



20
15

Rapport annuel



ÉDITO

Les échanges d'informations, de courriers, de colis sont en pleine mutation.

Dans un monde qui se digitalise, se dématérialise et où les volumes de colis ne cessent de croître, acteurs et utilisateurs aspirent à la fois à plus de possibilités et plus de simplicité. Pourtant, la transition vers ce nouvel univers où coexistent et convergent le physique et le numérique peut s'avérer complexe, a fortiori pour les petites et moyennes entreprises.

C'est précisément là que Neopost intervient. En proposant les bons outils et les bonnes solutions, Neopost aide les entreprises à gérer cette transition et à modifier leurs pratiques. Ainsi elles optimisent les échanges avec leurs propres clients et mettent ceux-ci au cœur de leur organisation, tout en répondant aux besoins et opportunités liés au boom du e-commerce.

Send. Receive. Connect.

1,2 Md € de chiffre d'affaires
6100 employés
Solutions commercialisées
dans + de 90 pays

Neopost est le deuxième fournisseur mondial de solutions de traitement du courrier et un acteur majeur dans le domaine de la communication digitale et des solutions logistiques.

Neopost fournit aux grandes entreprises comme aux PME des solutions très innovantes pour gérer leur communication physique et digitale ainsi que leurs colis. Ses équipements, ses logiciels et ses services facilitent ainsi la gestion des flux de communication et de marchandises.

D'autre part, le Groupe offre des solutions adaptées aux besoins des acteurs de la chaîne logistique et du e-commerce.

Implanté directement dans 31 pays avec 6100 collaborateurs, Neopost s'appuie sur un réseau de partenaires pour distribuer ses solutions dans plus de 90 pays. En 2015, Neopost a réalisé un chiffre d'affaires de 1,2 milliard d'euros.

Neopost est coté sur le Compartiment A d'Euronext Paris et fait notamment partie de l'indice SBF 120.

SOMMAIRE



p.6

**Franchir
un nouveau cap**

6 Entretien avec Denis Thiery

- 8** Un Conseil d'administration majoritairement indépendant
- 10** Une équipe de direction resserrée
- 12** La transformation de Neopost



p.16

TENDANCES

- 18** L'alliance du courrier et de la communication digitale
- 26** Le boom du e-commerce
- 32** Le client au cœur des organisations

RESPONSABILITÉS

- 44** Neopost, acteur de l'économie circulaire
- 48** Des équipes engagées
- 50** La transformation en chiffres
- 52** Neopost en Bourse



FRANCHIR UN NOUVEAU CAP

Entretien avec Denis Thiery, Président-Directeur Général

“

*Le déclin structurel du courrier s'accroît,
la digitalisation de l'économie s'intensifie,
le développement du e-commerce s'amplifie.*

”

LA TRANSFORMATION EST EN BONNE VOIE

Au cours de cet entretien, Denis Thiery livre ses ambitions tout en faisant le point sur les dernières évolutions de l'offre de Neopost et sur sa nouvelle organisation.

La logique de la transformation de Neopost lancée il y a quatre ans a-t-elle évolué ?

Le socle sur lequel nous avons bâti notre stratégie de transformation a peu changé. En revanche, les dynamiques à l'œuvre se sont accélérées. Le déclin structurel du courrier s'accroît, la digitalisation de l'économie s'intensifie, le développement du e-commerce s'amplifie. En nous appuyant sur nos domaines d'expertise - de la communication multicanale aux solutions logistiques -, nous accompagnons nos clients en leur donnant les moyens de gérer ces évolutions et de les transformer en opportunités.

Quels sont les marqueurs du succès de cette transformation ?

La part du chiffre d'affaires des activités communication digitale et des solutions logistiques dans le chiffre total du Groupe a été multipliée par 3 en quatre ans. Elle est passée de 8 % en 2011 à plus de 23 % en 2015 et nous visons 35 % d'ici trois à quatre ans.

Comment évolue votre offre destinée aux grandes entreprises ?

Nous intégrons nos solutions de gestion de la qualité des données à la gestion de la communication client. Ces activités s'adressent aux mêmes grands comptes. Nous cherchons ainsi à capitaliser sur les succès commerciaux de notre filiale GMC Software auprès de banques, compagnies d'assurance ou sociétés de services collectifs.

Et dans le domaine de la logistique, votre offre est-elle aujourd'hui complète ?

Auparavant centrée sur les services de traçabilité, notre offre s'est étoffée dans la gestion des expéditions, les solutions intégrées aux plateformes de e-commerce et le déploiement de consignes automatisées pour la réception des colis. Nous développons également un système de colisage permettant d'optimiser le volume des colis, si bien que nous couvrons aujourd'hui toute la chaîne de traitement logistique.

En août 2016, Neopost s'installera dans un nouveau bâtiment de haute qualité environnementale à Bagneux.



Vous avez modifié l'organisation de vos activités dédiées aux PME. Qu'en attendez-vous ?

À l'heure de la dématérialisation, nous proposons à nos clients PME une offre intégrée, à la fois physique et digitale. Celle-ci est désormais organisée au sein d'une division mondiale autonome, dotée de ses propres ressources, afin de pouvoir optimiser nos coûts et conserver notre compétitivité tout en capitalisant sur notre base de clients, notre réseau de distribution et sur les technologies développées par nos filiales spécialisées.

Comment conduisez-vous votre transformation en interne ?

Le changement est un formidable révélateur de la culture d'entreprise. Chez Neopost, il agit comme un véritable moteur. L'évolution des mentalités précède la transformation plus qu'elle ne la subit. Notre agilité, notre sens de l'innovation, nos valeurs sont autant d'atouts indispensables à la réussite de notre projet.

Quelles sont vos ambitions sur le plan financier ?

Nous retrouverons le chemin de la croissance lorsque la dynamique de nos activités digitales et logistiques sera suffisante pour compenser le repli de notre activité courrier. Neopost reste très profitable, ce qui nous donne les moyens de mener à bien notre stratégie, tout en mettant en œuvre des plans d'économies et d'optimisation visant à adapter l'organisation à ce nouveau mix de produits et de services.

Quel message souhaitez-vous adresser à vos actionnaires ?

Si notre transformation est en bonne voie, elle s'inscrit dans une logique de long terme. Notre cours de bourse a été pénalisé par la baisse plus forte qu'anticipée de notre activité courrier et par la réduction nécessaire de notre dividende, même si nous continuons à servir un rendement élevé. Je souhaite donc remercier nos actionnaires pour la confiance qu'ils nous témoignent et la patience dont ils font preuve.

UN CONSEIL D'ADMINISTRATION MAJORITAIREMENT INDÉPENDANT

Le Conseil d'administration de Neopost valide les axes stratégiques du Groupe. Ses membres apportent leurs différentes expertises et s'impliquent dans les grandes décisions, comme le lancement de nouveaux projets ou les acquisitions.

* Membre indépendant

¹ Membre du comité des rémunérations, présidé par Catherine Pourre

² Membre du comité d'audit, présidé par Éric Courteille

³ Membre du comité de nominations, présidé par Agnès Touraine

*Le lecteur est invité à retrouver l'information complète sur la gouvernance dans le document de référence 2015 :
www.neopost.com/fr/finance/documentation-financiere/rapports-financiers*

Composition au 31 janvier 2016

Denis THIERY est Président-Directeur Général de Neopost après en avoir été le Directeur Général de 2007 à 2010 et le Directeur financier de 1998 à 2007. Auparavant, il a été Directeur Général de Moorings et a occupé différentes fonctions financières chez Wang France et PricewaterhouseCoopers.

Jacques CLAY^{*2} a passé la plus grande partie de sa carrière chez Hewlett-Packard, en Europe et aux États-Unis, où il a notamment été en charge de la division PC.

Éric COURTEILLE^{*2} est le Directeur Général de La Redoute. Il a auparavant occupé différents postes financiers au sein de grands Groupes tels que PPR, CFAO ou encore Redcats.

Cornelius GEBER³ a effectué des missions de conseil auprès de la direction générale de la poste allemande et a été Président du Conseil d'administration de Kuehne + Nagel.

William HOOVER Jr^{*} a été associé senior chez McKinsey durant 30 ans et s'est spécialisé dans les secteurs de la haute technologie, des télécoms et de l'industrie.

Vincent MERCIER^{*1,3} a été Président du Conseil de surveillance du Groupe Roland Berger Strategy Consultants après y avoir été responsable de la France et de la Chine.

Catherine POURRE^{*1,2} a été Directeur Général adjoint puis membre du Directoire d'Unibail-Rodamco, après avoir été associée chez PricewaterhouseCoopers pendant dix ans.

Isabelle SIMON^{*2} est secrétaire générale et membre du comité exécutif de Thales après avoir travaillé chez Cleary Gottlieb Steen & Hamilton, Goldman Sachs, Publicis, puis à la société Monte-Carlo SBM.

