale adoptent de plus en plus de politiques RSE.

RSE ET STRUCTURES ORGANISATIONNELLES

Les résultats de l'enquête montrent une nette tendance à la centralisation des activités RSE chez les membres de PostEurop en termes de modèles organisationnels et de composition des équipes RSE.

ORGANISATION DES ACTIVITES DE RSE CHEZ LES MEMBRES DE POSTEUROP

14 % Activités RSE au sein d'un autre département

38 % Répartition des activités de RSE entre les différents départements

48 % Un département RSE dédié

Deux principaux modèles organisationnels ont été identifiés. 48% des membres de PostEurop disposent d'un département RSE dédié, tandis que 38% déclarent que la mise en œuvre des activités RSE est répartie entre plusieurs unités. Dans les 14% d'opérateurs postaux restants, les activités RSE sont menées par un autre département, comme les RH, le marketing, les relations extérieures, etc. Les différentes approches peuvent s'expliquer par la maturité des membres de PostEurop dans le domaine de la RSE et par leur taille. Même dans le cas des opérateurs disposant d'un département dédié, ce dernier sert de "parapluie" pour les activités de RSE, c'est-à-dire qu'il joue un rôle de coordination mais qu'il travaille également en étroite collaboration avec d'autres unités en fonction de la nature des activités de RSE entreprises. 24% des membres de PostEurop ont un département RSE à la fois au niveau du groupe et au sein des différentes unités commerciales.

LES ÉQUIPES RSE

Les petites équipes RSE sont répandues parmi les membres de PostEurop, 65% des opérateurs postaux ayant jusqu'à 10 employés directement impliqués dans les activités de RSE. Cependant, la réponse à la question concernant la taille des équipes RSE n'est pas simple en raison de la nature globale de la RSE et du fait qu'elle peut être considérée comme la façon de penser d'une organisation, c'est-à-dire la "mentalité d'entreprise". Même dans le cas d'une unité ou d'une équipe dédiée à la RSE, le nombre d'employés impliqués dans des actions particulières est généralement beaucoup plus important. La taille des équipes RSE est à nouveau liée à la taille de l'organisation et à la complexité et la maturité du cadre de gestion de la RSE.

RAPPORT SUR LA RSE

76% des membres de PostEurop rendent compte de leurs activités RSE soit dans un rapport séparé sur la RSE ou le développement durable (45 % d'entre eux), soit dans une section dédiée de leur rapport annuel (55 % d'entre eux).

REPORTING RSE CHEZ LES OPERATEURS POSTAUX EUROPEENS

55 % Une section dédiée dans les rapports annuels

45 % Un rapport séparé sur la RSE ou le développement durable

DOCUMENTS RSE

72% des opérateurs postaux disposent de documents d'entreprise spécifiques qui fournissent un cadre pour la gestion et la mise en œuvre des activités de RSE.

NORMES ET INITIATIVES RSE

76% des membres de PostEurop adhèrent à des normes et initiatives établies au niveau international pour le reporting des activités RSE, les plus utilisées étant les Objectifs de développement durable des Nations Unies et le Global Reporting Initiative.

86% des membres de PostEurop mettent en œuvre des activités relevant des 3 piliers de la RSE (Société, Environnement et Employés), bien qu'il existe d'autres classifications des piliers.

71% des membres de PostEurop considèrent que les 3 piliers sont d'importance égale.

PILIERES ET PRIORITES DE LA RSE

PILIERES PRIORITAIRES DE LA RSE CHEZ LES OPERATEURS POSTAUX EUROPEENS

71.4 % Société, Environnement et Employés

14.3 % Société et Employés

14.3 % Autres

ÉVALUATION PAR DES AGENCES EXTRA-FINANCIÈRES/ DE RSE

45% des membres de PostEurop sont évalués par des agences extra-financières/de RSE.

PARTENARIAT AVEC DES ORGANISATIONS EXTERNES

83% des membres de PostEurop coopèrent avec diverses organisations au niveau local, national et international pour la mise en œuvre de leurs activités RSE.

NOTE:

L'enquête comportait 11 questions et a été diffusée à tous les Membres de PostEurop (55 opérateurs postaux de 53 pays et territoires). Le taux de réponse a été de 53% avec une bonne couverture des opérateurs postaux en termes de localisation géographique (Ouest - Est ; Nord - Sud) et de taille, ce qui garantit la représentativité des résultats.

SOUTIEN À L'UKRAINE

Dès le début de la guerre en Ukraine, les opérateurs postaux ont été parmi les premiers à réagir, fidèles à leur rôle humanitaire et social en aidant les personnes, les communautés et les régions en crise, tout en restant engagés à maintenir les échanges postaux internationaux entre toutes les régions.

A travers des initiatives concrètes, plus de 30 opérateurs postaux de toute l'Europe ont montré leur solidarité et leur soutien au peuple ukrainien. Que ce soit pour aider la population locale ou les réfugiés qui ont fui vers d'autres pays, les membres de PostEurop n'ont pas failli à leur mission. Avec l'aide de diverses organisations humanitaires et de conducteurs postaux bénévoles effectuant des trajets de plusieurs milliers de kilomètres sur plusieurs jours, des tonnes de marchandises ont été livrées au peuple ukrainien. Des centres de tri et des bureaux ont également été spécialement mis en place pour faciliter la collecte de dons. Les opérateurs postaux, avec le soutien de milliers d'employés volontaires, ont pu contribuer à l'élan de solidarité envers l'Ukraine. Beaucoup de ces initiatives ont été réalisées grâce à l'établissement de partenariats, notamment avec Ukrposhta, l'opérateur postal ukrainien, ainsi qu'avec des associations caritatives. De nombreuses entreprises postales ont également émis des timbres en guise de symboles de soutien. A l'occasion de la brochure RSE 2022, en plus de quelques pratiques directement partagées par les entreprises postales, nous souhaitons rendre

hommage à tous ces efforts communs avec une section dédiée au soutien à l'Ukraine. Ces pages visent à présenter quelques exemples d'initiatives mises en place au sein des membres de PostEurop.

COLLECTE ET TRANSPORT DE DONS VERS L'UKRAINE

Grâce aux entreprises postales, à leur réseau sur l'ensemble des territoires et à leurs capacités logistiques, divers produits ont été collectés et acheminés vers l'Ukraine. Des bureaux de poste ont été mis à disposition pour que les citoyens puissent déposer des produits de première nécessité destinés à l'Ukraine. Une fois triés, ces dons ont été transportés vers les pays voisins ou vers la frontière ukrainienne. De là, ils sont pris en charge par Ukrposhta ou les organisations caritatives concernées et distribués dans tout le pays. Les produits donnés comprennent notamment des denrées alimentaires non périssables, de la nourriture et des boissons, des produits d'hygiène, des vêtements et des chaussures, des produits de soutien comme des oreillers, des tentes, des matelas

ou des lits pliants, ainsi que des batteries portables de grande capacité, des stations de talkie-walkie, des produits de chauffage et d'éclairage, des équipements médicaux pour soutenir les personnes blessées, des produits pour bébés, des médicaments et de la nourriture pour animaux.

Un grand nombre d'employés postaux volontaires ont participé à la collecte des dons tandis que de nombreux chauffeurs les ont transportés en Ukraine. Certaines entreprises postales ont également offert aux particuliers la possibilité d'envoyer de l'aide humanitaire en Ukraine par colis gratuit. Enfin, des opérateurs ont également permis le transfert gratuit d'argent vers l'Ukraine.

PARTENARIAT AVEC DES ORGANISATIONS CARITATIVES

Nombre de ces initiatives de collecte et de dons ont été réalisées dans le cadre de partenariats avec de grandes ONG telles que la Croix-Rouge, le Secours Populaire, l'UNICEF, Caritas, la Fédération européenne des banques alimentaires... Les entreprises postales ont également utilisé différents leviers pour valoriser les dons des employés et des clients aux principales associations caritatives en proposant un appel aux dons gratuit dans les bureaux de poste ou par courrier ou encore en créant des sites internet dédiés aux dons. Des événements de collecte de fonds ont également été organisés au sein des entreprises postales, tels que des marathons de charité.

FACILITER L'INTÉGRATION DES RÉFUGIÉS UKRAINIENS DANS LES PAYS D'ACCUEIL

Plusieurs services ont également été fournis par les opérateurs postaux pour faciliter l'intégration des Ukrainiens dans leur pays d'accueil, notamment

la possibilité d'envoyer/recevoir gratuitement de l'argent vers/depuis l'Ukraine ; des appels, SMS et MMS gratuits vers l'Ukraine pour les sociétés postales offrant des services de téléphonie mobile ; la fourniture de comptes courants et de cartes de paiement gratuites pour permettre les opérations bancaires quotidiennes. Quelques sociétés postales ont également offert l'accès gratuit aux logements postaux pour les Ukrainiens fuyant la guerre en Ukraine.

ÉMISSION DE TIMBRES SPÉCIAUX EN HOMMAGE À L'UKRAINE

Enfin, plusieurs bureaux de poste ont émis et vendu des timbres-poste en hommage à l'Ukraine, afin de manifester symboliquement leur soutien à l'État et au peuple ukrainiens. Dans la plupart des cas, une partie des ventes est directement reversée à des associations humanitaires.





EMPLOYÉS



Équilibre vie professionnelle/
vie privée • Diversité et inclusion
• Solidarité • Communication
interne • Égalité • Campagne
de prévention • Bien-être au
travail • Implication du personnel •
Formation professionnelle • Prévention
• Intégration des jeunes



ALBANIE
POSTA SHQIPTARE SH.A.
ZARINA SADIKU
RSE
+355694318383
zarina.sadiku@postashqiptare.al



Le développement durable est synonyme d'égalité - femmes dirigeantes à la poste

La campagne d'« autonomisation des femmes » fait la part belle aux remerciements et à la considération pour les femmes.

ACTIONS

Les représentants de l'organisation « UN Women-Albania », l'ambassadeur de Suède en Albanie et la première femme philatéliste albanaise, invités de cette campagne, ont ouvert l'événement par des allocutions mettant en lumière le rôle particulier des femmes dans la poste albanaise, dont elles contribuent à la réussite.

L'événement s'accompagnait de témoignages vidéo dans lesquels des collaboratrices faisaient part de leurs réussites professionnelles, ainsi que de messages encourageants sur la possibilité de faire carrière tout en étant une femme. Les vidéos laissaient également la parole aux collaborateurs de la poste remerciant leurs collègues féminines pour leur travail quotidien et présentaient des statistiques révélant l'augmentation du nombre de femmes à la poste albanaise au fil des ans.

À la fin de l'événement, les femmes et jeunes filles ayant accompli les plus grandes choses à la poste albanaise ont reçu en signe de gratitude un cadre de timbres philatéliques, personnalisé selon leur année de naissance.

RÉSULTATS ET IMPACTS

Les femmes travaillant à la poste albanaise sont la force et représentent les valeurs et les principes de l'entreprise. Cette campagne a souligné le rôle des femmes au cours du temps et leur importance dans toutes les réussites de l'entreprise.

Examen des performances au moyen d'un KPI relatif au genre

Avoir l'assurance durable que les objectifs quantitatifs et qualitatifs en matière d'égalité des sexes seront poursuivis avec constance et cohérence.

ACTIONS

Dans le cadre de la stratégie d'égalité des sexes à l'échelle de l'entreprise, il est important, et indispensable sur le plan stratégique, de s'accorder avec les représentants de la direction sur les objectifs concernant la proportion générale de femmes dans l'entreprise et aux postes de direction. Afin de définir ces objectifs, différents chiffres ont été déterminés dans chaque environnement de travail de l'entreprise, selon la structure des collaborateurs et la situation du marché du travail. Ces chiffres ont été intégrés dans la structure des KPI internes de l'entreprise.

La garantie et l'évaluation des résultats passent par la mise en place d'un « examen des performances au moyen d'un KPI relatif au genre », qui comprend un reporting mensuel et une analyse des objectifs et de l'état de chaque service chaque année. Cette évaluation annuelle de l'état est suivie d'un ajustement nécessaire des futurs paramètres et des objectifs avec les cadres supérieurs de chaque service, en termes de quantité et de qualité.

RÉSULTATS ET IMPACTS

L'examen des performances au moyen d'un KPI relatif au genre favorise la poursuite constante des objectifs d'augmentation du nombre de femmes en général et aux postes de direction en particulier. Cela constitue une innovation réussie, qui va durablement dans le sens de l'égalité des sexes en entreprise.



AUTRICHE
ÖSTERREICHISCHE POST AG
MAG.^A DR.^{IN} BÄRBEL TRAUNSTEINER
Diversité
+43 664 624 4341
baerbel.traunsteiner@post.at





BELGIQUE

BPOST

CHRIS VANSNICK

Développement durable

+32 492 74 64 44

chris.vansnick@bpost.be



Star4U



Star4U

Le groupe bpost soutient l'engagement personnel de ses collaborateurs dans de bonnes causes.

ACTIONS

La nature même des activités postales établit une proximité avec la population et la société. Les valeurs et la vision du développement durable promues par bpost se reflètent également dans l'engagement personnel de bon nombre de ses collaborateurs. Beaucoup d'entre eux sont bénévoles dans des organisations caritatives qui rendent de grands services et ont une grande valeur pour la société. bpost soutient leur engagement par le biais de « Star4U », programme de financement qui récompense les initiatives correspondant aux valeurs du groupe.

Les projets et associations soutenus peuvent intervenir dans de nombreux secteurs : social, sociétal, humanitaire, culturel, sportif, environnemental, du développement et de la coopération, etc. Ils doivent créer une réelle « valeur sociale ».

