

1998 – 2002 : « 5 C »

L'ambition majeure du plan « 5 C » est de faire du groupe La Poste l'un des premiers groupes postaux européens à l'horizon 2002. Il doit s'appuyer sur la complémentarité des métiers de la Poste pour être encore plus présent dans l'offre aux entreprises et sur le réseau des bureaux comme sur les facteurs pour diversifier ses services aux particuliers.

Cinq grandes orientations sont déclinées :

1. Renouveler les moteurs de la **C**roissance
2. Cultiver notre différence (**C**ulture)
3. Des cœurs de métiers renforcés (**C**ompétitivité)
4. Des clients au cœur de nos organisations (**C**lients)
5. Des postiers confiants et mobilisés pour le développement (**C**onfiance)

Ces orientations doivent permettre de relever les principaux défis auxquels La Poste doit faire face : l'ouverture à l'international, l'évolution des besoins, qu'il s'agisse des particuliers (proximité, immédiateté), des entreprises (offres sur mesure, guichet unique) ou encore de l'exploitation des nouvelles technologies (qui seront intégrées dans les offres de services).

VERBATIM

L'objectif du plan « est d'atteindre un taux de croissance de l'ordre de 5 % d'ici 2002. Et de réaliser, toutes activités confondues, 10% de notre chiffre d'affaires à l'internationale » (Claude Bourmaud, président).

« Nos orientations stratégiques vont permettre à chacun de mieux comprendre le sens de l'action au quotidien » (Martin Vial, directeur général) ;

Source : *Forum*, janvier 1999.