Agnès TOURAINE^{*1,3} dirige Act III Consultants, société de conseil dédiée aux stratégies de croissance. Au cours de sa carrière, elle a notamment dirigé Vivendi Universal Publishing.

Jean-Paul VILLOT^{1,3} a été Président-Directeur Général de Neopost de 1996 à 2007, puis Président jusqu'en 2010, après avoir occupé des postes de direction chez Bull, Schlumberger et Océ, en France et à l'étranger.



UNE ÉQUIPE DE DIRECTION RESSERRÉE

La nouvelle composition de l'équipe de direction reflète la décision prise par Neopost d'organiser ses opérations autour de trois *business units* afin d'optimiser la valeur ajoutée créée pour ses clients.



**Denis
THIERY**

Président-
Directeur Général

Le comité exécutif resserré
apporte la souplesse et
la réactivité nécessaires
à la transformation



**Henri
DURA**

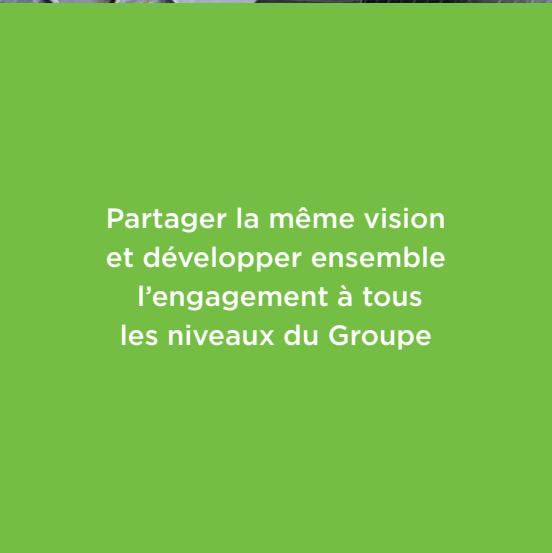
*Enterprise
Digital
Solutions*

Une équipe internationale



**Alain
FÉRARD**

*Neopost
Shipping*



Partager la même vision
et développer ensemble
l'engagement à tous
les niveaux du Groupe



**Jean-François
LABADIE**

*Finance
& Juridique*



**Thierry
LE JAUDOUR**

*Technologie
& Innovation*



**Dennis
LESTRANGE**

SME Solutions



**Nikolaus
SCHOLZ**

*Stratégie &
Communication*



**Gilles
WOZELKA**

*Ressources
Humaines*

LA TRANSFORMATION DE NEOPOST

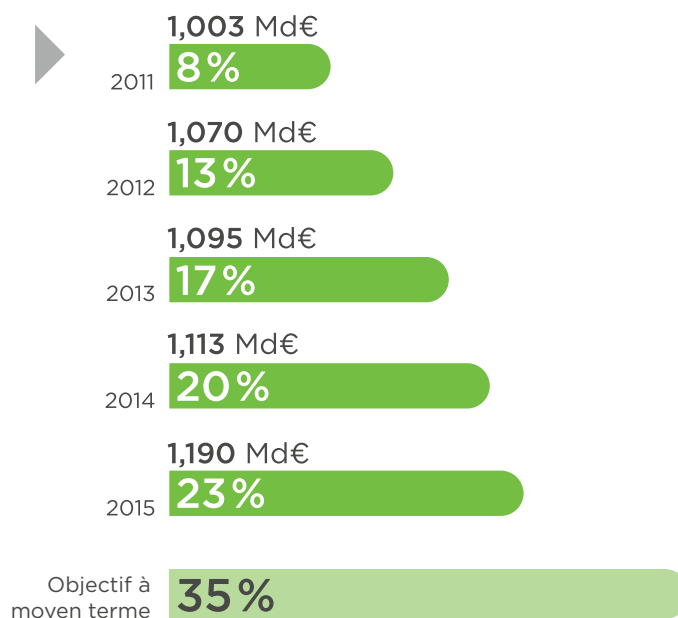
Face à la dématérialisation des échanges et à la croissance des volumes de colis, Neopost est engagé depuis 2012 dans un plan de transformation qui repose notamment sur l'enrichissement de son offre.

Les besoins de ses clients évoluent, qu'il s'agisse de PME/PMI ou de grands comptes, de transporteurs, de logisticiens ou d'acteurs du e-commerce. Pour y répondre au mieux, Neopost étend son activité au-delà de la fourniture de systèmes de gestion du courrier et propose des solutions dans les domaines de la communication digitale et du traitement du colis. Parallèlement, Neopost poursuit l'adaptation de son organisation.

Part croissante du chiffre d'affaires des activités de communication digitale et de logistique

La transformation de Neopost aura franchi une étape importante lorsque le chiffre d'affaires réalisé dans les domaines de la communication digitale et de la logistique dépassera le cap des 35% du chiffre d'affaires du Groupe. Une fois ce niveau atteint, la forte croissance de ces nouvelles activités devrait commencer à compenser le déclin structurel des activités historiques liées au courrier physique.

- Chiffre d'affaires total du Groupe
- Part des activités de communication digitale et de logistique en % du chiffre d'affaires total du Groupe



3 axes

LA STRATÉGIE DE NEOPOST SE CONCENTRE SUR TROIS AXES CLÉS

Accompagner la transition digitale des PME

Neopost poursuit le développement de son offre adaptée aux besoins des PME, qui constitue l'essentiel de sa clientèle traditionnelle. En complément de ses systèmes de gestion du courrier, Neopost leur propose des solutions simples et accessibles pour les aider à relever le défi de l'intégration croissante du numérique dans la gestion de leurs échanges.

Conforter son *leadership* dans le domaine des *Enterprise Digital Solutions*

Capitalisant sur sa position de *leader* dans le domaine de la gestion de la communication client et sur son expertise dans celui de la qualité des données, Neopost travaille à l'intégration de ces différentes solutions destinées à une clientèle de grands comptes. Le Groupe poursuit également sa stratégie d'innovation et d'extension de son activité dans les marchés verticaux, tels que les secteurs de la banque, de l'assurance ou des services collectifs.

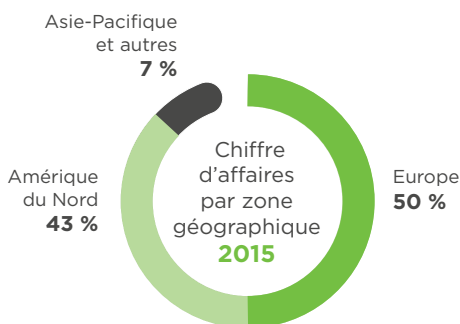
S'imposer comme un partenaire de référence dans le domaine des *Shipping Solutions*

Dans un contexte de marché en forte croissance, Neopost exploite son savoir-faire en matière de logistique et enrichit son offre afin d'apporter des solutions innovantes et performantes à chaque étape de la chaîne de traitement du colis. Partenaire historique des transporteurs, des opérateurs postaux et des logisticiens, Neopost étend son rôle de facilitateur de colis auprès des acteurs du e-commerce, des expéditeurs et des destinataires de colis.



Rester agile

Le groupe Neopost fait évoluer son organisation à travers le monde pour pouvoir apporter à tous ses clients des réponses en adéquation avec leur taille et leurs besoins. Concernant ses activités dédiées aux PME, le Groupe a décidé de créer une véritable division mondiale autonome, disposant de ses propres ressources notamment en termes de Recherche & Développement, de production et distribution, afin d'avoir les moyens d'accélérer le déploiement des solutions digitales et logistiques tout en adaptant et en optimisant ses structures.



Marge opérationnelle courante¹ 2015

19,7 % du chiffre d'affaires

Marge nette²

11,2 % du chiffre d'affaires

¹ Marge opérationnelle courante hors charges liées aux acquisitions = résultat opérationnel courant hors charges liées aux acquisitions / chiffre d'affaires.

² Marge nette = résultat net part du Groupe / chiffre d'affaires.

COMMENT LES ATTENTES DES CLIENTS ÉVOLUENT-ELLES





Les grandes entreprises et organisations veulent pouvoir communiquer et interagir avec leurs clients de manière pertinente, au bon moment et par leur canal préféré. Nous permettons à nos clients de mettre en œuvre une stratégie de communication omnicanale (physique, digital et mobile) à partir d'une seule plateforme technologique, tout en s'assurant de la qualité des données de leurs clients.

Tamir Sigal - Directeur Marketing Enterprise Digital Solutions

Face à l'augmentation des volumes de colis liée au fort développement du commerce en ligne, les expéditeurs cherchent des solutions plus performantes en matière d'automatisation de l'expédition et de suivi de l'acheminement. A l'autre bout de la chaîne, il y a une attente forte pour de nouveaux services: les transporteurs cherchent à simplifier la remise des colis, les destinataires souhaitent plus d'options pour sélectionner leur transporteur et pour réceptionner leurs colis.

