

Objectifs stratégiques assignés à la Poste par le Conseil fédéral de 2002 à 2005

Avant-propos

La Confédération est propriétaire de la Poste. Ses intérêts sont sauvegardés par le Conseil fédéral, qui tient compte de la liberté de la Poste en matière de gestion d'entreprise et crée les conditions optimales lui permettant de s'affirmer sur le marché. Conformément à l'article 6 de la loi sur l'organisation de la Poste (LOP), le Conseil fédéral définit tous les quatre ans les objectifs stratégiques de l'entreprise. Il s'engage ainsi à arrêter à long terme des objectifs cohérents. Parallèlement au rapport de gestion, le conseil d'administration de la Poste informe chaque année le Conseil fédéral de la réalisation des objectifs. L'environnement de l'entreprise étant en perpétuelle mutation, les objectifs pourront au besoin être adaptés.

1 Orientation stratégique

La Poste permet à la Confédération de répondre à l'obligation constitutionnelle et légale d'offrir sur l'ensemble du territoire un service universel comprenant les services postaux et de paiement prévus à l'article 92 de la Constitution fédérale et à l'article 2 de la loi fédérale sur la poste.

Le Conseil fédéral attend de la Poste qu'elle

- 1.1 assure un service universel par la fourniture de prestations de bonne qualité, dans tout le pays selon les mêmes principes et à des prix équitables;
- 1.2 soit compétitive, orientée sur la clientèle, autonome sur le plan financier et qu'elle se prépare à une éventuelle poursuite de la libéralisation du marché postal;
- 1.3 développe son activité principale dans les secteurs suivants: Mail, marchandises et logistique, services financiers et transport de voyageurs (envois de lettres et de colis, les envois exprès, le transport des journaux et des périodiques, philatélie, trafic des paiements et transport de voyageurs par route), vise la croissance et garantisse un haut niveau qualitatif des prestations. Dans ce contexte, la Poste doit
 - maintenir sa position de leader sur le marché suisse;
 - garantir les importations et exportations sur le marché postal et permettre à ses clients d'accéder aux réseaux mondiaux en concluant des alliances,
 - saisir les opportunités d'expansion en vue de se positionner sur des marchés étrangers intéressants.
- 1.4 crée de nouvelles sources d'expansion dans les domaines apparentés en offrant des prestations novatrices, en particulier dans le domaine du marketing direct, des solutions logistiques, en développant l'e-business et ses produits financiers - notamment en servant d'intermédiaire pour les opérations de crédit - pour prévenir le risque de substitution qui menace ses produits classiques et fidéliser davantage la clientèle;
- 1.5 crée de nouvelles sources d'expansion dans le secteur du transport de voyageurs en tant que fournisseur de systèmes, dans celui de la gestion des réseaux de transport ainsi que dans le secteur des transports de tourisme et de loisirs;

- 1.6 suive, dans le cadre des possibilités qu'offre la gestion de l'entreprise, une stratégie axée tant sur les principes éthiques que sur ceux du développement durable;
- 1.7 tienne compte, dans le cadre des possibilités qu'offre la gestion de l'entreprise, des répercussions de ses activités sur le développement territorial et des attentes des régions quant à une répartition équitable des emplois;
- 1.8 assure une communication ouverte et transparente.

2 Finances

Le Conseil fédéral attend de la Poste qu'elle

- 2.1 présente, dans le domaine du service universel et dans celui des services libres, un résultat d'exploitation convenable et parvienne à accroître la valeur intrinsèque de l'entreprise. Ses performances seront comparées à celles d'autres entreprises suisses et étrangères (benchmarking);
- 2.2 finance, en principe, ses investissements au moyen du cash flow;
- 2.3 utilise les bénéfices réalisés pour assurer en priorité l'augmentation progressive des fonds propres jugés nécessaires et en affecte une part convenable au capital de dotation mis à disposition par la Confédération.

3 Personnel

- 3.1 La Poste applique une politique du personnel moderne et sociale.
- 3.2 En cas de problèmes économiques et structurels, la Poste met tout en œuvre pour éviter des licenciements en prenant à temps des mesures organisationnelles destinées à sauvegarder les emplois.
- 3.3 Compte tenu de ce principe, elle définit cette politique de manière autonome et fixe les conditions de travail dans des conventions collectives, en concertation avec les partenaires sociaux, conformément à la loi sur le personnel de la Confédération¹.
- 3.4 La Poste définit les droits de participation des syndicats dans des conventions collectives qu'elle développe en collaboration avec ces derniers.
- 3.5 La Poste s'engage à créer, dans de nouveaux secteurs d'activité, des emplois attrayants aux conditions du marché.
- 3.6 La direction de l'entreprise suscite la confiance des collaborateurs par son style de gestion, ses programmes de développement du personnel et sa politique de communication interne.

4 Coopérations et prises de participation

Dans le cadre de son mandat de prestations et compte tenu de ses possibilités financières et en matière de personnel, la Poste peut conclure des accords de coopération en Suisse et à l'étranger (participations, alliances, création de sociétés ou autres formes de collaboration), pour autant que ces derniers contribuent à atteindre les objectifs stratégiques et à accroître la valeur de l'entreprise. Par ailleurs, ces participations et coopérations doivent être gérées de manière professionnelle.

¹ RS 172.220.1