Un jury analyse toutes les demandes des collaborateurs et détermine le soutien financier qu'ils recevront.

RÉSULTATS ET IMPACTS

Depuis le lancement de Star4U en 2010, bpost a financé à hauteur de 870 000 euros près d'un millier de projets ayant une authentique valeur ajoutée pour la société.

EMPLOYÉS

La plus grande équipe de Belgique

Faire du « pic de fin d'année » une précieuse expérience sur le plan culturel, de la communication et de l'apprentissage pour les collaborateurs des services centraux de bpost.

ACTIONS

Le succès de l'e-commerce a des conséquences directes sur le volume de colis, en particulier pendant le pic de fin d'année. Entre le Black Friday et la Saint-Sylvestre 2021, bpost a livré pas moins de 11 millions de colis, dont 622 000 le 1^{er} décembre.

Cela n'a pas posé de problème, parce que les collaborateurs font tous partie de la « plus grande équipe de Belgique » ! Afin de gérer ces volumes colossaux, l'entreprise a pu compter sur 650 employés de bureaux de poste, qui ont remonté leurs manches pour aider à collecter, saisir, trier et distribuer les lettres et colis. Cette expérience gratifiante, en solidarité avec les employés de terrain, a été l'occasion pour eux d'acquérir une expérience pratique et de rencontrer des collègues ayant un parcours différent.

RÉSULTATS ET IMPACTS

Plus de 650 collaborateurs des fonctions support ont rejoint leurs collègues de terrain pendant le pic de fin d'année.



BELGIQUE

BPOST

CHRIS VANSNICK

Développement durable

+32 492 74 64 44

chris.vansnick@bpost.be



EMPLOYÉS



BOSNIE-HERZÉGOVINE

JP BH POŠTA

KATARINA KAMOČAJI

Relations publiques

+38733252658

katarina.kamocaji@posta.ba



Jeux postaux

Des jeux sportifs postaux ont été organisés pour restaurer l'énergie positive des collaborateurs et souligner l'importance du sport et d'un mode de vie sain.

ACTIONS

Lorsque la pandémie de COVID a régressé, il a été décidé de réunir tous les collaborateurs à l'occasion de jeux sportifs postaux, afin de rétablir une bonne énergie et de souligner l'importance du sport et d'un mode de vie sain. C'est ainsi qu'en novembre 2021, les troisièmes jeux postaux, organisés par le syndicat des collaborateurs de la poste de Bosnie-Herzégovine, se sont déroulés près de Mostar.

La compétition regroupait sept disciplines, incluant des épreuves individuelles et par équipe. Les collaborateurs ont mesuré leur adresse dans les sports suivants : football, volley-ball féminin, marche rapide, natation, tennis de table, échecs et fléchettes.

Les jeux postaux ont pour objectifs la socialisation, l'échange d'expérience et le renforcement des équipes réparties entre différentes unités de travail.

RÉSULTATS ET IMPACTS

Ces jeux montrent que les activités sportives ont un effet positif, puisqu'elles soulagent le stress et combattent l'énergie négative, ce qui entraîne également une amélioration des performances au travail. Les jeux postaux de JP BH Pošta seront par conséquent reconduits chaque année.

Développement de compétences numériques

Accroître le niveau de développement des compétences numériques et compétences d'entreprise des collaborateurs de la poste croate.

ACTIONS

Afin d'améliorer les compétences numériques des collaborateurs, un contenu éducatif a été créé dans le domaine de l'informatique, de l'utilisation d'Internet, du travail avec Microsoft Windows, des divers programmes Microsoft Office et de la sécurité informatique. Les documents éducatifs sont conservés dans le système d'enseignement virtuel et accessible à tous les collaborateurs. Par ailleurs, des formations aux outils informatiques utilisés dans les différentes unités de travail ont été créées en fonction des besoins.

Le processus d'intégration des nouveaux collaborateurs passe également par l'éducation en ligne, qui traite de l'activité de base de la poste croate, de l'organisation et des missions de chaque unité de travail. Le contenu est à la disposition de tous les collaborateurs qui souhaitent en profiter. Dans le but de faciliter l'adoption des nouvelles technologies par les employés de la poste et de perfectionner l'utilisation qu'ils en ont, une base de connaissances des compétences numériques a été créée sur des sites web externes.

RÉSULTATS ET IMPACTS

Les collaborateurs se concentrent davantage sur le numérique, qui est l'un des aspects déterminant de la stratégie Post2022. Ils disposent de nombreuses ressources éducatives sur les technologies utilisées dans leur travail, afin d'améliorer leurs compétences, leur efficacité et leur productivité.



CROATIE

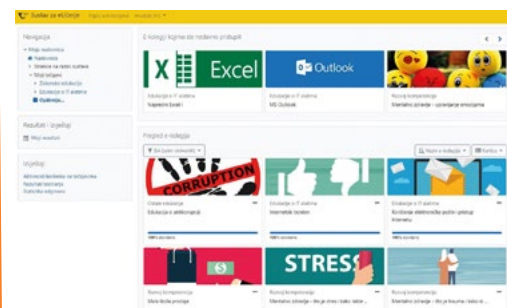
HRVATSKA POŠTA D.D.

MARIJANA LONČAR

Recrutement, sélection et développement

+385994709664

marijana.loncar@posta.hr





CROATIE

HRVATSKA POŠTA D.D

DAVOR JAKOVAC

Communication interne

davor.jakovac@posta.hr

“

Croatian Post provides me with good working conditions. They appreciate me for doing my job well and they reward me for it. Join us!

Blaž
Express Delivery postman

APPLY posta.hr

Marque employeur - faire de la poste croate un employeur attractif

Le bureau de la communication institutionnelle a mis en place des actions pour inciter les employés à s'impliquer et à se renseigner sur la réalisation des objectifs de l'entreprise.

ACTIONS

La poste croate s'oriente clairement vers la transition écologique et renforce son image d'employeur socialement responsable et attractif. Les raisons, objectifs et circonstances de toutes les communications liées aux activités postales sont clairement exposés, à une époque où la transparence est devenue la norme. En associant la communication émanant de la direction à celle émanant des employés et à la communication culturelle, la poste croate va encore plus loin.

Le but est que l'entreprise ait l'image de marque d'un employeur qui met l'accent sur la fidélité, les systèmes de rémunération et l'engagement des collaborateurs. Conformément aux directives de communication institutionnelle et d'image de marque de l'employeur, l'entreprise a mis les collaborateurs au centre de toutes les communications internes et externes faisant la promotion des avantages sociaux : gratification financière trois fois par an, prime d'excellence de l'épargne retraite basée sur la gestion des performances, compléments de salaire variables, congés payés, assurance contre les accidents, cours de formation supplémentaires, etc.

RÉSULTATS ET IMPACTS

Ces cinq dernières années, les 49 numéros du magazine Pošta ont présenté 2 260 collaborateurs, 2 981 textes ont été publiés sur l'intranet et sur Internet et 1 772 articles sont parus dans les réseaux sociaux. D'autres employés ont rejoint l'initiative pour endosser le rôle d'ambassadeur de l'entreprise.

Campagne pour la diversité « Combattons ensemble tous les stéréotypes »

La Poste s'engage pour la diversité et sensibilise ses collaborateurs à divers aspects du sujet.

ACTIONS

Depuis plusieurs années, La Poste mène des actions en faveur de l'égalité professionnelle sur le lieu de travail.

En 2022, la campagne de sensibilisation s'articulait autour de quatre formes de discrimination, en s'inspirant de propos entendus lors des pauses café et déjeuner. La campagne s'est concentrée sur les préjugés liés au sexe, à la sexualité, au handicap et à l'origine.

Ces quatre discriminations ont servi à créer quatre affiches et kakemonos conçus de la manière suivante : une phrase d'accroche annonçant le type de discrimination, une déclaration « choc » et une phrase de sensibilisation (« ce n'est pas parce que vous n'y voyez rien de mal que ça ne fait pas mal »). Par le biais de cette campagne, La Poste Groupe réaffirme sa tolérance zéro à l'égard de toutes les formes de comportement discriminatoire. Elle libère la parole et encourage les discussions entre collaborateurs sur ce sujet important.

RÉSULTATS ET IMPACTS

L'objectif était de créer un débat et de faire réfléchir à l'impact des mots qui, même sans intention malveillante, peuvent blesser les destinataires.



FRANCE

LA POSTE GROUPE
LAURENCE HULIN
Diversité et égalité des chances
33 (0)6 19 28 10 39
l.hulin@laposte.fr





LITUANIE
LIETUVOS PAŠTAS
INDRĖ KULIKAUSKAITĖ
Développement durable
+37069318643
i.kulikauskaite@post.lt



Programme en faveur de la santé émotionnelle et physique des collaborateurs

La poste lituanienne a lancé des activités visant à améliorer la santé physique et mentale de ses collaborateurs.

ACTIONS

Dans le but de prendre soin de la santé émotionnelle et physique de ses employés la poste lituanienne cherche à être plus attentive à leur bien-être et à leur éducation à la santé émotionnelle.

Depuis septembre 2021, les collaborateurs étaient invités à s'engager dans des activités préparées et proposées par leurs collègues en tant que professionnels. Les employés de Lietuvos Paštas ont ainsi pu pratiquer des activités physiques telles que la randonnée et le Pilates.

Ils ont également pris part à des webinaires sur l'alimentation saine, ses effets sur la santé générale, la manière de gérer son anxiété pendant la pandémie, la résilience émotionnelle, etc. Les webinaires enregistrés sont à la disposition de tous les employés sur l'intranet.

RÉSULTATS ET IMPACTS

Chaque webinaire a été visionné par 300 à 500 collaborateurs et 50 collaborateurs ont participé aux activités physiques.

Bulletin d'information sur le développement durable

Chaque mois, la poste lituanienne envoie à ses collaborateurs un bulletin d'information sur le développement durable.

ACTIONS

La poste lituanienne comprend l'importance de l'engagement des collaborateurs dans des activités liées au développement durable. Le concept de développement durable est relativement nouveau en Lituanie et beaucoup de gens ne savent pas très bien de quoi il s'agit. Afin d'éduquer de manière générale tous les employés à ce propos et de les impliquer dans les activités de l'entreprise, Lietuvos paštas leur envoie un bulletin d'information sur le développement durable.

Il présente la stratégie de développement durable de la poste lituanienne, discute de manière approfondie de chaque orientation stratégique en la matière et expose les réalisations, les changements et les projets de l'entreprise. Le bulletin d'information comporte également une rubrique consacrée aux initiatives de développement durable mises en œuvre par les autres postes nationales.

RÉSULTATS ET IMPACTS

Un millier d'employés environ lisent le bulletin d'information mensuel. D'après une enquête, 73 % des collaborateurs connaissent les orientations stratégiques de développement durable de Lietuvos paštas et 86 % d'entre eux ont remarqué que la poste lituanienne avait accru ses efforts dans le domaine du développement durable l'an dernier.



LITUANIE
LIETUVOS PAŠTAS
INDRĖ KULIKAUSKAITĖ
Développement durable
+37069318643
i.kulikauskaite@post.lt





PAYS-BAS
POSTNL
MARTIJN DE GROOTE
Gestion de projet
+31 (0)6 51 59 90 69
martijn.de.groote@postnl.nl



La promotion de l'employabilité inclusive est reconnue

L'ambition est d'aider plus de personnes en position vulnérable à trouver un emploi durable.

ACTIONS

Près de 1 700 personnes exclues du marché du travail travaillent chez PostNL. L'entreprise veut offrir les mêmes chances à tous ceux qui peuvent et souhaitent travailler, car cela leur permet de participer à la société et de développer leurs compétences. La mise à disposition d'un lieu de travail adapté aux personnes exclues du marché du travail fait partie intégrante de la politique de diversité et d'inclusion de PostNL.

PostNL a mis en place un processus intégré de mentorat personnel et de conseils pour accueillir cette main-d'œuvre, en collaboration avec des municipalités et des entreprises du secteur social. La poste néerlandaise recherche activement et crée des emplois destinés à cette main-d'œuvre, à la fois dans ses locaux et sur la route.

Un essai pilote a été récemment lancé avec un triporteur modifié pouvant être relié à un fauteuil roulant pour la distribution du courrier. Il existe un potentiel de 20 à 30 postes de travail convenant à des personnes en fauteuil roulant ces prochaines années, dans chaque ville où le courrier est à présent distribué par triporteur électrique.

RÉSULTATS ET IMPACTS

PostNL a été récompensée par le certificat PSO (échelle de performance de l'entreprise sociale) à l'échelon 2. Le PSO est un label de qualité qui mesure et met en lumière le niveau d'entreprenariat social. Le but est d'atteindre le niveau le plus élevé (3) de l'échelle PSO en 2023.

Tou CTT

Afin d'améliorer l'expérience des employés et de favoriser une relation plus étroite, une ligne téléphonique réservée aux collaborateurs a été créée.

ACTIONS

Cadre

Phase 0, 2020 : Une ligne d'écoute interne a été mise en place pour les collaborateurs et managers dans le cadre du COVID-19, afin de répondre aux situations d'urgence créées par la pandémie. Une équipe interne a été mise sur pied. Les niveaux de satisfaction assez élevés ont dicté l'évolution de cette ligne d'écoute. Lancée sous la forme d'une bonne pratique, à savoir une ligne d'écoute entre pairs, cette initiative a évolué en un centre d'assistance professionnel.

Mise en œuvre

Phase 1, 2021 : Une plateforme professionnelle spécifique à la gestion des tickets informatiques et à l'assistance vocale, a été achetée. Elle est entièrement en ligne, avec assistance téléphonique et gestion des tickets.

