

Indicateurs de rendement clés

RENDEMENT FINANCIER – LE GROUPE POSTES CANADA



Le Groupe Postes Canada est demeuré rentable en 2008, même si les produits du secteur Postes Canada étaient inférieurs au plan. Le bénéfice consolidé avant charge d'impôts sur les bénéfices s'est chiffré à 161 millions de dollars, soit 34 millions de mieux que le plan, grâce à l'excellent rendement financier de nos filiales Courrier Purolator Itée et le Groupe SCI inc.

La mise en œuvre de mesures rigoureuses de contrôle des coûts a joué un rôle clé dans la réalisation d'une étroite marge d'exploitation de 1,8 %. La Direction doit demeurer vigilante en 2009 pour limiter les coûts.

Le dividende de 22 millions de dollars que Postes Canada a versé à son actionnaire, le gouvernement du Canada, était inférieur de 54 % à celui de l'exercice précédent. Depuis 2005, Postes Canada n'a pas été en mesure d'atteindre les objectifs financiers fixés dans le

cadre stratégique pluriannuel établi en 1998, ses bénéfices avant intérêts et impôts étant bien inférieurs à ceux visés de 175 millions de dollars, et le rendement de l'avoir, à celui visé de 11 %.

Postes Canada compte sur les mesures de saine gestion, la pertinence des produits et services ainsi que l'amélioration des activités et des procédés provenant de l'investissement si nécessaire dans la poste moderne pour assurer sa durabilité pour l'avenir.

SERVICES DE LIVRAISON – SECTEUR POSTES CANADA



Notre objectif consiste à livrer à temps, en tout temps. À cette fin, nous établissons des objectifs généraux et nous mesurons le rendement en matière de service dans chacun de nos secteurs d'activité : Courrier transactionnel, Colis et Marketing direct.

Le service Poste-lettres^{MC} figure toujours parmi les services les plus fiables au Canada. Selon nos normes de livraison, les délais de livraison pour les envois Poste-lettres sont toujours de deux jours ouvrables au sein d'une même région métropolitaine ou collectivité, de trois jours ouvrables au sein d'une même province et de quatre jours ouvrables d'une province à l'autre.

En 2008, nous avons atteint l'objectif général fixé à 96 % pour le taux de livraison à temps.

Nous n'avons pas respecté nos objectifs pour les envois Colis accélérés, Xpresspost^{MC} et *Priorité*^{MC} Demain matin. Pour remédier à la

situation, nous augmentons notre capacité de traitement et renforçons les liaisons de transport, en nous appuyant sur la souplesse que nous confère notre nouveau partenariat avec notre filiale Purolator pour le courrier-avion du régime intérieur.

Les efforts concertés que nous avons déployés pour améliorer la livraison des produits du secteur Marketing direct ont porté fruit : nous avons atteint l'objectif fixé pour les envois Médiaposte avec adresse et presque atteint celui pour les envois Médiaposte sans adresse.

Continuer à mettre l'accent sur la livraison à temps est essentiel au succès à long terme de Postes Canada. Nous continuerons à chercher des moyens d'améliorer davantage la qualité de nos services de livraison afin de satisfaire nos clients et de nous assurer leur fidélité.

INDICE DE VALEUR POUR LA CLIENTÈLE – SECTEUR POSTES CANADA



Notre programme Gestion de la valeur pour les clients définit les facteurs de la valeur pour la clientèle et de la fidélité par l'entremise de sondages sur les relations et de questionnaires sur les opérations. Les sondages sur les relations explorent les habitudes et les pratiques d'expédition des clients, évaluent leur fidélité à Postes Canada et saisissent leurs commentaires sur nos produits et services, la livraison, le tarif, la réputation et l'image, ainsi que la culture de service. Les questionnaires sur les opérations demandent aux clients de préciser leur plus récente expérience avec Postes Canada, y compris avec nos représentants commerciaux et du service à la clientèle, les bureaux de poste, le personnel de livraison et notre site Web. Ces techniques donnent un aperçu de la qualité du service que nous offrons, de notre avantage concurrentiel et des points nécessitant une amélioration.

En 2008, notre secteur d'activité Marketing direct a dépassé son objectif de trois points de pourcentage. Le secteur Colis a également atteint son objectif lié à l'Indice de valeur pour la clientèle pour 2008. Bien que le secteur Courrier transactionnel n'ait pas atteint son objectif, il a réalisé ses objectifs d'amélioration relativement à l'offre et à la livraison de produits, à la compétitivité des tarifs, à la réputation et à l'image de l'entreprise ainsi qu'à sa culture de service.

ENGAGEMENT DES EMPLOYÉS – SECTEUR POSTES CANADA



L'engagement des employés demeure une priorité absolue pour Postes Canada. Notre objectif est de devenir le meilleur milieu de travail au Canada, où chaque employé contribue et participe à notre réussite. Améliorer le degré d'engagement des employés permettra d'améliorer l'expérience de la clientèle et établira une base solide pour l'atteinte de nos résultats d'entreprise.

Nous mettons la priorité sur un lieu de travail caractérisé par le respect et l'équité, où nous nous préoccupons de la santé et de la sécurité des employés et où les employés s'identifient à l'entreprise. Nos efforts semblent porter fruit. Le taux de participation obtenu dans le sondage annuel mené auprès des employés en 2008 a augmenté de 33 % par rapport à 2007. Nous avons amélioré ou égalisé nos résultats dans la grande majorité des catégories du sondage et avons réalisé

notre objectif de rehausser l'Indice d'engagement des employés à 56.

En outre, nous avons atteint notre but visant à réduire à 5 % le taux d'erreurs commises dans le traitement de la paie de nos employés.

La fréquence des accidents demeure un domaine de grande préoccupation, car le taux de réduction visé de 7 % n'a pas été atteint. Nous intensifierons nos efforts pour améliorer la sécurité tant à l'intérieur qu'à l'extérieur de nos installations. Notre présidente dirigera un nouveau groupe de travail sur la santé et la sécurité ayant pour objet de sensibiliser les employés encore davantage à la nécessité de réduire les accidents à Postes Canada.

Nous demeurons résolu à créer un milieu de travail moderne caractérisé par un engagement profond des employés.