Gérard Azé - Directeur Marketing Neopost Shipping

La digitalisation est source de performance et de compétitivité. Nombre de petites entreprises en conviennent mais sont freinées par la complexité des outils eux-mêmes et celle de leur intégration dans leur propre environnement IT. Pour elles, c'est l'usage qui prime. Elles veulent de la simplicité, des outils facilement accessibles, des utilisateurs autonomes et un engagement financier limité.

Xavier Neboit - Responsable Marketing SME Digital Solutions

Aujourd'hui, les entreprises doivent allier la communication digitale à la communication physique pour interagir au mieux avec leurs clients et les fidéliser. Pour envoyer ou recevoir du courrier, des colis ou des factures dématérialisées, les canaux de diffusion sont maintenant si nombreux, si complexes et si puissants que le choix de la solution la plus adaptée ne peut se faire sans l'aide de spécialistes. Les aider à relever ce nouveau défi, c'est ce que les entreprises attendent de nous.

Alain Fairise - Président de Neopost Amérique du Nord



TENDA

“ *Le socle sur lequel nous avons bâti notre stratégie de transformation a peu changé. En revanche, les dynamiques à l'œuvre se sont accélérées.* ”

Denis Thiery

The word "NICES" is written in a large, white, sans-serif font. The letter "N" is stylized with a white upward-pointing arrow integrated into its vertical stroke. The letters are positioned such that they appear to be rising from a white horizontal line that separates the green upper background from the white lower background.

NICES

Send.





L'ALLIANCE DU COURRIER ET DE LA COMMUNICATION DIGITALE

1

INTÉGRER LES OUTILS DIGITAUX DANS LES PRATIQUES DES PME

Les petites et moyennes entreprises constituent la clientèle traditionnelle auprès de laquelle Neopost a historiquement déployé sa base de systèmes d'affranchissement et de gestion du courrier. Les différents modes de communication et les volumes croissants des échanges auxquels elles sont confrontées engendrent une complexité importante pour ces entreprises qui n'ont pas vocation à investir dans des ressources dédiées aux systèmes d'information. Relever le défi de l'intégration du courrier et de la communication digitale est pourtant gage d'efficacité et de productivité.

Des solutions courrier intelligentes

Les systèmes d'affranchissement et de mise sous pli de Neopost automatisent les flux, de la production des courriers à l'apposition de l'empreinte postale sur les envois, en passant par l'insertion optimisée des documents dans les enveloppes, la pesée et le calcul de l'affranchissement. Les coûts de traitement sont réduits et l'expéditeur accède à des tarifs postaux préférentiels.

Le large éventail de l'offre d'équipements, de logiciels, de financements et de services associés de Neopost permet d'apporter à chaque entreprise une solution de gestion de ses flux de courrier adaptée à ses besoins, quels que soient sa taille, son secteur d'activité, les volumes traités et la nature des courriers, transactionnel comme marketing.

Une offre enrichie

Aux côtés de son offre de solutions de traitement du courrier, Neopost apporte des outils complémentaires qui permettent aux entreprises de développer une véritable communication client multicanale et d'optimiser la gestion des colis. Le développement de solutions mises à disposition en mode SaaS simplifiera et facilitera encore l'adoption des nouveaux outils par les PME.

ZOOM

La solution Neotouch

Neopost commercialise une solution de courrier hybride baptisée Neotouch. Lancées en France, les applications disponibles depuis le *Cloud* gèrent la diffusion des documents par courrier, fax, e-mail ou SMS, ainsi que leur archivage électronique. Cette offre est en cours de lancement aux États-Unis et a vocation à être largement déployée.

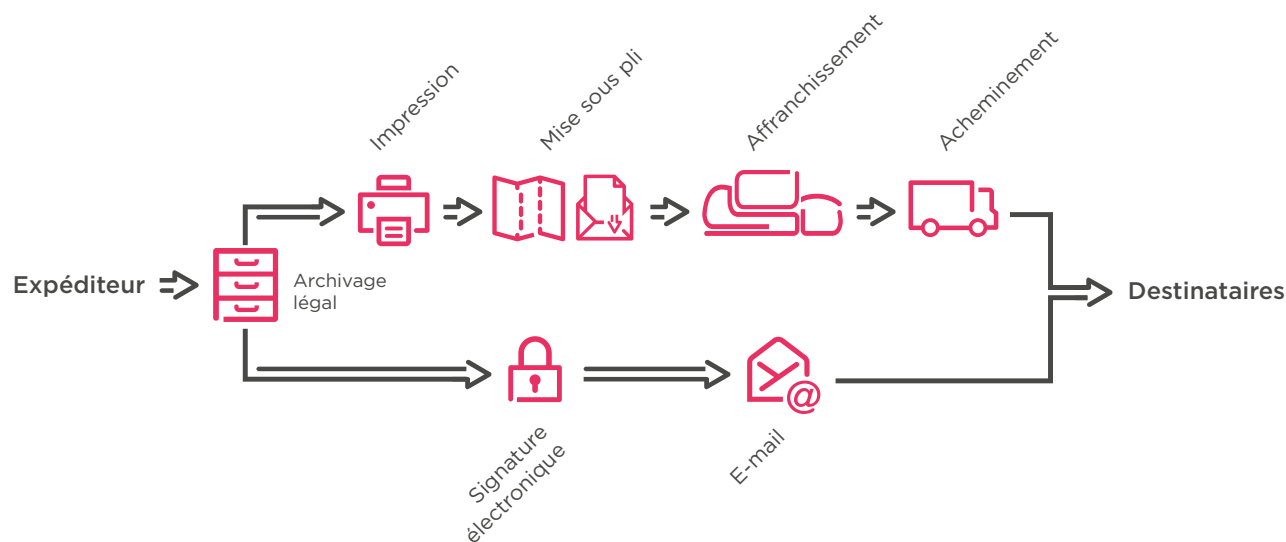
22 MILLIONS DE PAGES

traitées par la solution de courrier
hybride Neotouch en 2015

Portée par les évolutions réglementaires, la facturation électronique est en expansion, mais impose le recours à des solutions intégrant les contraintes de traçabilité, de sécurité, d'archivage légal et de signature électronique.

Fort de son expérience dans la mise au point de solutions approuvées et certifiées par les autorités de référence, comme c'est le cas pour les machines à affranchir, Neopost fournit maintenant aux PME des solutions SaaS/Cloud de diffusion de courriers à la demande, ainsi que de dématérialisation de factures en France et en Allemagne.

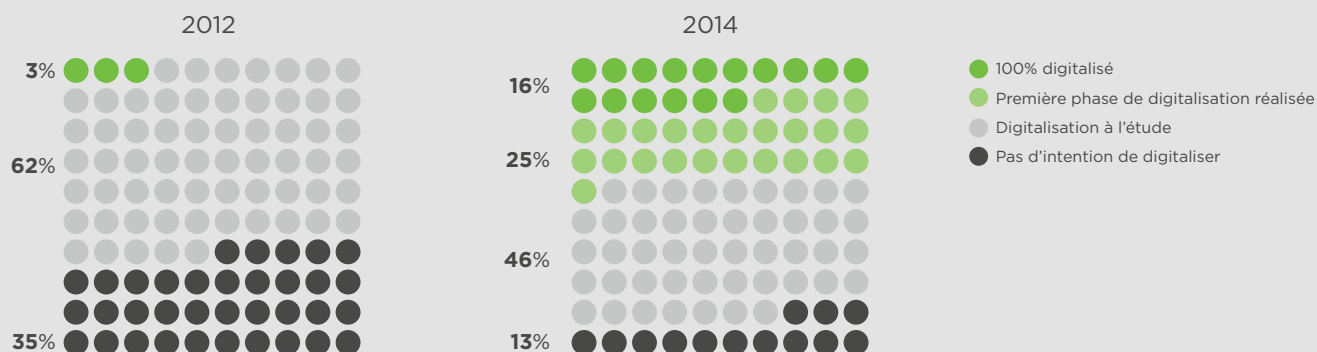
Courrier affranchi ou courrier dématérialisé, des options complémentaires



► L'engagement digital des clients de Neopost

Le mouvement vers la digitalisation des PME est dorénavant engagé. Tandis qu'en 2012 35 % des sociétés interrogées¹ déclaraient ne pas avoir l'intention d'intégrer le digital dans leurs pratiques en matière de communication, elles n'étaient plus que 13 % deux ans plus tard. Mais, dans cette seconde étude², 46 % d'entre elles déclaraient que la digitalisation de leur communication était encore à l'étude, ce qui démontre l'étendue du marché potentiel pour Neopost. En effet, seules 16 % déclaraient s'être dotées d'un système entièrement numérique.

État d'avancement de la digitalisation chez les clients de Neopost



¹ 2012 - Étude réalisée en collaboration avec ReD Associates auprès de 3 200 entreprises dans 8 pays : Allemagne, Canada, Corée du Sud, Danemark, États-Unis, Finlande, France et Royaume-Uni.