Mars 2021 : L'équipe interne a perfectionné ses compétences grâce à une formation et a facilité l'adaptation de la plateforme. Des documents de formation ont été rédigés en interne et l'équipe d'assistance s'est étoffée tout au long de l'année.

Consolidation

Phase 2, 2022 : Actuellement, l'équipe répond à tous les appels.

RÉSULTATS ET IMPACTS

Cette bonne pratique a donné à l'équipe de nouvelles compétences dans le domaine de l'assistance, de la gestion et du reporting et a fourni un point de communication unique accessible à tous les collaborateurs, soit environ 12 000 personnes, et à près de 39 000 bénéficiaires du régime de santé.

En 2021, la ligne d'écoute a reçu 17 820 appels et 22 414 tickets.



PORTUGAL
CTT PORTUGAL POST
LAURA COSTA
Chef de projet
+351967793741
laura.m.costa@ctt.pt

tou ctt
800 210 010

Para qualquer assunto relacionado com os Portais do Teleporto, dúvidas sobre o COVID-19, informações sobre o plano de saúde CTT Medis ou questões relativas ao processamento salarial, saúde e segurança no trabalho, recrutamento, avaliação de desempenho e formação:
ligue 800 210 010 nos dias úteis das 9h00 às 18h00.

Na Linha TOUT CTT, estamos cá para ajudá-lo/a.

somos
ctt

SUISSE
POSTE CH RÉSEAU SA
ARIANE SILLI WUETHRICH
Poste CH Réseau SA
+41 76 447 28 66
ariane.silliwuethrich@post.ch



Donner aux employés les moyens de penser et d'agir en termes de développement durable

Un vaste programme destiné à tous les collaborateurs, comportant plusieurs mesures de sensibilisation et de renforcement des connaissances et de l'adhésion au développement durable.

ACTIONS

Un groupe de collaborateurs sensibles au développement durable a créé un programme de formation en direct, dont le but est la motivation et sensibilisation des collaborateurs aux thèmes du développement durable. Les sessions de formation en groupe se déroulent en ligne et les formateurs sont généralement des représentants du groupe cible, selon le concept de formation du formateur. Dans chaque région de Suisse, des ambassadeurs du développement durable (volontaires ayant des affinités avec ce thème) sont désignés. Ils assurent la liaison entre la stratégie de développement durable et la région et facilitent sa mise en œuvre au niveau local. Un nouvel outil de communication « informelle », le Greenpoint, a été créé pour les collaborateurs locaux. Il s'agit d'un petit tableau d'affichage de format A4, placé dans l'espace détente. Un QR code renvoie à un contenu court, personnel et complet sur le développement durable. Le premier numéro explique, sous forme d'une vidéo de trois minutes, ce qu'est « l'électricité Nature Made Star » (<https://www.naturemade.ch/en/startseite.html>), puisqu'elle est utilisée depuis le 1^{er} janvier 2022 dans tous les points d'accès de PostNet.

RÉSULTATS ET IMPACTS

Quatre-vingt-dix pour cent des cadres intermédiaires ont été formés. En 2022, le but est de former 80% des employés de terrain (environ 3 000 collaborateurs). Des groupes d'ambassadeurs ont été établis dans les régions et au siège social pour faciliter l'introduction du programme de gestion des déchets, la création des Greenpoints et le déploiement des formations.

Un employeur attractif pour tous

La campagne #HumansOfSwissPost fait preuve de solidarité avec la communauté LGBTQIA+.

ACTIONS

Les bâtiments de La Poste Suisse à Berne, Zurich et Genève ont été éclairés aux couleurs de l'arc-en-ciel en juin. À travers cette campagne, La Poste Suisse a exprimé sa solidarité avec la communauté LGBTQIA+. L'entreprise a également lancé la campagne #HumansOfSwissPost, qui a reçu un bon accueil. « *La Poste Suisse est jaune à l'extérieur, mais très colorée à l'intérieur* », indique Mariel Lemos, coresponsable Diversité et Inclusion au sein du groupe La Poste Suisse. L'opérateur postal étant le reflet de la société, avec ses 54 518 collaborateurs à travers le monde, il attire les talents les plus divers.

La réussite économique de l'entreprise en est d'ailleurs le fruit. « *Ce n'est qu'en connaissant et en comprenant nos clients et tous leurs besoins que nous pouvons leur proposer les bons services.* »

RÉSULTATS ET IMPACTS

La convention collective de travail (CCT) entrée en vigueur en 2021, qui améliore les dispositions relatives au congé parental des couples hétérosexuels et homosexuels et renforce l'égalité et la protection contre la discrimination, prouve qu'il ne s'agit pas de simples paroles en l'air.



SUISSE

LA POSTE SUISSE

SIMON GRAF

Coprésident de RAINBOW, réseau LGBT

interne de La Poste Suisse

+41 (0)58 341 44 90

simon.graf@post.ch





TURQUIE
TURKISH POST-PTT
AYSUN TAY
Relations internationales
+90 312 509 5275
aysun.tay@ptt.gov.tr



Concours d'écriture

Un concours d'écriture est organisé chaque année pour renforcer l'unité et la solidarité des collaborateurs et améliorer la culture de l'entreprise.

ACTIONS

Un concours d'écriture est organisé tous les ans depuis quinze ans. Cette année, le thème en est « La vie chez Turkish Post-PTT ». Chaque collaborateur, du facteur au guichetier, en passant par les responsables et les cadres de Turkish Post-PTT, peut participer au concours.

RÉSULTATS ET IMPACTS

L'unité et la solidarité entre les collaborateurs ainsi que la culture de l'entreprise en sortent renforcées. Par ailleurs, les activités culturelles des employés reçoivent un soutien. Des avis positifs ont été exprimés et Turkish Post-PTT organise ce concours sans interruption depuis quinze ans. Il est à espérer qu'il deviendra une tradition au sein de l'entreprise.



ÉCONOMIE

- 
- A stylized illustration of a hand holding a white card. The hand is rendered in a simple, bold style with orange skin and black outlines. The card is tilted and contains a list of six items, each preceded by a red dot. The background is a solid purple color with white halftone patterns in the corners.
- Campagne de promotion
 - Nouveaux services
 - Coopération avec les ONG
 - Diversité et inclusion
 - Campagne de prévention
 - Diversité



ALBANIE
 POSTA SHQIPTARE SH.A.
ZARINA SADIKU
 RSE
 +355694318383
 zarina.sadiku@postashqiptare.al



Stages pour les étudiants

Des étudiants sont accueillis pendant trois mois lors d'un stage axé sur leur évolution professionnelle et le développement de leurs compétences.

ACTIONS

Dans le cadre de précédentes collaborations avec le ministère de l'Éducation, des Sports et de la Jeunesse, la poste albanaise a répondu favorablement à la demande de participation au « Programme national des pratiques de travail – Appel VI » et accueilli des étudiants stagiaires dans ses locaux.

Cette initiative vise à former les étudiants et les préparer à leur entrée sur le marché du travail, en contribuant au renforcement de leurs compétences professionnelles, académiques et personnelles.

La convention signée par les institutions prévoit de sélectionner des étudiants ayant obtenu leur diplôme de licence ou de master. Le dépôt des candidatures a eu lieu sur le portail mis à disposition par le ministère concerné. Chaque étudiant pouvait se porter candidat et réaliser un stage dans l'une des institutions faisant partie du « Programme national des pratiques de travail – Appel VI ». Le stage durait trois mois, pendant lesquels les stagiaires étaient encadrés par un mentor, veillant également au bon déroulement du travail.

RÉSULTATS ET IMPACTS

Cette pratique encourage les diplômés à élargir leurs capacités aux méthodes de travail qu'ils découvrent et améliore leurs compétences personnelles et professionnelles. Quinze étudiants ont achevé leur stage et à la fin du programme, l'un d'eux a été embauché par la poste albanaise.

Des « services postaux de dernière génération »

Améliorer les points de collecte de la poste autrichienne et veiller à ce que les zones en libre-service soient également accessibles aux aveugles et malvoyants.

ACTIONS

Les points de collecte innovants de la poste autrichienne prouvent que l'entreprise s'engage à fournir des options de libre-service ultramodernes tout en restant concentrée sur les personnes. La poste autrichienne a travaillé avec la Fédération autrichienne des aveugles et malvoyants et avec Keba, spécialiste de l'automatisation basé à Linz, pour améliorer les points de collecte et s'assurer que les zones en libre-service sont également accessibles aux aveugles et aux malvoyants.

Les espaces libre-service comportent désormais un guide sonore innovant pour les aveugles et malvoyants dans les 494 points de collecte existant en Autriche. Pendant l'été, la poste autrichienne a également commencé à installer des boîtes de dépôt pour les colis et des automates accessibles vendant des timbres.

RÉSULTATS ET IMPACTS

Le concept a reçu deux prix internationaux de design et le Zero Project Award 2022. Cette récompense est décernée par des spécialistes de l'inclusion et des personnes handicapées du monde entier.



AUTRICHE
ÖSTERREICHISCHE POST AG
HARALD KUNCZIER
 Réseau des filiales
 harald.kunczier@post.at





BULGARIE
BULGARIAN POSTS PLC
KALINA TOTEVA
Affaires internationales
+359 2949 3260
k.toteva@bgpost.bg



Soutien aux groupes vulnérables

Organisation de campagnes de collecte de fonds en partenariat avec la Croix-Rouge bulgare dans le but de soutenir des groupes sociaux vulnérables.

ACTIONS

La poste bulgare et la Croix-Rouge bulgare, qui comptent parmi les institutions les plus connues du pays et bénéficient de la confiance de la société, ont uni leurs efforts pour mettre en œuvre beaucoup de nobles initiatives au cours des années.

En décembre 2021, dans le contexte des défis sociaux et économiques dus à la pandémie, des cartes de Noël spéciales, portant le logo des deux organisations, ont été conçues et vendues dans les bureaux de poste de tout le pays dans le but de collecter des fonds pour diverses causes.

En 2022, au regard du conflit en Ukraine, des tirelires spéciales de la Croix-Rouge bulgare ont été placées dans les plus grands bureaux de poste afin que les clients puissent donner de l'argent pour les populations touchées. Par ailleurs, une enveloppe contenant un message spécial et le logo des deux organisations est distribuée par le biais du réseau postal pour collecter des fonds dans le même but.

RÉSULTATS ET IMPACTS

La couverture nationale du réseau des bureaux de poste et la nature des services fournis ont façonné au fil du temps l'implication des postes bulgares dans diverses campagnes visant à améliorer la situation difficile de groupes sociaux vulnérables. Les actions entreprises soulignent la capacité de l'opérateur à tendre la main à la population.

Rénovation des bureaux de poste à l'aide de mobilier recyclé et remis à neuf - projet « Burza »

Rénovation des bureaux de poste à l'aide de mobilier recyclé et remis à neuf, selon les principes de l'économie circulaire.

ACTIONS

Le projet « Burza » a été lancé par des collaborateurs du Service de l'amélioration des bureaux de poste en 2019, dans le but de rénover l'intérieur des petits bureaux de poste.

Afin de préserver l'environnement et réduire l'impact de l'entreprise sur celui-ci, ce sont des meubles existants, recyclés, nettoyés et remis à neuf, qui ont servi à rafraîchir la décoration des bureaux de poste.

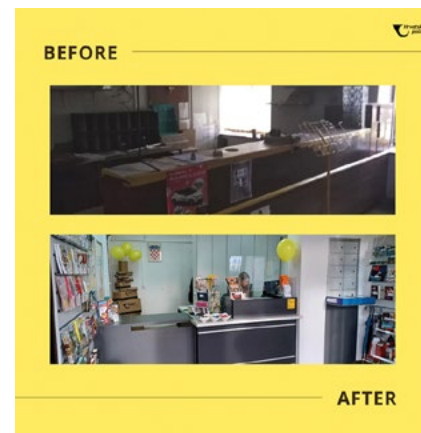
Dans le cadre du projet, une application interne a été créée pour simplifier le plus possible la recherche de vieux mobilier et sa redistribution. Elle permet de répertorier et recycler le matériel technologique et le mobilier de bureau. En plus des espaces individuels, quatre bureaux de poste ont été entièrement rénovés à l'aide de mobilier usagé.

RÉSULTATS ET IMPACTS

Plus de 560 meubles de l'application « Burza » équiperont désormais 120 espaces officiels, ouverts au public ou non, dans les bureaux de poste et agences administratives.



CROATIE
 HRVATSKA POŠTA D.D.
KREŠIMIR DOMJANČIĆ
 Relations publiques
 kresimir.domjancic@posta.hr





ESPAGNE
 CORREOS Y TELÉGRAFOS S.A
ELENA FERNÁNDEZ-RODRÍGUEZ
 Affaires internationales et ODD
 +34 915963034
 elena.fernandez@correos.com



Soutien au développement rural

Développement de plusieurs services dans les zones rurales, afin d'aider les citoyens et de lutter contre le problème démographique de la « désertification de l'Espagne ».

ACTIONS

Correos contribue à l'Agenda 2030 de l'Espagne en proposant aux habitants ruraux des services postaux et des services axés sur les citoyens. Pour ce faire, la poste espagnole diversifie son offre, à la fois dans les bureaux de poste et à domicile via les facteurs : dépôt et retrait d'argent liquide, réception et envoi de colis, paiement des taxes, achat d'emballages, enveloppes ou timbres, signature de contrat et gestion de services d'électricité, gaz, téléphone, assurance, entre autres choses.

