

MON

JULY  
AUGUST  
SEPTEMBER 2003

3

JUILLET  
AOÛT  
SEPTEMBRE 2003

POSTALE

REVUE DE L'UNION POSTALE UNIVERSELLE  
UNIVERSAL POSTAL UNION REVIEW

A woman with dark hair, wearing a black cardigan and a brown belt with a large buckle, is smiling as she inserts a blue Postbank card into an ATM. The ATM has a yellow banner with the Postbank logo and name. The background is a solid blue wall.

**Services financiers:  
un pactole pour la poste**

**Financial services:  
A good investment for Posts**

# REINER

## For Validation or Cancelling in the Post Office



**ERNST REINER GMBH & CO. KG • D-78115 FURTWANGEN / GERMANY**

PHONE: ++49 7723 / 657-0 • FAX: ++49 7723 / 657 200 • INTERNET: <http://www.reiner.de> • E-MAIL: [reiner@reiner.de](mailto:reiner@reiner.de)

# Dans ce numéro...

## In this issue ...

### Couverture

En plus de répondre aux besoins des gens vivant dans de petites communautés dépourvues de banque, les services financiers postaux constituent une source de revenus séduisante pour les postes.  
(Photo: Deutsche Post)

### Avant-propos

Une marque de confiance en la poste

### En bref

Survol des activités de l'UPU et du secteur postal

### Services financiers postaux

Services financiers: un pactole pour la poste  
Brésil: la banque postale qui va plus loin  
Nouvelle-Zélande: Kiwibank aide à bâtir l'avenir de la poste  
IFS: quand les transferts d'argent prennent le virage technologique  
Tenir les blanchisseurs de capitaux à distance

### Réforme postale et développement

Réforme postale: un moyen de lutte contre la pauvreté  
Le GADP, la pauvreté et la réforme postale

### Le site web de l'UPU

Une mine d'informations postales

### Rubriques

#### *Dialogue avec les dirigeants postaux*

D.E. Pule, Directeur général de BotswanaPost

#### *Droit à la communication*

Reprise du service postal en Iraq

#### *Un bureau de poste sous les projecteurs*

Le bureau de poste sous-marin de Vanuatu

#### *Forum philatélique*

Le timbre fêté comme il se doit

### Cover

In addition to meeting the needs of people living in small communities where no bank exists, postal financial services are an appealing revenue stream for Posts.  
(Photo: Deutsche Post)

### Preface

A sign of confidence in the Post

### In brief

Short news items about the UPU and the postal industry

### Postal financial services

8 Financial services: A good investment for Posts  
14 Brazil: the Post Bank that goes further  
16 New Zealand: Kiwibank helps build Post's future  
18 IFS: money transfers go hi-tech  
22 Keeping money launderers at bay

### Postal reform and development

24 Postal reform: a roadmap for combating poverty  
28 The PDAG on postal reform and poverty

### The UPU's website

29 A gold mine of postal information

### Regular Features

#### *Face-to-face with postal leaders*

32 D.E. Pule, Director General, BotswanaPost

#### *Right to communication*

38 Postal service resumes in Iraq

#### *Post Office in the spotlight*

43 Vanuatu's underwater post office

#### *Philatelic forum*

47 Every stamp has its day



Editrice en chef/Managing Editor:

Juliana Nel

Rédacteur en chef/Editor:

Rhéal LeBlanc

Rédacteur adjoint/Assistant Editor:

Jérôme Deutschmann

Secrétaire de rédaction/Editorial Assistant:

Gisèle Läubli

Photographe interne/In-house photographer:

Alexandre Plattet

Abonnement/Subscriptions:

Antoine Bezençon: publications@upu.int

Impression/Printer: Benteli Hallwag Druck AG, Berne

Autres langues/Other languages:

allemand/German, arabe/Arabic, chinois/Chinese, espagnol/Spanish, russe/Russian

Adresse/Address:

Union Postale  
Bureau international  
Union postale universelle  
Case postale  
3000 BERNE 15  
SUISSE

www.upu.int

Téléphone: (+41 31) 350 33 10

Fax: (+41 31) 350 31 77

E-mail: rheal.leblanc@upu.int

Les opinions exprimées dans les articles ne sont pas nécessairement celles de l'UPU. La reproduction d'extraits de la publication est autorisée pour autant qu'elle s'accompagne de la mention: © Union Postale de l'UPU

The opinions expressed in the articles are not necessarily those of the UPU. Material may be reproduced with an acknowledgement: © UPU Union Postale



# Une marque de confiance en la poste

## A sign of confidence in the Post

**A**llemagne, Bénin, Brésil, France, Iran (Rép. islamique), Japon, Nouvelle-Zélande, Suisse: dans tous ces pays et de nombreux autres, des millions de personnes passent par la poste quotidiennement non seulement pour y faire acheminer du courrier, mais aussi pour y déposer, retirer, envoyer, recevoir ou transférer de l'argent.

De plus en plus de citoyens confient leurs activités financières à la poste. Par commodité, vu sa proximité dans la plupart des communautés, mais aussi en raison de la confiance qu'ils lui accordent. C'est d'ailleurs sur cette confiance, combinée à la simplicité des produits, à la qualité du service et au caractère quasi ubiquitaire de la poste, que repose le succès des services financiers postaux.

En y consacrant son présent numéro, *Union Postale* a voulu souligner l'apport très concret de ces services au développement économique des communautés, à l'épanouissement de ses habitants et au maintien du service postal en tant que tel. Dans l'environnement actuel de déréglementation et de libéralisation, les services financiers postaux insufflent de la vitalité aux administrations postales à la recherche de nouveaux créneaux. Mais il faut se moderniser et viser l'excellence. L'UPU s'évertue d'ailleurs à soutenir les efforts des postes désireuses d'offrir des services financiers, ou d'en rehausser la qualité et la sécurité, en fournissant expertise et technologie.

En outre, les services financiers s'inscrivent au nombre des prestations qui font de la poste un acteur social non négligeable. Comme vous pourrez le constater dans les pages suivantes, la réforme postale visant à instaurer l'universalité du service peut contribuer, de façon très pratique, à l'autonomie et au bien-être des gens. De ce fait, elle contribue à la réalisation des objectifs inscrits dans la Déclaration du millénaire des Nations Unies, le premier étant de réduire la pauvreté dans le monde d'ici à 2015.

Enfin, *Union Postale* fait le point sur les postes de l'Iraq et de l'Algérie, fortement touchées récemment par la guerre et les séismes. Celles-ci s'en remettent petit à petit, et l'UPU suit la situation de près. Elle fera le nécessaire pour aider à redonner aux sinistrés le droit à la communication.

La rédaction

**I**n Benin, Brazil, France, Germany, Iran, Japan, New Zealand, Switzerland and many other countries, millions of people call in at the post office every day, not just to post letters but also to deposit, withdraw, send, receive or transfer money.

More and more customers are giving their financial business to the Post. Not just because of the convenience factor (a post office is never very far away in most communities), but also because they trust the Post. And it is this trust, together with easy-to-handle products, a quality service and the dense postal network, that ensure the success of postal financial services.

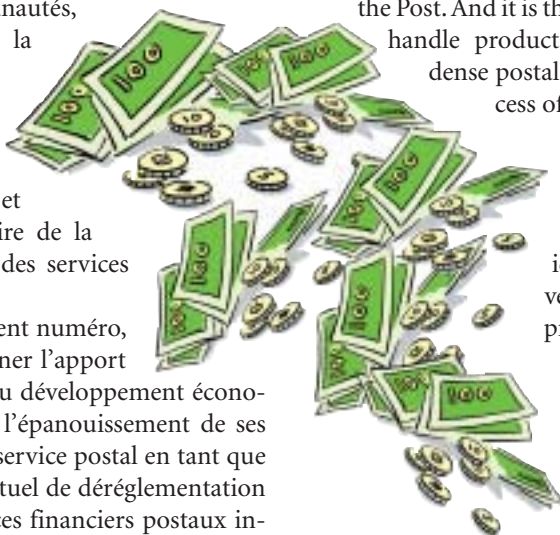
In dedicating this issue to that topic, *Union Postale* wanted to stress the very tangible contribution these services make to the economic development of communities, the prosperity of their inhabitants and to preserving the postal service as such. In today's climate of deregulation and liberalization, postal financial services are giving fresh impetus to postal administrations in search of new market opportunities.

But services must be modern and offer quality. That is why the UPU is doing all it can to provide expertise and technology to Posts wishing to provide financial services, or to upgrade the quality and security of their existing ones.

What is more, financial services highlight the significant social role Posts play in many countries. Read on to discover how postal reform geared to establishing a universal service can contribute in a practical way to people's independence and welfare, and thereby help the United Nations achieve the objectives of its Millennium Declaration. The first of these is to reduce world poverty by 2015.

Lastly, *Union Postale* turns the spotlight on Iraq and Algeria. War and earthquakes have recently buffeted both countries, but they are gradually recovering. The UPU is keeping a close eye on the situation so it can take appropriate action to help restore the right to communication to the hard-hit citizens of these countries.

The Editor



# En bref

## In brief

### La Roumanie dévoile le logo du Congrès 2004



### Romania unveils 2004 UPU Congress logo

L'un des symboles traditionnels du service postal – une colombe portant une lettre dans son bec – a été choisi comme logo du Congrès de l'UPU qui aura lieu à Bucarest en 2004. Représentée dans un style sobre librement inspiré des œuvres de Picasso, la colombe – également symbole de paix – apparaît dans un cercle rappelant le globe terrestre. Un trait bleu, jaune et rouge correspondant aux couleurs du drapeau roumain et l'expression «23<sup>e</sup> Congrès de l'Union postale universelle, 2004, Bucarest – Roumanie» complètent le dessin.

Le Gouvernement de la Roumanie et l'Union postale universelle ont également signé deux accords officialisant le 23<sup>e</sup> Congrès de l'UPU. Ces accords contiennent une description détaillée des tâches et responsabilités incombant à chacune des parties dans l'organisation de l'événement, qui aura lieu du 15 septembre au 5 octobre 2004.

Lors de la cérémonie de signature à Bucarest, au mois de juin, M. Dan Nica, Ministre des communications et des technologies de l'information, a souligné que le Gouvernement roumain s'était engagé à garantir le succès du Congrès. «Le Gouvernement de la Roumanie considère les activités de l'Union postale universelle comme étant de la plus haute importance, car les services postaux continuent à jouer un rôle essentiel pour le développement de tout pays et pour l'amélioration de la communication dans le monde.»

Le Directeur général du Bureau international de l'UPU, M. Thomas E. Leavey, a déclaré que le Gouvernement roumain et, en particulier, la poste roumaine profiteront des avantages liés à l'organisation de l'événement. En tant qu'hôte du Congrès, la poste roumaine prendra la présidence du Conseil d'administration de l'UPU dès la fin de la réunion.

**Thomas E. Leavey, Directeur général du Bureau international de l'UPU (à gauche), et Dan Nica, Ministre roumain des communications et des technologies de l'information, ont signé en juin 2003 deux accords sur la tenue du Congrès de l'UPU 2004 à Bucarest.**



One of the traditional symbols of the postal service – a dove carrying a letter in its beak – was chosen as the logo for the 2004 UPU Congress in Bucharest. In a simple free-style Picasso-like drawing, the dove – also a symbol of peace – appears against a circle symbolizing the globe. A line in the blue, yellow and red colours of the Romanian flag and the words 23rd Congress of the Universal Postal Union, 2004, Bucharest, Romania, complete the design.

The Government of Romania and the Universal Postal Union also signed two Agreements formalizing the 23rd UPU Congress. The Agreements detail each party's tasks and responsibilities in the organization of the event that will take place from 15 September to 5 October 2004.

During the signing ceremony in Bucharest in June, Dan Nica, Minister of Communications and Information Technology, emphasized the Romanian Government's commitment in making the Congress a success. "The Government of Romania considers the activities of the Universal Postal Union of the utmost importance, as postal services continue to hold an essential role for the development of any country and for the consolidation of a better connected world."

UPU Director General Thomas E. Leavey said the Romanian Government will greatly benefit from organizing the event, especially the Romanian Post. As the Congress host, the Romanian Post will chair the UPU's Council of Administration immediately following the Congress.

**Thomas E. Leavey, UPU Director General (at left), and Dan Nica, Minister of Communications and Information Technology in Romania, met in June to sign two Agreements finalizing the 2004 UPU Congress in Bucharest.**



**Le Forum de l'UPU pour le développement du publi-postage (FDP) a un nouveau Président. Il s'agit de M. James Wade, Vice-Président for International Business à United States Postal Service (USPS). M. Wade a une longue expérience du service postal, ayant occupé des postes de responsabilité dans les domaines des finances, du marketing, de la communication et de la planification stratégique, entre autres. Le Forum a pour but de favoriser le développement du publi-postage et de stimuler la croissance du marché à l'échelle mondiale en consolidant les partenariats entre les administrations postales et les entreprises privées dans le secteur considéré. M. Wade succède à M. Robert Michelson, également d'USPS, et qui a présidé le Forum pendant quatre années.**



**DMAB gets new Chairman: James Wade, Vice-President for International Business at the United States Postal Service, is the new Chairman of the UPU's Direct Mail Advisory Board (DMAB). Wade has a long experience in the postal service, having held positions in finance, marketing, and communications and strategic planning, among others. The DMAB fosters the development of direct mail and stimulates the worldwide growth of the market by strengthening valued partnerships between postal administrations and private companies in the industry. Wade takes over from Robert Michelson, also from the USPS, who chaired the group for four years.**

## En route pour POST-EXPO 2003

Les dirigeants des grandes postes du monde et de leurs partenaires sectoriels prendront la parole devant le forum des entreprises postales organisé par l'UPU à l'occasion du salon POST-EXPO 2003 de Bruxelles (Belgique). Johnny Thijs, Directeur général de La Poste belge, inaugurera le forum, tandis qu'il reviendra à Arum Sinha, Vice-Président de Pitney Bowes, d'en indiquer les grands axes. POST-EXPO 2003 aura lieu du 7 au 9 octobre 2003 au Parc des expositions de Bruxelles.

Un forum technologique, divers ateliers de technologie et un forum européen des utilisateurs des services de courrier auront également lieu en marge de POST-EXPO 2003.

Près de 200 exposants présenteront leurs services et produits à l'exposition internationale de technologies postales, qui s'enrichit cette année d'une exposition de modèles de véhicules de distribution et de solutions de transport développés par les principaux fabricants d'automobiles.

Au stand de l'UPU (n° 7092), les visiteurs pourront se familiariser avec le dernier cri de la technologie en matière de suivi et de localisation, de traitement du courrier international et de transmission électronique des mandats de poste. L'équipe du Centre de technologies postales fera une démonstration de ses applications logicielles, qui se distinguent par leur coût raisonnable et leur adaptabilité aux différents besoins des opérateurs postaux. L'UPU fera également une démonstration de son produit Universal POST\*CODE® DataBase, un outil de gestion d'adresses qui garantit le tri et la distribution rapides des envois.

*Pour de plus amples informations, se connecter sur [www.postexpo.com](http://www.postexpo.com).*



## UPU heads for POST-EXPO 2003

Chief executives from leading Posts and partner enterprises will address the Postal Business Forum organized by the UPU during POST-EXPO 2003 in Brussels. Johnny Thijs, CEO of La Poste, Belgium, will open the forum while the Vice-President of Pitney Bowes, Arum Sinha, will deliver the keynote address. POST-EXPO 2003 will take place at the Brussels Exhibition Centre from 7 to 9 October.

A Technology Forum, various technology workshops and a European Mail Users Forum will also take place during POST-EXPO 2003.

Close to 200 exhibitors will showcase their services and products at this year's International Technology Exhibition, the latest addition being a display of delivery vehicles and transportation solutions from leading vehicle manufacturers.



The UPU's stand (No. 7092) will feature the latest technology in track and trace, international mail handling and electronic money order transfers. The Postal Technology Centre team will demonstrate its affordable software applications, which are adaptable to the different needs of postal operators. The UPU will also demonstrate its Universal POST\*CODE® DataBase, an address-management tool that ensures rapid sorting and delivery of mail items.

*More information available at [www.postexpo.com](http://www.postexpo.com).*

## Une norme mondiale pour les cachets électroniques

L'Union postale universelle travaille avec d'importants fabricants de logiciels pour intégrer une norme mondiale concernant les cachets électroniques dans des applications telles que Microsoft Office, Adobe Acrobat et Sun StarOffice.

Se basant sur les spécifications techniques développées par le Centre de technologies postales de l'UPU avec l'aide d'administrations postales utilisant les cachets électroniques, dont celles du Canada, de l'Amérique (Etats-Unis), de la France, de l'Italie et de la Belgique, les fournisseurs de logiciels sont en train de créer une interface normalisée pour les particuliers et les entreprises qui souhaitent appliquer une signature numérique authentifiée à des documents et à des transactions électroniques.

Appelé «cachet électronique» (EPM), ce service prévoit un cachet à horaire et à date certifiés pour les documents électroniques et permet de stocker et d'archiver toutes les données ainsi que d'assurer leur non-



## Electronic Postmark sets global standard

The Universal Postal Union is working with major software manufacturers to incorporate a global standard for electronic postmarks into applications such as Microsoft Office, Adobe Acrobat and Sun StarOffice.

Working with technical specifications developed by the UPU's Postal Technology Centre with the assistance of postal administrations that have electronic postmarks, including Canada, the United States, France, Italy and Belgium, software vendors are creating a standardized interface for individuals and businesses that want to apply trusted digital signatures to electronic documents and transactions.

Called the Electronic Postmark (EPM), the service applies a trusted time-and-date seal to an electronic document, and stores and archives all non-repudiation data needed to support a potential court challenge. The ability to apply a digital signature to an electronic document that can stand the test of law is critical for on-line business.



répudiation en cas de contestation judiciaire. Pour les entreprises en ligne, la possibilité d'appliquer une signature numérique reconnue par la loi à un document électronique est essentielle.

Pour Steve Gray, Chef du programme «Commerce électronique» de l'UPU, «le cachet électronique indique qui a signé les documents, quels documents ont été signés, à quelle heure et pour quel motif. Ce service se base sur l'utilisation des atouts des postes et sur la confiance que leur confèrent leurs clients pour faire entrer les entreprises dans l'ère du numérique.»

Alors que l'UPU continue de travailler avec les principales administrations postales en vue de l'adoption de cette norme pour tous les cachets électroniques, la Commission économique des Nations Unies pour l'Europe a aussi inclus la question du cachet électronique dans son projet UNeDocs, une initiative visant à faciliter le commerce international en ligne.

“The Electronic Postmark proves who signed what documents, at what time and for what reasons,” says Steve Gray, Program Manager for Electronic Business at the UPU. “The service uses the existing assets and trusted brand of postal administrations to bring businesses into the digital age.”

As the UPU continues to work with major postal administrations on the adoption of this standard for all electronic postmarks, the United Nations Economic Commission for Europe has also included the Electronic Postmark in its UNeDocs project, an initiative to facilitate online international trade.



**Le cachet électronique appose une signature numérique certifiée sur les documents électroniques.**

**The Electronic Postmark applies a trusted digital signature to electronic documents.**

## UPU\*Clearing: démarrage le 1<sup>er</sup> octobre



Grâce à l'adhésion de 21 pays répartis sur cinq continents, le nouveau système de compensation, dénommé «UPU\*Clearing», sera opérationnel dès le 1<sup>er</sup> octobre 2003.

Sa particularité: l'utilisation du portail Internet.

UPU\*Clearing permet aux opérateurs postaux d'envoyer en ligne et à toute heure des notifications de règlement de frais de transit, de frais terminaux et de frais de colis postaux à leurs partenaires. Les notifications électroniques peuvent être commentées, modifiées, acceptées ou refusées instantanément par les débiteurs au moyen d'un module d'acceptation ou de refus, le tout sur une plate-forme de discussion. Aucun logiciel ni coût d'investissement ne sont nécessaires; une connexion Internet sur un site sécurisé accessible à l'aide d'un mot de passe suffit.

UPU\*Clearing intègre une fonction bancaire. Les paiements mensuels sont centralisés, et les mouvements de fonds sont considérablement réduits pour les participants, qui jusque-là travaillaient de façon bilatérale.

Ce nouveau système de compensation est géré par le secrétariat du Groupe «Utilisateurs UPU\*Clearing». Ce Groupe a tenu au début de septembre sa première assemblée générale.

## UPU\*Clearing set for launch on 1 October

Twenty-one countries from five continents have agreed to adhere to the new clearing system, UPU\*Clearing, setting the stage for its operational launch on 1 October 2003.

Thanks to an Internet portal, UPU\*Clearing allows postal operators to send their partners online payment notifications for transit charges, terminal dues and postal parcels at any time. Debtors can comment on, change, accept or refuse electronic notifications instantly by means of an acceptance/refusal module linked to a discussion platform. There is no need to install any software and there are no investment costs; all that is needed is a connection to a secure website with a personalized password.

UPU\*Clearing incorporates a banking function. Monthly payments are centralized and fund movement is significantly reduced for participants, who operated under bilateral agreements with their partners in the past. Credit risk considerations are a focal concern of the new system.

The new clearing system is managed by the UPU\*Clearing User Group Secretariat, which held its first general assembly at the beginning of September.



De g. à dr., Mark Mwandosya, Ministre des communications et des transports de la Tanzanie (Rép. unie), Thomas E. Leavey, Directeur général du Bureau international de l'UPU, et Jilani Ben Haddada, Secrétaire général de l'Union panafricaine des postes (UPAP), étaient présents à l'ouverture officielle du nouveau siège de l'UPAP à Arusha (Rép. unie de Tanzanie). L'événement a eu lieu à la fin d'avril, coïncidant avec une conférence régionale sur le partenariat en matière de coopération et de développement. Créée en 1980, l'UPAP compte 42 pays membres.



(L/R) The Hon. Mark Mwandosya, Minister of Communication and Transport, United Republic of Tanzania, Thomas E. Leavey, Director General of the UPU, and Jilani Ben Haddada, Secretary General of the Pan-African Postal Union (PAPU), took part in the official opening of the new PAPU head office in Arusha, Tanzania, in late April. The opening coincided with a regional conference on partnership cooperation and development. Created in 1980, the PAPU has 42 member countries.

## Service postal universel: l'Amérique latine s'y met sérieusement

Depuis l'adoption du principe du service postal universel (Congrès de Beijing 1999), plusieurs postes s'intéressent à l'entérinement du concept dans une réglementation nationale. La demande d'assistance auprès de l'Union postale universelle excède toutefois les ressources disponibles. «Organiser et mettre en place la réglementation relative au service postal universel exige une expertise qui n'est pas facilement disponible partout dans le monde», explique Rudy Cuadra, Chef du programme régional Amérique latine et Caraïbes, Asie/Pacifique. Dans cette optique, le Bureau international veut former ses propres experts, de sorte qu'ils puissent intervenir au moment voulu dans une région particulière.