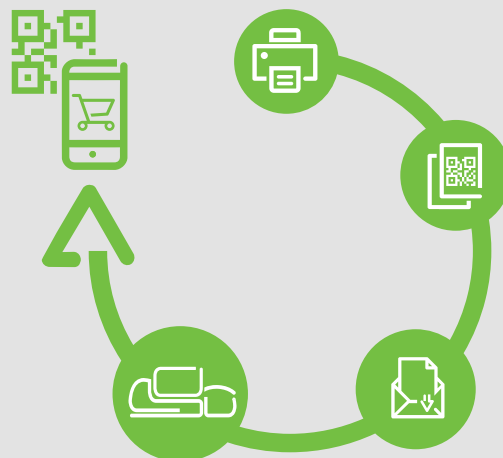
² 2014 - Étude réalisée en collaboration avec CVA auprès de 4 000 entreprises dans 4 pays : Allemagne, États-Unis, France et Royaume-Uni.



Le digital s'invite dans les campagnes marketing

De par son caractère personnel et affinitaire, le courrier reste un média privilégié et efficace pour les communications ciblées. Les évolutions technologiques le rendent de plus en plus intelligent et permettent d'apporter des services à forte valeur ajoutée comme la traçabilité, la qualité de l'adresse ou encore des contenus enrichis.

Le QR code, par exemple, allie papier et digital dans les campagnes marketing : le destinataire du courrier est invité à aller découvrir une offre commerciale sur un site Internet en lisant avec son smartphone le code imprimé sur le courrier reçu.



La communication multicanale accessible aux PME

Les outils que Neopost apporte en complément de ses systèmes de gestion du courrier permettent de développer une véritable communication multicanale. OMS-500, le logiciel de gestion centralisée des communications client s'appuie sur la technologie experte de GMC Software qui a été simplifiée et adaptée aux clients PME du Groupe.

Ce logiciel prend en compte les préférences de chaque client et se charge d'envoyer le bon courrier, à la bonne personne, au bon moment, par le bon canal de diffusion, courrier ou e-mail.

► Étendre encore l'expérience digitale

Grâce à sa compréhension des besoins des PME, Neopost est le partenaire légitime pour accompagner leur transition digitale et l'évolution de leurs attentes. En mettant à leur disposition les technologies digitales et *shipping* dans un format adapté à leurs besoins spécifiques, le Groupe offre des solutions complémentaires à la gestion du courrier physique.

1 000 000 +

Du courrier au colis

Dans plusieurs pays, Neopost propose à ses clients PME, expéditeurs de petits volumes de colis, des solutions permettant de gérer en ligne leurs envois et de comparer les tarifs négociés auprès des transporteurs partenaires de Neopost.

Aux États-Unis, Neopost commercialise avec succès NeoShip, un logiciel qui permet d'utiliser les machines à affranchir pour imprimer des empreintes postales conformes aux normes d'USPS et applicables aux colis. Cette innovation permet aux utilisateurs de bénéficier de tarifs plus attractifs.

En un an, aux États-Unis, plus d'un million de colis ont déjà été expédiés en utilisant NeoShip, le logiciel dédié de Neopost.





Neopost Business Apps

Pour aller encore plus loin, Neopost a développé une plateforme spécifique destinée à accueillir des applications professionnelles dans un large éventail de domaines tels que la finance, la comptabilité, la gestion des relations client ou encore les ressources humaines. La plateforme est déjà opérationnelle aux États-Unis et au Royaume-Uni.



Agenda



Contacts



CRM/Ventes



Facturation



Campagnes e-mailing



Études



Gestion des collaborateurs



Recrutement



Configuration

NEWS

Neopost Labs

Début 2015, Neopost a investi 5 millions d'euros dans Partech Entrepreneur II, le plus grand fonds d'amorçage consacré aux start-up Tech et Internet en Europe. Géré par Partech Ventures, ce fonds est destiné à prendre des tickets de 300 000 à 1 million d'euros.

Au cœur de l'écosystème des start-up

La création de Neopost Labs reflète la volonté du Groupe de structurer sa démarche d'*Open Innovation*. Il a été conçu en vue de positionner Neopost comme le partenaire industriel des start-up innovantes et des investisseurs accélérateurs en matière de technologies, de *business model* ou encore de méthodes de travail ou de commercialisation. Neopost se donne ainsi les moyens de détecter les nouvelles tendances qui feront les produits et services de demain, notamment destinés aux PME.



LE BOOM DU E-COMMERCE

Receive.



2

FORTE DYNAMIQUE DU MARCHÉ DU COLIS

Le boom du e-commerce modifie profondément le marché du colis. Les volumes augmentent, l'activité en ligne des commerçants se développe, les exigences des destinataires sont de plus en plus fortes, et la problématique du dernier kilomètre ne cesse de croître. Les besoins des expéditeurs, des transporteurs et des destinataires sont en continuelle évolution car ils recherchent toujours plus de flexibilité, de visibilité et de productivité.

Facilitateur de la gestion des colis

Neopost a accumulé une grande expérience en matière de gestion des colis avec ses solutions d'expédition, de suivi et de reporting développées à l'origine pour les transporteurs et les opérateurs postaux. Il s'agit de solutions permettant un pilotage combiné des flux physiques et des flux d'informations associés. Capitalisant sur ce savoir-faire, le Groupe a pu en quelques années renforcer son offre et se positionner en facilitateur de la gestion du colis, apportant des solutions destinées à tous les intervenants sur l'ensemble de la chaîne de valeur et adaptées aux nouveaux besoins liés au développement du e-commerce.

30 MILLIONS

de colis traités par mois par les solutions
d'expédition de *Neopost Shipping*.

Des solutions logicielles d'expédition des colis

Les solutions de gestion des expéditions servent les besoins des expéditeurs et des transporteurs. Pour que ceux-ci disposent d'un service toujours à la pointe sans avoir à consacrer d'investissements de développement et de maintenance, les solutions proposées sont opérées et hébergées par *Neopost Shipping*. Elles prennent la forme soit de solutions web personnalisées, soit de services web multi-transporteurs / multi-services de livraison. Elles gèrent les services d'expédition en parfaite conformité avec les protocoles de chaque transporteur. Les processus de préparation, tarification et étiquetage des envois, de génération des documents de transports et de transfert des informations vers les transporteurs sont entièrement pris en charge.

ÉVOLUTION DU MARCHÉ LIÉE AU BOOM DU E-COMMERCE



Le boom du e-commerce engendre une forte croissance des volumes de colis.
Les transporteurs font évoluer leur *business model* du B2B vers le B2C.
Les opérateurs postaux historiques développent leur activité colis.
Le marché, historiquement concentré sur les transporteurs, se tourne vers les besoins des commerçants, des expéditeurs et des consommateurs.

NEWS

En janvier 2016, *Neopost Shipping* a signé avec Royal Mail, son plus gros client, un nouveau contrat d'une durée de trois ans. Neopost fournira à Royal Mail et à sa division colis express, Parcelforce Worldwide, des solutions d'expédition et de traçabilité comprenant la fourniture de logiciels et de matériels informatiques ainsi que des prestations de services. Ce nouveau contrat permettra de répondre à la forte croissance des activités de Royal Mail et Parcelforce Worldwide dans le domaine du colis.

Neopost compte également d'autres grands opérateurs postaux parmi ses clients, comme Australia Post, Chronopost et Singapore Post.

ZOOM

Solutions pour de grands expéditeurs

Aux États-Unis, les solutions de ProShip, société acquise par Neopost en 2014, sont certifiées par les plus grands transporteurs et adaptées aux besoins des grands acteurs du commerce traditionnel et du commerce en ligne, des logisticiens et des distributeurs, qui expédient en moyenne 50 000 colis par jour.

► Des technologies de pointe au service des flux logistiques et du traitement des colis

Neopost Shipping continue d'enrichir son offre et apporte des solutions technologiques innovantes pour les besoins de la chaîne logistique et du traitement du colis. En 2015, Neopost a ainsi concrétisé de grands projets dans le domaine du e-commerce, de la gestion du dernier kilomètre pour la remise des colis et de la traçabilité.

ZOOM

Une plateforme intelligente pour les acteurs du e-commerce

En mars 2015, Neopost a pris une participation majoritaire dans Temando, société australienne spécialiste des solutions logicielles de gestion des expéditions multi-transporteurs pour le monde du e-commerce. Sa plateforme permet de connecter l'ensemble des ressources logistiques (transporteurs, entrepôts, magasins, stocks...) pour fournir aux e-commerçants et à leurs clients une solution de livraison parfaitement intégrée. Elle offre la possibilité d'établir des devis en temps réel auprès d'un grand nombre de transporteurs, de calculer le prix total du transport, y compris les taxes et droits de douane, de programmer l'expédition, de répertorier l'état des stocks et leurs localisations et, enfin, de proposer l'acheminement le plus économique en fonction de l'adresse du client final. La plateforme de Temando va être lancée en 2016 aux États-Unis, en France au Royaume-Uni.