Deux de ces services luttent en particulier contre l'exclusion financière dans les régions rurales. Correos Cash offre la possibilité aux clients des banques ayant un accord avec Correos de déposer ou retirer de l'argent liquide dans n'importe quel point ou bureau de poste rural. Un réseau rural d'automates (ATM) a été déployé dans les communes de moins de 3 000 habitants.

En parallèle, une plateforme de service technologique a été mise au point ; elle est reliée aux administrations et entreprises de service public participantes. Un projet de paiement via le smartphone des facteurs est en cours.

RÉSULTATS ET IMPACTS

Ce projet a permis l'inclusion financière de milliers de personnes dans des communes sans établissement bancaire, ainsi que le rapprochement entre les citoyens et l'Administration. Il a également rapproché les entreprises de service public des clients et revitalisé les villages et petites villes rurales.

Le camino avec Correos (suivre le chemin de Compostelle avec Correos)

Soutien logistique aux pèlerins qui suivent le chemin de Compostelle (« camino »).

ACTIONS

Le chemin qui mène à Compostelle bénéficie de retombées socioéconomiques.

L'aide logistique apportée par Correos comprend les services suivants :

- PAQ Mochila : transport de sac à dos d'une étape du pèlerinage à l'autre.
- PAQ Bicicleta : envoi de vélos du début du chemin à la fin.
- PAQ Peregrino : envoi des bagages ou articles d'un pèlerin vers n'importe quel bureau de poste de Correos le long du chemin.

Les points essentiels sont la souplesse de livraison des produits, à la demande, entièrement adaptée à la routine quotidienne des randonneurs, le système de suivi et l'option d'annulation. Selon la saison, la collecte et la livraison sont également assurées le week-end.

Au bureau de poste central de Correos à Saint-Jacques-de-Compostelle, un service de consignes facilite la livraison des PAQ Mochila à leur destination finale ou la garde des sacs à dos, valises et vélos.

www.elcaminoconcorreos.com/en

RÉSULTATS ET IMPACTS

30 000 personnes ont fait appel à ces services en 2021, grâce à un service client dédié, des outils informatiques, des outils d'identification des bagages et les blogs de facteurs fournissant des conseils. Cette initiative, qui a favorisé l'activité des PME et a permis de lutter contre la désertification, a été récompensée par l'association « Friends of the Road ».



ESPAGNE
CORREOS Y TELÉGRAFOS S.A
ELENA FERNÁNDEZ-RODRÍGUEZ
 Affaires internationales et ODD
 +34 91 596 3034
 elena.fernandez@correos.com





FRANCE
 LA POSTE GROUPE
SOPHIE DESIER BIEHLER
 Relations internationales, Europe et
 responsable PostEurop
 +33608124504
 sophie.desier-biehler@laposte.fr



Solidarité avec Ukrposhta et la population ukrainienne

Depuis mars 2022, La Poste Groupe s'est jointe au mouvement de solidarité en faveur de l'Ukraine en mettant en œuvre plusieurs actions de soutien.

ACTIONS

La Poste Groupe montre sa solidarité avec la population ukrainienne au moyen de plusieurs initiatives :

- La branche numérique a relayé l'appel au don d'associations caritatives (Croix-Rouge, Secours populaire, Unicef) auprès de ses collaborateurs et clients, pour encourager le don solidaire.
- La Poste Mobile a décidé d'offrir à ses deux millions de clients des appels et des SMS gratuits vers l'Ukraine pendant tout le mois de mars 2022. De plus, le premier mois de forfait est gratuit et tous les appels vers l'Ukraine sont facturés à prix coûtant jusqu'au 31 décembre 2022.
- À travers sa filiale Colissimo, l'entreprise assure la livraison gratuite de colis et le transport de biens essentiels et de produits d'hygiène. À la fin du mois d'avril, 15 chargements de camions avaient déjà été livrés dans les pays voisins de l'Ukraine accueillant des réfugiés.
- La Banque Postale a proposé des virements bancaires gratuits vers l'Ukraine.
- Enfin, la filiale philatélique a émis le 23 juin 2022 un timbre dédié en partenariat avec la Croix-Rouge française, vendu dans tous les bureaux de poste du territoire.

RÉSULTATS ET IMPACTS

Par ces actions de soutien, La Poste réaffirme, à travers ses différentes activités, sa solidarité avec Ukrposhta et la population ukrainienne. Ces opérations montrent également l'engagement et les valeurs de tous les collaborateurs de La Poste.

MOVIVOLT

La Poste Groupe a lancé avec la Banque des territoires sa nouvelle filiale « MOVIVOLT » afin d'accélérer le déploiement de véhicules électriques dans les flottes professionnelles.

ACTIONS

Les offres de MOVIVOLT répondent à un double défi. Elles visent à apporter un soutien opérationnel aux entreprises et collectivités territoriales dans le cadre de leur adaptation aux zones à faibles émissions – zones en centre-ville dans lesquelles la circulation des véhicules les plus polluants est ou sera progressivement limitée. Elles favorisent également le déploiement accéléré d'une mobilité alternative dans tout le pays.

MOVIVOLT bénéficie du savoir-faire de La Poste, qui dispose de 15 ans d'expertise en mobilité électrique et possède la première flotte de véhicules électriques d'entreprise, et de la Banque des territoires, pionnière du financement de la mobilité durable.

MOVIVOLT souhaite proposer une alternative à un coût raisonnable, en encourageant et en amplifiant l'effet positif sur l'environnement. Il s'agit d'une offre complète qui repose sur trois piliers : un soutien de bout en bout, un large choix de véhicules adaptés aux besoins financiers ou à la distance à parcourir et une application numérique. En plus des véhicules, MOVIVOLT propose également des conseils et un savoir-faire liés à l'utilisation des véhicules électriques.

RÉSULTATS ET IMPACTS

La filiale Movivolt offre à tous un service client simple et efficace, avec un seul interlocuteur pour tous les services liés aux véhicules. Elle propose un vaste choix de voitures et de fourgons de différentes marques répondant à tous les besoins.



FRANCE

LA POSTE GROUPE

AUDREY MEHATS

Programmes transversaux et gestion des risques chez MOVIVOLT

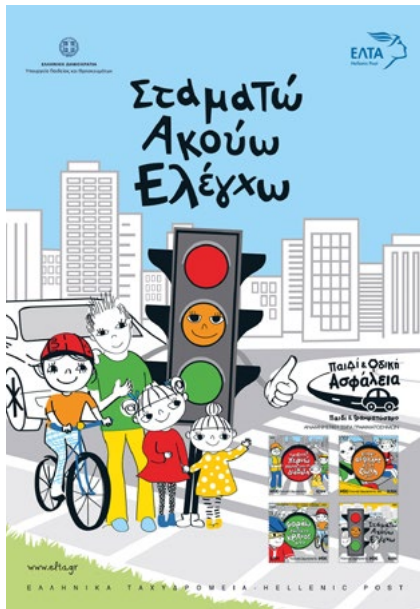
+33 (0)6 81 52 53 19

audrey.mehats@vehiposte.fr





GRÈCE
HELLENIC POST S.A.
VICKY MATZIARI
Relations publiques
0030 2103353160
V.Matziari@elta-net.gr



Actions sociales pour l'enfance par le biais de timbres postaux

Diffusion de timbres en faveur de la sécurité routière et de la campagne « PARLEZ-EN MAINTENANT » (milatora.gr) pour lutter contre le harcèlement scolaire.

ACTIONS

La poste grecque a dédié sa collection « Enfants et timbres » à la sécurité routière et à l'éducation routière des enfants. Outre l'émission de ces timbres spéciaux, ELTA a conçu et produit gratuitement des affiches sur la sécurité routière qui ont été envoyées aux écoles de toute la Grèce. Le ministère de l'Éducation et des Affaires religieuses a soutenu cette action.

De plus, la poste grecque a confirmé son soutien à l'organisation « The Smile of the Child » protégeant les enfants qui en ont besoin, en diffusant sa campagne « PARLEZ-EN MAINTENANT » (milatora.gr) contre le harcèlement scolaire. Par ailleurs, 20% des recettes de la vente de ces timbres ont été réservés aux actions de « The Smile of the Child ».

Par le biais des timbres et affiches sur la sécurité routière, la poste grecque souhaite contribuer à entretenir une perception correcte de la circulation routière et présenter aux enfants les règles à respecter sur la route.

Informations complémentaires (vidéo en grec) à la page : https://www.youtube.com/watch?v=ZK_KjJYn_U4

RÉSULTATS ET IMPACTS

Les timbres et l'attribution des recettes à l'organisation « The Smile of the Child » aident la poste grecque à diffuser et amplifier le message de la campagne qui encourage les enfants à parler du harcèlement, tout en soutenant financièrement le travail important de l'organisation au bénéfice des enfants dans le besoin.

Informations complémentaires :
<https://www.youtube.com/watch?v=Vrbbwev9kmw>

Projet d'éducation au numérique

Des contenus gratuits pour les citoyens, clients et collaborateurs, au moyen de webinaires en direct et de produits multimédias en ligne.

ACTIONS

Poste Italiane a mis en place le projet d'éducation au numérique pour améliorer les compétences de ses clients et collaborateurs. Le contenu des webinaires est diversifié, allant d'une présentation générale des possibilités offertes par les technologies numériques jusqu'aux outils utiles pour devenir un citoyen numérique et interagir avec les postes italiennes, en passant par la sensibilisation à l'utilisation des réseaux sociaux, au partage des données et à la cybersécurité. Les webinaires sont classés par niveau : basique, avancé et professionnel. Le niveau basique est même disponible en langue des signes italienne et sous-titré.

Quelques-uns des sujets traités :

- Niveau avancé : fintech, système public d'identité numérique (SPID), infox, système bancaire ouvert, directive sur les services de paiement (DSP2), Internet des objets, intelligence artificielle, prêts numériques
- Niveau professionnel : paiements numériques, cybersécurité, publicité et réseaux sociaux. Le but est d'offrir des outils pour numériser et développer l'activité des petites entreprises et travailleurs indépendants.
- Site web (podcast, vidéo, infographie, jeu) : mot de passe, moteur de recherche, pirate informatique, signature numérique, hameçonnage, comportement éthique, réputation, e-commerce, RGPD, droit d'auteur, malvertising.

Le projet a démarré en 2020 et a développé des supports multimédias en ligne en 2021 avec de nouveaux sujets chaque mois.

RÉSULTATS ET IMPACTS

Les 129 webinaires ont attiré plus de 60 000 abonnés, avec des utilisateurs récurrents. Le site web recueille plus de 12 000 clics par mois. En matière de communication, il y a eu plus de 93 publications sur les réseaux sociaux, plus de 300 communiqués de presse et articles et plus de 13 000 réponses à des enquêtes.

Posteitaliane

ITALIE

POSTE ITALIANE S.P.A.

LUCA CERISOLA

Éducation au numérique

+393771603770

luca.cerisola@posteitaliane.it

 **Pillole di
EDUCAZIONE
DIGITALE**

Posteitaliane

Posteitaliane

ITALIE
 POSTE ITALIANE S.P.A
MASSIMILIANO MONNANNI
 RSE
 +393771096957
 massimiliano.monnnani@posteitaliane.it



Résidences autonomie des femmes victimes de violence

Soutien contre la violence sexiste, focalisé sur l'autonomie de logement.

ACTIONS

Parmi les biens immobiliers de Poste Italiane dans tout le pays, l'entreprise en réserve dix, de préférence dans de grandes capitales de province, au logement autonome des femmes victimes de violence, leurs filles et enfants mineurs confrontés à des difficultés économiques particulières.

Ce projet expérimental, en partenariat avec les acteurs du secteur tertiaire et les collectivités territoriales, est entièrement financé par Poste Italiane, en particulier pour la disponibilité des appartements proposés.

En phase de démarrage, les logements ont été inaugurés et les contrats de location gratuite ont été signés.

Un protocole d'accord entre Poste Italiane et le ministère de l'Égalité des chances et de la Famille a créé le cadre institutionnel de tout le projet.

Le projet se déroulera sur cinq ans, soit trois ans plus deux, à compter de la date de début des locations.

RÉSULTATS ET IMPACTS

D'une capacité de trois ou quatre lits par logement, selon la présence ou non d'enfants en bas âge, le programme pourrait accueillir au maximum 40 femmes par an. En cinq ans, ce nombre s'élèverait à 200 femmes. Une dizaine de créneaux par an pourraient être destinée, si nécessaire, aux collaboratrices de Poste Italiane victimes de violence.

Réponses du Père Noël

Réponse aux courriers adressés au père Noël par les enfants si le courrier n'a pas été affranchi ou si l'adresse est incorrecte.

ACTIONS

Socialement responsable, la poste lituanienne souhaite contribuer aux diverses initiatives importantes qui procurent de la joie, en particulier pendant les vacances d'hiver. En Lituanie, il est très courant que les enfants écrivent au père Noël avant les fêtes. Selon l'adresse indiquée sur l'enveloppe, les lettres peuvent être envoyées au Canada, en Lituanie ou en Finlande.

Malheureusement, certains enfants inscrivent une adresse incorrecte ou n'affranchissent pas le courrier pour un envoi international. Auquel cas, si l'adresse de l'expéditeur est indiquée sur l'enveloppe, les collaborateurs du service de la communication lui écrivent une réponse pour lui donner le sourire.

RÉSULTATS ET IMPACTS

Près de 500 réponses sont envoyées chaque année.



LITUANIE
 LIUVOS PASTAS
INDRĖ KULIKAUSKAITĖ
 Développement durable
 +37069318643
 i.kulikauskaite@post.lt





LITUANIE
LIETUVOS PASTAS
INDRĖ KULIKAUSKAITĖ
Développement durable
+37069318643
i.kulikauskaite@post.lt



Services pour les besoins particuliers

Engagement à améliorer les services pour les clients ayant des besoins particuliers.