A l'heure actuelle, une stratégie centrée sur l'Amérique latine vise à former 12 personnes provenant de diverses postes. A la suite d'un atelier tenu à Berne en mai dernier, les 12 participants sont repartis avec l'objectif d'élaborer, d'ici à septembre, un plan d'action visant à établir ou à améliorer le service postal universel dans leur pays. «Même si l'opérateur postal dans chacun de ces pays tente d'assurer le service universel du mieux qu'il peut, dans 80% des cas, il n'existe aucune réglementation pour protéger le principe», dit M. Cuadra. Ainsi, la concurrence, très féroce en Amérique latine, s'en donne à cœur joie et gruge impitoyablement le marché de la poste aux lettres.

Si l'expérience est concluante, des projets de formation similaires seront envisagés dans d'autres régions du monde.



## Universal service: Training targets Latin America

Since the principle of a universal postal service was adopted (Beijing Congress 1999), several postal administrations have expressed an interest in embodying this concept in their domestic regulations. However, the demand for assistance from the UPU exceeds the available resources. "Organizing and introducing regulations for the universal postal service requires a level of expertise that is not readily available everywhere in the world", explains Rudy Cuadra, Latin America and Caribbean, Asia and Pacific Regional Programme Manager. With this in mind, the International Bureau is training its own experts, so they can intervene when necessary in a particular region.

A current strategy aims to train 12 people from the postal administrations of Latin America. Following a workshop held in Berne last May, the participants returned home with the objective of drafting an action plan, by September, to establish or improve the universal postal service in their countries. "Even if the postal operator in each country tries to provide a universal service as best it can, in 80% of cases there are no regulations to protect the principle," says Cuadra. Competition, which is very fierce in Latin America, makes the most of this situation, ruthlessly eating into the letter-post market.

If the strategy proves successful, similar training will be considered for other regions.



## Les jeunes sont invités à composer sur la lutte contre la pauvreté

La réduction de la pauvreté telle qu'elle figure au nombre des «Objectifs de développement de l'ONU pour le millénaire» ne peut réussir en l'absence de l'indispensable développement des infrastructures, y compris des services postaux. De par leur engagement à fournir un service postal universel, les postes remplissent une partie de cette fonction publique et sociale. Par conséquent, les activités de l'UPU en matière de développement postal et de coopération technique font partie du plan d'ensemble de développement des Nations Unies (v. art. p. 28).

C'est sur ce fond que l'UPU a retenu la lutte contre la pauvreté comme thème du concours international de compositions épistolaires pour les jeunes 2004. Ceux-ci sont invités à écrire une lettre pour «dire ce que nous, les jeunes, pouvons faire pour lutter contre la pauvreté». Toutes les lettres doivent être soumises aux administrations postales nationales, qui retiendront la meilleure composition nationale en vue du concours international. La limite d'âge est fixée à 15 ans, et les compositions doivent parvenir au Bureau international avant le 30 avril 2004.



## Young people invited to write about combating poverty

The eradication of poverty as set out in the United Nations Millennium Development Goals cannot succeed without the necessary infrastructure, including postal services. Through their commitment to providing universal postal service, Posts perform part of this public and social function. The UPU's activities in postal development and technical cooperation therefore form part of the larger UN development plan (see article on page 28).

It is against this background that the UPU has chosen the fight against poverty as the theme for its 2004 International Letter-Writing Competition for Young People. They are invited to write a letter to somebody on "how young people can help reduce poverty". All





Lors de la promotion de ce concours, les postes et le personnel éducatif devraient tenir compte de ce que l'état de pauvreté est étroitement lié à de nombreuses questions de société, telles que l'éducation, la viabilité de l'environnement, la santé, la faim et la stabilité politique. L'éducation, par exemple, apporte les compétences nécessaires pour permettre aux familles de se sortir d'un état d'extrême pauvreté et de préserver la santé de la communauté. Les nations plus riches ont aussi un rôle important à jouer en apportant une aide au développement des nations moins favorisées et en s'ouvrant aux échanges avec ces pays partenaires plus pauvres. Mais, en marge de ces activités «institutionnelles», les jeunes devraient être incités à écrire sur le thème de ce qu'eux, les jeunes, peuvent faire pour aider à lutter contre la pauvreté.

*Pour de plus amples informations sur le concours épistolaire, consulter [www.upu.int](http://www.upu.int).* ■

entries must be submitted through postal administrations that choose the best national letter for entry in the international competition. The age limit is 15 years and entries must reach the International Bureau by 30 April 2004.

In promoting the competition, Posts and educators should consider that poverty is closely related to many social issues such as education, environmental sustainability, health, hunger and political stability. Education, for example, provides the skills that can lift families out of extreme poverty and preserve community health. Wealthier nations also have an important role to play in providing development assistance and trade access to their poorer country partners. But apart from these "institutional" activities, young people should be encouraged to write how they can help reduce poverty. *More information about the competition is available on [www.upu.int](http://www.upu.int).* ■

**L'année dernière, l'Association des chefs de parc d'Australasie a décerné à Australia Post, dans le cadre de son initiative «Rouler plus vert», un certificat de «Meilleure pratique en matière de rendement énergétique» pour la gestion globale d'un parc de 10 000 véhicules.**

**Last year, the Australasian Fleet Managers Association recognized Australia Post with an award for "Greener Motoring – Energy Efficiency Best Practice" for overall management of a fleet of 10,000 vehicles.**

## L'Australie carbure pour l'environnement

Australia Post participe volontairement au programme national de lutte contre l'effet de serre et concentre ses efforts en faveur de l'environnement sur la réduction de ses émissions de gaz à effet de serre.

Au cours des cinq dernières années, la poste australienne a réduit ses émissions de dioxyde de carbone (CO<sub>2</sub>) de plus de 200 000 tonnes, soit une réduction annuelle moyenne de 8,5%.

L'utilisation de trains routiers doubles de type B sur les lignes interurbaines de transport routier entre Sydney, Melbourne, Adélaïde et Brisbane y a été pour quelque chose. Les trains routiers doubles de type B (un tracteur tirant deux semi-remorques) augmentent la capacité de portage de chaque camion de 50%. Le nombre de camions utiles sur les principaux axes de transport routier s'en est trouvé réduit, ce qui a entraîné une diminution considérable de la facture de carburant et des émissions de gaz à effet de serre d'Australia Post.

Tout, dans la flotte de camions, a été étudié, y compris l'aérodynamique: des toits de cabine spécialement conçus pour améliorer le rendement énergétique des véhicules ont été installés.

La poste australienne s'est aussi récemment tournée vers les transports ferroviaires pour acheminer le courrier le long des 2700 kilomètres qui séparent Adélaïde de Perth. Ce mode de transport représente une économie de 7000 tonnes de CO<sub>2</sub> par an.

Le passage de la flotte de fourgonnettes postales de l'essence au diesel a aussi permis d'économiser environ 1,5 million de litres de carburant par an.

«L'avenir nous promet déjà des véhicules fonctionnant avec de nouveaux carburants à faible teneur en soufre; nous étudions la possibilité d'améliorer encore le rendement des transports de ligne en ajoutant des trains routiers triples de type B à notre flotte», déclare Barry Degenhardt, chef du parc d'Australia Post.

## Australians drive environmental improvements

As a voluntary member of the national Greenhouse Challenge Program, Australia Post has focused its environmental improvement initiative on reducing greenhouse gas emissions.

In the past five years, Australia Post has reduced emissions by over 200,000 tonnes of carbon dioxide (CO<sub>2</sub>), or an average annual reduction of 8.5%.

A significant change has been the introduction of B-Double trailers on the inter-city linehaul truck routes between Sydney, Melbourne, Adelaide and Brisbane. The B-doubles (a prime mover hauling two trailers) increase the mail capacity of each truck by 50%. This reduces the number of trucks needed on major mail routes and substantially reduces Australia Post's fuel bill and greenhouse emissions.

All elements of the truck fleet have been considered, including aerodynamics, with the installation of specially designed canopies improving the vehicles' fuel efficiency.

Australia Post has also recently changed from road to railway transportation of mail for the 2,700-kilometre route from Adelaide to Perth. This saves 7,000 tonnes of CO<sub>2</sub> emissions each year.

Converting the fleet of mail vans from petrol to diesel has saved some 1.5 million litres of fuel a year. "We're now looking to the future with vehicles that run on newly developed low-sulphur fuels, and we're investigating adding more efficient linehaul vehicles like B-triples in the fleet," says Fleet Manager Barry Degenhardt.



Green Corner

**La poste au vert**

# Services financiers postaux: un pactole pour la poste

## Postal financial services: A good investment for Posts

**A**u moment où la concurrence et la substitution électronique font stagner les volumes de la poste aux lettres et ses revenus, la prestation des services financiers postaux combinant proximité, simplicité et qualité représente un secteur d'activité encore largement inexploité. En modernisant leur offre, de nombreuses administrations postales pourraient aller s'abreuver à une source de revenus de plus en plus importante.

Les services financiers postaux font partie de la vaste gamme des produits de la poste depuis toujours. Plus de 160 administrations postales offrent aujourd'hui des services financiers de base, dont les mandats de poste, les virements de fonds, les postchèques et les comptes d'épargne postaux. Pour d'autres, le paiement des pensions, la carte de crédit, l'assurance-vie et le prêt à la consommation complètent la palette des prestations. Et là où les lois le permettent, la poste exploite même une banque au sens plein du terme.

Pour de nombreuses postes, les services financiers génèrent en moyenne entre 25 et 35% de l'ensemble des revenus. D'autres estiment que ces services représentent jusqu'à 65% de leurs recettes. Les transferts d'argent – quelque 10 milliards effectués dans le monde annuellement – et les services d'épargne postaux – plus de 700 millions de titulaires de comptes à l'échelle mondiale et des dépôts totalisant plus de 3 trillions d'USD – figurent parmi les services les plus lucratifs, et c'est sans compter la distribution des prestations des régimes de pension.

### Des services indispensables

Très active sur le marché, La Poste française s'enorgueillit du fait que ses prestations financières constituent 23% du chiffre d'affaires du groupe. Avec 23 centres régionaux de services financiers, 7100

conseillers financiers et spécialisés et 17 000 points de contact, La Poste réunit 28 millions de clients, dont 12 millions sont actifs. Ces derniers génèrent des encours de 200 milliards d'EUR, ce qui rapporte 4 milliards d'EUR au produit net bancaire de La Poste.

**A**t a time when letter-post volumes and revenue are stagnating because of competition and electronic substitution, providing postal financial services that combine proximity, simplicity and quality represents a sector of activity that is still not widely exploited. By modernizing their product lines, many postal administrations could capitalize on an increasingly significant source of revenue.

Postal financial services have always been part of a broad range of postal products. More than 160 postal administrations currently offer basic financial services, including money orders, transfers, post cheques and postal savings accounts. Others also supplement their range with pension payments, credit cards, life insurance and consumer credit. And where legislation permits, the Post even operates a full-scale bank.



For many Posts, financial services generate an average of between 25% and 35% of their total revenue. Others estimate that these services represent up to 65% of their income. Money transfers – some 10 billion are made worldwide every year – and postal savings services – over 700 million account-holders worldwide and deposits totalling more than three trillion USD – are among the most lucrative services. And that's leaving pension payment distribution out of the equation.

### Services that are indispensable

The French Post is very active in this market and proud that its financial services represent 23% of La Poste group turnover. It has 23 regional financial service centres, 7,100 specialized financial advisers and 17,000

**Dans les communautés isolées du Brésil, les nouveaux services financiers postaux sont en train d'assurer la survie de nombreux bureaux de poste. Certains connaissent une croissance du chiffre d'affaires de 40%.**

**In remote communities in Brazil, new postal financial services are ensuring the survival of many post offices, some of which have seen a 40% growth in turnover.**





Ayant récemment ajouté les crédits immobiliers et la prévoyance à son éventail de services de comptes de chèques, d'épargne et d'assurance-vie, La Poste veut maintenant offrir le crédit à la consommation, le crédit immobilier sans épargne préalable et l'assurance IARD. Objectif: fidéliser sa clientèle en lui proposant des services – en pleine croissance – qu'ils doivent actuellement se procurer auprès des banques.

Le Directeur général délégué responsable des activités financières et du réseau grand public de La Poste justifie l'expansion: «Les services financiers sont indispensables aux postes. Il faut trouver les moyens de les offrir où ils n'existent pas, car la concurrence et la déréglementation font diminuer l'activité postale», dit Patrick Werner.

Même son de cloche du côté de La Poste Suisse, où 22% du chiffre d'affaires (6,287 milliards de CHF en 2002) est généré par les services financiers, le deuxième service en importance après l'activité courrier. Devant une légère baisse du courrier prioritaire et du courrier international transfrontalier en 2002, tendance que la substitution électronique pourrait bien soutenir, La Poste Suisse a décidé d'augmenter son activité financière. Longtemps prestataire de services basés sur les comptes, La Poste suisse propose, depuis mai 2003, des crédits hypothécaires en collaboration avec l'une des plus grandes institutions financières du pays, et elle espère compléter son offre avec les crédits pour les collectivités publiques et les crédits commerciaux pour les petites et moyennes entreprises. Elle ne cache pas son intention de devenir en temps et lieu une banque postale à part entière, comme Deutsche Postbank AG et Kiwibank de Nouvelle-Zélande.

### Renverser la tendance

Si les postes française et suisse comptent parmi les administrations postales qui ont depuis longtemps fait de leurs activités financières un fer de lance, d'autres par contre n'ont pas su tenir le haut du pavé sur les plans de la qualité et de la technologie, laissant les banques et

contact points. La Poste has 28 million customers, 12 million of whom are active. The latter generate current account funds of 200 billion EUR, accounting for four billion EUR of the French Post's net banking product.

Having recently added home loans and provident loans to its range of giro, savings and life insurance services, the French Post now has plans to launch consumer credit, mortgage loans without prior savings and P & C insurance. Its objective is to ensure customer loyalty by proposing a fast-growing array of services that customers currently have to obtain from banks.

"Financial services are essential to the Post. It must find ways of providing them where they do not exist, as competition and deregulation are causing postal activity to fall off," says Patrick Werner, Director General for La Poste's Financial Activities and the Public Network, in justifying this expansion.

The same message can be heard from Swiss Post, where 22% of turnover (6,287 billion CHF in 2002) is generated by financial services, making it the second largest activity after mail collection and distribution. Faced with a slight downturn in priority mail and cross-border international mail in 2002, a trend electronic substitution might well reinforce, Swiss Post is intensifying its financial activity. For many years, it has provided account-based services, and May 2003 saw the launch of mortgage loans in collaboration with one of the country's major financial institutions. Swiss Post also hopes to add to its product mix loans for public authorities and business loans for small and medium-sized companies. In due course, it fully intends to become a fully-fledged postal bank, like Deutsche Postbank AG and New Zealand's Kiwibank.

### Reversing the trend

In contrast to the French and Swiss Posts and other postal administrations that have long used their financial activities as a spearhead, some have not managed to keep abreast of developments in the areas of quality and technology. This has left banks and private companies to make significant inroads into the money transfer market.

In many developing countries in particular, the competition has gained a firm foothold because the Post has not been able to provide rapid, secure money transfer, micro credit or other modern services consumers want. Major providers of rapid money transfer services, such as Western Union and Money Gram, as well as a host of other, smaller companies operating at the local level, have successfully used this gap to increase their market share, despite their high prices. In several countries, the business is well established in post offices, taking advantage of the vast network to offer its services.

**Grâce à ses nombreux points de contact, dont le nombre est bien souvent supérieur aux banques, la poste peut offrir un large éventail de services d'épargne et bancaires à des conditions très économiques.**

**Thanks to its many contact points, often more numerous than those of banks, the Post can provide a broad range of low-cost savings and banking services.**



**Une baisse du courrier au profit de la substitution électronique incite les postes à développer leurs services financiers postaux. Depuis mai 2003, La Poste Suisse offre des crédits hypothécaires et espère bientôt offrir les crédits commerciaux.**

**Declining mail volumes as electronic communications eat into the market encourage Posts to develop their postal financial services. As of May 2003, Swiss Post has been offering mortgages and soon hopes to add business loans.**

les entreprises privées faire des avancées remarquables sur le marché des transferts d'argent.

Dans de nombreux pays en développement surtout, la concurrence s'est solidement implantée en raison de l'incapacité de la poste de proposer les transferts d'argent urgents et sûrs, l'épargne postale, le microcrédit et d'autres services modernes exigés par les consommateurs. Les grands fournisseurs de services de transferts d'argent urgents, comme Western Union et Money Gram, mais aussi de nombreuses autres entreprises plus petites œuvrant sur le plan local, ont su profiter de cette lacune pour augmenter leur part de marché, malgré les prix élevés associés à leurs services. Dans plusieurs pays, l'entreprise a pignon sur rue dans les bureaux de poste, profitant du vaste réseau mis à sa disposition pour présenter ses services.

### Moderniser les services

Par ailleurs, les postes vont de l'avant. Du Brésil au Lao (Rép. dém. pop.), en passant par l'Iran (Rép. islamique), le Bénin et la Tunisie, les administrations postales des pays en développement commencent à lancer des programmes de modernisation des services financiers visant à élargir leur gamme de produits postaux. Grâce à une vaste infrastructure, un accès inégalé aux populations isolées et un désir d'observer le principe du service universel, les postes voient s'ouvrir toutes grandes les portes de l'entrepreneuriat.

Pour les soutenir, l'UPU s'est organisée. Depuis le Congrès de Beijing 1999, l'UPU a adopté un plan d'action axé sur les services financiers postaux et contenant des objectifs bien définis. Une Equipe de projet du Conseil d'exploitation postale tente ainsi de donner aux postes l'orientation et les ressources nécessaires pour qu'elles puissent mettre sur pied des services financiers de qualité et prendre leur juste place sur un marché prometteur.

Car tout se joue sur la qualité, en commençant par des services bien pensés, une stratégie à long terme axée sur les besoins de la clientèle, le tout soutenu par une infrastructure technologique robuste, mais pas nécessairement complexe.

Selon Tetsuo Onda, Directeur général des affaires internationales de la Direction de l'épargne postale de la poste japonaise et nouveau Président de l'Equipe de projet «Services financiers postaux», la qualité de service devient, surtout pour les postes opérant dans un environnement déréglementé, un facteur déterminant de succès. Les postes doivent assurer un niveau de service extrêmement élevé en misant sur des ressources humaines et financières suffisantes ainsi que sur une technologie de pointe, dit-il.

M. Onda se dit satisfait des travaux entrepris et réalisés jusqu'à présent par l'Equipe de projet et les Sous-Equipes. Outre la publication de l'Arrangement concernant les services de paiement de la poste et de son Règlement, de normes de qualité et de divers manuels et guides des services financiers postaux, ouvrages sur



### Modernizing services

Posts, however, are reacting. From Brazil via Iran, Benin and Tunisia to Laos, postal administrations in developing countries are starting to modernize their financial services with an aim to extend their range of postal products. Thanks to a vast infrastructure, unequalled access to remote populations and a determination to respect the principle of the universal service, the gates of entrepreneurship are being flung wide open to the Post.

The UPU has set itself up to support them. At the 1999 Beijing Congress, it adopted an action plan with clearly defined objectives focused on postal financial services. A Postal Operations Council Project Team is providing administrations with the direction and resources they need to establish quality financial services and take their rightful place in a promising market.

Everything hinges on quality, starting with well-thought-out services and long-term strategy geared to customer requirements, the whole supported by sound, but not necessarily complex, technology.

According to Tetsuo Onda, General Manager of International Business, Postal Savings Business Headquarters of Japan Post, and new Chairman of the Postal Financial Services Project Team, quality of service is a decisive success factor, especially for postal administrations operating in a deregulated environment. The Posts must ensure an extremely high level of service by weighing in sufficient human and financial resources and the latest technology, he says.



lesquels les postes peuvent s'appuyer pour développer leurs prestations, M. Onda souligne les progrès réalisés dans le domaine des transferts d'argent électroniques grâce au système financier international (IFS) de l'UPU. Lancé en 2000, ce système, qui facilite le transfert des mandats de poste internationaux, a effectivement su ralentir l'érosion de ce service dans bon nombre de pays (v. art. p. 18).

### Normes établies

En ce qui concerne les transferts d'argent, rapidité et fiabilité sont de mise. Aussi l'Equipe de projet s'acharne-t-elle à simplifier les Actes relatifs aux services de paiement de la poste et à responsabiliser les opérateurs quant aux normes de service à respecter, voire à mettre sur pied.

Par ailleurs, l'UPU a créé une charte de la qualité, qui définit les normes de service à atteindre pour les mandats de poste électroniques et en version papier. Jusqu'à présent, 57 pays ont signé la charte, et 42 l'ont fait sans aucune restriction.

Selon Jean-Luc Demierre, Chef des relations postales internationales de PostFinance suisse et Président de la Sous-Equipe de projet «Qualité et réglementation» du CEP, cette charte est importante, car elle expose noir sur blanc les besoins des consommateurs en matière de transferts d'argent transfrontaliers et rappelle aux pays signataires leurs obligations vis-à-vis de ces besoins. Ces derniers ont beaucoup évolué au cours des années, dit-il, sans que beaucoup d'administrations postales n'en tiennent compte.

Onda says he is satisfied with the work the Project Team and its sub-teams have undertaken and completed so far. In addition to the publication of the Postal Payment Services Agreement and its Regulations, as well as quality standards and various postal financial service manuals and guides that Posts can use in developing their services, Onda points to the progress made in electronic fund transfers. Thanks to the UPU's International Financial System (IFS), launched in 2000, international money order transfers are being facilitated and the erosion of this service is being slowed down in several countries (see article on page 18).

### Standards established

With speed and reliability being the name of the money transfer game, the Project Team is making every effort to simplify the Acts on postal payment services and to make operators more accountable for service standards, either by meeting or introducing them.

At the same time, the UPU has created a Quality Charter defining service standards for electronic and paper money orders. To date, 57 countries have signed the Charter, 42 of them without any restriction.


For Jean-Luc Demierre, Head of International Postal Relations with Swiss PostFinance and Chairman of the POC Quality and Regulations Sub-Project Team,

**En matière de services financiers postaux, tout se joue sur la qualité.**

**Quality – the key to postal financial services.**







Mais la charte ne peut être efficace que si l'application des dispositions est respectée. Ainsi, le Bureau international instituera des missions de contrôle dans les pays signataires afin de vérifier, par exemple, que le bureau d'échange transmet bien les mandats au bureau de poste pertinent dans les délais prescrits. Les services postaux, rappelle M. Demierre, sont aussi sujets aux contrôles de qualité effectués par divers organismes indépendants. «Nous aussi, nous sommes sous la loupe. Il faut être à la hauteur.»

#### Compte postal: un service à développer

Souvent appelé la plaque tournante des services financiers postaux, le compte postal est aussi le service le plus complexe à mettre sur pied. C'est la raison pour laquelle un modèle simple est mis à la disposition des postes dans les pays en développement qui veulent lancer un programme de création de services d'épargne postaux ou bancaires ou rehausser la qualité des services existants.