NEWS

En 2015, soucieuse de l'excellence logistique au service de ses clients, La Redoute, *leader* français du e-commerce dans les domaines de la mode et de la maison, a retenu la solution de Temando pour sa flexibilité en termes de choix de transporteurs partout en Europe, pour la qualité de ses fonctions de suivi et de traçabilité et, également, pour son évolutivité.

2MILLIONS

de commandes ont déjà été emballées par les quatre machines de colisage de Neopost opérées en phase pilote.

NEWS

En janvier 2016, Neopost a annoncé un projet de partenariat avec Yamato Transport pour le déploiement et la gestion d'un réseau de consignes automatisées destiné à la livraison de colis au Japon.

L'innovation au service de l'optimisation des colis

Neopost a mis au point un système d'emballage en continu baptisé **CVP-500** qui optimise en trois dimensions la taille des colis et en automatise la production. En adaptant sur mesure les colis à la forme et au volume de leur contenu, ce système évite de recourir à du matériel de calage et réduit l'encombrement des paquets. Sur le plan technologique, le concept a été validé, quatre prototypes étant aujourd'hui en exploitation au Benelux. Une cinquième machine sera bientôt installée chez Cdiscount, grand acteur français du e-commerce. Neopost évalue le modèle de commercialisation de la CVP-500 dans un contexte favorable lié à la prise en compte croissante des volumes dans le mode de tarification des transporteurs.

Des consignes automatisées pour la réception des colis

En France, Neopost a créé une société commune avec GeoPost dédiée au développement de Packcity, un réseau de consignes automatisées déployé dans des lieux de passage (gares, centres commerciaux, centres-villes, etc.) et utilisé pour le retrait de commandes effectuées sur Internet. Le système permet au destinataire de recevoir par e-mail ou SMS une notification et un code de retrait sécurisé lorsque son colis a été déposé dans la consigne de son choix. Les consignes automatisées de Neopost répondent également au besoin de distributeurs spécialisés pour leur offre de *Click & Collect* ou encore de grandes entreprises soucieuses de proposer un service de conciergerie à leurs collaborateurs.

Des solutions de traçabilité sur mesure

Neopost apporte des solutions de traçabilité sur mesure qu'il déploie et dont il assure ensuite le suivi opérationnel. Ces solutions couvrent l'ensemble des étapes clés de la chaîne logistique, depuis l'expédition jusqu'à la livraison des biens et des colis. Elles reposent sur la collecte d'informations via des systèmes utilisant la lecture de codes à barres ou la technologie RFID. Neopost assure ensuite l'analyse et le stockage de ces données et en garantit l'accessibilité en temps réel grâce à une base de *Track & Trace* hébergée sur les serveurs de Neopost.

NEWS

En 2015, en collaboration avec Capgemini et BearingPoint, *Neopost Shipping* a finalisé le déploiement, pour le compte du ministère français de la Défense, d'un système d'information dédié à la gestion de l'acheminement et à la traçabilité des matériels et équipements militaires utilisant la technologie RFID.



LE CLIENT AU CŒUR
DES ORGANISATIONS

Connect.



3

L'ÂGE D'OR DU CLIENT

Sollicités de toutes parts, surinformés et mobiles, les clients sont de plus en plus exigeants. Ils attendent des interactions rapides, des réponses immédiates et souhaitent accéder facilement aux informations dont ils ont besoin sur les différents écrans dont ils sont équipés.

Créer les bases d'une expérience client optimale

Les entreprises mettent le client au cœur de leur organisation. Face à une demande croissante d'informations sélectives et d'échanges instantanés, les entreprises développent des communications adaptées, **personnalisées** et interactives via les différents canaux qui couvrent l'ensemble du parcours client. Pour renforcer leur efficacité et leur réactivité, elles adoptent ainsi des pratiques leur permettant d'établir des liens durables avec leur clientèle tout en se dotant d'un véritable levier de performance.



Qu'est-ce que le *Customer Communication Management (CCM)* ?

Les outils de *Customer Communication Management* permettent de créer, diffuser et archiver toutes les communications client, quelle que soit la nature des échanges : commercial, marketing, réglementaire ou comptable. Ils permettent également de gérer les différentes modalités de diffusion.

GMC Inspire™, l'offre de Neopost

Inspire™ est la suite logicielle mise au point et commercialisée par GMC Software, filiale de Neopost depuis juillet 2012. C'est une solution unique de gestion de la communication client (CCM), conforme aux normes ISO et aux standards de qualité internationaux. Ses fonctionnalités de prévisualisation, de validation et de diffusion de documents imprimés et de communications numériques permettent aux sociétés d'optimiser l'ensemble de leurs interactions clients, quelle que soit la forme ou quel que soit le support de l'échange avec le client : centres d'appels, téléphones portables, tablettes, SMS, Internet, e-mail et papier.

1600 CLIENTS & PARTENAIRES ACCOMPAGNÉS PAR GMC SOFTWARE

LEADER

En 2015, pour la troisième année consécutive, dans son analyse du marché des logiciels de gestion de la communication client, Gartner a positionné GMC Software dans le quadrant des *leaders* et lui a attribué la meilleure place en termes de vision. GMC Software est également reconnue comme *leader* par Forrester Research.

▶ Innover et satisfaire les utilisateurs

GMC Software est le partenaire des grandes entreprises souhaitant utiliser les leviers numériques pour dynamiser leurs communications clients. Doté de la plus grande équipe au monde de Recherche et Développement du marché de la communication client, GMC Software se tient à l'écoute des évolutions des besoins de ses utilisateurs. En juin 2015, GMC Software a lancé sur le marché la version R10 d'Inspire™, tandis que la poursuite de l'intégration du mobile et du *Cloud* offre encore de nouvelles perspectives d'évolution de sa plateforme.

ZOOM

Qui sont les utilisateurs d'Inspire™ ?

GMC Software est historiquement le partenaire privilégié des professionnels de l'impression et du routage, segment dans lequel il détient, avec son produit phare, le logiciel Inspire™, une part de marché de 60 %. Au cours des dernières années, GMC Software a commercialisé Inspire™ avec succès dans les marchés verticaux. Aujourd'hui, la société dispose d'une large base d'utilisateurs dans les secteurs de la banque et de l'assurance, ou encore des télécommunications, des services publics et de la santé. En 2015, 53% des ventes ont été réalisées dans ces nouveaux marchés contre 30 % en 2012.



70

nouveaux clients
pour GMC Software
en 2015

GMC a poursuivi le développement de son activité auprès des institutions financières et des compagnies d'assurances. En 2015, séduites par son fonctionnement en mode omnicanal et sa facilité d'utilisation, 37 d'entre elles ont opté pour Inspire™, convaincues de son rôle clé dans la stratégie de fidélisation de leurs clients et de l'intérêt pour les destinataires de recevoir des contenus agréables à consulter, quel que soit le canal de diffusion utilisé.

LA PAROLE EST AUX UTILISATEURS D'INSPIRE™

“Le support est vraiment très réactif et répond rapidement à chacune de nos demandes”

*Manager,
Services Financiers,
France.*



“Pérennité, professionnalisme, services”

*Résponsable Éditique,
Services Financiers,
États-Unis.*



“Facile d'utilisation”

*Manager,
Assurance,
Chine.*



“Les produits GMC couvrent la quasi-totalité des besoins”

*Manager à la production éditique,
Services Financiers,
Allemagne.*



À l'écoute du marché

En 2015, GMC Software a mandaté un institut d'études indépendant pour recueillir les impressions de 390 clients dans le monde (Allemagne, Angleterre, Chine, États-Unis et France).

Cette étude a montré que trois-quarts des clients interrogés sont engagés dans une relation datant de plus de trois ans avec GMC Software.

► **98%**

un niveau record de taux de satisfaction globale des clients a été mesuré par l'étude.

Des données fiables pour une communication efficace

La qualité des données est essentielle à l'efficacité des échanges des entreprises avec leurs contacts, leurs clients, leurs prospects. La bonne gestion de la communication client est mise en défaut quand des informations manquent ou sont erronées. L'offre de Neopost en matière de qualité des données permet de travailler à partir d'informations fiables, pertinentes et à jour. Par exemple, les logiciels de qualité de l'adresse capturent les informations client, les vérifient et les mettent à jour, en conformité avec les standards postaux, dans les bases de données de l'entreprise ou sur son site Internet, que ce soit au moment de leur saisie ou au cours de leur exploitation.

VISIONNAIRE

En 2015, Gartner a positionné Neopost dans le quadrant des visionnaires dans son analyse du marché de la qualité des données.



“

PRÉVENIR LA DATA MADNESS !

“J’ai trop de données à gérer.”

“Nous ne savons plus qui est qui.”

“Trop d’envois nous reviennent non distribués.”

“Risque de données dupliquées ? Nous avons même des données quintuplées ! ”

”

PLUS DE

15
MILLE

organisations de toutes tailles
utilisent les solutions de qualité
de l’adresse de Neopost.