ACTIONS

Début juin 2021, le PDG de la poste lituanienne et le ministère des Transports et de la Communication, ses filiales et organisations regroupant les personnes ayant des besoins particuliers ont signé un protocole s'engageant à ce que les services fournis par Lietuvos pastas soient accessibles aux personnes ayant des besoins particuliers.

L'entreprise a approuvé une nouvelle procédure qui vise à améliorer la prestation de service : les clients handicapés sont maintenant servis sans faire la file, ils se voient proposer un service gratuit d'emballage des colis et une aide peut leur être apportée pour répondre à d'autres besoins individuels. De plus, les collaborateurs travaillant dans les bureaux de poste ont reçu une formation spéciale pour servir au mieux les clients ayant des besoins particuliers.

RÉSULTATS ET IMPACTS

La poste lituanienne a signé ce protocole, puis approuvé la nouvelle procédure de service. Des formations ont été délivrées aux collaborateurs afin qu'ils suivent cette procédure.

Les collaborateurs organisent une grande collecte de fonds pour l'Ukraine

Une conductrice de camion et son collègue ont poussé l'organisation à envoyer 16 camions chargés d'aide humanitaire en Ukraine.

ACTIONS

Une conductrice de camion de PostNL ayant de la famille en Pologne souhaitait organiser une collecte de fonds pour envoyer des biens de première nécessité aux réfugiés ukrainiens. Parallèlement, l'un de ses collègues a demandé si PostNL pouvait contribuer au transport pour une organisation caritative dans laquelle il était bénévole. En 24 heures, les collègues de divers services et sites de PostNL se sont mis au travail.

Ils ont pris contact avec la Croix-Rouge polonaise et la Croix-Rouge ukrainienne pour savoir quels produits étaient nécessaires et où les acheminer. Cela a donné lieu à une grande campagne de collecte de fonds pour l'achat de biens de premiers secours, qui a bénéficié de la solidarité des employés. Les collaborateurs ont signé en masse pour livrer les produits et contribuer à l'organisation, la communication et la collecte. Vingt-sept centres de tri ont été organisés en points de collecte, afin que toute la population puisse apporter des produits. Un grand nombre de mécènes et de fournisseurs y ont participé. Le succès de la collecte au sein de la branche Colis et logistique a entraîné deux autres collectes et convois, auxquels Spring, CBS et Mail ont contribué.

RÉSULTATS ET IMPACTS

Trois convois de 16 semi-remorques remplis de produits de première nécessité ont atteint l'Ukraine. Soixante-quinze employés ont collecté 429 palettes de produits de ce genre, qui ont été transportés par 38 conducteurs de camions bénévoles. Cela n'aurait pas été possible sans l'aide et les dons de mécènes et fournisseurs (Nestle, Crisp, Picnic, Würth, Albert Heijn, Cool Blue, Body and Fit et Alphabet) et de sponsors (Shell, Wex, Euromaster, Alphabet, DAF, vd Valk Zaltbommel, les agences de recrutement Worktrans et Start People et Haje Restaurant).



PAYS-BAS
POSTNL
TITIA SIEKMANS
 Transport et opérations
 +31 (0)6
 titia.siekman@postnl.nl





PORTUGAL
 CTT PORTUGAL POST
MARIA REBELO
 Développement durable
 +351911462636
 maria.j.rebelo@ctt.pt



Aider le peuple ukrainien

La campagne « Aider le peuple ukrainien » a été organisée pour récolter de l'aide humanitaire à distribuer aux Ukrainiens.

ACTIONS

Peu après le début de la guerre en Ukraine, CTT a identifié qu'il y avait la volonté au sein du peuple portugais d'envoyer de l'aide à ce pays mal en point. Deux collaborateurs ukrainiens de CTT ont été le fer de lance d'une campagne qui a pris forme presque immédiatement.

Cette campagne s'est déroulée entre le 2 et le 8 mars dans tous les bureaux de poste du Portugal. Le réseau unique de CTT a permis de collecter 40 tonnes de produits.

Ces produits ont été triés et emballés par une équipe infatigable de 44 volontaires internes qui ont préparé 254 palettes, expédiées dans huit camions (certains produits ont été envoyés par avion) vers la Pologne, où un partenariat avec l'ambassade d'Ukraine avait été mis sur pied.

Hormis ce partenariat, CTT s'est mis en relation avec Galp, l'entreprise énergétique portugaise, qui a fourni le carburant des camions, avec TAP pour le fret aérien et avec Transportes Bernardo Marques, Transportes Pascoal et Transportes Figueiredo e Figueiredo pour le transport routier.

RÉSULTATS ET IMPACTS

44 collaborateurs ont participé à la logistique nécessaire pour envoyer huit camions, transportant 40 tonnes de produits, principalement des denrées alimentaires, mais également des vêtements, des articles pour les enfants, des produits d'hygiène et des trousseaux de premiers secours.

Partenariat avec Prague Pride et soutien à la communauté LGBTI

Partenariat avec le festival Prague Pride et participation à la plateforme tchèque Pride Business Forum.

ACTIONS

La poste tchèque a adhéré au Pride Business Forum (forum professionnel de la marche des fiertés), qui accompagne les employeurs dans l'application des principes LGBTI et aide les collaborateurs à être traités équitablement par leur employeur, sans distinction de sexe ou d'orientation sexuelle. La plateforme Pride Business Forum, qui réunit des entreprises défendant l'égalité des conditions de travail pour tous, indépendamment de l'appartenance à une orientation minoritaire, a des liens organisationnels avec le festival Prague Pride. En 2021, la poste tchèque est devenue partenaire stratégique de ce festival.

À cette occasion, elle a défendu la conviction qu'indépendamment de l'identité de chacun, nous sommes tous égaux. Pour cela, elle a par exemple affiché un logo arc-en-ciel dans les réseaux sociaux, proposé un cadre spécial de carte postale électronique et une édition limitée d'emballages postaux arc-en-ciel. Au mois d'août 2021, les réseaux sociaux de la poste tchèque étaient décorés d'un logo arc-en-ciel qui, avec le soutien de Prague Pride, confirmait l'égalité de traitement des collaborateurs de la minorité LGBT sur le lieu de travail.

RÉSULTATS ET IMPACTS

Le Pride Business Forum est une initiative qui d'une part, aide les employeurs à appliquer les principes de diversité LGBT et d'autre part, aide les collaborateurs à être traités équitablement, quelle que soient leur orientation sexuelle ou leur identité sexuelle. La poste tchèque est fière d'intégrer ces principes dans sa culture d'entreprise.



RÉPUBLIQUE TCHÈQUE

ČESKÁ POŠTA

MARTA SELICHAROVÁ

RSE et directrice de la Fondation de la poste tchèque
seicharova.marta@cpost.cz





Česká pošta

RÉPUBLIQUE TCHÈQUE

ČESKÁ POŠTA

MARTA SELICHAROVÁ

RSE et directrice de la Fondation de la poste tchèque

seicharova.marta@cpost.cz



Aide à la Moravie

Soutenir les employés de la poste tchèque, victimes d'une tornade dévastatrice en juin 2021.

ACTIONS

À la fin du mois de juin 2021, plusieurs communes de Moravie du Sud ont été frappées par une tornade. Jusqu'alors, la puissance dévastatrice des éléments était difficile à imaginer. Selon l'Institut de météorologie, il s'agit de la deuxième tornade la plus puissante à frapper le pays. Sept villages ont été gravement touchés, principalement Moravská Nová Ves, Mikulčice, Hrušky, Lužice et les quartiers Bažantnice et Pánovde de la ville de Hodonín. Beaucoup d'habitations et de bâtiments ont été endommagés et certaines maisons détruites, parmi lesquelles celles de 27 familles d'employés de la poste, qui ont perdu tous leurs biens en peu de temps. Heureusement, tout le monde a survécu.

Les collaborateurs de la poste ne sont pas de ceux qui restent les bras croisés. Une immense vague de solidarité s'est levée. En plus de la Fondation de la poste tchèque, Česká pošta a apporté son aide et organisé une collecte interne auprès de ses employés pour aider la Moravie. Beaucoup de collaborateurs de la poste ont envoyé des dons matériels et personnellement aidé à réparer les conséquences de la tornade.

RÉSULTATS ET IMPACTS

La campagne d'aide à la Moravie a récolté 1 360 602 couronnes tchèques (CZK). Outre cette collecte, Česká pošta et la Fondation de la poste tchèque ont aidé toutes les personnes touchées. Douze employés dans le besoin ont demandé de l'aide à la fondation et ont reçu au total 865 000 CZK.

Accessibilité de PttAVM

La plateforme d'e-commerce PttAVM devient accessible aux personnes handicapées, grâce à la création d'ePttAVM.

ACTIONS

Les personnes handicapées éprouvent des difficultés à accéder aux centres commerciaux. C'est la raison pour laquelle Turkish Post-PTT a lancé <https://engelsiz.pttavm.com/>. Cette plateforme comporte la description des produits, notamment en langue des signes turque pour les malentendants.

La plateforme PttAVM accessible décrit les produits de 20 catégories différentes en langue des signes turque et fournit des services sécurisés d'achat et de paiement.

L'une des caractéristiques les plus exceptionnelles d'ePttAVM est le service client en langue des signes.

Site internet : <https://engelsiz.pttavm.com/>

RÉSULTATS ET IMPACTS

Le site internet a d'abord pris la forme d'un blog. Les malentendants recherchaient leurs produits sur le blog, puis étaient redirigés vers PttAVM lorsqu'ils décidaient de les acheter. Le trafic des utilisateurs et les rapports montrent que le site internet est convivial et facilite la vie des malentendants.



TURQUIE
 TURKISH POST-PTT
ZAFER AVINDIK
 marketing numérique
 +90 553 908 88 02
 zafer.avindik@pttem.com



Yüksek kalite ve dayanıklılık bir arada.



TURQUIE
 TURKISH POST-PTT
AYSUN TAY
 Relations internationales
 +90312 509 5275
 aysun.tay@ptt.gov.tr

Sensibilisation aux catastrophes naturelles

Collaboration avec la Présidence de la gestion des catastrophes et urgences (AFAD) pour sensibiliser la population aux catastrophes naturelles.

ACTIONS

La Turquie est une région sismique active, qui a connu plusieurs tremblements de terre, inondations et incendies dévastateurs, en particulier ces deux dernières années. Turkish Post-PTT, dont le but est de sensibiliser la population aux catastrophes naturelles, a collaboré avec l'AFAD pour :

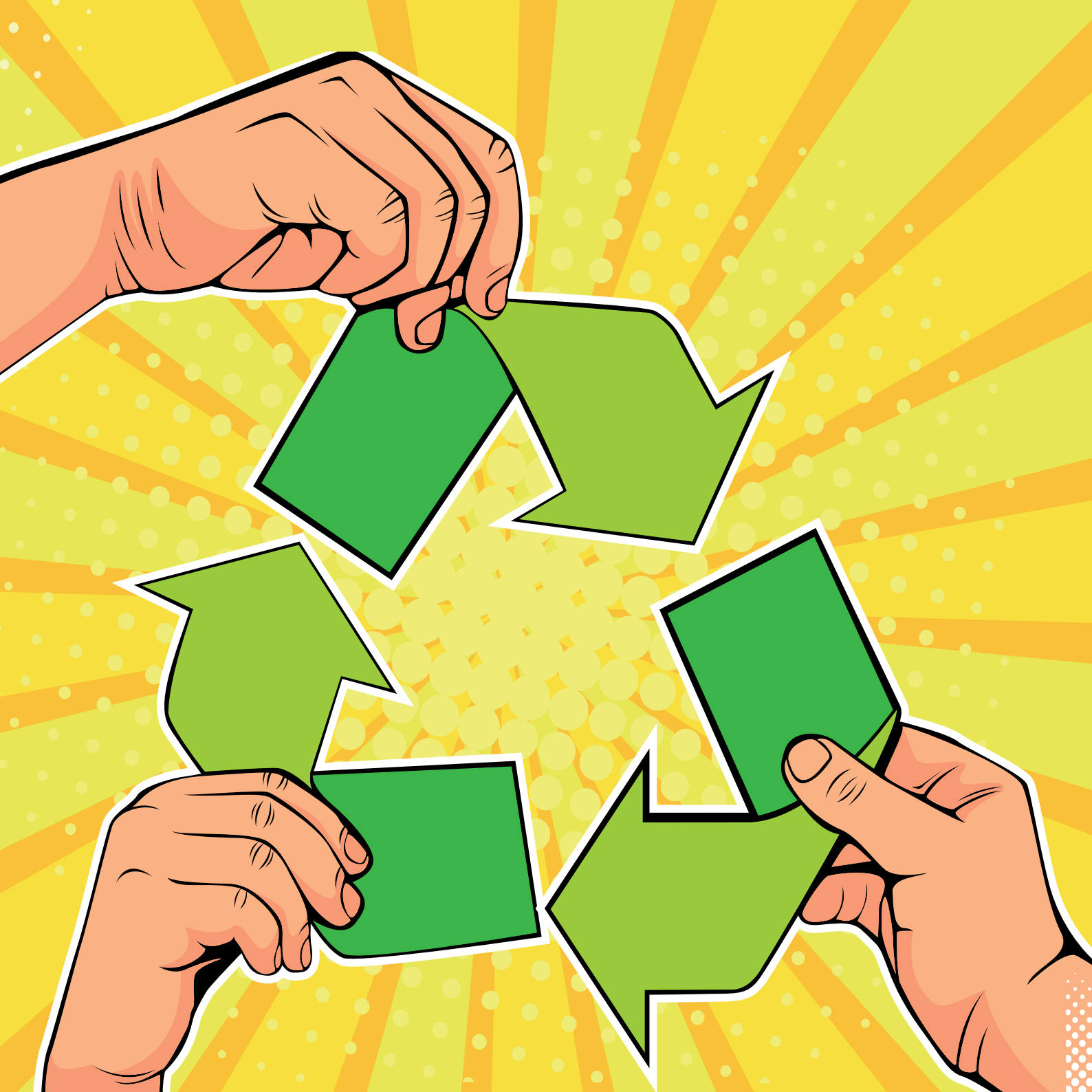
- Prendre en charge la logistique des opérations d'assistance en cas de catastrophe naturelle ;
- Fournir aux collaborateurs de la poste un équipement NRBCe (contre les risques nucléaires, radiologiques, biologiques, chimiques ou explosifs) et des formations de sensibilisation aux catastrophes ;
- Encourager les collaborateurs de la poste à devenir volontaires en s'enregistrant dans le système de volontariat de l'AFAD ;
- Imprimer des images de sensibilisation sur les emballages postaux.