Développé par Marietta Auer, Chef du Bureau de contact avec l'UPU à Deutsche Postbank AG, et qui a été retenue comme experte en la matière par l'UPU, le modèle propose un processus à suivre pour aboutir à l'établissement de services d'épargne ou bancaires simples, mais de qualité supérieure.

Selon M<sup>me</sup> Auer, beaucoup d'administrations postales qui tentent de mettre sur pied des services financiers font malheureusement fausse route dès le départ.

«Souvent, elles mettent trop d'efforts et consacrent trop d'argent à trouver une solution technologique qui, une fois adoptée, est incompatible ou mal ajustée aux services qu'elles veulent offrir.»

#### Une stratégie avant tout

M<sup>me</sup> Auer admet que la technologie est certes importante, mais elle insiste avant tout sur l'importance de clairement définir un concept d'affaires. L'analyse du marché, l'identification des besoins de la clientèle, l'analyse de la situation actuelle de la poste en question et le développement de produits et services séduisants pour la clientèle sont primordiaux. Il convient ensuite de choisir une solution informatique en fonction du concept d'affaires établi. «Si elle est bien pensée, la stratégie d'entreprise a normalement une durée de vie d'environ vingt-cinq ans, tandis que le matériel informatique choisi doit généralement être remplacé au bout de cinq ans», dit M<sup>me</sup> Auer.

this Charter is important because it clearly spells out consumer requirements in relation to trans-border money transfers. It also recalls signatory countries' obligations with regard to these requirements. The latter have evolved considerably over the years, he says, without many postal administrations having responded to these changes.

However, the Charter can only be effective if its provisions are applied. The International Bureau will introduce missions to signatory countries to check, for example, that exchange offices are duly transmitting orders to the relevant post offices within the prescribed deadlines. As Demierre recalls, postal services are also quality-tested by various independent bodies. "We too are open to scrutiny and have to be up to scratch."

#### Postal accounts: a service to be developed

Often known as the hub of postal financial services, the giro account is also the most complex service to establish. For this reason, a simple model has been made available to postal administrations in developing countries wishing to launch a programme of postal or banking savings services or to upgrade the quality of existing ones.

Developed by Marietta Auer, Head of the UPU Contact Bureau at Deutsche Postbank AG, who was selected as the UPU's PFS expert, the model suggests steps leading to the establishment of simple but high-quality savings or banking services.

According to Auer, many postal administrations trying to establish financial services unfortunately start off on the wrong foot. "They often invest too much effort and money in finding a technological solution that turns out to be incompatible with or ill-suited to the services they want to provide."

#### Strategy first and foremost

Auer agrees that technology is certainly important but insists on the importance of developing a clearly defined business concept first. Market analysis, identification of customer needs, analysis of the current situation of the Post in question and the development of attractive products and services must be a priority. An IT solution can then be chosen depending on the business concept established. "If well thought out, a business strategy usually has a life span of some 25 years, while the IT solution generally has to be replaced after five," she says.



L'administration postale de l'Iran (Rép. islamique) prépare actuellement un projet de modernisation de la banque postale fondée sur ce modèle. M<sup>me</sup> Auer observe le déroulement avec beaucoup d'intérêt, car son succès pourrait faciliter l'implantation de services financiers postaux à plus grande échelle dans le monde.

### Brésil: exemple de réussite

Sur une population de 172 millions d'habitants, le Brésil comptait, il y a deux ans, 45 millions de personnes sans compte d'épargne. De plus, 1750 villes étaient complètement dépourvues de services bancaires. Sachant tirer profit d'une lacune que le Gouvernement cherchait à combler et de l'énorme cote de confiance que lui accordent les Brésiliens, la poste brésilienne a décidé que le moment était venu pour intervenir sur le marché de l'épargne postale. Elle est aujourd'hui en train d'en découvrir les énormes avantages.

À l'instar notamment de la poste irlandaise, la poste brésilienne exploite ses services d'épargne de concert avec une institution financière. Pour s'associer à la poste, Bradesco, la banque la plus importante du Brésil, a dû déposer 75 millions d'USD dans les coffres de Brasileira Empresa de Correios e Telégrafos. Cette somme représente un retour appréciable sur l'investissement, lorsqu'on sait qu'il en a coûté 80 millions d'USD à la poste brésilienne pour la mise sur pied de ses services financiers postaux. Après plus d'un an et demi d'exploitation, elle estime que ses nouveaux services lui rapportent 1 million d'USD par mois.

Selon Benedito Rodrigues Filho, Chef de la Banque postale brésilienne, les services financiers postaux connaissent une croissance fulgurante dans le pays et sont en train d'assurer la survie de bon nombre de bureaux de poste dans de très petites communautés. «En moyenne, les bureaux de poste qui proposent des services financiers ont vu leur croissance augmenter de 40%. Pour d'autres, la croissance a été de 100%», affirme-t-il.

Depuis le début des opérations, plus d'un demi-million de personnes ont ouvert des comptes. La poste brésilienne s'est fixé comme objectif de recruter 3 millions de clients d'ici à trois ans. Chiffre tout à fait atteignable, pense M. Rodrigues. «Les gens sont très satisfaits, et nous avons déjà introduit de nouveaux services comme les prêts personnels et commerciaux. Nous lorgnons maintenant du côté des cartes de crédit.» ■



La poste iranienne a modernisé son réseau de vente au détail pour faciliter l'accès aux services postaux et financiers.

The Iranian Post has modernized its retail sales network to facilitate access to postal and financial services.

The postal administration of Iran is currently preparing a postal bank modernization project based on this model. Auer is keeping a close eye on its progress, as its success could facilitate the introduction of postal financial services on a bigger scale worldwide.

### Brazil: a success story

Two years ago, 45 million of Brazil's population of 172 million people did not have a savings account. What is more, 1,750 towns offered no banking services whatsoever. The Brazilian Post took advantage of this gap the government was seeking to bridge, as well as of Brazilians' enormous confidence in their Post, to establish itself on the postal savings market. And it is now reaping the benefits.

Like the Irish Post and others, the Brazilian Post operates saving services with the help of a financial institution. Just to be associated with the Post, Bradesco, Brazil's largest bank, paid Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos 75 million USD. This amount represents a considerable return on investment, given that it cost the Brazilian Post 80 million USD to establish the postal financial services. After just over one and a half years of operations, it estimates that these new services bring in a million USD a month.

According to Benedito Rodrigues Filho, Head of the Brazilian Post Bank, postal financial services are expanding dramatically in Brazil and are ensuring the survival of a large number of post offices in very small communities. "On average, post offices providing these services have seen growth increase by 40%. For others, growth has been 100%," he says.

More than half a million people have opened accounts since the start-up. The Brazilian Post has set a goal of recruiting three million customers over the next three years. Rodrigues believes this figure is realistic. "People are very satisfied, and we've already introduced new services such as personal and business loans. The next step could be credit cards." ■

# Brésil : La banque postale qui va plus loin

## Brazil: the Post Bank that goes further

La Banque postale d'Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos (ECT) pousse vers l'économie officielle des millions de petits investisseurs, encourage l'épargne populaire et amène la technologie et le progrès aux régions pauvres ou éloignées. Exploitée en partenariat avec la banque Bradesco, la Banque postale a marqué, le 25 mars dernier, son premier anniversaire par l'ouverture d'une filiale à Santa Rosa do Purus.

The Post Bank of Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos (ECT) is bringing millions of small investors into the formal economy, encouraging small savers and taking technology and progress into poor or isolated regions. The Post Bank, which operates in partnership with Banco Bradesco, celebrated its first anniversary on 25 March 2003 by opening a branch in Santa Rosa do Purus.

Santa Rosa do Purus est probablement la municipalité la plus éloignée de l'Etat de l'Acre – et l'une des plus reculées du Brésil. Aucune voie ne va jusque-là. Seuls les petits avions peuvent se poser sur la piste d'atterrissage improvisée sur le gazon. Le transport fluvial constitue le principal réseau d'acheminement de produits et de passagers: il faut deux jours sur la rivière Purus pour arriver à la municipalité voisine de Manuel Urbano, à 226 kilomètres de la capitale Rio Branco (huit jours en bateau). Sans assainissement de base, la ville attend toujours le progrès. Et il arrive doucement: en mars 2003, l'inauguration de la Banque postale locale a fait que Santa Rosa do Purus est un peu plus proche du Brésil.

Connecté au réseau d'entreprise d'ECT, le bureau propose des opérations en ligne et met à la disposition de la population un terminal d'accès à Internet. Il s'agit là d'un progrès technologique jamais vu dans l'histoire de la municipalité, qui, jusqu'alors, ne disposait que de deux moyens de communication: la station de radio locale et le haut-parleur de l'église.

Le maire José Altemir voit avec satisfaction l'arrivée de la Banque postale. «Chaque mois, la mairie avait des difficultés lors du versement des salaires», explique-t-il. Maintenant, cela se fait en toute sécurité, et la nouveauté est très pratique. Aujourd'hui, le pouvoir public municipal peut payer ses 70 employés et les 30 fonctionnaires du Gouvernement de l'Etat directement par la Banque postale, laquelle perçoit également les taxes municipales, étatiques et fédérales. La vie est devenue également plus facile pour les retraités et pensionnés (presque 200), qui obtiennent dorénavant leurs versements sans avoir à sortir de la ville.

Comme résultat immédiat de cette petite révolution monétaire, une plus grande somme d'argent est en circulation dans la ville. Le commerce en bénéficie, et de

Santa Rosa do Purus is probably the most isolated in the State of Acre, and one of Brazil's remotest. No road links it to the outside world. Only light aircrafts can land on the makeshift grass runway. The waterways provide the main transport network for goods and passengers: it takes two days on the Purus River to reach Manuel Urbano, the nearest town, which is 226 kilometres from the state capital Rio Branco (eight days by boat). The town still lacks basic sanitation, and much work is needed to bring it into the modern world. However, the inauguration of the local Post Bank in March 2003 brought Santa Rosa do Purus that bit closer to the rest of Brazil.



Connected to the ECT network, the Post Bank branch offers online operations and provides the population with an Internet terminal. This technological advance is a first in the history of the town, which previously had only two means of communication: the local radio station and the church's loudspeaker.

José Altemir, the mayor, is heartened by the arrival of the Post Bank, as "the local authorities had problems with salary payments every month". This operation is now secure and straightforward. The town council can pay its 70 employees and 30 state officials directly via the Post Bank, which also collects municipal, state and federal taxes. Life has also become easier for retirees





**Les villageois ont chaleureusement accueilli l'arrivée de la Banque postale à Santa Rosa do Purus.**

**Residents welcomed the arrival of the Post Bank to Santa Rosa do Purus last March.**

nouveaux emplois sont créés. Santa Rosa do Purus a besoin de cet investissement pour se développer. Sa population, caractérisée par une forte présence indigène, est d'environ 2250 habitants, dont 80% vivent en zone rurale. L'économie est basée sur l'extraction (latex et bois), les activités agricoles (manioc, haricot et riz) et la pêche de subsistance. Comme il n'existe pas de pierres dans la région, il n'y a que six maisons en brique. Le taux d'analphabétisme est élevé: presque 50% des habitants. En plus de dynamiser l'économie, l'ouverture de la Banque postale et sa structure technologique seront fondamentales pour que la ville sorte de son isolement.

### Expansion future

Lors du début des opérations de la Banque postale en 2002, près de 5 millions d'adultes vivant dans des zones municipales ne disposaient d'aucune agence bancaire. Quarante autres millions de citoyens ne remplissaient même pas les exigences pour devenir des clients du système financier traditionnel.

Lors de son premier anniversaire, la Banque postale avait beaucoup à célébrer. Sur les 1750 municipalités dépourvues de banques un an plus tôt, 883 d'entre elles étaient désormais dotées d'une agence. Mieux encore: d'après le Président de la poste, à court terme, les 5561 villes brésiliennes compteraient au moins un poste de service à la clientèle de la Banque postale. Le but: finir l'année 2003 avec 5300 agences en activité. L'ambition est grande et le rythme d'expansion intense. Aujourd'hui, la poste exploite 2820 agences et compte presque 508 000 clients. Elle accueille en moyenne 150 000 clients par jour et traite 41 000 transactions par heure. Le service le plus demandé est celui du paiement des factures d'eau, d'électricité et de téléphone. Sans besoin de trop de papiers ou de revenus élevés, le client ouvre son compte courant et a droit à son chéquier et à la carte bancaire. Outre le paiement des factures et la perception des versements, il peut faire des transferts de fonds, vérifier les soldes et même opter pour le compte courant avec des intérêts d'épargne. ■

Source: «CEP Brasil»; édition n° 37; 2003.

and pensioners (almost 200), who now receive their benefits without having to leave the town. As an immediate consequence of this mini-monetary revolution, more currency is in circulation in the town, which has a knock-on effect on trade and is creating more jobs. Santa Rosa do Purus needs such investment to develop. Its population, characterized by a strong indigenous presence, consists of some 2,250 inhabitants, 80% of whom live in the rural area. The economy is based on extraction (latex and wood), agricultural activities (manioc, beans and rice) and subsistence fishing. As there is no stone in the region, there are only six brick houses. The illiteracy rate is high: almost 50% of the inhabitants. Besides boosting the economy, the opening of the Post Bank and its technological infrastructure will be crucial in helping the town to overcome its isolation.

### Future expansion

When Post Bank operations were first launched in 2002, some 5 million adults living in towns and villages had no bank in their locality. A further 40 million town dwellers did not even meet the criteria to become customers of traditional banks.

On its first anniversary, the Post Bank had much to celebrate. Of the 1,750 municipal offices registered one year before as having no bank, 883 now had a Post Bank branch. Better still, according to the Chairman of the Post, all of Brazil's 5,561 towns and cities would have at least one Post Bank customer service outlet in the near future. The target: 5,300 branches open by the end of 2003. The goal is ambitious and the growth-rate rapid. Today, the Post has 2,820 branches in operation, with a customer base of almost 508,000. On average, 150,000 customers are served each day and 41,000 transactions are processed each hour. The most commonly requested service is for the payment of water, electricity and telephone bills. Without the need for too much documentation or a large income, customers can open a current account entitling them to a check book and a bank card. Besides paying bills and collecting payments, they can transfer funds, check balances and even opt for a current account paying interest on savings. ■

Source: CEP Brasil, edition No. 37, 2003.



# Kiwibank aide à bâtir l'avenir de la poste néo-zélandaise

## Kiwibank helps build New Zealand Post's future

**L**a nouvelle banque joue dans la cour des grands.» «Un retour aux sources.» «L'accueillante Kiwibank fait son nid.» «Kiwibank ne cesse de grandir.» Les titres des articles consacrés à Kiwibank sont éloquentes. La poste de la Nouvelle-Zélande fait ses preuves dans le secteur bancaire et démontre qu'elle n'a besoin de personne pour exploiter une banque.

Kiwibank existe depuis moins de deux ans et tient bon face aux cinq gros établissements financiers (tous étrangers) qui dominent le paysage bancaire néo-zélandais.

Comme la plupart des postes qui offrent des services financiers, Kiwibank a réintroduit la banque dans les collectivités rurales et les banlieues métropolitaines, d'où les principaux établissements financiers se sont progressivement retirés.

L'absence de services bancaires de proximité et l'inquiétude soulevée par les tarifs élevés des prestations ont incité la poste néo-zélandaise, entreprise publique, à investir 80 millions de NZD pour mettre Kiwibank sur pied au début de 2002. Aujourd'hui, Kiwibank compte nettement plus de succursales (286) que toute autre banque dans le pays. Elle est même la seule banque physiquement présente dans des localités comme Kawakawa, Darfield, Featherstone ou Greytown, où la population atteint entre 1500 et 3500 âmes. C'est aussi le cas dans plus de 30 banlieues métropolitaines ou provinciales.

Les clients peuvent choisir de réaliser leurs opérations bancaires via Internet ou par téléphone, mais tout l'intérêt de Kiwibank réside dans l'offre d'un service personnalisé au guichet.

### L'avenir sera bancaire

Kiwibank représente en fait un spectaculaire retour de la poste néo-zélandaise dans le secteur bancaire. Après la disparition, en 1987, de la plupart de ses services financiers, vendus dans le cadre d'une restructuration en profondeur du Ministère des postes et des télécommunications, la toute jeune poste de la Nouvelle-Zélande a commencé à reconstruire ses nouveaux services financiers. L'entreprise a repensé le traitement de ses opérations commerciales et créé une unité chargée de cibler les créneaux ouverts sur le marché des services financiers. En 1992/1993, la mise en place d'une solution «points de vente» nationale conçue pour les services financiers tiers, ainsi que pour les services postaux, a permis à la poste de s'emparer, à terme, de quelque 30% du marché du traitement des factures dans le pays

**N**ew bank takes on big boys. Back to banking basic. Friendly Kiwibank finds its niche. Kiwibank still growing. The newspaper headlines speak for themselves: New Zealand Post is making its mark on the banking industry, proving that the postal service has what it takes to operate a bank.

Less than two years old, Kiwibank is holding its own among the big five financial institutions – all foreign-owned – that dominate the New Zealand landscape.

Like most Posts that offer financial services, Kiwibank is bringing back banking to people in rural communities and city suburbs, where major institutions have beat a steady retreat.

The lack of access to banking services and concerns over high banking fees pushed state-owned New Zealand Post to invest \$NZ80 million to set up Kiwibank in early 2002. Today, Kiwibank has significantly more outlets – 286 – than any other bank in the country. In places like Kawakawa, Darfield, Featherstone and Greytown, where the population ranges between 1,500 and 3,500, the Kiwibank is the only bank in town. This is also the case in more than 30 provincial and city suburbs.

While customers can choose to do their banking on the Internet or over the phone, the appeal of what Kiwibank offers rests fully on its ability to offer person-to-person service at the counter.

### Banking on its future

Kiwibank actually marks a dramatic return to banking for New Zealand Post. After losing the vast majority of its financial services in 1987, when the banking business was sold following a major restructuring of the Post and Telecommunications Ministry, the newly created New Zealand Post started rebuilding its financial services future. The company re-engineered its business transaction processes and established a business unit to target financial service opportunities. In 1992–93, the installation of a nationwide point-of-sale network designed for third-party financial services, as well as postal services, allowed the Post to eventually capture some 30% of all bill payments in the country and secure about 75% of over-



et d'environ 75% du paiement des factures au guichet. L'entreprise a ainsi diversifié la gamme de ses services de guichet jusqu'à ce que les services financiers en représentent plus de 45%.

Grâce à l'infrastructure désormais en place, la poste peut proposer des services supplémentaires aux 600 000 clients et plus qui utilisent chaque semaine son réseau de points de vente. Aussi, quand a germé l'idée de fonder une banque détenue à 100% par des Néo-Zélandais, la poste a-t-elle su qu'elle pourrait compter sur Kiwibank pour assurer son avenir. Bien que l'on enregistre une légère hausse des chiffres du courrier pour l'année écoulée, la poste de la Nouvelle-Zélande s'attend que les substituts électroniques en grignotent à terme les volumes et les revenus.

«Je m'attends à ce que, dans une dizaine d'années, l'activité bancaire pèse à peu près le même poids au sein de la poste de la Nouvelle-Zélande que ses activités traditionnelles, déclare son Directeur général, John Allen. Kiwibank est d'autant plus importante pour la poste néo-zélandaise que son succès financier viendra étayer celui du groupe dans son ensemble.»

### Le bénéfice en vue

Même si Kiwibank n'est pas encore bénéficiaire, elle est financièrement sur la bonne voie. La banque a enregistré une perte attendue de 10,2 millions de NZD au cours de l'année qui s'est achevée en juin 2003 et espère enregistrer un bénéfice dès sa seconde année d'exploitation, soit un an plus tôt qu'initialement prévu. La banque détient plus de 450 millions de NZD en dépôt et 500 millions de NZD en prêts au logement.

Dans toutes les enquêtes externes, la banque est régulièrement classée en tête par les clients en quête de différence. Se vantant de pratiquer des tarifs 50% moins élevés que ceux des autres établissements financiers, Kiwibank accueille en moyenne 400 nouveaux clients par jour. La banque compte actuellement 150 000 clients, et, à ce rythme, elle atteindra le chiffre de 165 000 (son objectif à trois ans) après seulement vingt mois d'exploitation.

Du compte commercial courant et du compte d'épargne pour les enfants au prêt au logement, au dépôt à terme et même à la carte de crédit, Kiwibank n'a cessé, depuis sa création, d'étendre sa gamme de services bancaires destinés aux particuliers. Bien que la clientèle privilégiée de Kiwibank soit pour l'heure celle des particuliers, des services destinés aux entreprises pourraient être envisagés. «Nous nous développons aussi vite que nous estimons raisonnable de le faire à ce stade, déclare le Directeur général de Kiwibank, Sam Knowles. Il ne faut pas avoir les yeux plus gros que le ventre.»

Un peu de concurrence ne nuit pas non plus aux Néo-Zélandais. Les autres banques de détail ne l'ont jamais reconnu publiquement, mais, depuis l'arrivée de Kiwibank sur le marché, elles ont baissé certains de leurs tarifs et ajouté quelques comptes plus faciles à gérer à leur palette de produits. ■

the-counter bill payments. The company diversified its over-the-counter transaction mix, with financial services representing over 45% of all transactions.

With the infrastructure in place, the Post positioned itself to offer additional services to the more than 600,000 customers a week who use the existing retail network. So when the idea to create a bank fully owned by New Zealanders was introduced, the Post knew Kiwibank was a business it could bank on for its future. Despite reporting a slight increase in mail figures this past year, New Zealand Post, like most other postal administrations, expects electronic substitution to eventually chip away at volumes and revenues.

"If you go out a decade, then I would expect the banking business to be about the same size as the traditional core businesses of New Zealand Post," said New Zealand Post Chief Executive John Allen. "Kiwibank is important because its financial success will help underpin the financial success of the NZ Post Group."

### Aiming for sensible growth

While profits are not rolling in just yet, Kiwibank is on track financially. The bank met a planned \$10.2 million loss in the year to June 2003, and expects to return a profit during this second year of operation – one year earlier than initially projected. The bank holds more than \$NZ 450 million in deposits and \$NZ 500 million in home loans.

In external surveys, the bank consistently comes out on top with customers looking for a change. With fees touted to be 50% lower than those of other financial institutions, Kiwibank

welcomes an average of 400 new customers daily, added to its current number of 150,000. At this rate, it will reach its three-year target of 165,000 customers after only 20 months of operation.

From deposit accounts and children's savings accounts to home loans, term deposits and even a credit card, Kiwibank has steadily increased its range of personal banking services since the day it opened its doors. Although the focus for now is on individual consumers, business services may be offered in the future. "We are growing as fast as we think it is sensible at this stage," said Kiwibank Chief Executive Sam Knowles. "You don't want to bite off more than you can chew."