ZOOM

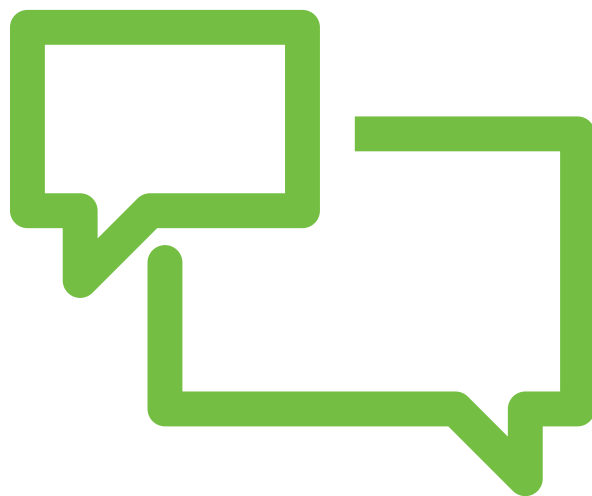
Lorsque qualité des données rime avec qualité de la communication

Sources de surcoûts et de dysfonctionnements dans les relations avec les parties prenantes, l’afflux de données non gérées et l’absence de vérification des informations sont dangereux pour la santé des entreprises. Les experts des filiales dédiées de Neopost comme Satori Software dans le domaine de la qualité de l’adresse, Human Inference, spécialiste des bases de données de référence sur les clients, ou encore DMTI Spatial pour les données géolocalisées, mettent au point les outils garantissant la qualité, l’intégrité et l’intelligence des données.

NEWS

Complémentarité des offres de qualité des données et de communication client

En 2015, la plateforme Inspire™ s’est enrichie d’un module de qualité de l’adresse fourni par Satori Software. Cette fonctionnalité a déjà été lancée sur le marché américain.



TÉMOIGNAGES CLIENTS

“

Nous voulions limiter autant que possible l'intervention humaine pour des raisons de conformité. Pour Claim Eazy, la qualité et l'exactitude des documents sont essentielles car nous voulons obtenir la certification ISO 9001.

À propos des solutions de traitement de courrier de Neopost.
James Treacy, cofondateur, Claim Eazy, société de gestion de réclamations pour les particuliers, Royaume-Uni.

Nous n'avons plus besoin de maintenir nos anciens systèmes maison. Nous laissons ProShip, notre expert, faire ce qu'il fait mieux que personne et prendre en charge les systèmes à notre place.

Tom Spoke, responsable de la distribution mondiale informatique, Trek Bicycle, concepteur et fabricant de vélos et de composants associés, États-Unis.

Envoyer les factures par e-mail plutôt que par courrier postal permet de s'assurer qu'elles arrivent au destinataire approprié, via son canal de communication préféré, et cela nous permet en outre d'être payés dans les temps.

À propos de la solution OMS-500, l'adaptation pour les PME du logiciel Inspire™ de GMC Software.
Marcin Rutkowski, Directeur administratif, Ranson, fournisseur de produits de pâtisserie, Royaume-Uni.

”

“

*Nos valeurs et nos engagements guident
au quotidien les actions de Neopost,
un Groupe responsable.*

Denis Thiery

”

RESPONSABILITIES



NEOPOST, ACTEUR DE L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE

Pleinement consciente des enjeux environnementaux, Neopost est une entreprise responsable engagée dans une démarche de développement durable. En matière environnementale, le Groupe a su tirer parti des contraintes réglementaires en les anticipant et en les transformant en avantage concurrentiel.

L'écoconception à la base de la production

De la phase de conception des produits à leur démantèlement en fin de cycle de vie, Neopost prend en compte tous les aspects environnementaux. Qu'il s'agisse du choix des matériaux, du nombre de composants, du ratio entre la masse des produits et les volumes d'emballage, des émissions sonores ou encore des consommations énergétiques, l'écoconception fixe les spécificités techniques de la production, des équipements en usage et des conditions de recyclabilité afin de limiter les impacts sur l'environnement.

La règle des 3R

Le Groupe applique à ses produits écoconçus la règle des 3R : réparer, réutiliser, recycler. En effet, la durabilité du produit étant une composante essentielle de l'écoconception, ce dernier doit pouvoir être démonté, réparé, réutilisé et les matières non toxiques récupérées doivent pouvoir être facilement recyclées.



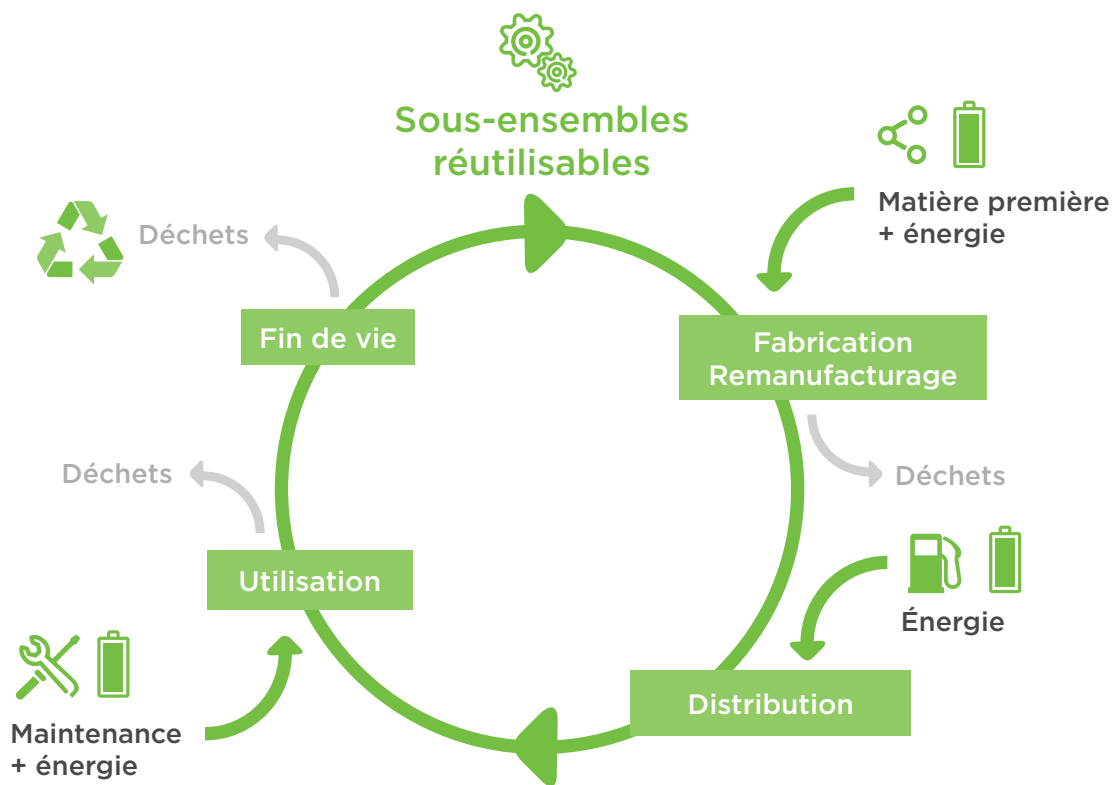
A titre d'exemple, grâce à la veille automatique, une plieuse-inséreuse DS-35, modèle d'entrée de gamme destiné à un usage bureautique, consomme 7 fois moins d'électricité que le modèle équivalent de la génération précédente.



Qu'est-ce que l'économie circulaire ?

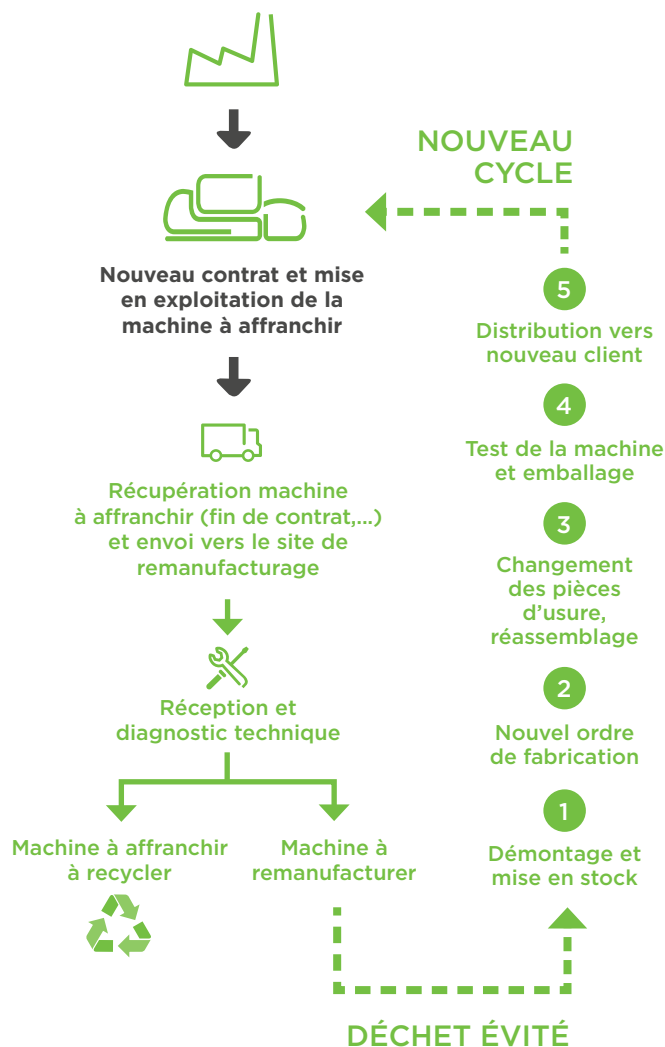
L'économie circulaire désigne un concept économique qui s'inscrit dans le cadre du développement durable : l'objectif est de produire des biens et des services tout en limitant, à tous les stades du cycle de vie du produit ou du service, la consommation et le gaspillage des matières premières, de l'eau et des sources d'énergie.

