

Groupe La Poste : Priorité donnée à la réduction de son empreinte écologique



Entretien avec **Philippe Dorge**
Directeur général adjoint du Groupe
La Poste, en charge de la Branche
Services-Courrier-Colis

Au premier rang de la lutte contre le dérèglement climatique, le Groupe La Poste a pour priorité la diminution de l'empreinte écologique de ses activités. Explications de Philippe Dorge.

Fin novembre à Paris, la COP 21 a réuni 195 États pour discuter des changements climatiques. Pour vous, quel était l'enjeu majeur de cette conférence mondiale ?

Philippe Dorge : L'enjeu majeur, c'est d'aider les pays à évoluer vers un modèle économique plus sobre et créateur d'emplois pérennes. Notre modèle de production consiste depuis 150 ans à extraire ou prélever des ressources non renouvelables, à fabriquer, consommer puis jeter. Ce modèle est à bout de souffle et fragilise notre économie car ces ressources ne sont pas infinies, et leur consommation massive sont source d'importantes pollutions. Il nous faut donc inventer de nouveaux modèles de développement socio-économico-responsables, produire, consommer, travailler, nous loger et nous déplacer autrement. C'était l'enjeu de cette conférence que la France a accueilli : l'émergence d'un consensus mondial pour contenir le réchauffement climatique et orchestrer la transition vers une économie des ressources, robuste, durable, positive et créatrice d'emplois.

Nous avons été présents et actifs lors de la COP 21 dont nous avons émis le timbre officiel dévoilé par le président de la République en septembre dernier. Pour sensibiliser le grand public, un macaron « Tous ensemble pour le climat » avait également été apposé sur les véhicules et les chariots des facteurs. Par ailleurs, nous avons assuré le recyclage des papiers utilisés pendant la conférence en partenariat avec ArjoWiggins et mis à disposition des véhicules électriques pour aider à la logistique de l'événement.

En tant que grande entreprise publique, La Poste a en effet le devoir de se mobiliser. Et nous avons la légitimité pour. Depuis 10 ans, La Poste est au premier rang de ceux qui luttent contre le dérèglement climatique en réduisant le plus possible son empreinte environnementale : immobilier, transport, distribution, mobilité, systèmes

d'information, gestion de ressources..., aucun domaine n'a été oublié. Nous avons fait de l'engagement dans la transition énergétique une orientation stratégique inscrite au cœur de notre projet « La Poste 2020 : conquérir l'avenir ». L'enjeu est double : réussir notre propre transition énergétique puis, grâce aux savoir-faire acquis, apporter des solutions nouvelles pour accompagner la transition énergétique des entreprises, des collectivités et des particuliers.

Quels sont vos priorités en matière d'environnement ?

Notre priorité est avant tout la réduction de l'empreinte écologique de notre activité, notamment de nos véhicules et de nos bâtiments.

Nous avons ainsi la première flotte de véhicules électriques au monde avec près de 6 000 véhicules électriques et 20 000 vélos à assistance électrique et recourons à de l'électricité 100 % d'origine renouvelable. En matière d'éco-mobilité, nous avons également formé 80 000 collaborateurs à l'éco-conduite depuis 2007, et avons fait évoluer nos schémas logistiques pour réduire les kilomètres parcourus.

Nous agissons également pour réduire l'utilisation des énergies de nos bâtiments qui représentent près de 7 millions de mètres carrés répartis sur l'ensemble du territoire ! Nous agissons, grâce à notre filiale Poste Immo, sur tous les leviers d'économie d'énergie pour en faire un levier stratégique en matière de transition énergétique : construction de bâtiments aux meilleures pratiques du marché avec des labels de haute performance énergétique et des certifications environnementales, « baux verts », accompagnement des utilisateurs et sensibilisation aux éco-gestes, travaux d'amélioration de la performance énergétique...

De même, nous menons des actions

pour éco-concevoir nos offres (moins de matières, meilleur ciblage, etc.), les éco-transporter et les rendre neutres en carbone. Nous avons par exemple lancé en 2012 la Lettre verte, plus économique et plus respectueuse de l'environnement car ne nécessitant pas de prendre l'avion, sauf pour la Corse et les DOM. Cette lettre a en effet été conçue pour émettre jusqu'à 30 % de CO2 en moins par rapport à la Lettre prioritaire. La Lettre verte est désormais majoritairement utilisée par nos clients avec 130 millions de lettres distribuées chaque mois. Pour les émissions résiduelles, nous sommes le premier opérateur postal à avoir proposé à tous nos clients, dès 2012, des offres courrier, colis et numériques entièrement neutres en carbone, en France comme à l'international, grâce à une démarche volontaire de compensation carbone. Enfin, dans le domaine des systèmes d'information, nous travaillons à la réduction de notre empreinte, en favorisant le "green IT", notamment par l'acquisition de logiciels, d'ordinateurs et de serveurs moins consommateurs d'énergie, et par le recyclage des ordinateurs en fin de vie.