A bit of competition has not been bad for New Zealanders, either. The other retail banks have never admitted it publicly, but since Kiwibank's arrival, they have lowered some fees and added new, easier-to-manage accounts to their range of services. ■

**Dans toutes les enquêtes externes, la banque est régulièrement classée en tête par les clients en quête de différence.**



**In surveys, Kiwibank consistently comes out on top with customers looking to change banks.**

# IFS: quand les transferts d'argent prennent le virage technologique

## IFS: money transfers go hi-tech

A peine 30% des administrations postales du monde entier disposent de moyens de transmission électroniques pour les services financiers postaux. Modernisation oblige, l'Union postale universelle a conçu un système électronique permettant d'accélérer les transferts d'argent. Depuis plus de deux ans, de plus en plus de postes se prévalent du système financier international (IFS) développé par le Centre de technologies postales (CTP) de l'UPU pour regagner le terrain concédé aux concurrents, voire maintenir leur position sur le marché très concurrentiel des mandats internationaux.

Il y a trois ans, La Poste française a dû prendre une décision. Ou bien continuer d'utiliser le télex comme moyen de transmission des mandats internationaux, ou bien se tourner vers une autre technologie qui lui permettrait de progresser sur ce marché. Elle a opté pour le système IFS de l'Union postale universelle.

«France Télécom ne voulait plus entretenir son parc de télex, et le coût du service était très élevé pour le consommateur, la taxe d'acheminement étant deux fois plus élevée que celle adoptée pour IFS, explique Michèle Vergne, Chef de produit à La Poste. En outre, tous les pays européens avec lesquels nous avions le plus de transactions télégraphiques abandonnaient ce moyen. Nous avons donc choisi IFS parce que c'est un système séduisant, sécurisé, performant et évolutif.»

La décision fut bonne. En raison de la forte immigration en France, le nombre de mandats internationaux dirigés vers les pays d'Afrique francophone est considérable et croît rapidement – plus de 74 000 mandats en 2002 contre un peu plus de 47 000 l'année

little more than 30% of the world's postal administrations have electronic transmission systems for their postal financial services. Aware of the need for modernization, the Universal Postal Union designed an electronic system to speed up money transfers. For more than two years, an increasing number of Posts have been using the International Financial System (IFS) developed by the UPU's Postal Technology Centre (PTC). Their aim? To win back the ground lost to competitors or simply to hold their own in the highly competitive international money order market.

Three years ago, France's La Poste was faced with a decision: continue to use telex for the transmission of international money orders, or turn to another technology that would enable it to move forward in this market. It opted for the Universal Postal Union's IFS system.

“France Telecom no longer wished to maintain its telex systems and the cost of the service was very high for the consumer, with transmission charges double those applied for IFS,” explains Michèle Vergne, Head of Products at La Poste. “Furthermore, the European countries with which we exchanged most of our telegraph transactions were all closing down their telex services. We therefore chose IFS, an attractive, secure, successful and evolving system.”

This was a good move. Given the large immigrant population in France, a significant and rapidly growing number of international money orders are sent to the French-speaking African countries – more than 74,000 in 2002 compared to the previous year's total of slightly







*En production dans  
18 pays sur trois continents,  
le système IFS permet des  
transferts d'argent personnalisés,  
fiables, sûrs et respectueux  
des délais.*

précédente. Les quotes-parts versées à La Poste ont grimpé de 52% pendant la même période. Avec l'addition de liens cette année vers la Nouvelle-Calédonie et le Cameroun, les affaires s'intensifient.

En production dans 18 pays sur trois continents (Europe, Afrique et Asie), le système IFS permet des transferts d'argent personnalisés, fiables, sûrs et respectueux des délais. En outre, il permet de traiter chacune des étapes d'un mandat international, de son émission au paiement ou au remboursement. A tout moment, le suivi et la localisation du mandat urgent ou ordinaire est possible.

#### **Sauver un classique**

Le développement du système IFS s'imposait. Proposé dans plus de 160 pays, le mandat de poste, doyen des services financiers postaux, a connu une croissance fulgurante dans les années d'après guerre. Au tournant des années 70, l'avènement de l'informatique, la concurrence bancaire et l'usage croissant des virements de fonds ont vite fait de battre en brèche ce classique de la poste. Un rapide survol des statistiques de l'UPU sur les mandats internationaux entre 1997 et 2001 permet effectivement de constater que le service est en perte de vitesse dans plusieurs pays industrialisés et en développement.

«Le papier n'étant plus sécuritaire et le télex étant périmé, il était nécessaire de trouver un moyen plus rapide et sécurisé pour les transferts d'argent électroniques, qui soit accessible à toutes les postes», explique David Avsec, Chef du projet IFS au CTP.

Le système est particulièrement utile dans les zones à forte immigration, fait-il remarquer. La France, par exemple, mais aussi le Japon, qui accueille une importante population thaïlandaise. Laissant souvent derrière des familles ou des parents, cette clientèle a besoin d'un moyen sûr, rapide et surtout peu dispendieux pour les transferts d'argent ponctuels et réguliers.

more than 47,000. Over the same period, La Poste's income from these services rose by 52%. And business is even getting better, with new links to New Caledonia and Cameroon added this year.

Now live in 18 countries, on three continents (Europe, Africa and Asia), IFS enables personalized, reliable, secure and timely money transfers. In addition, the system handles each stage of an international money order, from issue through to payment or reimbursement. It is possible to track or trace urgent or ordinary money orders at any time.

#### **Traditional service under threat**

It was essential to develop the IFS system. The postal money order, available in more than 160 countries and the doyen of the postal financial services, saw rapid growth in the post-war years. In the early seventies, the advent of IT, competition from the banks and the growing use of fund transfers hit the Post's traditional service hard. A brief look at UPU statistics on international money orders between 1997 and 2001 reveals that the service was running out of steam in several industrialized and developing countries.

"As paper money orders were no longer secure and telex was outdated, it was necessary to find a faster, more secure system for electronic money transfers, accessible to all Posts," explains David Avsec, the PTC's IFS project manager.

He points out that such a system is particularly useful in areas with a large immigrant population: France,



*Live in 18 countries  
on three continents,  
IFS enables personalized,  
reliable, secure and  
timely money transfers.*

D'espèces en espèces, de numéraire à compte postal, de compte postal à numéraire et de compte postal à compte postal, IFS gère les quatre types de mandats internationaux. L'administration postale peut même définir les normes de service propres au produit qu'elle exploite. Ainsi, la France, qui offre le service urgent d'espèces à espèces mesure le rendement de son service en J + 1, tandis que le Japon adopte une norme de quatre ou cinq jours pour le service des mandats ordinaires.

### La passerelle STEFI\*

Soucieux de toujours mieux répondre aux besoins des administrations postales, le CTP signale la version 3 du système. Celle-ci devrait être prête d'ici au premier trimestre de 2004. Michèle Vergne attend cette version avec impatience puisqu'elle permettra à un plus grand nombre de bureaux de son pays de devenir acteurs directs (plus besoin de passer par un autre bureau muni du système IFS pour opérer une transaction) et forcera les pays à respecter strictement les délais de paiement prévus.

Par ailleurs, le CTP a lancé STEFI, sorte de tuyau informatique qui permet aux postes déjà équipées d'un système de gestion des mandats du régime intérieur ou d'un système intégré de guichet pour le traitement des produits postaux de mettre en place des points d'accès au réseau IFS sans adopter l'application proprement dite.

C'est le cas du Bélarus, du Kazakhstan, de la Russie (Fédération de) et de l'Ukraine, qui s'échangent plus de 2 millions de mandats en version papier chaque année. La mise en service de STEFI dans la région, prévue en octobre, permettra d'harmoniser les applications respectives de ces administrations postales afin de faciliter l'émission électronique des mandats. L'application permet aussi la transmission de mandats libellés en différents caractères correspondant aux langues russe, arabe et asiatiques.

Lev Razovski, Directeur général du Centre de traitement des mandats de la poste de la Russie, ne cache pas son enthousiasme. «Le service des mandats internationaux est essentiel à la population russe et à celle de la Communauté des Etats indépendants (CEI) parce que son coût est abordable et il soutient l'obligation du service universel, explique-t-il. De plus, les bénéfices générés servent à maintenir les services moins ou non rentables.»

Grâce à la passerelle STEFI, la poste russe entrevoit une relance du secteur d'activité. Car, si STEFI lui permettra bientôt de normaliser le transfert électronique de données et d'argent avec les membres de la CEI, elle espère que la passerelle servira plus tard à établir des échanges avec d'autres pays.

for example, but also Japan, which has a significant Thai community. Since families or parents are often left behind, these customers need a secure, fast and, above all, inexpensive system for timely and regular money transfers.

IFS manages four types of international money order: cash-cash, cash-postal account, postal account-cash and postal account-postal account. The postal administration can even define specific service standards for the product it operates. So France, which offers the urgent cash-cash service, aims for next-day delivery, whereas Japan uses a four or five-day delivery standard for its ordinary money order service.

### The STEFI\* gateway

Ever anxious to better serve the postal administrations, the PTC is putting the finishing touches to version 3 of the system, which should be ready by the first quarter of 2004. Michèle Vergne is looking forward to the introduction of this new version. It will enable a greater number of offices in her country to work directly with the system (no longer necessary to go through another office equipped with IFS to make a transaction) and will force countries to strictly comply with the agreed payment deadlines.

The PTC has also launched STEFI, an IT pipeline that enables Posts already equipped with a system for managing domestic money orders or with an integrated counter system for processing postal products to establish access points into the IFS network, without adopting the actual application.

Cases in point are Belarus, Kazakhstan, Russia and Ukraine, which exchange more than two million paper money orders a year. The activation of STEFI in the region, expected in October 2003, will harmonize the respective applications of these postal administrations, facilitating the electronic issue of money orders. This application also provides for the transmission of money orders made out in different languages, using Russian, Arabic and Asian characters and alphabets.

Lev Razovski, Director General of the Postal Money Order Centre of the Russian Post, is enthusiastic about the move. "The international money order service is crucial for the peoples of Russia and the Commonwealth of Independent States (CIS), because it is affordable and respects the universal service obligation," he says. "Furthermore, the profits generated help to finance less profitable or loss-making services."

The Russian Post believes the STEFI gateway will give this business sector a new lease of life. STEFI is already enabling it to standardize electronic transfers of data and money with CIS members, and in the future hopes it will facilitate exchanges with other countries.



### Compétitivité

Et qui dit efficacité dit compétitivité. Selon M. Avsec, IFS retient l'attention des concurrents; certains d'entre eux ne cachent pas leur inquiétude par rapport au succès d'IFS.

Devant le succès appréciable connu jusqu'ici, le Bureau international continue de travailler avec les postes d'autres zones jusqu'ici infranchissables, comme l'Amérique latine. Les postes qui adoptent IFS ont tout à gagner, tente de convaincre M. Avsec. D'abord, son coût d'acquisition et d'exploitation peu onéreux (moins de 18 000 CHF par an, support et maintenance compris) et son déploiement au moyen d'ordinateurs personnels (investissements limités) le rendent particulièrement séduisant. Ensuite, une formation complète des employés est assurée sur place.

«En plus du prix fixe et de la souplesse du produit, l'approche coopérative d'IFS assure une transparence totale. Plus nous avons d'utilisateurs, plus nous pouvons maintenir les coûts – ce qui est particulièrement intéressant pour les pays en développement – et plus nous pouvons augmenter la fonctionnalité du système selon les besoins exprimés par les administrations postales.»

### Elargissement du réseau d'échange

Par ailleurs, l'UPU et EUROGIRO, un consortium de postes et de banques créé en 1993, sont convenus de lancer un nouveau produit commun: le télémandat de poste. Comme l'explique Serguei Nanba, Chef du programme «Services financiers postaux» au Bureau international, ce produit ouvrira une passerelle pour les transferts d'argent électroniques entre les pays utilisant IFS et les pays faisant partie d'EUROGIRO. Ce nouveau service, dont les premiers tests sont prévus avant la fin de l'année, alliera qualité et prix, en ciblant le marché des transferts d'argent dits express, à savoir ceux qui nécessitent un délai de deux jours garanti.

Comme de plus en plus de Pays-membres de l'UPU envisagent d'abandonner les services des mandats-cartes, des mandats-listes et des mandats télégraphiques, beaucoup de pays ne seront bientôt plus en mesure d'assurer le service des mandats de poste vers les pays d'Europe et d'Amérique du Nord. «Dans les pays où elle offre des mandats sur support papier, la poste perd rapidement des parts de marché, dit M. Nanba. L'ouverture des transferts d'argent électroniques entre les Pays-membres de l'UPU rattachés à des réseaux financiers (IFS, EUROGIRO et autres) permettra aux postes de maintenir leur part de marché actuelle, d'augmenter les échanges et de développer des secteurs d'activité potentiels dans le domaine des paiements postaux.» ■

\* Transfert sécurisé d'informations financières par voie électronique.

### Competitiveness

And efficiency goes hand in hand with competitiveness. According to Avsec, competitors are showing great interest in IFS, and some of them are openly concerned about its success.

Buoyed by the considerable success enjoyed so far, the International Bureau continues to work with other postal administrations in other regions, particularly in previously impenetrable areas, such as Latin America. Avsec says that postal administrations that adopt IFS have everything to gain. Its low procurement and operational costs (less than 18,000 CHF per year, including support and maintenance) and its roll-out using personal computers (low investment costs), make it particularly attractive. And complete staff training is provided on-site.

“In addition to the fixed price and flexibility of the product, the cooperative approach of IFS ensures total transparency. The more users we have, the more we can limit costs – which is of particular importance to developing countries – and the more we can increase the system's functionality according to postal administrations' needs.”

### UPU-Eurogiro Agreement

Furthermore, the UPU and Eurogiro, a consortium of posts and banks created in 1993, have agreed to launch a new joint product: the Tele Money Order. As Serguei Nanba, Postal Financial Services Programme Manager at the International Bureau, explains, this product will open up a gateway for electronic money transfers between countries using IFS and countries using Eurogiro. This new service, to be tested by the end of the year, will combine quality and cost-effectiveness by targeting the express money transfer market, i.e. transfers needed within two days, guaranteed.

With more and more UPU member countries planning to do away with their card money order, list money order and telegraphic money order services, soon many countries will no longer be able to provide a money order service for Europe and North America. “In countries where paper-based money orders are offered, the Post is rapidly losing market share,” says Nanba. “Opening up the electronic money transfer market between UPU member countries that are connected to financial networks (IFS, Eurogiro and others) will enable Posts to maintain their current market share, and lead to increased exchanges and the development of potential areas of activity in the postal payments field.” ■

\* Secured Transfer of Electronic Financial Information.



# Tenir les blanchisseurs de capitaux à distance

## Keeping money launderers at bay

Selon le Fonds monétaire international (FMI), le blanchiment d'argent dans le monde représenterait entre 2 et 5% du produit intérieur brut mondial. Ce qui peut se chiffrer, en s'appuyant sur des statistiques fournies par le Groupe d'action financière sur le blanchiment de capitaux (GAFI) – un organisme intergouvernemental constitué de 29 pays et territoires ayant pour vocation de lutter contre le blanchiment d'argent et le financement du terrorisme –, entre 590 milliards et 1,5 trillion d'USD.

### La prévention: le meilleur des remèdes

Les spécialistes de la question affirment que, dans la mesure où leurs services financiers ne cessent de se développer, les postes doivent s'attendre, elles aussi, à devenir la cible d'activités délictueuses ou criminelles et se préparer dès à présent à affronter un problème qui n'existe encore qu'en puissance.

A cet effet, le Groupe d'action de l'UPU pour la sécurité postale (GASP) a mis sur pied un nouveau groupe de travail chargé de cette question. Selon Don Hill, Président adjoint du GASP, le fait qu'un nombre croissant d'administrations postales créent leurs propres services financiers postaux ou en étendent la gamme de prestations constitue pour l'UPU une occasion de s'attaquer préventivement à une menace potentielle et d'apporter aux administrations postales les informations et les ressources dont elles auront besoin pour éviter les problèmes plus tard. «Les postes n'en sont pas les premières victimes pour l'instant, mais nous voulons aussi nous assurer qu'elles ne le deviendront pas», déclare-t-il. Et de conclure: Mieux vaut prévenir que guérir.

Selon M. Hill, plusieurs pays ont déjà mis en place des stratégies d'action pour faire échec aux blanchisseurs de capitaux. La mission du groupe de travail sera de synthétiser les travaux réalisés jusqu'à ce jour et de diffuser les meilleures pratiques en la matière auprès des administrations postales.

### L'Irlande, Président du nouveau groupe de travail

Jimmy Finlay, rapporteur d'An Post pour les questions de blanchiment de capitaux, présidera le nouveau groupe de travail, dont les membres rassembleront quelques-unes des administrations postales les plus expérimentées en matière de lutte contre le blanchiment de capitaux. Le groupe espère tenir sa première réunion en octobre 2003.

An Post a accumulé une expérience considérable en la matière depuis que le législateur irlandais a criminalisé le blanchiment de capitaux en 1994. La législation en vigueur contraint la poste et les autres établissements financiers à concevoir des contre-mesures conformes à l'esprit de la directive y relative du Conseil des Communautés européennes et des 40 recommandations du GAFI, où sont décrites les mesures que les gouver-

According to the International Monetary Fund, money laundering worldwide could account for two to five percent of the world's gross domestic product. Based on statistics provided by the Financial Action Task Force (FATF), an intergovernmental body made up of 29 countries and territories dedicated to combating money laundering and terrorist financing, that figure is between 590 billion USD and 1.5 trillion USD.

### Prevention is better than cure

As postal administrations increasingly develop postal financial services, they too, experts say, can expect to become the target of criminal activity and should prepare to deal with the potential problem now.

To that end, the UPU's Postal Security Action Group is launching a new money laundering working group to focus on this issue. PSAG Assistant Chair Don Hill, from the United States Postal Service, says the UPU has an opportunity to get an early start on the potential threat, providing postal services with information and resources to help them avert problems later. "Posts are not a major victim at the moment, but we want to ensure they don't become one, either." An ounce of prevention today, he says, is worth a pound of cure tomorrow.

Hill says several countries have proactive strategies to counter money-laundering activities. The aim of the working group will be to capitalize on the work done so far and to share training and best practices with postal administrations.

### Ireland to chair new group

Jimmy Finlay, An Post's Money Laundering Reporting Officer, will chair the new working group, which will include members from the postal administrations with the most experience in combating money laundering. The group expects to hold its first meeting this October.

An Post has gained considerable expertise in this area since national legislation passed in 1994 made money laundering a criminal offense. The legislation forced the postal service and other financial institutions to develop money laundering countermeasures in line with the European Union Directive and the 40 FATF recommendations, which establish the measures governments should take to effectively combat money laundering, as well as terrorist financing.

As Money Laundering Reporting Officer, Finlay ensures that An Post complies with his country's legislation. He also looks after employee training and communicates suspicious transactions to the national police and the Revenue Commissioners, based on employee reports.

**Jimmy Finlay, rapporteur de la poste irlandaise pour les questions de blanchiment de capitaux, présidera le nouveau groupe de travail de l'UPU chargé de cette question.**

**Jimmy Finlay, Money Laundering Reporting Officer at Ireland's An Post will chair a new UPU working group on money laundering.**



nements devraient adopter pour lutter efficacement contre le blanchiment de capitaux et le financement du terrorisme.

En tant que rapporteur pour les questions de blanchiment de capitaux, M. Finlay affirme qu'An Post applique les dispositions légales nationales en la matière. Il est également chargé de la formation des employés et de renseigner la police nationale et les contrôleurs des impôts sur toute transaction suspecte en se fondant sur des rapports établis par les employés.

### Des procédures rigoureuses

M. Finlay affirme n'avoir transmis que quelque 500 rapports concernant des mouvements suspects depuis l'entrée en vigueur de la loi. «Ce n'est pas beaucoup, pourtant nous ne laissons rien passer», ajoute-t-il.

Et ne rien laisser passer, c'est bien de cela qu'il s'agit. Dans la pratique, cela signifie faire les démarches appropriées pour s'assurer raisonnablement de l'identité des clients, savoir où va l'argent et veiller à ce que les employés soient suffisamment formés pour pouvoir reconnaître une transaction suspecte.

Conformément aux directives nationales, An Post a mis en place une procédure rigoureuse de vérification de l'identité de ses clients. Les personnes qui ouvrent un compte ou investissent une somme supérieure ou égale à 13 000 EUR, par exemple, doivent présenter deux preuves de leur identité civile, l'une des deux au moins devant constituer une attestation de domicile.

Selon M. Finlay, l'obligation d'identification introduite avec la législation a constitué un véritable changement dans les habitudes culturelles irlandaises. Aucune disposition légale en Irlande n'oblige à porter sur soi une pièce d'identité, et, jusqu'en 2003, les Irlandais n'étaient pas non plus obligés d'avoir leur permis avec eux pour conduire. Produire un document d'identité valide présentait souvent une difficulté pour les jeunes, les personnes âgées, les personnes défavorisées et les étrangers. Etant donné la spécificité du contexte national, An Post a dû imaginer des procédures souples de vérification d'identité. «Nous devons nous conformer à la loi, déclare M. Finlay, mais nous avons aussi un commerce à faire prospérer et des clients à soigner.»

### Formation permanente avant tout

Quant à savoir ce qui constitue une transaction suspecte, la palette des exemples possibles est immense et s'étend d'un dépôt anormalement élevé en coupures à une brusque augmentation des versements hebdomadaires. M. Finlay reconnaît qu'en fin de journée il peut entrer une certaine dose de subjectivité dans l'identification d'une transaction suspecte; c'est là que la connaissance de la clientèle par le personnel entre en jeu, ainsi que la formation continue des employés. Le rapporteur estime que plus de 3000 employés d'An Post ont reçu une formation spécifique en prévision de l'adoption de la nouvelle législation et qu'ils bénéficient régulièrement de formations complémentaires sur différentes questions. «La formation permanente est capitale, affirme-t-il, aussi importante que l'engagement de la direction et le dévouement des employés.» ■

Pour de plus amples informations sur le blanchiment d'argent et les 40 recommandations du GAFI, consulter le site suivant: [www1.oecd.org/fatf/index\\_fr.htm](http://www1.oecd.org/fatf/index_fr.htm).

### Rigorous procedures

Finlay says that, since the legislation came into effect, he has filed only 500 or so reports of suspicious activity. "That's not a big number, but then again we run a tight ship," he says.

And running a tight ship is what it's all about. It means taking steps to properly identify customers and know where money is going, and making sure employees are trained to identify suspicious transactions.

In accordance with the national guidelines, An Post maintains rigorous procedures to confirm customers' identity. When people open an account or make an investment of 13,000 EUR or more, for example, they must produce two forms of identification, with at least one showing a residential address.

Finlay says the introduction of identification requirements represented a real cultural change. There is no requirement to carry ID in Ireland and, until 2003, the Irish could drive a vehicle without carrying their driver's licence. For young people, seniors, the less privileged and foreigners, producing acceptable identification often posed a problem. Given these unique circumstances, An Post had to develop flexible procedures for ID verification. "We have to comply with the legislation," says Finlay, "but we also have to run a business and look after our customers."