CYCLE DE VIE DES ÉQUIPEMENTS



La totalité des machines à affranchir Neopost répond aux spécifications du label américain Energy Star.

PROCESSUS DE REMANUFACTURAGE D'UNE MACHINE NEOPOST



Optimisation des réparations

Neopost favorise les interventions à distance. Cela permet de limiter les déplacements des techniciens et l'impact sur l'environnement des kilomètres parcourus. À ce jour, plus de 50 % des interventions se font à distance, ce chiffre atteignant même 90 % pour l'IS-280, machine à affranchir d'entrée de gamme. Un échange standard est possible pour les machines à affranchir d'entrée et de milieu de gamme qui ne peuvent être réparées sans l'intervention directe d'un technicien. Dans ce cas, une nouvelle machine est envoyée au client dans les 24 heures. L'équipement d'origine est alors retourné, puis intégré au processus de recyclage. Au-delà des économies de coût réalisées en termes de maintenance, cela permet d'améliorer à la fois le service client et la qualité des machines en parc. Ces dernières nécessiteront moins d'opérations de maintenance par la suite. À ce jour, ce système d'échange standard est déployé en Allemagne, au Benelux, aux États-Unis, en France et au Royaume-Uni.

Le remanufacturation, une deuxième vie

Depuis 2012, Neopost développe le remanufacturation pour les machines d'entrée et de milieu de gamme. Il s'agit de remettre à neuf des équipements à partir d'une combinaison de pièces et de sous-ensembles provenant de machines récupérées en fin de contrat de *leasing* ou de location ou bien de machines ayant fait l'objet d'un échange standard. Certains produits ou composants sont néanmoins systématiquement remplacés afin de garantir le même niveau de qualité, de fiabilité et de fonctionnalités, tout en offrant la même esthétique qu'un produit neuf. En 2015, environ 30% des machines à affranchir placées chez les clients de Neopost étaient issues du remanufacturation.

Diminution de l'impact environnemental

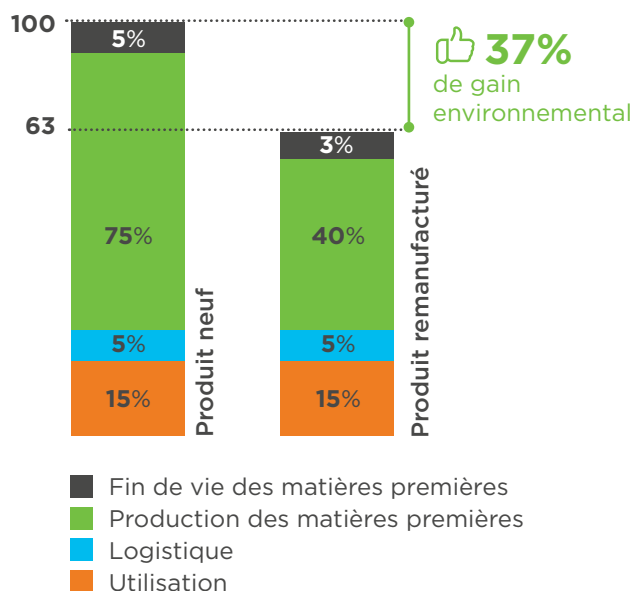
Si l'on tient compte de l'ensemble du cycle de vie des équipements (fabrication, transport et usage), le remanufacturing permet une réduction significative de l'empreinte carbone de l'activité de Neopost.



En augmentant la part des machines remanufacturées dans sa base installée, le Groupe a diminué de 25% son empreinte carbone en 2014 et estime pouvoir atteindre le chiffre de 30%* en 2016.

* Estimations de Neopost sur la base d'une empreinte carbone inférieure de 37% sur les machines remanufacturées.

L'empreinte écologique des systèmes d'affranchissement



75%

Le processus d'écoconception garantit un potentiel de recyclage de 75% des composants d'une machine à affranchir, notamment grâce à la suppression des inserts métalliques et à l'homogénéité des plastiques. Ce ratio va au-delà des seuils établis par la directive DEEE.

85%

En 2015, le taux de recyclage effectif des déchets issus des gammes de machines à affranchir Neopost a atteint 85%.



Contribution à la création d'emplois

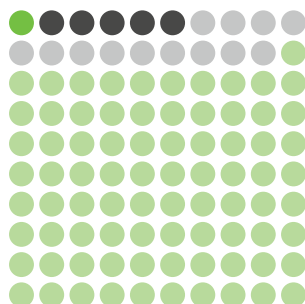
Le remanufacturing est aussi un moyen pour Neopost de maintenir l'activité et l'emploi sur son site de production en France. Vingt emplois directs et six emplois indirects ont ainsi été préservés au Lude.



DES ÉQUIPES ENGAGÉES

L'implication des collaborateurs est un élément essentiel de l'approche responsable du Groupe. Neopost déploie ainsi des initiatives visant à promouvoir les standards éthiques et les principes clés dictant les règles de comportement vis-à-vis de ses parties prenantes.

FAVORISER
L'ESPRIT
D'ÉQUIPE



Répartition des salariés par activité

(au 31 janvier 2016)

- Siège social et fonctions centrales : **1%**
- *Neopost Shipping* : **5%**
- *Enterprise Digital Solutions* : **13%**
- *SME Solutions* : **81%** (dont *Supply chain*: 15%)

PROMOUVOIR L'INNOVATION

Diversité

Neopost est un employeur mondial fier de la diversité de ses collaborateurs qu'il encourage à créer, à innover et à travailler ensemble. Par ailleurs, le Groupe a établi des normes éthiques élevées dans un souci de dignité et de respect de ses collaborateurs.

Développement des compétences

L'engagement, la motivation et le développement des collaborateurs sont essentiels au succès de Neopost. À cet effet, le Groupe est déterminé à développer l'employabilité de ses collaborateurs, à favoriser la mobilité interne et à préserver l'équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle.

Libre expression

Neopost favorise le dialogue et les relations avec ses employés. Chaque société du Groupe est responsable de la mise en place de la communication avec ses collaborateurs et des conditions d'un dialogue constructif avec eux. Au-delà des différentes initiatives mises en œuvre localement, le Groupe mène tous les deux ans une enquête d'engagement globale qui permet à chaque employé de prendre la parole de manière anonyme.

AVOIR LE GOÛT DE LA RÉUSSITE

Implication auprès des communautés locales

Neopost respecte les cultures et les coutumes locales, et soutient les communautés au sein desquelles ses filiales sont implantées. Chaque société du Groupe est encouragée à jouer un rôle dans les activités sociales et communautaires qui sont alignées avec ses valeurs.

Le Groupe contribue au développement socio-économique par l'emploi, au travers de partenariats avec des établissements d'enseignement locaux, en favorisant autant que possible des contrats avec des fournisseurs locaux, et enfin en participant à des actions caritatives.

ÊTRE À L'ÉCOUTE DE NOS CLIENTS

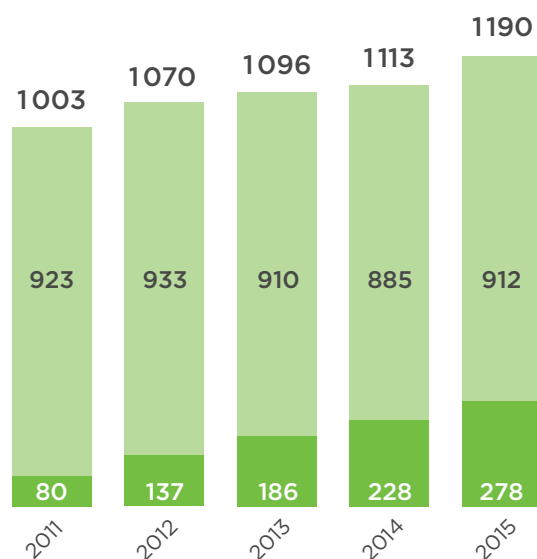
NOS VALEURS

L'intégration de nouveaux métiers et le tournant stratégique que le Groupe a pris ces dernières années a mené celui-ci à redéfinir ses valeurs afin de refléter au mieux son identité.