De plus, l'opérateur postal a créé des équipes intervenant en cas d'incendie et autres catastrophes naturelles et leur a délivré des formations correspondantes. La poste turque participe également à la logistique de l'aide humanitaire internationale.

RÉSULTATS ET IMPACTS

Turkish Post-PTT gère les principaux entrepôts logistiques de l'AFAD dans 27 provinces et les dépôts de petits conteneurs dans 53 provinces turques. La formation de sensibilisation aux catastrophes a été dispensée à 13 173 collaborateurs. 1 841 collaborateurs de Turkish Post-PTT ont volontairement suivi les formations de l'AFAD.





ENVIRONNEMENT

- 
- Transition énergétique
 - Chaîne logistique durable
 - Mobilité durable • Économie circulaire • Formation environnementale
 - Recyclage
 - Campagne environnementale
 - Sobriété énergétique



ALBANIE
POSTA SHQIPTARE SH.A.
ZARINA SADIKU
RSE
+355694318383
zarina.sadiku@postashqiptare.al



Go Green : une flotte modernisée et écologique

« Go Green », une initiative en faveur de la protection de l'environnement et de l'amélioration des normes de distribution des envois postaux.

ACTIONS

Dans le cadre de la stratégie de protection de l'environnement mondial introduite lors du 21^e Congrès de l'UPU, la poste albanaise a conçu et mis en place dans quatre de ses succursales le projet « Go Green avec une flotte modernisée et écologique ».

À l'achèvement du projet, la flotte de distribution des envois postaux comporte des véhicules durables et écologiques. 20% des véhicules amortis de la flotte existante ont également été remplacés par 100 véhicules électriques écologiques, ce qui a immédiatement réduit les émissions de dioxyde de carbone, ainsi que la consommation de carburant et les frais d'entretien des véhicules. La flotte de distribution postale a été renforcée de douze fourgons 100% électriques, dans les succursales de Tirana, Durrës et Vlora et au bureau d'échange (centre de transit).

RÉSULTATS ET IMPACTS

À l'issue de ce projet, le service de distribution postale est de meilleure qualité, puisqu'il contribue à réduire les effets négatifs du CO₂ dans l'atmosphère et à protéger l'environnement, tout en offrant des performances postales plus intéressantes pour les clients.

Emballage réutilisable

Des solutions d'emballage durable pour l'e-commerce, en matériaux renouvelables/PET recyclé, qui peuvent être réutilisées entre dix et cent fois.

ACTIONS

L'explosion actuelle de l'e-commerce augmente la quantité d'emballages jetables. Une étude préliminaire de 40 solutions d'emballage a montré que la manière la plus efficace de réduire les émissions était d'établir une économie circulaire. En partenariat avec l'Université des sciences appliquées de Haute-Autriche et cinq détaillants, la poste autrichienne teste actuellement quatre solutions d'emballage durable pour l'e-commerce.

Ces produits sont fabriqués à partir de matériaux renouvelables ou de PET recyclé et peuvent être réutilisés entre dix et cent fois. La pertinence de ces emballages pour l'acheminement et leur taux d'acceptation par les clients feront l'objet d'une étude en 2022. L'entreprise souhaite déterminer si les cycles qui ont été envisagés sont possibles en conditions réelles.

La poste autrichienne souhaite également contribuer à l'économie circulaire dans le domaine de l'emballage, en prenant des mesures adéquates pour minimiser les déchets.

RÉSULTATS ET IMPACTS

Une enquête a été lancée auprès des entreprises et des consommateurs pour examiner leurs utilisations et leurs souhaits en matière de solutions d'emballage durable et réutilisable. Elle a abouti en février 2022 au lancement d'un essai pilote, en partenariat avec cinq entreprises autrichiennes bien connues de vente au détail, visant à déterminer la faisabilité du projet.



AUTRICHE
ÖSTERREICHISCHE POST AG
MARC SARMIENTO
Recherche et innovation
marc.sarmiento@post.at





BELGIQUE

BPOST

CHRIS VANSNICK

Développement durable

+32 492 74 64 44

chris.vansnick@bpost.be



Remorques à double pont

Réduction de 30 % des trajets des camions, grâce à des remorques à double pont.

ACTIONS

Le nombre de colis distribués augmente chaque année, ce qui exige une stratégie générale bien étudiée afin de maîtriser les répercussions de cette distribution sur l'environnement et les infrastructures de transport.

Les remorques à double pont sont l'une des réponses tangibles de bpost group, parmi un ensemble de solutions durables conçues pour soutenir sa croissance constante. Mesurant quatre mètres de hauteur, ces remorques comportent deux planchers superposés, espacés de 1,80 m, sur une longueur standard de 13,60 m. Chacune remorque peut contenir 70 contenants à roulettes, contre 44 pour les grandes remorques actuelles. Il s'agit d'une augmentation de 60 % de la capacité.

bpost group prévoit d'acheter plus de 320 remorques à double pont d'ici à 2030 et jusqu'à 550 supplémentaires au cours des 20 prochaines années, une première dans le secteur des colis en Belgique. bpost réduira ainsi sa flotte de camions, ce qui diminuera la congestion des routes belges.

RÉSULTATS ET IMPACTS

Ce projet réduit le nombre de camions circulant sur les routes et autoroutes. Grâce aux remorques à double pont, les camions parcourent 30 % de kilomètres en moins.

CULT - Collaborative Urban Logistics & Transport à Anvers

Sept grandes entreprises ont décidé de combiner leurs livraisons aux points de contact et aux personnes physiques dans la ville d'Anvers.

ACTIONS

Dans le but de réduire le kilométrage et les émissions des livraisons urbaines à Anvers, sept entreprises ont lancé le partenariat « CULT ». bpost a été choisi pour grouper intelligemment leurs colis et palettes, puis les livrer sans aucune émission aux points de contact et aux personnes physiques en ville.

L'effet positif de CULT sur la mobilité et l'environnement augmentera à mesure que d'autres entreprises se joindront à ce partenariat pour leurs flux de marchandises. Les entreprises – même concurrentes – peuvent coopérer en toute transparence et conformément à la réglementation en vigueur ; la structure est facile à reproduire dans d'autres villes.

Ce projet s'inscrit parfaitement dans la philosophie d'« écoZone » de distribution urbaine durable et innovante, selon laquelle bpost associe la livraison sans émission dans plusieurs villes belges à un réseau complet de consignes et de points de collecte.

RÉSULTATS ET IMPACTS

La combinaison des livraisons dans la ville d'Anvers a permis 25% de réduction des kilomètres parcourus et 90% de réduction des émissions.



BELGIQUE

BPOST

CHRIS VANSNICK

Développement durable

+32 492 74 64 44

chris.vansnick@bpost.be





BOSNIE-HERZÉGOVINE
 HRVATSKA POŠTA MOSTAR
IGOR ZADRO
 Transport
 + 387 36 446 429
 igor.zadro@post.ba



Flotte postale électrique, une première en Bosnie-Herzégovine

Acquisition de véhicules électriques afin de se conformer aux normes technologiques les plus récentes.

ACTIONS

La flotte de véhicules postaux de Croatian Post Mostar s'est agrandie de dix nouveaux cyclomoteurs électriques, qui aident les facteurs à distribuer le courrier dans sept villes de Bosnie-Herzégovine.

Les cyclomoteurs électriques, équipés d'une batterie lithium-ion, sont l'embryon de la flotte verte que l'opérateur est en train de constituer. À l'avenir, cette flotte s'enrichira de nouveaux véhicules électriques.

La production locale de ces cyclomoteurs en Bosnie-Herzégovine est un point important, parce qu'en plus de répondre aux besoins actuels, elle montre le grand potentiel de croissance de la flotte électrique. Il est à espérer que les producteurs locaux de cyclomoteurs proposeront des modèles plus évolués par la suite.

Cette stratégie contribue également à la création de zones vertes dans les villes. La prochaine étape consiste à se pencher sur l'infrastructure de recharge de ces véhicules électriques, qui participe à la réduction des émissions nocives et la préservation de notre planète.

RÉSULTATS ET IMPACTS

L'utilisation de véhicules électriques a de grands effets positifs sur le plan écologique. L'accent est mis sur la modernisation de la flotte de véhicules, en tenant compte des besoins et des moyens technologiques réalistes et en prêtant une attention particulière aux normes écologiques dominantes du secteur.

Modernisation de la flotte de véhicules

Modernisation de la flotte de véhicules de l'opérateur.

ACTIONS

L'an dernier, BH Pošta a achevé la modernisation de sa flotte, l'un de ses projets les plus importants. Des véhicules conformes aux tendances européennes et mondiales ont été achetés, dans le but, à long terme, de contribuer à la protection de l'environnement. BH Pošta compte parmi les premières entreprises de Bosnie-Herzégovine à introduire des véhicules électriques dans le processus technologique et de distribution.

Sur la base du concours annoncé par le Fonds de protection de l'environnement FBiH cette année, BH Pošta a de nouveau reçu un financement, car sa flotte de véhicules a été désignée meilleure flotte respectueuse de l'environnement. Des fonds lui ont par ailleurs été attribués pour l'achat de véhicules hybrides, de vélos et de motos électriques.

RÉSULTATS ET IMPACTS

La reconnaissance du FBiH met en lumière l'engagement de BH Pošta dans sa mission sociétale de protection de l'environnement, avec l'achat de véhicules hybrides reconnus pour la distribution.



BOSNIE-HERZÉGOVINE

JP BH POŠTA

KATARINA KAMOČAJI

Relations publiques

+38733252658

katarina.kamocaji@posta.ba





CROATIE
HRVATSKA POŠTA D.D
IVANA FILIPOVIĆ
Gestion de projets européens
ivana.filipovic@posta.hr



Compétences et pratiques écologiques permettant aux postes de mettre en œuvre le Pacte vert pour l'Europe - GreenPosts

Éduquer les collaborateurs afin de mettre correctement en œuvre les exigences du Pacte vert pour l'Europe et les mesures d'atténuation du changement climatique.

ACTIONS

Le projet améliorera les compétences et les qualifications au sujet de l'impact écologique et social et aura un avantage démontrable pour l'environnement et les communautés locales. Il vise à impliquer 100 petits bureaux de poste qui sont conscients des divers problèmes environnementaux liés à la pollution sonore ou atmosphérique, à l'élimination des déchets, à l'éducation, à l'évolution professionnelle et à la protection du consommateur. L'objectif est de former les collaborateurs de la poste pour qu'ils puissent s'engager dans le processus de changement, développer des compétences vertes et encourager les compétences de leadership, la créativité et l'évolution socio-éducative et professionnelle à travers leurs activités.

Le projet permet d'informer ces groupes cibles des politiques écologiques au niveau européen et d'améliorer leurs compétences dans divers secteurs très importants pour le développement durable.

RÉSULTATS ET IMPACTS

Le projet établira un « outil d'évaluation de GreenPosts » pour améliorer le rôle des collaborateurs des bureaux de poste locaux à l'égard du changement climatique. Les collaborateurs recevront des directives, des exercices et des études de cas pour acquérir des compétences et des connaissances les aidant à minimiser l'empreinte carbone des services postaux.

Électrification à 100 % des livraisons sur l'île de Bornholm

16 véhicules électriques remplacent les anciennes voitures diesel.

ACTIONS

Entre le 1^{er} et le 14 novembre 2021, 16 véhicules électriques ont été déployés sur l'île de Bornholm pour la distribution des colis et des lettres, en remplacement de 16 véhicules diesel. Les nouveaux véhicules, principalement des Mercedes-Benz eVito et eSprinter, roulent à l'électricité verte certifiée et émettent moins de CO₂. Deux parcours cyclables déjà en place à Rønne complètent ces véhicules.

L'opérateur est ravi d'utiliser les nouvelles voitures électriques, à la fois parce qu'elles sont plus confortables et parce qu'il éprouve de la fierté à contribuer à la transition écologique.

Le logiciel MONTA a été installé en 2022 pour améliorer encore l'efficacité des pratiques de recharge. La plateforme permet d'adapter les bornes de recharge aux besoins des véhicules électriques.

Le projet de Bornholm a permis d'acquérir de bonnes pratiques relatives à la recharge intelligente et aux infrastructures de recharge. Les connaissances acquises sont actuellement utilisées dans des projets d'essai de véhicules électriques de PostNord à Hillerød, Odense et Sønderborg.