### Ongoing training is key

As to what constitutes suspicious activity, the range of examples can be vast, from an unusually large money deposit in paper bills to a sudden increase in weekly deposits. At the end of the day, Finlay admits that identifying shaky transactions can be subjective; this is where knowing your customers and continuous employee training come into play. Finlay estimates that more than 3,000 An Post employees have been trained in preparation for the new legislation, and they continue to be updated regularly on various issues. "Ongoing training, as well as management involvement and employee commitment are all very important," he says. ■

For more information on money laundering and the 40 FATF recommendations, visit: [www1.oecd.org/fatf/](http://www1.oecd.org/fatf/).



**An Post a accumulé une expérience considérable en ce qui concerne le blanchiment de capitaux depuis que le législateur irlandais a criminalisé cette activité en 1994.**

**An Post has gained valuable expertise in combatting money laundering since national legislation made it a criminal offense in 1994.**

# Réforme postale: un moyen de lutte contre la pauvreté

## Postal reform: a roadmap for combating poverty



Selon Paulo Machado Belem Filho, responsable de la planification stratégique du système postal auprès du Ministère des communications du Brésil, la réforme du secteur postal peut contribuer à la lutte contre la pauvreté.

According to Paulo Machado Belem Filho, responsible for strategic postal planning at Brazil's Ministry of Communications, postal sector reform can help combat poverty.

Pour augmenter l'espérance de vie des enfants, les factrices et facteurs brésiliens informent les mères sur les effets bénéfiques de l'allaitement maternel.

To help increase children's life expectancy, Brazilian letter carriers tell mothers about the life-enhancing benefits of breastfeeding young children.

L'éradication de la pauvreté et de la faim extrêmes constitue le premier des huit objectifs contenus dans la Déclaration du millénaire des Nations Unies. Entre 1990 et 2015, il faudrait réduire de moitié le nombre de personnes dont le revenu est de moins de 1 USD par jour (1,2 milliard ou 20% de la population mondiale). Dans le cadre de la stratégie mondiale de lutte contre la pauvreté, la poste brésilienne a défini le rôle qu'elle pourrait jouer. Elle invite aussi les autres postes à songer aux gestes qu'elles pourraient faire pour contribuer à l'objectif principal.

L'histoire de Basrabai apparaît dès les premières pages d'un rapport de la Banque mondiale sur la pauvreté. Présidente du conseil local de son village, dans l'Etat du Gujarat, en Inde, Basrabai voit peu d'espoir d'atténuer la pauvreté qui afflige ses concitoyens devant le manque d'opportunités de revenus, l'insuffisance des liens avec le marché et l'insouciance des fonctionnaires pour la condition des siens. Les femmes du village produisent des broderies et des batiks artisanaux très prisés, mais, faute d'accès direct aux marchés, les artisanes sont forcées de vendre leurs créations, à bas prix, à des marchands qui profitent de leur isolement.

Quelle aurait été la situation de ces femmes si elles avaient eu un accès direct aux marchés? Par la poste, par exemple...



Eliminating extreme poverty and hunger is one of the eight objectives set out in the United Nations Millennium Declaration. Between 1990 and 2015, the goal is to halve the proportion of the world's people whose income is less than one dollar a day (1.2 billion or 20% of the world's population). The Brazilian Post has defined the role it intends to play as part of this effort to combat poverty. It is also inviting other Posts to consider what can be done to help achieve this objective.

Basrabai's story appears in the opening pages of a World Bank report on poverty. As chairwoman of her local village council in the State of Gujarat in India, Basrabai sees little hope of reducing the poverty affecting her fellow citizens, given the lack of opportunities for income, limited access to markets and officials' lack of concern about her fellow citizens' plight. The women of the village make highly desirable hand-made embroideries and batiks but, because they do not have direct access to markets, they have to sell their creations at a low price to merchants who take advantage of their isolation.

What might the situation of these women have been if they had direct access to markets? Through the Post for example ...

Paulo Machado Belem Filho, responsible for strategic postal planning at Brazil's Ministry of Communications, had exactly that thought as he read Basrabai's story. With access to the postal service, he is convinced the villagers' lot could have been different.

Machado has been giving much thought to the role the postal sector can play in combating poverty since he read this story. Coming from a disadvantaged background himself, he shared his thoughts with the UPU's Postal Development Action Group (PDAG). The PDAG is trying to develop arguments to raise awareness among financial institutions and governments of the importance of investing in the postal sector, thereby supporting the universal service to offer the poorest sectors the access to information, markets and self-reliance they currently lack. It also seeks to raise awareness among postal administrations about the specific steps they can take in this direction.

### Opportunity, independence and security

It is estimated that 50 million Brazilians live in poverty. According to Machado, the postal network, by virtue of its size, provides a basic social infrastructure, a real



Cette question, Paulo Machado Belem Filho, responsable de la planification stratégique du système postal auprès du Ministère des communications du Brésil, y a immédiatement songé en lisant l'histoire de Basrabai. Et il en a conclu qu'avec l'accès au service postal la situation des villageoises aurait pu être tout autre.

Réfléchir sur le rôle que peut jouer le secteur postal dans la lutte contre la pauvreté anime M. Machado depuis la lecture de cette histoire. Issu lui-même d'un milieu défavorisé, il a présenté sa réflexion au Groupe d'action de la coopération technique (GACT) et au Groupe d'action pour le développement postal (GADP) de l'UPU. Ce dernier tente d'élaborer une série d'arguments pour sensibiliser les institutions financières et les gouvernements à l'importance d'investir dans le secteur postal et, de ce fait, soutenir le service universel, qui pourrait donner aux plus pauvres l'accès à l'information, aux marchés et à l'autonomie qui leur fait actuellement défaut. Il aimerait aussi sensibiliser les administrations postales aux gestes concrets qu'elles peuvent faire en ce sens.

### Opportunité, autonomie et sécurité

Au Brésil, on estime à 50 millions le nombre de personnes qui vivent dans la pauvreté. Pour M. Machado, le réseau postal constitue, de par sa taille, une infrastructure sociale de base, une véritable plate-forme à partir de laquelle de nombreux programmes peuvent être lancés pour favoriser l'insertion des pauvres dans la société, renforcer leur sécurité et créer des opportunités où ils peuvent mieux s'intégrer à la vie économique.

Mais encore faut-il qu'ils aient accès à la poste, ce qui n'est pas le cas pour 30 millions de Brésiliens. Le Gouvernement tente d'y remédier au moyen d'une im-

platform from which to launch numerous programmes to socially integrate the poor, increase their security and create economic opportunities for them.

They must, however, have access to postal services, which is not the case currently for 30 million Brazilians. The government is undertaking wide-ranging postal reform to establish the conditions needed to provide reasonable access to postal services. According to Machado, a universal service will increase the independence and security of poorer people by creating more postal jobs and providing people with access to consumer markets.

At present, 78% of the Empresa de Correios e Telégrafos's labour force (99,768 employees) is male. The Brazilian Post believes postal reform will enable it to increase the proportion of women and help reduce this imbalance, while at the same time providing women with greater independence, which would have positive effects on their children's education and health and promote greater security. And with almost 90% of ECT employees needing only a basic level of education, the opportunities for the poor to obtain work are all the greater.

In addition to the Brazilian Post, many corporations provide delivery services. However, in the absence of regulation, employees of these businesses do not



On estime à 30 millions le nombre de Brésiliens qui n'ont pas accès au service postal.

It is estimated that 30 million Brazilians have no access to the postal service.

### Objectifs de la Déclaration du millénaire des Nations Unies

1. Réduire l'extrême pauvreté et la faim.
2. Assurer l'éducation primaire pour tous.
3. Promouvoir l'égalité des sexes et l'autonomisation des femmes.
4. Réduire la mortalité infantile.
5. Améliorer la santé maternelle.
6. Combattre le VIH/sida, le paludisme et d'autres maladies.
7. Assurer un environnement durable.
8. Mettre en place un partenariat mondial pour le développement.

A la lumière d'une étude démontrant que plus de 50 pays s'étaient enfoncés dans la pauvreté au cours des dix dernières années, le Programme des Nations Unies pour le développement manifestait, dans son plus récent rapport sur le développement humain 2003, sa crainte par rapport à l'atteinte des objectifs du millénaire d'ici à 2015. A moins d'une mobilisation accrue de la part des pouvoirs publics et des populations.

Pour plus de renseignements: [www.un.org/french/millenniumgoals/](http://www.un.org/french/millenniumgoals/).

portante réforme postale qui établira les conditions nécessaires pour donner un accès raisonnable aux services postaux. Selon M. Machado, l'universalité du service accroîtra l'indépendance et la sécurité des plus démunis en faisant augmenter le nombre d'emplois disponibles à la poste et en donnant aux populations l'accès aux marchés de la consommation.

Actuellement, 78% de la main-d'œuvre d'Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos (99 768 employés) est masculine. La poste brésilienne estime que la réforme postale lui permettra d'augmenter la proportion des femmes et de corriger ce déséquilibre, tout en donnant aux femmes une plus grande indépendance, ce qui aurait des effets positifs sur l'éducation et la santé de leurs enfants et favoriserait la sécurité. Et, comme près de 90% des emplois au sein d'ECT ne requièrent qu'un niveau d'instruction de base, les chances des pauvres d'obtenir un travail sont d'autant plus grandes.

Outre la poste brésilienne, de nombreuses entreprises offrent des services de distribution dans le pays. Cependant, faute de réglementation, les employés de ces entreprises ne reçoivent aucun avantage social. La réforme postale aura pour effet d'intégrer dans l'économie officielle tous ceux qui travaillent dans le secteur postal, renforçant ainsi l'indépendance des pauvres ainsi que la sécurité sociale, la sécurité de l'emploi et les soins de santé.

Enfin, le Ministère des communications estime que l'universalité du service permettra à la poste brésilienne d'assurer une meilleure distribution des trousseaux médicales dans les foyers des personnes atteintes de maladies chroniques comme le diabète et le sida, entre autres. Par conséquent, cela réduira la nécessité de faire entrer les personnes concernées dans le réseau de santé publique, accroissant ainsi leur confort et leur indépendance.

C'est effectivement ce qui se fait à Rio de Janeiro, où la municipalité confie à la poste la distribution de mé-

receive social benefits. The postal reform will integrate all postal sector workers into the formal economy, thereby strengthening the independence of the poor, as well as social security, employment security and health care.

Lastly, the Ministry of Communications considers that a universal service will enable the Brazilian Post to provide better delivery of medical kits to the homes of those suffering from chronic illness, including diabetes and AIDS. This will reduce the need to include such persons in the public health network and increase their well-being and independence.

This is what is being done in Rio de Janeiro, where the Post delivers medication to seriously ill people. The Post receives the medicines together with relevant details (addressee's name, medicine prescribed, quantity, etc.) and makes up, processes and delivers packets. At press time, the Post and the Ministry of Health were discussing the possibility of extending this service throughout the country. Once the process begins, the Post believes this service will enable officials to better plan and control medicine stocks and reduce the amount of medication that needs to be destroyed as well as the number of cases where medicines requested are not available.

### Concrete action

The Brazilian Post already has considerable experience in providing services aimed at reducing poverty. "Our corporation certainly has a mission as a business, but it also plays an important social role," says Machado.

The programme to distribute information on breastfeeding is a fine example of this. Launched in

### United Nations Millennium Declaration Goals

1. Eradicate extreme poverty and hunger.
2. Achieve universal primary education.
3. Promote gender equality and empower women.
4. Reduce child mortality.
5. Improve maternal health.
6. Combat HIV/AIDS, malaria and other illnesses.
7. Ensure environmental sustainability.
8. Develop a global partnership for development.

In light of a study showing that more than 50 countries have been mired in poverty over the past ten years, the United Nations Development Programme, in its recent report on human development 2003, fears the world will not achieve the millennium objectives by 2015 without greater efforts on the part of public authorities and peoples.

For more information: [www.un.org/millenniumgoals](http://www.un.org/millenniumgoals)

dicaments aux personnes gravement malades. La poste reçoit les médicaments accompagnés des renseignements pertinents (nom du destinataire, médicament prescrit, quantité, etc.), prépare les paquets, les conditionne et les distribue. Au moment de mettre sous presse, la poste était en discussion avec le Ministère de la santé pour étendre ce service à tout le pays. En assurant ce service à plus grande échelle, la poste y voit un moyen efficace de planifier l'achat et le contrôle des stocks de médicaments, car, une fois ce processus lancé, il est possible de réduire la destruction des stocks de médicaments ainsi que le nombre de cas où les médicaments demandés ne sont pas disponibles.

### Gestes concrets

La poste brésilienne compte déjà une longue expérience dans la prestation de services visant à réduire la pauvreté. «L'entreprise a certes une mission commerciale, mais elle a aussi un rôle social important», constate M. Machado.

Le programme de diffusion d'informations sur l'allaitement maternel est un exemple probant. Commencé en 1996 dans l'Etat de Ceará, le programme est aujourd'hui exploité dans le pays entier. Cette année, on estime que près de 30 000 facteurs aideront à identifier, au cours de leurs tournées, les mères qui pourraient bénéficier d'informations sur l'importance de l'allaitement maternel, pratique reconnue pour augmenter l'espérance de vie des enfants. Quelque 3,2 millions de mères ont été ciblées en 2002.

D'autres exemples sont tout aussi parlants. Chaque année, la poste assure la distribution de millions de livres scolaires (plus de 61 millions en 2003) et l'inscription de candidats au programme de l'Institut national de colonisation et de réforme agraire pour l'accès à la terre (1,1 million d'inscriptions).

Plus récemment, la poste a mis sur pied la Banque postale (v. art. p. 14). Caractérisés comme mécanisme d'inclusion, les nouveaux services financiers proposés visent un public de 45 millions de Brésiliens qui n'ont pas accès à une banque. Ainsi, les habitants des régions très isolées (surtout des personnes âgées), qui devaient auparavant entreprendre un trajet – de quelque 200 kilomètres parfois – pour aller récupérer une maigre pension dans la ville la plus proche, reçoivent maintenant un versement sur leur compte d'épargne postal. Non seulement ce service permet aux plus défavorisés de pratiquer l'épargne, mais il encourage l'investissement dans l'économie locale plutôt qu'urbaine.

La liste d'actions sociales entreprises par la poste brésilienne est longue. Mais, selon M. Machado, il convient de dire que le secteur postal peut lancer bon nombre d'initiatives susceptibles de contribuer à la lutte contre la pauvreté. «Il y a beaucoup de choses à faire, et à peu de frais», insiste-t-il. Il encourage aussi toutes les postes à penser juste un petit peu au rôle qu'elles peuvent jouer pour aider les Nations Unies à atteindre les objectifs du millénaire. Basrabai et les siens n'en peuvent plus d'attendre. ■



**La distribution de millions de livres scolaires pour le compte du Ministère de l'éducation se fait annuellement, à temps pour la rentrée.**

**Millions of school textbooks are delivered for the Ministry of Education at the beginning of each school year.**

Ceará State in 1996, it has now been extended throughout the country. This year, it is expected that almost 30,000 letter carriers will help to identify mothers who might benefit from information on the importance of breastfeeding, a practice recognized as increasing child life expectancy. Some 3.2 million mothers were targeted in 2002.

Other examples are equally eloquent. Each year, the Post delivers millions of school textbooks (more than 61 million in 2003) and registers applicants for access to land in the National Institute for Settlement and Agrarian Reform programme (1.1 million registrations).

More recently, the Post has introduced its Post Bank (see article on page 14). Characterized as a measure for social insertion, the new financial services are aimed at 45 million Brazilians who do not have access to a bank. In this way, people living in very remote regions (elderly people in particular) who used to have to travel as much as 200 km in some cases to retrieve a very modest pension in the nearest town now receive payment to their postal savings account. Not only does this service enable the least advantaged to save money, but it encourages investment in the local rather than the urban economy.

The list of social actions undertaken by the Brazilian Post is long. But, according to Machado, the postal sector can launch several initiatives contributing to combating poverty. "A great deal can be done at low cost," he says. This is why he encourages all Posts to give a little thought to the role they can play in helping the United Nations to achieve the millennium objectives. Basrabai and those around her cannot wait much longer. ■



# Le GADP, la pauvreté et la réforme postale



**Alan Hunt participe à des projets de réforme postale depuis 1993.**

**Alan Hunt has been involved in postal reform projects worldwide since 1993.**

Justifier la réforme postale demeure un enjeu clé pour les administrations postales. Pour la revue *Union Postale*, nous avons rencontré Alan Hunt, membre du Groupe d'action pour le développement postal (GADP) de l'UPU depuis 1996 et Directeur régional au sein de Transend Worldwide Limited, pour l'interroger sur la manière dont les postes peuvent amener les régulateurs à soutenir une infrastructure postale solide.

## **Du point de vue du GADP, comment les postes peuvent-elles contribuer à la réduction de la pauvreté?**

Un réseau postal efficace permet la distribution du courrier, le transport des marchandises et des passagers et la fourniture de services dans toutes les régions. Dans ce sens, il est important que chacun ait accès à un service universel et que les administrations postales continuent d'aller de l'avant et d'offrir des réseaux qui deviennent le fondement des communications, des services financiers et de la distribution des marchandises. Par exemple, de nombreuses administrations assurent des services de transport des passagers dans des bus utilisés essentiellement pour la distribution du courrier. A elle seule, cette démarche permet d'améliorer l'accès aux marchés de la consommation et contribue à la réduction de la pauvreté.

## **Comment les postes peuvent-elles évaluer leur incidence sur l'économie d'un pays?**

Le meilleur moyen d'évaluer les avantages que la poste apporte à l'économie nationale consiste certainement à étudier quel serait l'impact de la suppression du réseau postal et de tous les services y associés. En revanche, nous savons pertinemment que l'absence d'accès à un organisme bancaire et l'impossibilité de transporter des marchandises ou d'effectuer des transactions financières par l'intermédiaire des bureaux de poste mèneraient au chaos. L'incidence économique des postes se fait également ressentir quand des dispositions relatives au monopole sont assouplies, ce qui entraîne un renforcement de la concurrence, une réduction des prix et une amélioration des services.

## **Comment le GADP trouve-t-il les arguments dont les postes ont besoin pour convaincre le régulateur de l'importance de la réforme postale?**

L'une des principales réalisations du GADP, depuis sa création en 1991, a été de sensibiliser les esprits à la nécessité d'une réforme postale. Cet objectif visait avant tout les principaux bailleurs de fonds, comme la Banque mondiale. A ce jour, ces institutions ont effectué des investissements considérables touchant quelque 22 pays. La principale difficulté consiste à convaincre les gouvernements, les ministres et les ministères, entre autres, du fait que le secteur postal joue un rôle essentiel dans l'infrastructure nationale générale et qu'il mérite de bénéficier d'un degré élevé de priorité. Malheureusement, les pressions exercées dans d'autres domaines, tels que la santé, le transport et l'éducation, par exemple, font que ces secteurs priment, dans un environnement extrêmement concurrentiel dans lequel les fonds disponibles sont limités. ■

## **The PDAG on poverty and postal reform**

Making the argument for postal reform remains a key challenge for postal administrations. *Union Postale* talked with Alan Hunt, member of the UPU's Postal Development Action Group (PDAG) since 1996 and Regional Director at Transend Worldwide Limited, about how Posts can bring regulators to support a strong postal infrastructure.

## **From the PDAG's perspective, how can Posts contribute to reduce poverty?**

An effective postal network enables the distribution of mail, the transportation of goods and people and the provision of services to all areas. This is why it is so important that everyone have access to a universal service and why postal administrations must forge ahead, providing networks that become the backbone for communications, financial services and the delivery of goods. For example, many administrations provide passenger services on buses primarily used for mail distribution. This alone provides better access to consumer markets and contributes to poverty reduction.

## **How can Posts measure their impact on the economy?**

Probably the best way to measure the benefits the Post brings to the national economy is to look at what the impact would be if the postal network and its ancillary services were taken away. Without the postal network, the inability to move goods or make financial transactions through post offices would create chaos. Another good example of economic impact is where monopoly provisions have been relaxed, resulting in increased competition, lower pricing and improved service.

## **How is the PDAG developing the arguments that Posts need to convince regulators of the importance of postal reform?**

One of the PDAG's main achievements since its inception in 1991 has been to create awareness of the need for postal reform. This aim has been primarily directed at the major lending institutions, such as the World Bank. To date, these institutions have made a significant investment involving some 22 countries worldwide. The main difficulty is to convince governments, ministers, ministries and others that the postal business plays an important role in the national infrastructure, and that this priority is deserved. Unfortunately, pressure on other areas such as health, transportation and education, for example, takes precedence in the extremely competitive environment for the limited funding available. ■

# www.upu.int, une mine d'informations postales

## www.upu.int, a gold mine of postal information

Cliquer sur [www.upu.int](http://www.upu.int), c'est en savoir plus sur la poste d'aujourd'hui et de demain!

La révolution numérique et la présence croissante d'Internet comme moyen de communication conduisent le Bureau international à faire du site Web de l'UPU un support évolutif et accessible au plus grand nombre.

Reconfiguré en décembre 2001, le site bilingue propose aux postes, aux spécialistes du secteur postal, aux partenaires de l'UPU, aux philatélistes et aux internautes venus à dessein ou par hasard de découvrir, de s'informer ou de collecter des informations générales ou techniques, des données chiffrées, des statistiques et des nouveautés sur les activités de l'Union.

### Les visites à la hausse

Le nombre de visiteurs du site a considérablement augmenté, atteignant 100 000 visiteurs au cours du premier semestre de 2003, alors que 67 000 internautes avaient cliqué sur le site au cours de la même période en 2002. Actuellement, 36 000 requêtes sont enregistrées par jour, soit une augmentation de 25% par rapport à 2002.

Le site est en quelque sorte la vitrine de l'UPU et de ses activités. La visibilité du site est le maître-mot. «En plus de promouvoir une image positive et transparente de l'organisation, l'accessibilité des informations permet au Bureau international de gagner en temps et en ressources. De multiples informations sont désormais disponibles sur le Web, notamment en matière de statistiques postales, de codes postaux, de documents des réunions et de publications», rappelle James Gunderson, Directeur du Cabinet du DG, de la planification stratégique et de la communication au Bureau international.

L'équipe Web a pour mission de faire du site un outil éducatif et informatif. Elle collabore avec les différents services du Bureau international pour en créer le contenu, mettre à jour des informations et les rendre compréhensibles pour le plus grand nombre.



It only takes one click on [www.upu.int](http://www.upu.int) to find out more about today's Post and the Post of the future!

The increasing use of the Internet as a means of communication has led the International Bureau to turn its website into a generally accessible and evolving information medium.

Reconfigured in December 2001, the bilingual site offers Posts, postal sector specialists, UPU partners, philatelists, and Internet users who drop by intentionally or by chance, an opportunity to find out about or gather general or technical information, figures, statistics and news about the organization's activities.

### Visitors on the rise

The number of site visitors has risen sharply to 100,000 during the first half of 2003, compared to 67,000 for the same period in 2002. At present, 36,000 hits are recorded every day, a 25% increase on 2002.