LA TRANSFORMATION EN CHIFFRES

L'enrichissement de l'offre de Neopost se traduit par une évolution de son modèle économique. Les solutions de traitement du courrier génèrent des revenus liés à la vente d'équipements ainsi que des revenus récurrents. Les nouvelles activités de Neopost sont essentiellement des solutions logicielles fournies en mode client/serveur ou accessibles en mode SaaS/*Cloud*, ce qui génère des revenus à la transaction.



Évolution du chiffre d'affaires

(en millions d'euros)

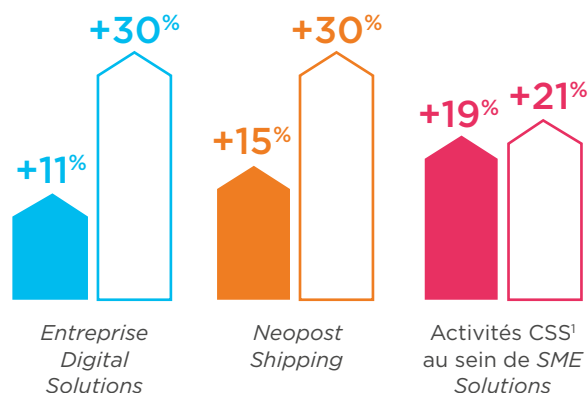
- Mail Solutions
- Communication & Shipping Solutions

Depuis 2012, Neopost s'est engagé dans une évolution profonde de son activité en développant des solutions performantes et appropriées dans le domaine de la communication digitale tout en étendant son activité dans le domaine des solutions logistiques. La forte croissance de ces activités digitales et logistiques a largement contribué à la progression du chiffre d'affaires qui a augmenté de 18,6 % en 4 ans. Hors effets de change, cela représente une croissance annuelle moyenne de 1,9 %.

Forte croissance des nouvelles activités

Que les activités digitales et logistiques soient proposées à des grands comptes au sein d'*Enterprise Digital Solutions* et de *Neopost Shipping* ou qu'elles soient commercialisées auprès des clients traditionnels de Neopost, pour l'essentiel des PME, leur chiffre d'affaires a atteint des taux de croissance annuels très significatifs au cours des quatre dernières années.

Taux de croissance annuel moyen du chiffre d'affaires



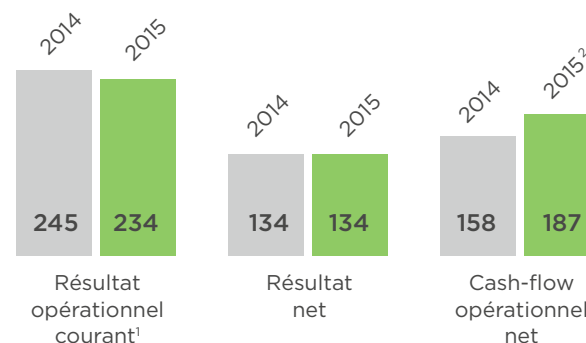
■ Taux de croissance organique annuel moyen 2012-2015

□ Taux de croissance annuel moyen hors change 2012-2015

¹ CSS = Communication & Shipping Solutions

Neopost, un groupe très profitable générant des cash-flows élevés

(en millions d'euros)



En 2015, Neopost a su préserver une marge opérationnelle courante hors charges liées aux acquisitions de 19,7% du chiffre d'affaires. Son résultat net est resté stable et a représenté une marge nette de 11,2% du chiffre d'affaires.

Retraités du paiement exceptionnel de 37 millions d'euros pour régularisation de TVA au Royaume-Uni, les flux de trésorerie nets provenant des activités opérationnelles ont crû de 18%.

¹ Hors charges liées aux acquisitions

² Hors paiement exceptionnel de 37 millions d'euros pour régularisation de TVA au Royaume-Uni

NEOPOST EN BOURSE

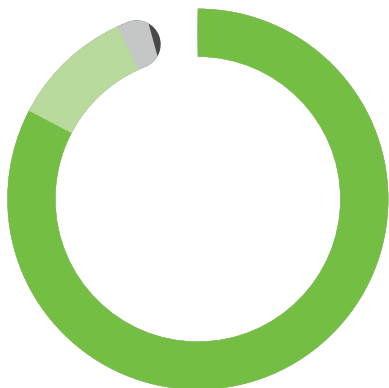
Afin que les enjeux de la transformation de Neopost soient compris de tous, le Groupe mène une politique de communication financière transparente et pédagogique tant auprès des investisseurs actions que des institutions détentrices d'obligations et de lignes de crédit.

En 2015, ce sont près de quatre cents rencontres qui ont été organisées avec la communauté financière. Par ailleurs, la rubrique financière du site Internet a été entièrement repensée pour permettre d'y trouver facilement et rapidement toute information nécessaire.



Gaële Le Men

Directeur des relations investisseurs



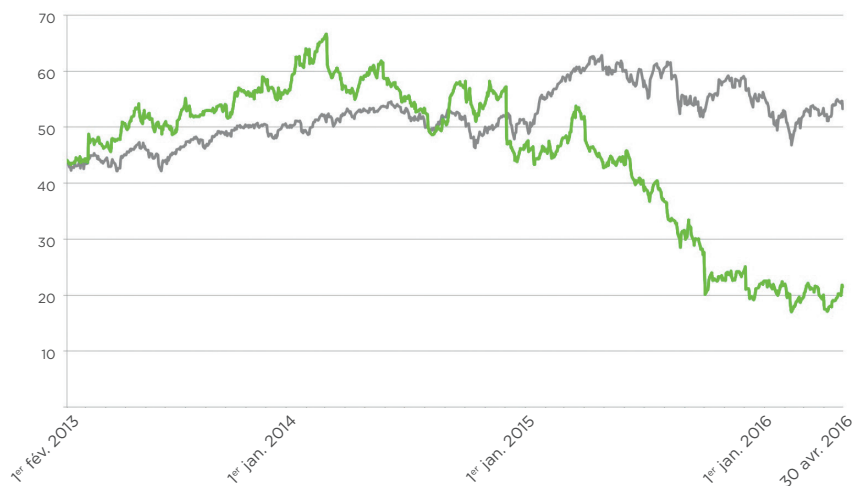
Répartition du capital au 31 janvier 2016

- Investisseurs institutionnels **83,6 %**
- Actionnaires individuels **13,7 %**
- Administrateurs, management et salariés **2,3 %**
- Actions détenues en propre **0,4 %**

Cours de bourse

(au 30 avril 2016)

- Neopost (cours en €)
- SBF 120 (rebasé)



3,72 €

Résultat net 2015
par action

1,70 €

Dividende par action
au titre de l'exercice 2015

Calendrier financier

31 janvier 2016	Clôture annuelle 2015
5 février 2016	Détachement de l'acompte sur dividende 2015
9 février 2016	Paiement de l'acompte sur dividende 2015 : 0,80 euro par action
29 mars 2016*	Chiffre d'affaires et résultats annuels 2015
30 mars 2016	Réunion d'information
1er juin 2016*	Chiffre d'affaires 1er trimestre 2016
1er juillet 2016	Assemblée Générale des actionnaires
9 août 2016	Paiement du solde du dividende 2015
27 septembre 2016*	Chiffre d'affaires et résultats semestriels 2016
28 septembre 2016	Réunion d'information
1er décembre 2016*	Chiffre d'affaires 3e trimestre 2016
31 janvier 2017	Clôture annuelle 2016
Fin mars 2017*	Chiffre d'affaires et résultats annuels 2016

* Publication après la clôture du Premier Marché d'Euronext Paris

■ CRÉDITS

Le rapport annuel Neopost 2015 est imprimé sur Satimat Green, papier composé à 60% de fibres recyclées. Par rapport à un papier non-recyclé, ce choix permet de réduire l'impact environnemental de :



790

kg de matières envoyées en
décharge



91

kg de CO₂



913

km parcourus en voiture
européenne moyenne



18 538

litres d'eau



1 704

kWh d'énergie



1 283

kg de bois

Sources : Données Labelia Conseil pour l'empreinte carbone.
Données European BREF pour le papier à fibres vierges.



Conception éditoriale et rédaction : Neopost - DDB Financial
Conception, illustrations, création et réalisation : Futurama Links - Futurama

PDF sublimé par Goodbye [static] PDF / Publishing for Good

Photos :

P. Boulanger (p. 5, 6, 10, 11 et 52)

Neopost (p. 7, 18 et 48) Samot / Shutterstock.com (p. 5, 32)

Denis Vrublevski / Shutterstock.com (p. 19)

Connel / Shutterstock.com (p. 26)

Moustache Girl / Madiz / Naypong / Shutterstock.com (p. 27)

Baranq / Shutterstock.com (p. 33)



113, RUE JEAN-MARIN NAUDIN
92220 BAGNEUX - FRANCE
www.neopost.com