RÉSULTATS ET IMPACTS

Dans une perspective de roue à roue (WtW) focalisée sur la production d'énergie, les résultats indiquent que les 16 véhicules électriques permettront une réduction de 56 % des émissions de CO₂ par rapport à un an d'utilisation de 16 voitures diesel. Du réservoir à la roue (TtW), les émissions de CO₂ sont nulles, puisque PostNord n'achète que de l'électricité verte certifiée.

postnord

DANEMARK

POST DENMARK A/S

CHRISTIAN NORDLING

Santé, sécurité, sûreté et environnement

+45 23220508

christian.nordling@postnord.com



postnord

DANEMARK

POST DENMARK A/S

CHRISTIAN NORDLING

Santé, sécurité, sûreté et environnement

+45 23220508

christian.nordling@postnord.com



Chauffage par CTS

Mise en œuvre d'un CTS* dans tous les terminaux de PostNord pour réguler la chaleur et économiser de l'énergie.

ACTIONS

Lorsque l'on occupe plus de 200 000 m² de surface, le chauffage est l'une des plus grandes sources de consommation d'énergie. PostNord avait déjà lancé un projet de deux millions de couronnes danoises pour mettre en place un CTS en ligne (thermostat électronique à câble chauffant) dans ses terminaux. Le CTS s'appuie sur l'utilisation d'une intelligence artificielle, qui assure le chauffage intelligent de grandes installations. Les avantages sont notamment les économies d'énergie et une meilleure gestion de la température intérieure.

Cette année, deux autres millions de couronnes seront investis dans la mise en œuvre d'un CTS dans les deux derniers des onze terminaux, à savoir le terminal de Taulov et la plateforme de distribution de Sønderborg. Les dernières évolutions en date du CTS permettront de prévoir la température à court terme et donc d'ajuster le chauffage en conséquence.

CLAVERION, partenaire commercial de PostNord, est intervenu pour détecter les éventuelles erreurs et garantir un déploiement optimal de la solution.

RÉSULTATS ET IMPACTS

Les thermostats CTS les plus récemment installés ont montré une réduction de 20% (entre mars 2021 et mars 2022) de la consommation d'électricité des bâtiments. Plusieurs facteurs peuvent cependant entamer les performances de la solution, comme la météorologie et les volumes de colis. Les prévisions concernant le terminal de Taulov indiquent une baisse de 50% de la consommation d'énergie.

* Un Thermostat électronique qui permet de contrôler le chauffage et de réaliser des économies d'énergie

Éclairage aux LED

Un éclairage aux LED installé dans tous les terminaux pour améliorer les performances opérationnelles et environnementales.

ACTIONS

L'électricité est la deuxième source la plus élevée de CO₂, en raison de la quantité nécessaire à l'alimentation de tout l'équipement de production. Des LED ont été posées dans tous les huit grands terminaux et presque toutes les plateformes au cours des années passées. Les deux prochaines plateformes (Thisted et Bornholm) seront prêtes d'ici à l'été 2022. Dans les petits bâtiments restants, le passage aux LED a lieu lorsque les ampoules traditionnelles cessent de fonctionner. Tout le bâtiment est alors équipé de LED. Cela assure une bonne rentabilité continue et un faible impact environnemental associé à l'installation.

PostNord n'achète que de l'électricité verte certifiée, mais la mise en œuvre de l'éclairage aux LED permet d'économiser approximativement 96 000 kWh par an. L'association du CTS et des LED permet à l'entreprise d'avoir une vue d'ensemble de sa consommation d'électricité et une gestion extrêmement efficace de l'énergie, tout en la plaçant à l'avant-garde dans ce domaine au Danemark.

RÉSULTATS ET IMPACTS

L'efficacité varie selon le terminal. Au terminal de Stokagervej, une réduction de 16 % a été constatée entre le premier trimestre 2021 et le premier trimestre 2022. À Nordigesvej, site sans aucune production et qui nécessite moins d'éclairage, l'utilisation d'électricité a diminué de 41 % au total pendant la même période.

postnord

DANEMARK

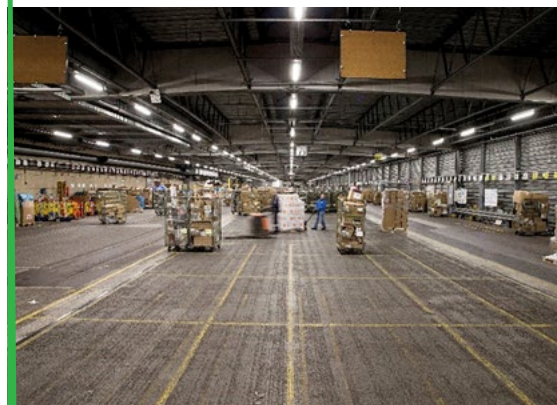
POST DENMARK A/S

CHRISTIAN NORDLING

Santé, sécurité, sûreté et environnement

+45 23220508

christian.nordling@postnord.com





ESPAGNE
 CORREOS Y TELÉGRAFOS S.A
ELENA FERNÁNDEZ-RODRÍGUEZ
 Affaires internationales et ODD
 +34 91 5963034
 elena.fernandez@correos.com

Envíos Responsables (livraisons responsables)

« Envíos Responsables » est une option de livraison non urgente permettant d’optimiser les trajets de distribution et de réduire les émissions de gaz à effet de serre des colis.

ACTIONS

Avec la devise « *Tout n’est pas urgent, mais il est urgent de prendre soin de la planète* », Correos a lancé son produit Envíos Responsables, un colis suivi non urgent allant jusqu’à 30 kg, qui vise à encourager un choix conscient sur le plan environnemental.

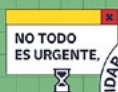
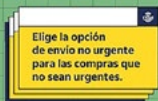
L’impact écologique des colis est minimisé à l’aide d’algorithmes qui planifient et optimisent le trajet de distribution. Attendre que les véhicules soient pleinement chargés avant la distribution permet des gains de temps et des économies, réduit la distance parcourue et les émissions de gaz à effet de serre et améliore l’efficacité et la qualité de l’air. En outre, la flotte de distribution écologique de Correos (plus de 1 900 véhicules électriques) et plus de 11 000 collaborateurs effectuant la distribution à pied concourent à verdier les livraisons de l’entreprise.

Disponible pour les expéditions dans toute l’Espagne, en Andorre et au Portugal (péninsulaire), livré en 48 à 72 heures, selon plusieurs modalités (domicile, bureaux de Correos ou consignes Citypaq), le produit Envíos Responsables est une solution durable et pratique pour les clients.

RÉSULTATS ET IMPACTS

Correos invite ses clients à réfléchir à l’impact de leur consommation sur l’environnement : alors que les expéditions urgentes ont un coût environnemental élevé, Envíos Responsables émet jusqu’à 40% de CO₂ de moins que les colis urgents livrés dans la journée et coûte le même prix qu’un colis standard livré dans le pays.

Ayúdanos a cuidar el medio ambiente.



Livraison 100 % électrique des colis à domicile à Helsinki

Mise en œuvre d'un engagement à réduire les émissions à zéro et ne plus utiliser de carburant fossile en 2030.

ACTIONS

En octobre 2021, Posti a lancé un nouveau modèle opérationnel de livraison à domicile, dans lequel le destinataire d'un colis reçoit un créneau horaire de plus ou moins 30 minutes et un suivi géographique en temps réel de sa livraison. Le délai de livraison à domicile a également été raccourci d'une journée.

Dans la capitale de la Finlande, Helsinki, qui compte 630 000 habitants, un réseau de livraison distinct de 18 camionnettes entièrement électriques a été créé. Ainsi, toutes les livraisons à domicile à Helsinki dans un créneau horaire resserré avec suivi géographique sont 100 % électriques. Posti ne consommant que de l'électricité renouvelable, les livraisons de colis à domicile dans cette ville n'émettent aucun CO₂. Elles économisent 44 500 litres de diesel par an, ce qui équivaut approximativement à 100 tonnes d'émissions de CO₂ évitées.

L'objectif est que toutes les livraisons à domicile n'émettent aucun CO₂ à l'avenir. La livraison électrique à Helsinki fait un pas dans ce sens. D'autres régions de mise en œuvre des livraisons entièrement électrique seront annoncées prochainement.

RÉSULTATS ET IMPACTS

Les deux objectifs ont été atteints : les livraisons à Helsinki ne sont la source d'aucune émission et la satisfaction client atteint un niveau incroyable de 4,8 sur 5. Le modèle est évolutif et sera appliqué à d'autres grandes villes de Finlande. Au total, une réduction de 10 % des émissions a été observée par rapport à l'an dernier.



FINLANDE
POSTI GROUP OYJ
TIMO NURMI
Communication
+358 50 3493597
timo.nurmi@posti.com





FRANCE
 LA POSTE GROUPE
ANTOINE DOUSSAINT
 RSE - climat et biodiversité
 +33 (0)6 08 63 19 66
 antoine.doussaint@laposte.fr



La stratégie biodiversité

La Poste Groupe compte parmi les premières postes à mettre en œuvre un plan d'action en faveur de la biodiversité et en a fait le troisième pilier de sa politique environnementale.

ACTIONS

Trois axes composent cette stratégie :

- **Axe 1** : établir une gouvernance de groupe en matière de biodiversité et l'intégrer dans la gouvernance RSE globale ;
- **Axe 2** : réduire les pressions exercées à la biodiversité par les activités du groupe en France et à l'international ;
- **Axe 3** : contribuer à la mobilisation des citoyens en faveur de la biodiversité, particulièrement en France et outre-mer.

Afin d'intensifier ses actions, l'opérateur a rejoint deux initiatives en 2022 : « Entreprises engagées pour la nature », menée par l'Office français de la biodiversité, et « Logistique et transport pour lutter contre le commerce illégal d'espèces sauvages », menée par WWF France. Cet engagement envers la biodiversité a également donné lieu à deux grands partenariats :

- Un partenariat avec la Ligue pour la Protection des Oiseaux (LPO), qui vise à améliorer la prise en compte de la biodiversité dans la politique de l'entreprise,
- La signature de 16 projets de compensation Carbone en France portant le « label bas-carbone », qui participent à développer des co-bénéfices en faveur de la biodiversité (reforestation, agroforesterie...).

RÉSULTATS ET IMPACTS

La Poste Groupe souhaite sensibiliser la population à l'effet de son activité sur les êtres vivants et s'assurer que ses pratiques sont exemplaires. Elle souhaite se fixer des objectifs mesurables en créant un indicateur qui évalue l'empreinte du groupe sur la biodiversité (le Global Diversity Score).

E-book « Pourquoi se déplacer de façon durable ? Le défi de la voiture du futur : naturellement électrique ! »

L'e-book indique en quoi notre style de mobilité a des avantages à la fois économiques et sociaux pour les individus et pour l'environnement.

ACTIONS

La cinquième édition de l'e-book 2021 « *Pourquoi se déplacer de façon durable ? Le défi de la voiture du futur : naturellement électrique !* » a pour but de montrer comment les nouvelles technologies automobiles et les nouveaux modèles économiques convergent pour enclencher une transformation révolutionnaire dans les rues de nos villes et sont un argument irréfutable en faveur des voitures électriques.

En plus de la réduction de la pollution directe (environnementale et sonore), la voiture électrique constitue en effet une solution efficace et immédiate pour lutter contre le changement climatique au niveau local et peut être l'une des clés pour atteindre les objectifs écologiques établis pour 2050.

L'activité de sensibilisation à la question de la mobilité durable, proposée par l'e-book, permet de comprendre l'importance des effets de l'empreinte carbone de chacun sur l'environnement. L'e-book explique comment les choix conscients contribuent à réduire les émissions polluantes, tout en approfondissant le sujet de la voiture électrique, désormais au centre du débat public.

RÉSULTATS ET IMPACTS

En 2021, les activités de mobilité durable de l'entreprise ont permis d'éviter l'émission de plus de 16 000 tonnes de CO₂, selon les estimations, et les coûts économiques externes évités ont été estimés à plus de 15,7 millions d'euros.

Posteitaliane

ITALIE

POSTE ITALIANE S.P.A.

SERENA AVETA

Affaires sociales

+39 0659584456

TA_MobilityManagerOffice@posteitaliane.it





LITUANIE
LIETUVOS PAŠTAS
INDRĖ KULIKAUSKAITĖ
Développement durable
+37069318643
i.kulikauskaite@post.lt



La poste lituanienne choisit des solutions vertes

Utilisation d'énergie verte et lancement d'autres initiatives respectueuses de l'environnement.

ACTIONS

Depuis l'été 2021, la poste lituanienne utilise de l'énergie produite à partir de sources renouvelables dans près de 70 % de ses locaux. Lietuvos paštas est passée à l'énergie verte pour réduire son impact environnemental et ses émissions de gaz à effet de serre.

Par ailleurs, l'opérateur prévoit d'installer des panneaux solaires sur le toit de son centre de distribution en 2022-2023. En 2021, l'entreprise a également calculé ses émissions pour la première fois et s'est fixé l'objectif de les réduire de 25 % d'ici à 2025 (2020 étant l'année de référence).

Afin de réduire encore son impact sur l'environnement, la poste lituanienne a arrêté d'utiliser des ballons pour décorer ses nouveaux bureaux de poste et adopté des guirlandes de fanions réutilisables. Elle a également encouragé l'impression responsable pour économiser du papier, élargi la gamme des emballages réutilisables disponibles dans les bureaux de poste et appliqué d'autres initiatives à plus petite échelle.

RÉSULTATS ET IMPACTS

Le passage à l'énergie renouvelable réduira les émissions de gaz à effet de serre dans l'atmosphère d'environ 1 368 tonnes d'équivalent CO₂.