The site is a showcase for the UPU and its activities, visibility being its keyword. "As well as promoting a positive, transparent image of the organization, the ease with which informa-

### Press releases

Signing of 2004 UPU Congress  
beginning of a close partnership

Romania will host 2004 UPU  
PDF 31kB

### Propre et convivial

Christopher Grosser, Directeur du groupe international d'Australia Post, pense que l'UPU a su écouter et entendre les critiques formulées par les utilisateurs de son ancien site Web pour améliorer le contenu et la présentation du nouveau: «Le nouveau site Web de l'UPU est propre et convivial. La page d'accueil offre immédiatement une quantité de liens vers le vaste stock d'informations de l'UPU. En mettant en évi-

dence, par la mise en place de ce site, les diverses compétences du Bureau international, l'UPU démontre qu'elle est en phase avec les meilleures technologies et compétences exigées par la communauté postale d'aujourd'hui et par ses clients.»

Et à un spécialiste de la toile d'ajouter: «Contrairement à d'autres sites d'organisations internationales, le contenu est organisé et formulé de façon compréhensible pour le grand public, et pas seulement pour les spécialistes», souligne Miklos Gaspar, consultant Internet pour Pressflex, un cabinet qui travaille avec diverses agences des Nations Unies. Il ajoute que «la conception du site est facile d'accès et le téléchargement des documents rapide, même via une connexion modem assez lente».

Outre l'actualisation du site Web, menée par Jérôme Deutschmann (debout à droite), assisté de Gil Bez (debout à gauche), du programme informatique du Bureau international, l'équipe des communications externes produit *Union Postale*, traite les commandes des publications de l'UPU, gère les programmes de relations publiques et assure les relations avec les médias, entre autres. Debout (de g. à dr.): Gil Bez, Antoine Bezençon, en charge des publications, et Jérôme Deutschmann. Assis (dans le même ordre): Gisèle Läubli, assistante au service à la communication externe, Rhéal LeBlanc, rédacteur en chef d'*Union Postale*, Juliana Nel, Chef du programme «Communication externe», et Alexandre Plattet, de la Direction de la logistique, qui fournit régulièrement ses services de photographie.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Administration postale

A

Afghanistan

Afrique du Sud

Albanie

Algérie

Allemagne

tion can be accessed allows the International Bureau to save time and money. A lot of information is already available on the website, particularly with regard to postal statistics, postcodes, meeting documents and publications," says James Gunderson, Director of Strategic Planning and Communication at the International Bureau.

The mission of the website team is to make the site an education and information tool. The team works with the various

International Bureau departments to create the content, update the information and make the site intelligible for a broad public.

### Clean and user friendly

Christopher Grosser, Group Manager, International, at Australia Post, says the UPU has judiciously used feedback from users of its previous website to improve the content and look of the new one. "The new website is clean and user friendly, allowing direct access from the home page to the vast array of UPU information. Through the capabilities of International Bureau staff, the UPU is showing itself to be in touch with the best technology and skills required by today's postal community and customers."

Web design experts seem to agree. "In contrast to the websites of other international organizations, the content is organized and worded in such a way as to be understood by 'laypersons' and not just by specialists, points out Miklos Gaspar. The Internet consultant for Pressflex, a firm that works with various United Nations agencies, adds that, "the site's design makes it



Aside from updating the Web site, a task mainly handled by Jérôme Deutschmann (standing, at right) with assistance from Gil Bez, from the IT Program (standing, at left), the International Bureau's External Communication team

produces *Union Postale*, handles orders for all UPU publications, manages external relations programmes and handles media enquiries, among other things. Standing, L/R: Gil Bez, Antoine Bezençon, Publications Assistant, and Jérôme Deutschmann. Sitting, in the same order: Gisèle Läubli, External Communication Assistant, Rhéal LeBlanc, Editor, *Union Postale*, Juliana Nel, Manager, External Communication Programme, and Alexandre Plattet, from the Logistics Directorate, who contributes regular photography services.



Compte tenu de sa présentation actuelle et des nombreuses possibilités de contact qu'il offre au sein même des rubriques, le site ouvre un dialogue avec ses utilisateurs: chaque responsable d'un projet joue un rôle de moteur pour l'ajout ou la mise à jour d'informations, et chaque utilisateur ou internaute, par ses questions, son évaluation ou ses commentaires, améliore le contenu du site.

Allez donc y jeter un coup d'œil et dites-nous ce que vous en pensez à [info@upu.int](mailto:info@upu.int). ■

## Les dessous du site en quelques clics: cinq pages à découvrir absolument!

**Plan du site:** incontournable, le plan du site, en bas de la page d'accueil, permet à l'utilisateur de s'orienter très vite et d'aller droit au but. Pour nouveaux visiteurs ou adeptes du site. [www.upu.int/site\\_map/fr/index.html](http://www.upu.int/site_map/fr/index.html)

**Documents des réunions:** les délégués qui assistent aux réunions de l'UPU peuvent obtenir les documents des réunions avant d'arriver à destination. Disponibles en anglais, en arabe, en espagnol, en français, en portugais et en russe, les documents sont accessibles via un mot de passe, lequel peut être demandé sous la rubrique «Outils» du menu «Contacts et liens». [www.upu.int/meeting\\_documents/prot/fr/index.html](http://www.upu.int/meeting_documents/prot/fr/index.html)

**Statistique postale:** pour dégager les tendances générales du trafic postal, cette base de données, qui comprend une centaine d'indicateurs de plus de 200 pays ou territoires dans le monde regroupés en 12 chapitres, est l'outil idéal. [www.upu.int/statistics/fr/index.html](http://www.upu.int/statistics/fr/index.html)

**Principales publications:** les publications produites par l'UPU sont décrites; certaines sont visibles en version PDF, et toutes peuvent être commandées. [www.upu.int/publications/fr/index.html](http://www.upu.int/publications/fr/index.html)

**Contacts postaux pour la clientèle internationale:** besoin de renseignements à l'étranger? Vous trouverez ici les contacts destinés à répondre à vos demandes et questions sur les services postaux d'un pays en particulier. [www.upu.int/pls/ap/addr\\_public.display?p\\_language=fr](http://www.upu.int/pls/ap/addr_public.display?p_language=fr)

easy to access, documents can be downloaded quickly, even with a fairly slow modem connection."

Currently, with the numerous possibilities for contact under its headings, the site creates a dialogue with its users: each project leader plays a key role in adding or updating information and each user, through his or her questions, assessment or comments, improves the content of the site.

So log on, take a look and tell us what you think by e-mailing [info@upu.int](mailto:info@upu.int). ■

## Designed especially for you: five site pages you should not miss

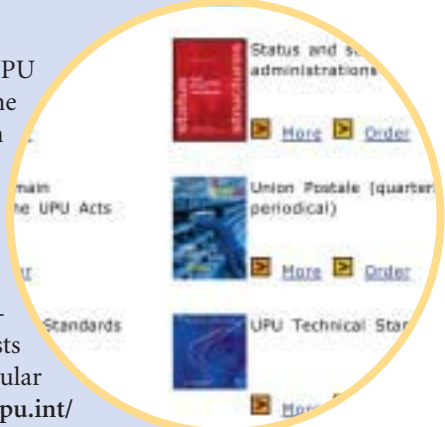
**Site map:** Clearly marked at the bottom of the home page, the site map allows users to quickly head for what they are looking for. A critical first stop for newcomers and regular visitors to the site. [www.upu.int/site\\_map/en/index.html](http://www.upu.int/site_map/en/index.html)

**Meeting documents:** Get a head start. UPU delegates can retrieve meeting documents in English, Arabic, Spanish, French, Portuguese and Russian before arriving at destination. Accessed with a password requested under the heading "Tools" from the "Contacts and links" menu. [www.upu.int/meeting\\_documents/prot/en/index.html](http://www.upu.int/meeting_documents/prot/en/index.html)

**Postal Statistics:** We've got the numbers. This database, which includes about 100 indicators for more than 200 countries or territories grouped into 12 chapters, is the ideal tool for following general trends in postal traffic. [www.upu.int/statistics/en/index.html](http://www.upu.int/statistics/en/index.html)

**Publications:** Read all about it. UPU publications are listed here; some are available in PDF and all can be ordered. [www.upu.int/publications/en/index.html](http://www.upu.int/publications/en/index.html)

**Postal contacts for international customers:** Who to contact for answers to your requests and questions about a particular country's postal services. [www.upu.int/pls/ap/addr\\_public.display?p\\_language=en](http://www.upu.int/pls/ap/addr_public.display?p_language=en)



# Dialogue avec / Face-to-face with D.E. Pule

**D.E. Pule**  
Directeur général  
de BotswanaPost  
Director General,  
BotswanaPost



Lorsque D.E. Pule a été nommé Directeur général de Botswana Postal Services en 1998, il a rapidement pris des mesures énergiques pour réaliser sa vision d'une poste transformée en entreprise commerciale viable, concurrentielle et efficace. Il reconnaît qu'il reste encore du travail à faire, mais le service postal de son pays a progressé à pas de géant, surtout en ce qui concerne l'amélioration de la qualité de service. Les équipements de traitement du courrier ont été modernisés, la formation continue des employés est assurée et le service postal, rebaptisé BotswanaPost, offre aujourd'hui l'image d'une entreprise prospère et haute en couleur. Les revenus ont augmenté de manière constante au cours des cinq dernières années, et l'entreprise a enregistré un bénéfice net de 2,9 millions de BWP (500 000 USD) en 2001/2002. Ayant acquis une expérience diversifiée dans les principales industries privées du pays – production de viande et diamants – M. Pule est parfaitement conscient de l'importance d'un service à la clientèle de haute qualité et d'une image de marque reconnaissable, et de la nécessité de créer des conditions favorables au renforcement de la capacité concurrentielle de l'entreprise. *Union Postale* lui a demandé comment il avait réussi à transformer la poste de l'un des pays les plus petits, mais l'un des plus prospères, d'Afrique.

**Union Postale:** Quelle était la situation de la poste lors de votre entrée en fonctions?

**D.E. Pule:** Bien que Botswana Postal Services soit devenu une entité distincte en 1989, l'entreprise était

When D.E. Pule became Director General of Botswana Postal Services in 1998, he took the postal service by storm, quickly putting into action a series of measures aimed at making the Post a viable, competitive and efficient commercial enterprise. There is, he admits, still some work to be done, but his country's postal service has made great strides in terms of service quality improvements. Mail processing equipment has been modernized, employee training is consistently offered, and the postal service now boasts a sleek and colourful corporate identity, BotswanaPost. Revenues have risen steadily over the past five years, resulting in a net profit of 2.9 million Pula (500,000 USD) in 2001/2002. With a varied background in some of Botswana's main private industries – meat production and diamonds – Pule has a clear sense of the importance of high quality customer service, a recognizable brand, and creating the right conditions to become more competitive. *Union Postale* asked him how he went about transforming the Post of one of Africa's smallest but most prosperous countries.

**Union Postale:** What was BotswanaPost like when you first arrived?

**D.E. Pule:** Even though Botswana Postal Services became a separate entity in 1989, it was still generally viewed as a government department. There was little concern for customers, quality or service performance. Employees still saw themselves as government employees, and there was no corporate identity. With different colours being used for the vehicles, products and



encore considérée généralement, lors de mon arrivée, comme faisant partie d'un ministère. Les clients et la qualité de service n'étaient pas des sujets de préoccupation majeurs. Les employés se voyaient encore comme des fonctionnaires, et l'identité de l'entreprise était mal définie. Il était impossible pour les usagers de distinguer ce qui appartenait à BotswanaPost en raison de la diversité des couleurs utilisées pour les véhicules, les produits et les équipements.

**Union Postale:** Quelles sont les principales difficultés auxquelles vous avez dû faire face en voulant transformer BotswanaPost?

**D.E. Pule:** Lorsque vous êtes nouveau et que votre travail consiste à créer un changement, vous devez traiter la culture de l'entreprise telle que la conçoivent les employés. Au lieu de s'occuper des changements nécessaires, beaucoup d'employés cherchaient à contrecarrer les changements proposés. J'ai dû faire de gros efforts pour comprendre la culture de l'entreprise et pour faire comprendre aux employés et aux syndicats la nécessité et les avantages du changement. Je me suis rendu dans chacun des bureaux de poste du pays pour parler directement avec les employés, même s'il n'y en avait qu'un ou deux dans le bureau. C'était très important pour les employés parce que c'était la première fois qu'un directeur général leur rendait visite.

**Union Postale:** Comment les employés ont-ils réagi à ces changements et comment s'adaptent-ils à une nouvelle culture axée sur le service à la clientèle, la qualité et la compétitivité?

**D.E. Pule:** Au début, les employés étaient méfiants, mais j'ai essayé de gagner leur confiance en les associant à des projets, en leur demandant d'évaluer les méthodes de travail et de formuler des recommandations sur la manière de les améliorer. J'ai aussi essayé de leur faire comprendre que je considérais leur travail comme indispensable à la survie de l'organisation. Je leur ai donné l'occasion d'évoluer et de constater les avantages de cette évolution. Ce sont les employés qui ont proposé de créer deux équipes au centre de traitement du courrier de Gaborone, l'une pour le matin et l'autre pour l'après-midi, en vue de faciliter la distribution du courrier le lendemain de son arrivée. Auparavant, il n'y avait qu'une seule équipe. D'autres employés ont proposé des idées pour réduire les coûts.

equipment, it was impossible for the public to tell what was BotswanaPost and what was not.

**Union Postale:** What were the major challenges you faced in building the new BotswanaPost?

**D.E. Pule:** When you're new and your job is to create change, it is a challenge to confront the culture of the employees. Instead of focusing on what needed to change, many focused on how they should counteract the changes. I had to work hard to understand the internal culture and make employees and unions understand the need for change and how it would benefit them. I went to every post office in the country to talk to the employees directly, even if there were only one or two of them in the office. It meant a lot to employees because it was the first time a Director General had visited them.

**Union Postale:** How have employees reacted to these changes, and how are they adapting to a new culture focused on customer service, quality and competitiveness?

**D.E. Pule:** Initially employees were suspicious, but I tried to gain their confidence by involving them in projects, asking them to evaluate processes and make recommendations on how to improve the operations, and emphasizing that I considered them a critical part of the organization's survival. I allowed them to evolve and see the benefits. Employees were the ones who came up with the idea of creating two shifts at the mail processing plant in Gaborone – one in the morning and one in the afternoon – to improve overnight mail delivery. Before, there used to be one shift only. Others came up with ideas on how to cut costs.

Finally, to reinforce the importance of customer service, we hold training sessions with employees every







Enfin, pour sensibiliser le personnel à l'importance du service à la clientèle, nous organisons chaque semaine des séances de formation dans tous les bureaux de poste.

**Union Postale:** BotswanaPost est rentable depuis 1996. Est-ce que vous recevez une aide quelconque de la part de l'Etat?

**D.E. Pule:** Actuellement, nous sommes autosuffisants, mais 70 bureaux de poste sur 113 fonctionnent toujours à perte. Nous subventionnons ces bureaux grâce aux recettes des 43 bureaux rentables. Par ailleurs, avec l'érosion des bénéfices due à la concurrence sur les segments les plus lucratifs du marché, les pertes rendent très difficile la prestation d'un service social dans les zones rurales. J'envisage de demander à l'Etat, qui est, pour ainsi dire, notre seul client pour ces 70 bureaux de poste, de couvrir ce coût social à court terme. Entre-temps, nous nous efforçons de proposer de nouveaux produits et services qui permettront à ces bureaux de poste de devenir rentables.

**Union Postale:** Le niveau de satisfaction de la clientèle est passé de 48% en 1999 à 82% aujourd'hui. Quel est votre objectif ultime et comment comptez-vous l'atteindre?

**D.E. Pule:** Notre objectif est d'atteindre entre 80 et 90% au cours des cinq prochaines années. Une entre-

week and in every post office to make them appreciate that the customer is key.

**Union Postale:** BotswanaPost has been profitable since 1996. Does the company receive any assistance from the government?

**D.E. Pule:** Currently we are self-sufficient, but 70 post offices out of 113 are still making a loss. I am subsidizing these from the 43 profitable ones. And with competition eroding profits in the more lucrative market, the losses make it very difficult to provide a social service in rural areas. I am considering asking the government – basically my customer for those 70 offices – to cover this social cost in the short term while we work at introducing new products and services that will lead these post offices to profitability.

**Union Postale:** Customer satisfaction levels have increased to 82% today from 48% in 1999. What is BotswanaPost's objective and how do you intend to achieve it?

**D.E. Pule:** We aim for a target of between 80 and 90% in the next five years. We have an external firm monitoring the service, and our marketing department is contacting our major customers to see how we could provide specific services to them. We have also created a courier company so that customers are able to deal with a single postal service provider, BotswanaPost.

**Union Postale:** How fierce is competition in the postal market in your country?

**D.E. Pule:** It is very fierce. Botswana has a population of 1.6 million. Half of the population lives in rural areas. We have major competitors like DHL and TNT, as well as smaller operators who collect the mail from various companies and then deliver on bicycle or motorbike. Since the Post has a monopoly, these small companies are operating illegally, but it would be too costly for us – the operator – to monitor them and take court action. This is a job for the regulator. If the Post were privately operated, then the regulator would have every interest in monitoring such activity.

**Union Postale:** In fact, the Privatization Agency has targeted BotswanaPost for privatization. Are you in favour of privatization?

**D.E. Pule:** I support privatization because it will eliminate inefficiencies for which we are now forced to pay, but we should not be in a hurry. First we need to put

prise indépendante contrôle le service, et notre service de marketing prend contact avec nos principaux clients pour déterminer comment nous pourrions leur fournir des services particuliers. En outre, nous avons créé une société de messagerie pour faire en sorte que nos clients puissent s'adresser uniquement à BotswanaPost pour tous leurs services postaux.

**Union Postale: Quelle concurrence subissez-vous sur le marché postal dans votre pays?**

**D.E. Pule:** La concurrence est très rude. Le Botswana compte 1,6 million d'habitants. La moitié de la population du pays vit en zone rurale. Certains de nos principaux concurrents, tels que DHL et TNT, ainsi que des opérateurs plus modestes, prennent en charge le courrier auprès des diverses entreprises et le distribuent ensuite à bicyclette ou à moto. Etant donné que la poste jouit d'un monopole, ces petites entreprises opèrent illégalement. Mais il serait trop onéreux pour nous, opérateur, de contrôler leurs activités et d'engager des poursuites à leur encontre. Cette tâche incombe au régulateur. Si la poste était privatisée, le régulateur aurait tout intérêt à contrôler ce type d'activité.

**Union Postale: Le Gouvernement a désigné BotswanaPost pour faire l'objet d'une privatisation. En êtes-vous partisan?**

**D.E. Pule:** Je soutiens la privatisation parce qu'elle supprime les déficiences pour lesquelles nous sommes actuellement obligés de payer. Mais nous ne devrions pas être pressés. Nous devons d'abord mettre de l'ordre à la poste, notamment en changeant la culture de l'entreprise. L'Etat a engagé un consultant pour nous aider à élaborer un plan d'activité ainsi qu'une loi portant sur les possibilités de privatisation de BotswanaPost. Dans un premier temps, je pense que l'Etat devrait détenir 50% des parts afin de pouvoir maintenir le service postal universel. Le reste des parts serait mis à la disposition du public. Les travaux concernant la privatisation ont déjà débuté, mais je pense qu'il s'agira d'un long processus.

**Union Postale: Quels sont les principaux défis de BotswanaPost en ce qui concerne la prestation du service postal universel, et comment cette obligation serait-elle remplie dans un environnement privé?**

**D.E. Pule:** Le problème, c'est le coût. Nous sommes tenus d'assurer un service social dans les zones rurales, mais le coût est trop élevé. Comme je l'ai déjà dit, nous

order in the Post, including changing the employee culture. The Government has hired a consultant to help us develop a business plan and an Act that will look at how BotswanaPost can be privatized. Initially I envisage the Government holding 50% of shares, so that it can maintain a universal postal service, and making the rest available to the people. Although we are starting work on it now, I expect privatization to be a long process.

**Union Postale: What are the biggest challenges for BotswanaPost in providing a universal postal service, and how would this obligation be met in a private environment?**

**D.E. Pule:** The challenge is cost. We are obligated to provide a social service to rural people, but the cost is very high. As I've mentioned, we have 70 rural post offices in a deficit situation. We don't intend to close these offices, but we are thinking of developing a network whereby shop owners in such areas could help us provide postal services.

Even if BotswanaPost were privatized, the Government would want to ensure the provision of a universal postal service. Management will need to sign a performance contract with the Government emphasizing the need to provide that universal postal service.

**Union Postale: BotswanaPost has formed strategic alliances with major competitors such as DHL. Why did you choose to go down this road, and what are the tangible benefits?**

**D.E. Pule:** DHL cannot compete with us in the delivery of domestic mail because of our high delivery standards. As a result, we have an agreement with them that is very effective: domestic mail coming through DHL is handed over to BotswanaPost for delivery according to our standards; in return, we provide international mail



avons 70 bureaux de poste en situation de déficit. Nous n'avons pas l'intention de fermer ces bureaux, mais nous envisageons de créer un réseau grâce auquel les commerçants dans les zones concernées pourraient nous aider à assurer la prestation des services postaux.

Même si BotswanaPost était privatisé, l'Etat souhaiterait assurer la prestation d'un service postal universel. La Direction de BotswanaPost devra conclure avec l'Etat un contrat-cadre mettant l'accent sur la nécessité d'assurer le service postal universel.

**Union Postale:** BotswanaPost a conclu des alliances stratégiques avec certains de ses principaux concurrents, comme DHL. Pourquoi avez-vous opté pour cette solution, et quels en sont les avantages?

**D.E. Pule:** DHL ne peut pas nous faire concurrence pour la distribution du courrier du régime intérieur. Nos normes de distribution sont très rigoureuses. Nous avons donc conclu avec DHL un accord très efficace: le courrier du régime intérieur qu'il reçoit est remis à BotswanaPost, qui le distribue en appliquant ses normes de distribution; en contrepartie, nous remettons le courrier international partant à DHL, qui le distribue partout dans le monde. Bien que nous n'ayons pas d'accord avec d'autres concurrents, certains nous remettent leur courrier du régime intérieur parce que nous disposons d'un réseau plus étendu.

**Union Postale:** Comment le service de messagerie de BotswanaPost fonctionne-t-il depuis son lancement en juin 2001, et pouvez-vous expliquer le concept de «propriétaire-conducteur»?

**D.E. Pule:** Au début, nous ne gagnions pas d'argent, mais, aujourd'hui, nous rentrons dans nos frais. Et, pour ce qui est de gagner des clients, nous en avons même pris à nos concurrents. Le concept de propriétaire-conducteur est simple; tout particulier possédant un véhicule peut proposer ses services à BotswanaPost en tant que messager. Les personnes qualifiées sont engagées et reçoivent une commission sur la base du nombre d'envois traités. C'est pourquoi elles sont généralement productives. Leurs véhicules portent le logo de BotswanaPost. Actuellement, nous utilisons les services de sept propriétaires-conducteurs: cinq à Gaborone et deux à Francistown. Ils distribuent le courrier dans toute la ville. La distribution dans les autres régions du pays est assurée par la poste.