La transition énergétique doit être perçue comme une opportunité de se réinventer en interne et de se développer sur de nouveaux marchés.

Comment le changement climatique impacte-t-il votre activité ?

Le changement climatique impacte inévitablement notre activité. Les restrictions de circulation ou d'accès aux centres-villes en sont un exemple. Ce n'est pas sans conséquences pour une entreprise de distribution. Mais nous les avons anticipées de longue date lorsque nous avons accéléré notre programme en faveur des transports propres dès 2008. Aujourd'hui, nous disposons de la première flotte de véhicules électriques au monde et avons contribué à faire émerger la filière de l'électrique en France. De plus, ces véhicules améliorent considérablement les conditions de travail de nos facteurs – aucun ne souhaite revenir à un véhicule thermique ! –, sans compter les bénéfices en terme d'image vis-à-vis de nos clients. Un autre exemple : l'introduction de critères de sélection en matière de développement

durable lors des appels d'offres émanant de clients, collectivités ou entreprises. Nous en faisons de même avec nos prestataires. Souvent, ces critères nous permettent de nous différencier de la concurrence et sont donc un levier business favorable.

C'est de cette manière que nous voyons la nécessaire adaptation au changement climatique : une opportunité d'améliorer les conditions de vie au travail de nos postiers, de repenser nos process de manière durable et responsable et d'innover dans notre offre de service. C'est dans cette logique que nous avons lancé Recy'go en 2012, notre offre de collecte et de recyclage de papiers de bureau à destination des TPE/PME et des collectivités locales. En seulement deux ans, cette activité a convaincu des milliers d'entreprises et de collectivités locales grâce à un modèle original et innovant qui s'appuie sur nos moyens industriels et le professionnalisme de nos facteurs qui,

venus pour collecter ou distribuer le courrier dans une entreprise, repartent avec les papiers de bureau usagés, sans émission de CO2 supplémentaire. Déjà 29 000 tonnes de papier ont été collectées auprès de 3000 clients et nous avons décidé d'étendre ce service à d'autres recyclables : les emballages cartons et les mobiles ; la collecte des piles, des ampoules et des textiles professionnels est également à l'étude. Avec Recy'go, nous avons créé un modèle d'économie circulaire qui fonctionne, qui est favorable à l'environnement et à l'emploi.

Pouvez-vous préserver l'environnement tout en réduisant les coûts de vos services ?

Oui ! La transition énergétique ne doit pas être perçue comme une contrainte ou un centre de coût mais comme une opportunité de se réinventer en interne comme de se développer sur de nouveaux marchés. Nous avons fait le choix stratégique de faire de la préservation de l'environnement, un catalyseur et un accélérateur de notre transformation. Notre offre de collecte de papiers de bureau à recycler, Recy'go, ou encore notre filiale Mobigreen, spécialisée dans l'éco-conduite en sont des exemples.

De même, dans le cadre de la rénovation des logements fortement énergivores, les facteurs peuvent désormais aider les collectivités, les équipementiers et les énergéticiens à sensibiliser les citoyens et à cibler leurs besoins, pour mieux les satisfaire. Ainsi, ce que nous avons su développer et déployer pour nous-mêmes constitue un socle de savoir-faire et de légitimité pour proposer des solutions à forte valeur ajoutée environnementale et sociétale à destination de nos clients. Par ailleurs, un grand nombre d'actions en faveur de l'environnement peuvent potentiellement donner lieu à des économies. C'est le cas par exemple de la limitation de la consommation énergétique de nos bâtiments et de carburant pour nos véhicules. L'éco-conduite permet ainsi de consommer entre 15 et 20 % de carburant en moins ! C'est aussi le cas des éco-gestes auxquels nous sensibilisons les postiers pour favoriser l'utilisation responsable du papier ou encore le tri et le recyclage des déchets.

Plus largement, appliquer les principes RSE (Responsabilité sociétale des entreprises) de manière globale, c'est repenser son business model pour être encore plus performant, et potentiellement gagner de nouvelles parts de marché. Les enjeux d'image sont aussi considérables : pour qu'il soit choisi par nos clients, il nous faut démontrer que le courrier est un média responsable grâce aux techniques d'écoconception, aux ciblés, à une politique de transports propres et à l'utilisation de papier recyclé ou issu de forêts gérées durablement, et garantissant une neutralité carbone intégrale sans surcoût pour nos clients. ■