Révision de la conception de sacs réceptacles

Sac réceptacle adapté aux petits paquets pour éviter l'usage unique de 7 km de film en plastique par jour pendant le transport international.

ACTIONS

PostNL recherche constamment l'occasion de rendre ses activités plus durables. Dans son centre de tri international des Pays-Bas (plateforme IMEC), le film d'emballage sert à immobiliser les marchandises dans un contenant, ce qui peut représenter 7 km de film par jour au maximum, si l'on suit la nouvelle réglementation sur la TVA.

PostNL a appliqué une solution rapide et durable pour éliminer cet usage considérable de film. Dans le contexte des directives de circularité, les solutions adaptées aux activités et pouvant être rapidement copiées et mises en œuvre sont envisagées en premier lieu. Des sacs réceptacles sont déjà utilisés pour un autre type de contenant. Ces produits ont été réutilisés et modifiés pour cet usage spécifique.

Un fournisseur local a redessiné le sac aux dimensions du nouveau contenant et le modèle a été envoyé au fournisseur de l'entreprise en Chine, pour y être produit et afin de supprimer tout usage inutile de matière dans ce nouveau sac.

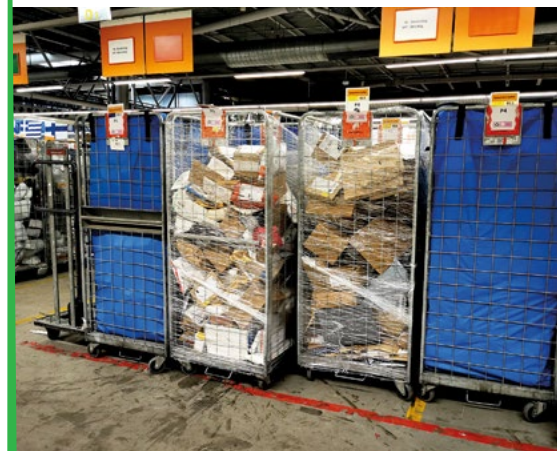
La réutilisation maximale des produits et l'utilisation minimale de matière font partie des directives de circularité de PostNL qui sont en cours de rédaction et devraient être appliquées avant la fin de l'année.

RÉSULTATS ET IMPACTS

Non seulement l'utilisation des 1 500 nouveaux sacs réceptacles IMEC a évité l'utilisation de 7 km de plastique par jour, mais elle facilite beaucoup l'immobilisation des petits paquets. De plus, le coût des 1 500 sacs est égal à celui de 1 250 km de plastique environ. Ce sac circulaire est donc rentable en l'espace de six mois.



PAYS-BAS
POSTNL
BLIDE DUK
Développement durable (CBS)
+31610944257
blide.duk@postnl.com





PAYS-BAS
POSTNL
JAIMY LOUWAARS
Responsable produits
+31623893805
jaimy.louwaars@postnl.nl



Dématérialisation

Les informations sur la localisation du paquet ne seront partagées que par courrier numérique ou dans l'application, ce qui évite d'utiliser 70 000 kg de papier chaque année.

ACTIONS

Dans environ 9 % des cas, le destinataire d'un colis n'est pas chez lui au moment de la livraison. Le paquet est alors habituellement remis aux voisins ou à un point PostNL à proximité. Dans ce cas, les destinataires sont informés de la localisation du paquet via une note déposée sur le paillason, par courrier numérique ou dans l'application PostNL.

L'application a 6,9 millions d'utilisateurs et les destinataires apprécient de pouvoir consulter les informations les plus récentes sur leur paquet depuis n'importe quel endroit, dans l'application et dans un courrier numérique. Le livreur de colis gagne du temps, puisqu'il n'a pas à écrire à la main l'adresse de livraison sur la note et à revenir à l'adresse initiale après la livraison du paquet aux voisins. Fait tout aussi important, cette méthode économise 70 000 kg de papier chaque année. À partir du 1^{er} juillet 2022, PostNL informera toutes les personnes livrées à domicile par courrier numérique ou via l'application. Une campagne sera lancée ces prochains mois pour en informer les destinataires.

RÉSULTATS ET IMPACTS

Les informations numériques sur l'état de la livraison sont pratiques pour le destinataire, font gagner du temps au livreur et économisent 70 000 kg de papier par an. Elles s'inscrivent dans la stratégie de numérisation de PostNL permettant une plus grande efficacité et une meilleure qualité de service.

Projet de recyclage de masques de ToBeGreen

Réduction de l'impact environnemental associé à l'utilisation de masques, par la création de nouveaux produits.

ACTIONS

Le projet pilote a été lancé en juillet 2021 en partenariat avec une entreprise issue d'un essaimage de l'Université de Minho, ToBeGreen.

Fondé sur le concept de l'économie circulaire, ce projet a pour but de réduire l'impact environnemental associé à l'utilisation de masques contre le COVID-19, par la transformation et la création de nouveaux produits. Après un procédé chimique, les masques - usagés et déposés dans leurs propres bacs - sont transformés en un polymère de polypropylène réutilisable à diverses fins, telles que les emballages d'acheminement et la conception de produits, tout cela dans le respect de strictes conditions de sécurité.

Le projet pilote a commencé dans les centres opérationnels de CTT à Cabo Ruivo (Lisbonne), Maia (près de Porto) et Taveiro (près de Coimbra) et a été très bien reçu par les collaborateurs de CTT. Par conséquent, la collecte des masques est en train d'être élargie au bâtiment du siège, à Lisbonne et à deux centres logistiques et de courrier express.

RÉSULTATS ET IMPACTS

En 2021, 16 116 masques (48,4 kg) ont été envoyés au recyclage et les premières décorations de sapin de Noël ont été produites et vendues dans les magasins de CTT et en ligne. Une partie des recettes a été donnée à un établissement solidaire qui a participé au processus d'emballage (réalisé à la main avec des matériaux recyclés).



PORTUGAL
CTT PORTUGAL POST
MARIA REBELO
Développement durable
+35191142636
maria.j.rebelo@ctt.pt



SLOVÉNIE
 POŠTA SLOVENIJE, D.O.O
ANITA ŽIBRAT
 Stratégie
 + 386 2 449 2321
 anita.zibrat@posta.si



Première écoZone en Slovénie - centre-ville de Maribor

Distribution postale neutre en carbone et promotion de la mobilité propre, durable et économe en énergie dans les zones urbaines.

ACTIONS

Maribor, deuxième plus grande ville de Slovénie, est la première à adopter des arrêtés municipaux qui limitent sévèrement l'entrée des véhicules à essence dans les zones piétonnes. Au centre-ville, les activités de Pošta Slovenije sont 100 % neutres en carbone, ce qui signifie que le courrier est distribué à pied, à vélo ou en véhicule électrique. Dans cette zone, les véhicules électriques de distribution parcourent 50 900 km par an.

En collaboration avec le conseil municipal de Maribor et l'Université de Maribor, Pošta Slovenije a lancé et soutenu financièrement un programme de location de vélos, appelé Mbajk, qui offre aux résidents et visiteurs la possibilité de se rendre où ils veulent en utilisant des vélos publics. Les programmes de location de vélos sont devenus une solution répandue pour le déplacement quotidien dans les zones urbaines. Les vélos ont longtemps été une caractéristique de la profession de facteur et sont un élément important de la vie de beaucoup d'agents de Pošta Slovenije, qui les utilisent pour aller au travail à Maribor chaque jour.

RÉSULTATS ET IMPACTS

Les véhicules électriques de l'opérateur permettent une réduction des émissions de CO₂ de près de 13,5 tonnes chaque année.

Le programme MBajk améliorera l'efficacité sur les courtes distances. Il réduira le bruit et les émissions de gaz à effet de serre dans la ville, ce qui aura un effet positif sur la qualité de vie des résidents.

L'opérateur devient partenaire du programme de plantation pour les abeilles

Participation à un programme de plantation de deux millions d'arbres mellifères en Slovénie d'ici à 2030.

ACTIONS

Le Pošta Slovenije Group (PS Group) s'est engagé à mener des activités de sensibilisation et d'appel au maintien d'un environnement propre et sain pour les abeilles et autres pollinisateurs. Dans ce programme, le PS Group s'appuie sur des activités de lutte contre le changement climatique qui sont menées en tandem avec des travaux dans le domaine des entreprises durables et du développement durable.

L'une des activités du PS Group soutenant la « Journée de plantation pour les abeilles » implique d'encourager ses propres agents, ainsi que le grand public, à adopter une attitude responsable envers l'environnement. La Journée slovène de plantation pour les abeilles est l'un des premiers projets concrets de l'UE visant à atteindre l'objectif européen de trois milliards d'arbres plantés en 2030.

Elle contribue fortement aux programmes de puits de gaz à effet de serre dans l'UE et aux efforts visant à rendre l'Europe « neutre sur le plan climatique ». Un autre des programmes vise à augmenter le futur rendement de nectar de la Slovénie, car le changement climatique menace la survie des pollinisateurs.

RÉSULTATS ET IMPACTS

En octobre 2021, les membres du groupe de travail pour l'efficacité énergétique du PS Group ont organisé la plantation de tilleuls près des centres logistiques et de tri postal et des bureaux de poste. Le tilleul est considéré comme un arbre sacré en Slovénie.

 Pošta Slovenije

SLOVÉNIE
POŠTA SLOVENIJE, D.O.O
ANITA ŽIBRAT
Stratégie
+386 2 449 2321
anita.zibrat@posta.si



SWISS POST 

SUISSE
LA POSTE SUISSE
MORITZ WÄLDE
initiative rout:E
+41 76 473 71 54
Moritz.waelde@post.ch



Rout:E - Initiative d'électromobilité du groupe

Conversion de tous les véhicules, en véhicules sans carburant fossile et utilisation d'ofrout:E, initiative de coordination du travail entre les unités du groupe.

ACTIONS

La conversion des véhicules, en véhicules sans carburant fossile (en particulier en véhicules électriques) est une entreprise complexe qui concerne beaucoup d'unités de La Poste Suisse. Les compétences et structures actuelles liées aux véhicules à combustion interne ne peuvent être que partiellement utilisées dans ce but. L'initiative rout:E soutient la transition au moyen des activités suivantes :

- Coopération plus étroite entre les unités composant La Poste Suisse, en groupes de travail thématiques et indépendants des organisations hiérarchiques existantes ;
- Partage et élargissement du savoir-faire
- Implication directe des hauts dirigeants pour assurer un niveau d'engagement élevé et de courtes chaînes de décision ;
- Développement de concepts, stratégies et processus valables dans toutes les divisions

RÉSULTATS ET IMPACTS

Le premier résultat a été la définition d'une stratégie concrète de mise en œuvre pour les véhicules de distribution et chez PostBus, avec une feuille de route contraignante jusqu'en 2030. Les obstacles structurels et les lacunes en matière de responsabilité ont été identifiés et résolus, ce qui a grandement augmenté la vitesse de réalisation de l'électrification.

CityHubs avec des véhicules entièrement électriques

Les colis sont livrés depuis un CityHub, uniquement par des véhicules électriques contenant un chargement combiné et hors des heures de pointe.

ACTIONS

Grâce au CityHub, les tournées de livraison des colis ne partent pas du grand site en périphérie de la ville, mais directement d'une plateforme en centre-ville. Les livreurs de colis ne se rendent plus en ville séparément à 8 h du matin. À la place un camion contenant un chargement combiné apporte les colis au centre-ville avant l'heure de pointe. La distribution des colis à proximité immédiate n'utilise plus que des véhicules électriques partant du CityHub. Trois CityHubs ont été mis en service à Zurich. Ils disposent au total de 83 véhicules électriques, dont 11 camionnettes électriques.

RÉSULTATS ET IMPACTS

La circulation aux heures de pointe sera réduite de 1 100 trajets par an. Le bruit, les particules fines et la pollution au CO₂ seront inférieurs, puisque la distance parcourue sera diminuée de 8 800 km par an. Cet engagement à un coût pour La Poste Suisse, la livraison des colis étant plus onéreuse, en raison de la manutention supplémentaire et du coût de l'espace en ville.



SUISSE
 LA POSTE SUISSE
DARIO KÜNG
 E-mobilité et logistique urbaine
 +41 78 920 89 02
 dario.kueng@post.ch



Remerciements : Elliot De Lievre, Exaucée Mamona, l'équipe de la communication de La Poste Groupe et tous les membres de PostEurop qui ont aimablement contribué à cette brochure.

Crédits photo 2022 : BH Pošta, bpost, Bulgarian Posts plc, Česká pošta, Correos y Telégrafos S.A, CTT Portugal Post, Hellenic Post S.A. – ELTA, Hrvatska pošta d.d, La Poste Group, Lietuvos paštas, Österreichische Post AG, Post Danmark A/S, Post Mostar, Posta Shqiptare sh.a, Pošta Slovenije, d.o.o, Poste Italiane S.p.A, Posti Group Corporation, PostNL, Swiss Post, Turkish PTT. Adobestock.com (Irina_levitskaya, Alexandr Sidorov, Studiostoks, Brazhyk, WinWin, Tartila, Veronikart, Scharfsinn86), La Poste (Christian ROY-LM Influence/HAVAS).



PostEurop[•]

Association des Opérateurs Postaux Publics Européens AISBL

PostEurop est l'association qui représente les opérateurs postaux publics européens depuis 1993.

Nos 55 membres dans 53 pays et territoires représentent 2 millions d'employés à travers l'Europe et servent quotidiennement 800 millions de clients. Elle s'engage à soutenir et à développer une communication postale durable et compétitive en Europe qui soit accessible à tous les consommateurs, et à assurer un service universel abordable.