**Union Postale:** Quelles sont vos prochaines priorités?

**D.E. Pule:** Le Gouvernement a placé la privatisation au rang de ses priorités, alors je me concentre sur cette question. Dans le même temps, je poursuis la restructuration de l'organisation afin d'améliorer les effectifs,



to DHL for delivery anywhere in the world. Although we don't have agreements with other competitors, some give us their domestic mail because we have a network that is more extensive than theirs.

**Union Postale:** How is Botswana Couriers performing since its launch in June 2001, and can you explain the "owner driver" concept?

**D.E. Pule:** At first we weren't making money, but today we are breaking even. And in terms of getting customers, we have even acquired some from the competition. As for the owner driver, any individual with a vehicle can apply to BotswanaPost to become a courier. Qualified individuals with a vehicle are hired and get commission based on the number of items they generate. That's why they tend to be productive. Their vehicles also display the identity of BotswanaPost. Today there are seven owner drivers – five in Gaborone and two in Francistown. They deliver anywhere in the city; deliveries in other parts of the country go through the post.

**Union Postale:** What are your next priorities?

**D.E. Pule:** The Government has made privatization a priority so I am devoting my attention to that issue. At the same time, I am continuing to restructure the organization to bring efficiencies in staffing, equipment and vehicles, and looking at whether we should out-



l'équipement et les véhicules, et j'étudie l'opportunité de confier certains de nos services à des sous-traitants afin que nous puissions nous concentrer sur notre activité de base, à savoir la distribution du courrier.

**Union Postale:** Quels conseils pourriez-vous donner à d'autres pays africains qui s'efforcent d'améliorer leurs services postaux et de les rendre plus concurrentiels?

**D.E. Pule:** La poste peut être une organisation rentable comme n'importe quelle autre entreprise. Si elle est gérée efficacement, modernisée et capable de gagner la confiance des clients, elle produira des bénéfices. Les postes des pays en développement doivent tenir compte des besoins de leurs clients et se préparer à faire face à la concurrence. Nous opérons dans une économie informatisée. Nous devons absolument nous procurer certains outils, comme des guichets automatisés, pour satisfaire aux exigences du marché et des clients. Nous installons actuellement des ordinateurs dans nos bureaux de poste, car, sinon, nous ne pourrions pas être concurrentiels. Je serais très heureux si l'UPU pouvait mettre au point une application qui faciliterait l'automatisation des bureaux de poste, ou si nous pouvions passer un accord contractuel avec un fournisseur qui se chargerait de fournir ce service aux pays les moins avancés.

Pour commencer, les pays en développement doivent tirer profit des systèmes de l'UPU, tels que les services financiers internationaux. Il en va de même pour le Fonds pour l'amélioration de la qualité de service. BotswanaPost a adopté le système de suivi et de localisation de l'UPU ainsi que son modèle de comptabilité analytique. Nous profitons aussi du système financier international, qui nous permet d'effectuer des transferts d'argent par voie électronique, et non plus manuellement.

Les pays en développement doivent essayer de prendre exemple sur certains pays industrialisés en créant de nouveaux services, comme les services bancaires et les services d'assurance. Si toutes ces conditions sont réunies, la poste peut devenir rentable.

**Union Postale:** Que faites-vous de votre temps libre?

**D.E. Pule:** Lorsque je ne lis pas des revues financières ou économiques, ou des documents sur la gestion de l'entreprise, j'aime consacrer mon temps libre à ma famille. Pour me détendre et me changer les idées, je visite régulièrement mon parc à bétail et je passe quelques jours avec les gardiens de troupeaux. Mon épouse et moi-même sommes des chrétiens, et nous nous rendons dans nos églises respectives lorsque nous en ressentons le besoin. ■

source some of our services so we can concentrate on our core business of delivering the mail.

**Union Postale:** As other African countries struggle to develop better and more competitive postal services, what advice do you have for them?

**D.E. Pule:** The Post can be a profitable organization like any other business. If it is managed effectively, modernized, and able to gain customers' confidence, it will generate profits. It is critical that developing countries pay attention to customer needs and prepare for competition. We are operating in a computerized economy. It is important that we equip ourselves with tools such as automated counters to meet market and customer requirements. We are in the process of installing computers in our post offices because we can't compete without them. I would be delighted if the UPU could produce a software application to facilitate the automation of post offices, or have a contractual agreement with a supplier to provide this service to the least developed countries.

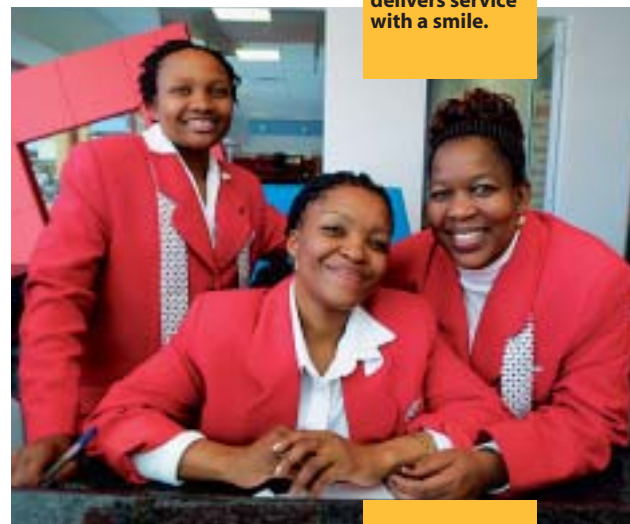
As a starting point, developing countries must take advantage of the UPU's systems, such as the International Financial System. They must also take advantage of the Quality of Service Fund. BotswanaPost has adopted the UPU's track-and-trace system and cost accounting model. We are also taking advantage of the International Financial System so we can offer money transfers electronically instead of manually.

Developing countries must try to copy what some industrialized countries are doing in terms of developing new services such as banking and insurance services. When these are brought together, the Post can become profitable.

**Union Postale:** What do you do in your spare time?

**D.E. Pule:** When I'm not reading financial and economic journals, or materials on corporate governance, I like to spend my spare time with my family. To relax and take my mind off work, I regularly visit my cattle post and spend a few days with the herdboys. My wife and I are also Christians and we attend our respective churches when we feel a spiritual need. ■

The new BotswanaPost delivers service with a smile.



A BotswanaPost, service et sourire vont de pair.

# Reprise du service postal en Iraq malgré les risques et les pénuries

## Postal services resume in Iraq amid security risks and shortages

Environ 75% des 275 bureaux de poste de l'Iraq sont à nouveau opérationnels, et les premiers chargements de courrier international ont été expédiés de Bagdad par train en juillet, marquant la fin de l'interruption des services postaux au sein du pays et des échanges avec le monde extérieur qui durait depuis le début de la guerre.

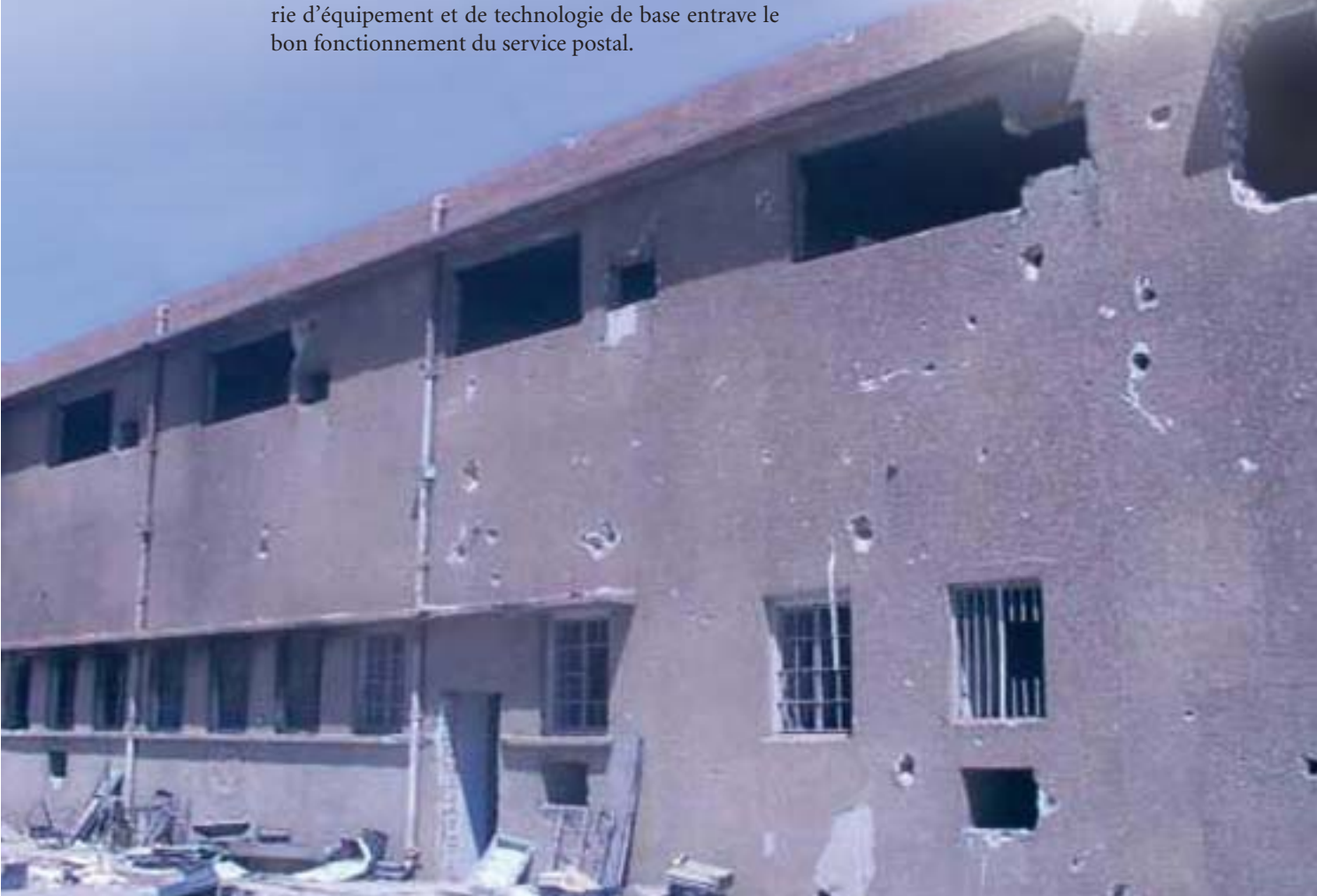
A la fin de juillet 2003, lors d'un entretien téléphonique, Kent Chicosky, le représentant postal de l'Autorité provisoire de la coalition en Iraq, a confié à *Union Postale* que «le service postal iraquien est l'un des services publics qui fonctionnent le mieux dans le pays depuis la fin de la guerre».

Mais malgré cette situation encourageante, le rétablissement complet des services postaux nationaux et internationaux demeure une gageure, et la grave pénurie d'équipement et de technologie de base entrave le bon fonctionnement du service postal.

Approximativement 75% of Iraq's 275 post offices are again open for business, and the first trainloads of international mail left Baghdad in July after postal services in the country and exchanges with the outside world were suspended at the start of the war in Iraq.

"The postal service in Iraq is one of the best-functioning public services in the country after the war," Kent Chicosky, the Postal Representative of the Coalition Provisional Authority (CPA) in Iraq, told *Union Postale* in a telephone interview at the end of July 2003.

But despite these positive early developments, the full restoration of domestic and international postal services remains a major challenge, and serious shortages of basic equipment and technology are hampering the smooth operation of the postal service.



### Infrastructure endommagée et matériel volé

L'infrastructure postale n'a pas échappé aux bombardements ni au pillage. Bien qu'une évaluation complète des dommages causés par la guerre n'ait pas encore été effectuée en raison des risques qui subsistent, M. Chicovsky a confirmé qu'au moins 13 bureaux de poste avaient été détruits à Bagdad pendant le conflit et que du matériel et des véhicules avaient été volés. Les bureaux de poste ont été bombardés surtout parce qu'ils abritaient des installations de télécommunication, des cibles de choix pendant la guerre. Le premier bureau de poste a rouvert à Bagdad le 10 mai, et, aujourd'hui, 45 bureaux sont ouverts au public dans la capitale. Ils fournissent des services divers aux 5 millions d'habitants de la ville: poste aux lettres, colis postaux, caisse d'épargne, prêts, etc.

Selon M. Chicovsky, aucun agent postal n'a été tué dans l'exercice de ses fonctions, car les bureaux de poste ont fermé avant le début des hostilités. Environ 2000 agents postaux, soit la quasi-totalité de l'ancien effectif, avaient repris leur travail à la fin de juillet.

### Distribution des envois nationaux et internationaux

Un centre de traitement du courrier a été mis en service près de la gare principale de Bagdad pour faciliter la distribution du courrier international via le Kuwait. Bien que tout le courrier soit actuellement trié à la main, les opérations se déroulent bien, compte tenu des circonstances. La distribution du courrier s'effectue à nouveau quotidiennement dans Bagdad et régulièrement dans les autres régions du pays, au moyen de liaisons routières et ferroviaires. Une fois par semaine, un train achemine le courrier international au Kuwait, d'où il est transporté par voie aérienne pour être distribué dans les autres pays du monde. A la fin de juillet, près de 130 kilogrammes de courrier international étaient acheminés chaque semaine vers le Kuwait, ce qui représente une augmentation importante si l'on considère que le service a repris le 18 juillet avec seulement 38 kilogrammes de courrier. En outre, des négociations étaient en cours en vue de l'utilisation de la Jordanie comme autre pays de transit pour les échanges de courrier international.

### Le rôle vital du service postal

Afin de démontrer la volonté de l'administration provisoire d'assurer l'accès aux services postaux par le peuple iraquien, et pour souligner le rôle vital du service postal en tant que moyen de communication et de



### Damaged infrastructure and stolen equipment

The postal infrastructure did not escape the bombing and looting. Although a complete assessment of the damage caused by the war has not been completed because of prevailing security risks, Chicovsky confirmed that at least 13 post offices in Baghdad were destroyed during the conflict and that equipment and vehicles were stolen. Post Office buildings were bombed mainly because they housed telecommunication facilities, which were a prime target during the war. The first post office reopened in Baghdad on 10 May, and 45 offices are now open for business in the capital, providing services ranging from letter mail and parcels to savings and loan services to the city's five million inhabitants.

To his knowledge, Chicovsky says no postal workers were killed while performing their duties, as post offices were closed before the start of the war. About 2,000 postal workers nationwide – almost the entire former workforce – had returned to work by the end of July.

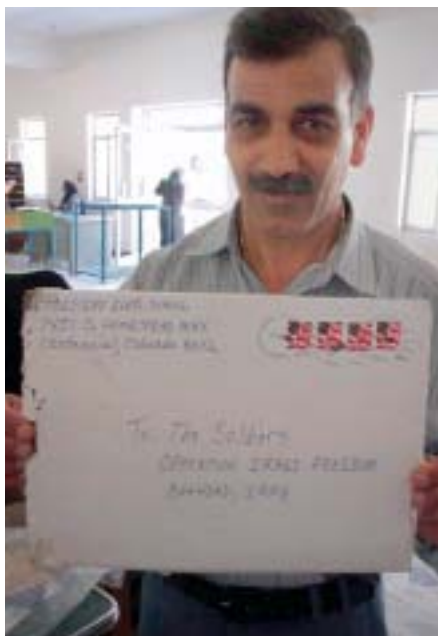
### Domestic and international deliveries

A mail processing centre has been put into operation close to the main railway station in Baghdad to facilitate the distribution of international mail via Kuwait. Although all mail sorting is currently done by hand, operations are progressing well under the circumstances. Mail is again being delivered daily to the residents of Baghdad and on a regular basis to other parts of the country, using road and rail links. A train carries international mail once a week to Kuwait from where it is distributed by air to the rest of the world. At the end

**L'infrastructure postale iraquienne n'a pas échappé aux bombardements ni au pillage. A Bagdad, au moins 13 bureaux de poste ont été détruits, mais à la fin de juillet, 45 bureaux fonctionnaient à nouveau.**

**Postal infrastructure did not escape the bombing and looting in Iraq. At least 13 post offices in Baghdad were destroyed, but by the end of July, 45 offices were again open for business in the capital.**





**Facteur iraquien préparant sa tournée quotidienne à Bagdad. Environ 2000 agents postaux, soit la quasi-totalité de l'ancien effectif, avaient repris leur travail à la fin de juillet.**

**An Iraqi postman prepares for his daily delivery in Baghdad. About 2,000 postal workers – almost the entire former workforce – had returned to work by the end of July.**

**«Nous voulons mettre le service postal sur pied pour le peuple iraquien.» Kent Chicosky (à droite), représentant de l'Autorité provisoire de la coalition en Iraq, et Khalid Al-Azzawi, Directeur général de la poste.**

**“We want to get the postal service in Iraq up and running for the people.” Kent Chicosky (right), the Postal Representative of the Coalition Provisional Authority in Iraq, and Postmaster General Khalid Al-Azzawi.**

développement, les médias ont été invités en juillet au principal centre de traitement du courrier de Bagdad. De plus, des informations sur la réouverture des bureaux de poste et la reprise de la distribution du courrier national et international ont été diffusées par voie de presse et de radio. Selon M. Chicosky, ces efforts contribuent à l'augmentation soutenue des quantités de courrier.

Dans le même temps, l'Autorité provisoire de la coalition

a commencé à verser les salaires des fonctionnaires, y compris des agents postaux. Elle injecte près de 200 millions d'USD par mois dans l'économie, sous la forme de salaires, de pensions et de paiements d'urgence.

### Plan de reconstruction

Le plan de développement immédiat porte essentiellement sur la reconstruction du réseau postal, la restauration des services d'exploitation et de l'infrastructure et la remise en état des bureaux de poste endommagés et pillés. Une aide d'urgence est nécessaire pour rétablir le traitement automatisé du courrier et pour pallier la pénurie de matériel de base: sacs postaux, caissettes, balances numériques, équipement de traitement automatisé, véhicules et motocyclettes, etc.

L'administration provisoire a en outre commencé à faire imprimer des nouveaux timbres-poste par une imprimerie iraquienne. Les trois premiers timbres représentent les moyens de transport utilisés autrefois en Iraq. «Nous voulions des timbres sans aucune connotation militaire, religieuse ou politique, mais qui donnent une image positive du service postal et du peuple irakiens», explique M. Chicosky.

Par ailleurs, il est prévu de créer un système de codes postaux et d'informatiser les services postaux. Il faudra pour cela connecter tous les bureaux de poste à Internet et contrôler d'une manière centralisée tous les flux de données et de courrier des bureaux de poste. Selon M. Chicosky, ces mesures permettront à l'administration postale de mieux servir ses clients et favoriseront le développement d'un service postal moderne et concurrentiel.

### Demande d'assistance

M. Chicosky, ancien employé du Service postal des Etats-Unis, a été nommé représentant postal au Bureau de l'Autorité provisoire de la coalition (OCPA) à la fin d'avril 2003. L'OCPA est chargé de toutes les questions

of July, about 130 kg of international mail were being dispatched every week to Kuwait – a significant increase since the service was introduced on 18 July with just 38 kg of mail. Negotiations were also underway to establish international mail exchanges via Jordan as an alternative route.

### Vital role of the postal service

To illustrate the interim administration's commitment to making postal services available to the people of Iraq and to emphasize the role of the postal service as a vital means of communication and development, the media were invited to the main mail processing centre in Baghdad in July. Information on the opening of post offices and the resumption of domestic and international mail distribution was also announced in the press and on radio. According to Chicosky, these efforts are contributing to a steady increase in mail volumes.

Meanwhile, the CPA has started paying public-sector salaries, including salaries to postal employees. It is injecting nearly 200 million USD a month into the economy through salaries, pensions and emergency payments.

### Reconstruction plan

The immediate development plan focuses on rebuilding the postal network, operations and infrastructure and refurbishing damaged and looted post offices. There is an urgent need for assistance to get mail automation back on track and to address the shortage of basic equipment such as mailbags, trays, digital scales, automation equipment, vehicles and motorcycles.

The interim administration has also started printing new postage stamps at an Iraqi printing house. The first three stamps depict early transportation in Iraq. “We wanted stamps without any military, religious or political references and that would truly reflect positively on the Iraqi postal service and the people,” explains Chicosky.

Other objectives are to develop a postcode system and to computerize postal services. This will entail connecting all post offices to the Internet and control-



### Le courrier des militaires

En période de conflit, il est plus important que jamais de rester en contact avec ses proches qui sont loin de leur foyer. Il suffit pour s'en convaincre de voir les tonnes de lettres et de paquets expédiés tous les jours aux militaires stationnés dans le golfe Persique.

Le courrier destiné aux militaires américains engagés dans la région du golfe Persique est acheminé jusqu'à l'un des trois centres de traitement du courrier international, où des agents du Service postal des Etats-Unis s'occupent de son traitement. Il est ensuite envoyé par avion soit à Bahrain, d'où il est expédié, toujours par avion, vers Bagdad, soit au Kuwait, d'où il est finalement acheminé par la route. Les centres de traitement du courrier militaire mis en place au Kuwait, à Bahrain et en Iraq distribuent le courrier aux bureaux de poste militaires isolés.

Le courrier en provenance des Etats-Unis est expédié sept jours par semaine, soit sur des vols commerciaux, soit sur des vols affrétés tout spécialement. A la fin de juillet 2003, 200 vols affrétés avaient déjà été utilisés pour transporter le courrier vers le golfe Persique. USPS achemine environ 100 tonnes de courrier par jour vers la région du golfe Persique sur des vols affrétés et des vols commerciaux réguliers. La filiale de la poste allemande spécialisée dans le courrier express et la logistique, DHL, est l'une des compagnies aériennes chargées de transporter le courrier à partir des Etats-Unis, et elle est, à l'heure actuelle, la seule compagnie à transporter le courrier par la voie aérienne à Bagdad depuis Bahrain.

Lorsque le courrier arrive dans le Golfe, il est pris en charge par le service postal militaire, qui s'occupe de tous les aspects du traitement, du transport et de la distribution. Selon le Bureau du service postal militaire (Military Postal Service Agency – MPSA), le courrier envoyé aux troupes met environ dix à quinze jours pour parvenir jusqu'à sa destination finale. Le Bureau espère pouvoir transporter le courrier directement par avion depuis les Etats-Unis jusqu'à Bagdad, dès que l'aéroport pourra gérer un trafic aérien plus important.

Le courrier destiné aux militaires britanniques est traité essentiellement par le service postal de l'armée britannique (British Forces Post Office – BFPO). Royal Mail remet au centre postal de BFPO à Londres les lettres et les paquets qu'il reçoit dans ses succursales. Au plus fort du conflit en Iraq, 50 agents de Royal Mail travaillaient au centre postal de BFPO pour aider au traitement de la surcharge de courrier.

### Mail to the men and women in uniform

During times of conflict, it's more important than ever to keep in contact with loved ones away from home. This is proven by the tons of letters and packages that are sent each day to servicemen and women in the Persian Gulf.



Mail for US service members engaged in the Persian Gulf region is routed from the city of origin to one of three international mail centres, where it is processed by the US Postal Service staff. It is then dispatched by air to either Bahrain – from where it is flown to Baghdad – or to Kuwait – from where it is transported by road. Military mail processing centres set up in Kuwait, Bahrain and Iraq distribute the mail to outlying military post offices.

Mail from the US is dispatched seven days a week, either on commercial flights or special chartered aircraft. By the end of July 2003, 200 chartered flights had been used to transport mail to

the Persian Gulf. Between the chartered aircraft and regular commercial flights, the USPS is moving some 100 tons of mail a day to the Persian Gulf region. The German Postal Service's express and logistics subsidiary, DHL, is one of the airlines involved in transporting mail from the US and is at the moment the only airline that is airlifting mail into Baghdad from Bahrain.

Once the mail arrives in the Gulf, the Military Postal Service is responsible for all processing, transportation and delivery of the mail. According to the Military Postal Service Agency, mail to the troops normally takes between ten and 15 days to reach its destination. The MPSA hopes to airlift mail directly from the US into Baghdad as soon as the airport can handle increased traffic.

The British Forces Post Office Mail mainly takes care of mail for British servicemen and women. Royal Mail delivers letters and parcels received at any of its branches to the BFPO mail centre in London. At the peak of the military conflict in Iraq, 50 Royal Mail postal workers staffed the BFPO mail centre to help process the additional mail volumes.

**Un soldat américain à Diawynia (Iraq) lit une lettre envoyée par ses proches. Le Service postal des Etats-Unis achemine environ 100 tonnes de courrier par jour vers la région du golfe Persique. (Photo DefenseLink)**

**A US soldier in Diawynia, Iraq, reads a letter from home. The US Postal Service is moving approximately 100 tons of mail a day to the Persian Gulf region. (Photo DefenseLink)**

concernant l'administration civile et la prestation des services publics, y compris les services postaux et les télécommunications. M. Chicosky collabore étroitement avec le Directeur général de la poste, Khalid Al-Azzawi, un receveur des postes iraquien à la retraite. «Nous voulons mettre le service postal sur pied pour le peuple iraquien. Je suis certain qu'avec l'assistance de la communauté internationale, nous pourrions bientôt assurer un service postal efficace au profit des 34 millions de citoyens irakiens. Toute assistance, sous la forme de matériel ou de connaissances spécialisées, de la part de l'UPU et de ses Pays-membres serait la bienvenue», a précisé M. Chicosky.

L'UPU s'est réjouie de la reprise des échanges de courrier international, qui permet au peuple iraquien de communiquer avec le monde extérieur. Au moyen de son système d'information pour les affaires urgentes de nature opérationnelle (EmIS), le Bureau international a informé tous les Pays-membres de la reprise des liaisons postales internationales avec l'Iraq et des besoins de ce pays en matière d'assistance. Le Conseiller régional de l'UPU chargé des pays arabes se rendra prochainement en Iraq pour évaluer la situation et déterminer l'ampleur de l'assistance nécessaire. ■

ling all post office data and mail flows from a central location. According to Chicosky, these steps will enable the postal administration to serve customers better and ensure a modern and competitive postal service.

#### A call for assistance

Chicosky, a former United States Postal Service employee, was appointed Postal Representative in the Office of the Coalition Provisional Authority (OCPA) in late April 2003. The OCPA is responsible for all matters pertaining to civil administration and the provision of public services, including post and telecommunication services. Chicosky works closely with Postmaster General Khalid Al-Azzawi, a retired Iraqi Postmaster. "We want to get the postal service up and running for the people. I am confident that, with the assistance of the international community, we will soon be able to provide an efficient postal service for the 34 million citizens of Iraq. We would welcome any support from the UPU and its member countries, either in the form of equipment or expertise," Chicosky said.

The UPU has welcomed the resumption of international mail exchanges as a positive development in giving the people of Iraq access to communication with the outside world. Through its Emergency Information System (EmIS), the UPU's International Bureau has informed all member countries about the re-establishment of international mail links with Iraq and the need for assistance. The UPU's Regional Adviser for the Arab countries will soon be visiting Iraq to assess the situation and to determine the scope of the assistance needed. ■

1. Le bureau de poste de Sidi Daoud/Post office in Sidi Daoud
2. Le bureau de poste de Zemouri/Post office in Zemouri
3. Des sinistrés servis par le personnel d'un bureau provisoire/Affected people receive service at a temporary post office



The post offices of Sidi Daoud and Zemouri did not escape the destruction caused by the earthquake that shook Algeria on 21 May 2003. In total, 11 post offices in the wilayas or administrative de-

partments of Alger and Boumerdes were completely devastated, while some 50 offices, processing plants and administrative buildings suffered serious damage. Total damages were estimated at 9.5 million USD. Amid the human toll, Algérie Poste was also saddened by the deaths of seven postal employees who were killed during the quake. In the days following the ordeal, the Post installed temporary post offices near makeshift camps to provide postal services as best as possible to the affected people. The UPU has set aside 40,000 CHF to help Algérie Poste in its reconstruction effort.





# Vanuatu: une poste qui refait surface

## Vanuatu: Going to great depths to deliver the mail

**L**e bureau de poste mesure trois mètres de haut sur deux de diamètre et prend l'eau constamment. La plupart des employés se plaindraient amèrement de telles conditions de travail, mais pas Steven Ishmael. Lui estime occuper une des meilleures places du monde.

S'il passe l'essentiel de son temps de travail à s'assurer, dans le confort de locaux secs et chauds, que les bureaux de poste de Vanuatu sont bien approvisionnés en timbres-poste, il en passe aussi une petite partie dans un paradis subaquatique, entouré d'éblouissants poissons tropicaux si peu craintifs qu'ils viennent lui manger dans la main, à oblitérer le courrier qu'il a levé.

Steven Ishmael et trois de ses collègues du bureau principal de la poste de Vanuatu à Port Vila, capitale de cet archipel du Pacifique sud situé entre Hawaï et l'Australie, sont les heureux membres du personnel de ce que l'on présente comme le seul bureau de poste subaquatique du monde.

Situé à quelque trois mètres au-dessous du niveau de la mer, dans un parc naturel marin, le bureau de poste sous-marin officiel de Vanuatu a ouvert à la fin de mai. Telle une gigantesque canette de soda posée sur le fond de l'océan, il se dresse à quelque 35 mètres du rivage sablonneux de Port Vila, là même où près de 50 000 visiteurs par an viennent plonger pour admirer une des faunes et des flores sous-marines les plus belles du monde.

### A l'épreuve de l'eau

Le bureau sous-marin, qui est même équipé d'une boîte aux lettres, est ouvert pendant au moins une heure, et ce presque tous les jours. Un drapeau, planté sur une bouée, indique quand les postiers sont de service.

**T**he post office is three metres tall, barely two metres in diameter, and leaks constantly. Most employees would complain bitterly about such working conditions, but not Steven Ishmael; he thinks he has one of the best jobs in the world.

While Ishmael works in the comfort of a dry and warm setting most of the time, ensuring that post offices in Vanuatu are well stocked in stamps, he also collects and cancels mail in an underwater paradise, surrounded by dazzling tropical fish so tame they eat right out of his hand.

Ishmael and three other colleagues from the headquarters of Vanuatu Post Limited in Port Vila, the capital of this South Pacific group of islands located between Hawaii and Australia, are the lucky staffers of what is billed as the world's only underwater post office.

Located in a marine sanctuary some three metres below sea level, Vanuatu's official underwater post office opened at the end of May. The structure, which looks like a giant soda can, is located some 35 metres from the sandy shores of Port Vila, where about 50,000 visitors come to dive and snorkel every year amid some of the world's most enchanting underwater fauna and flora.



### Waterproof devices

The underwater post office, which includes a post box, is open for at least one hour almost every day. A flag is raised on a float above the site when postal workers are on duty.

Divers and snorkellers drop off specially designed waterproof postcards to have them cancelled by the postal staff. Instead of using



### Vanuatu, un paradis insulaire

Avec son climat tropical, ses sites de plongée sous-marine connus dans le monde entier, sa population accueillante et ses plages superbes, Vanuatu est une destination touristique très courue.

Constitué de 4 grandes îles et de 80 îles plus petites disposées en Y dans les eaux du Pacifique sud-ouest, l'archipel de Vanuatu est devenu indépendant en 1980.

Sa population (moins de 200 000 habitants) est à 98% mélanésienne. Les 2% restants sont composés de Français, de Vietnamiens, de Chinois et d'autres représentants des ethnies insulaires du Pacifique.

Les langues officielles sont le bichelamar (ou bislama), l'anglais et le français; mais plus de 110 langues et d'innombrables dialectes sont en réalité parlés dans l'archipel, ce qui en fait un des pays les plus linguistiquement variés de la planète.

On pense que les premiers insulaires ont débarqué à Vanuatu il y a environ 3500 ans, venus en canoë de la Nouvelle-Guinée et des îles Salomon.

Les plongeurs peuvent venir y poster des cartes postales imperméables, que les postiers oblitéreront, non pas à l'aide du traditionnel tampon encreur, mais au moyen d'un gaufroir laissant une marque en relief prouvant que les cartes ont été envoyées.

Nos quatre postiers sous-marins de Vanuatu ont tous passé leur brevet de plongée en eau libre. Steven Ishmael reconnaît que c'est là un des avantages en nature de ce travail. Avec son brevet, il peut maintenant aller plonger partout dans le monde.

Plonger, nous confie-t-il, est pour lui et les autres comme une seconde nature: «A Vanuatu, la mer est notre principale ressource. Nous avons une grande expérience de la plongée. C'est un jeu d'enfant pour nous.»

### L'imagination au travail

Société anonyme sous le contrôle de l'Etat, la poste de Vanuatu a succédé le 1<sup>er</sup> juin 2000 à l'ancienne Direction des services postaux. Petite organisation, elle ne compte que 35 employés.

Tenue de réaliser des bénéfices, la poste de Vanuatu est une affaire rentable, avec une volonté d'améliorer la qualité de service et de développer des produits et des prestations lucratifs.

L'idée du bureau de poste sous les eaux a germé dans l'esprit de Ian Hollins, Directeur général de la poste de Vanuatu, détaché par Transend Worldwide, la branche de consultance internationale de la poste de la Nouvelle-Zélande. «La mer occupe une place dominante dans la vie des habitants du pays; l'idée était de donner en quelque sorte corps à cet état de fait», déclare Ian Hollins. «Ce nouveau bureau de poste est quelque chose de très spécial et un bon moyen de promouvoir l'image de marque de la poste de Vanuatu et de favoriser le tourisme et le commerce local.»

Pour le moment, ajoute-t-il, les revenus du bureau sous-marin en couvrent les frais d'exploitation. Mais il espère les voir augmenter avec le tourisme, grâce à la publicité grandissante qui est faite à cette initiative.

### Vanuatu, an island paradise

With its tropical weather, world-famous dive sites, friendly locals and glorious beaches, the South Pacific island of Vanuatu is a popular tourist destination.

Made up of a Y-shaped chain of four main islands and 80 smaller islands in the South West Pacific, Vanuatu gained independence in 1980 and has a population of less than 200,000.

The indigenous Melanesian make up 98% of the population, but other ethnic groups include French, Vietnamese, Chinese and other Pacific Islanders.

Bislama, or Bichelama, English and French constitute official languages, but altogether the islands boast more than 110 distinct languages and innumerable dialects, making it one of the most culturally diverse countries on earth.

It is believed that the first settlers arrived in Vanuatu some 3,500 years ago by sea-going canoe from New Guinea and the Solomon Islands.

the traditional method of stamping with ink, however, staff use an embossed cancellation device to show that cards have been sent.

The four Vanuatu Post staff who operate the underwater post office have all completed their Open Water dive training. Ishmael admits it is one of the perks of his job. Equipped with his dive master card, he can now dive anywhere in the world.

Diving, he says, came naturally to him and the others. "In Vanuatu, we use the sea for living. We have lots of experience in diving, so it's like a game for us," says Ishmael.

### Innovative thinking

The state-owned Vanuatu Post Limited has been in operation since 1 June 2000, when it took over from the Department of Postal Services. It is a small organization with only 35 staff.

Operating with a commercial mandate, Vanuatu Post is a profitable business focused on improving service and developing products and services that generate new revenue.



Pourtant, la poste de Vanuatu n'est plus déficitaire. Après avoir fonctionné à perte pendant des années, l'entreprise a réalisé en 2002 un bénéfice d'exploitation de plus de 22 millions de VUV (soit plus de 151 000 USD). Au cours de ces trois dernières années, la poste de Vanuatu a vu ses revenus croître de 56%, alors que ses coûts n'ont augmenté que de 7%. Le nombre des points de distribution a augmenté de 15%, et le volume du trafic est aussi en légère hausse. Les objectifs plus stricts de distribution dans les délais sont réalisés à 90%.

### Service universel

La diversité géographique du pays rend la prestation d'un service postal accessible à l'ensemble des Ni-Vanuatu – comme se dénomment eux-mêmes les autochtones – particulièrement difficile. Les zones rurales de Vanuatu étaient encore naguère mal desservies. Au cours des deux dernières années, la poste de Vanuatu a ouvert 22 nouveaux établissements postaux, portant ainsi à 31 le nombre des établissements ruraux et insulaires. Bien qu'ils coûtent plus qu'ils ne rapportent, la poste de Vanuatu affiche, en les maintenant en exploitation, sa volonté d'assurer un service postal universel.

Afin d'offrir un meilleur service aux communautés rurales, la poste de Vanuatu s'est également associée stratégiquement avec la Banque nationale de Vanuatu. Cette association permet aux deux organisations d'offrir à leur clientèle un meilleur service, des plages horaires d'ouverture plus étendues et des points de contact plus accessibles, tout cela à coûts partagés.

Les principaux centres de Vanuatu sont Port Vila, Luganville, Lenakel et Lakatora. Aucun employé n'est préposé à la distribution: la totalité du courrier est distribuée dans des boîtes postales privées. Il y a actuellement 23 boîtes aux lettres publiques, ce qui facilite le dépôt des envois.

### Des volumes en croissance

Une trentaine de cartes postales seulement sont déposées chaque jour dans la boîte aux lettres subaquatique de Port Vila, mais ce chiffre croît à mesure que grandit la notoriété de cette particularité de l'île. Les bons jours, assure Steven Ishmael, le personnel y trouve jusqu'à une centaine de cartes.

Pour l'heure, les bureaux de poste locaux vendent deux types de cartes postales imperméables, mais le Vanuatu projette d'en créer d'autres.

Pour attirer les clients, les employés de la poste quadrillent même la plage pour faire l'article aux autochtones comme aux tou-



Chief Executive Ian Hollins came up with the idea of the underwater post office. "The sea is a hugely important part of life here and the idea was to recognize it in some way," says Hollins, who is on contract from Transend Worldwide, New Zealand Post's international consulting arm. "This new post office is something very special and a good way to promote the image of Vanuatu Post, tourism, and local commerce."

At the moment, Hollins says revenues from the underwater post office are covering costs, but he expects they will rise as publicity for the initiative and tourism flourish.

Still, Vanuatu Post Limited is now out of the red. After years of losing money, the company made an operating profit of more than 22 million vatu in 2002 (more than 151,000 USD). Over the past three years, Vanuatu Post has increased its revenue by 56%, while costs have increased by only 7%. There are 15% more delivery points, and mail volumes have also gone up slightly. Tightened on-time delivery targets are being achieved more than 90% of the time.

### Universal service

Given the geographical diversity, providing accessible postal service to the Ni-Vanuatu, as the locals are known, poses many challenges. The rural areas of Vanuatu were poorly serviced in the past. Over the past two years, Vanuatu Post has opened 22 new postal outlets, bringing to 31 the number of outlets in the rural and

**Le personnel du bureau de poste sous-marin (de g. à dr.):** Api Maseng, Patricia Avia, Johnny Lenghone, Mike Crawford (chef plongeur), et Steven Ishmael.

**Underwater post-office staff include, from L/R:** Api Maseng, Patricia Avia, Johnny Lenghone, Dive Master Mike Crawford, and Steven Ishmael.

### La poste de Vanuatu en quelques chiffres/Vanuatu Post Limited at a glance

Bureaux de poste/Post offices:	9
Bureaux d'échange/Exchange offices:	2
Points de vente/Retail outlets:	22
Employés/Employees:	35
Volume annuel de courrier international partant: <i>Annual volume of outgoing international mail:</i>	300 000
Volume annuel de courrier international arrivant: <i>Annual volume of incoming international mail:</i>	350 000
Volume annuel de courrier intérieur/ <i>Annual volume of domestic mail:</i>	550 000
Colis arrivants et partants/ <i>Incoming and outgoing parcels:</i>	7 000
Lettres du régime intérieur par habitant/ <i>Domestic letters per capita:</i>	2,9





**Les cartes postales imperméables déposées au bureau de poste sous-marin sont oblitérées par gaufrage au moyen d'un appareil spécialement conçu à cet effet.**

**Waterproof postcards mailed at the underwater post office are embossed with a specially designed cancellation device.**

ristes. Ceux qui ne veulent pas nager jusqu'au bureau de poste peuvent quand même rester à patauger au bord tout en griffonnant un message sur une carte à l'aide d'un stylo spécial: un employé des postes se chargera ensuite d'aller glisser la carte dans la boîte aux lettres sous-marine, ou plus simplement l'emportera avec lui au centre de traitement du courrier.

D'après Steven Ishmael, un grand nombre de ces cartes postales s'envolent ensuite pour l'Australie, le Japon ou l'Europe: «Au début, les gens n'ont pas manifesté beaucoup d'intérêt. Mais la publicité a fait son œuvre, et le service a depuis gagné en popularité», affirme-t-il. D'ailleurs, ajoute-t-il, ils reçoivent maintenant, par courrier électronique, une trentaine de demandes de renseignements par jour.

Les médias ont aussi largement couvert l'affaire. Le matin même où *Union Postale* s'est entretenue avec Steven Ishmael, celui-ci avait déjà donné deux entretiens, l'un à BBC Australia et l'autre à une station de radio japonaise. ■

island sectors. Although the cost of operating them is greater than the revenue they generate, Vanuatu Post is committed to providing universal postal service.

To provide better service to rural communities, Vanuatu Post has also developed a strategic relationship with the National Bank of Vanuatu. This relationship allows both organizations to provide better services and longer hours of operation in more accessible locations, while sharing the cost.

The main centres in Vanuatu are Port Vila, Luganville, Lenakel and Lakatora. There are no delivery staff, and all deliveries are made to private boxes. There are currently 23 mail collection boxes, making it increasingly easier to mail items.

### Growing volumes

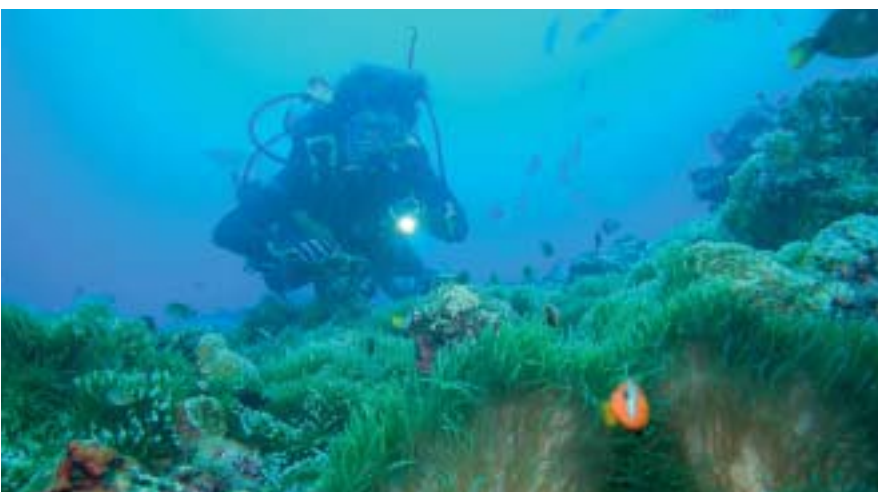
The daily collection at the underwater post office currently totals about 30 postcards, but business is growing as the distinctive feature of the island is better publicized. On a good day, staff can collect up to 100 postcards, says Ishmael.

At the moment, local post offices sell two types of waterproof postcards, and Vanuatu Post has plans to develop more.

To drum up business, postal staff even walk along the beach promoting the service among the locals and tourists. If the latter don't want to swim to the watery post office, they can still wade in the water to write a message on the postcard using a special pencil. A postal worker will then drop off the postcard in the underwater post box, or simply take it back to the mail centre for processing.

Ishmael says many of the postcards are being sent to Australia, Japan and Europe. "At the start, not many people were interested. But advertising has made the service more popular," he says, adding that the Post Office receives about 30 e-mails a day from people wanting more information.

Media coverage has also been extensive. The morning *Union Postale* spoke with Ishmael, he had just completed interviews with BBC Australia and a Japanese radio station. ■





# Forum philatélique

## Philatelic forum

### Le timbre fêté comme il se doit

Une fois par an, le timbre part à la rencontre de son public un peu partout dans le monde. Le timbre est fêté et redécouvert pour ses vertus universelles, l'espace d'une journée, d'une semaine ou d'un mois. La Journée du timbre réunit chaque année les philatélistes, les négociants et les collectionneurs, mais aussi les curieux et les badauds. Cette Journée suscite de nouvelles passions chez certains et sert de lieu d'échanges pour d'autres. En cela, elle sert grandement les intérêts de la philatélie.

La Journée du timbre est née d'une décision prise au Congrès de la Fédération internationale de philatélie (FIP), à Luxembourg en 1936, qui invitait les fédérations nationales à organiser chaque année une journée consacrée à la philatélie. Cet événement permettait ainsi aux collectionneurs de se rencontrer et à la population de découvrir ou de redécouvrir la philatélie. La Journée du timbre devait, à l'origine, coïncider avec la date d'anniversaire de Heinrich von Stephan (7 janvier), fondateur de l'Union postale universelle, mais cette règle fut vite adaptée à la situation particulière des pays participants.

La première édition officielle eut lieu l'année suivante, en 1937, mais, dès la fin du XIX<sup>e</sup> siècle, les fédérations philatéliques allemande et autrichienne avaient déjà organisé des rencontres de philatélistes, dont la première connue est la Journée des philatélistes de Rhénanie, tenue le 18 août 1889.

### Manifestation phare

Aujourd'hui, plusieurs administrations postales marquent la Journée du timbre ou font la promotion de la philatélie aux alentours du 9 octobre, Journée internationale de la poste. Mais chaque pays est libre de choisir sa formule ainsi que la date de la manifestation. La célébration du timbre peut même s'étaler sur une plus longue période, un bon exemple étant le Mois de la philatélie au Canada.

En Croatie, c'est le 9 septembre qui fut choisi pour célébrer la Journée du timbre, date de l'émission du premier timbre de la République de Croatie en 1991, à l'effigie du service aéropostal entre Zagreb et Dubrovnik. Depuis lors, chaque année, la poste croate émet un timbre-poste et toute une série de produits philatéliques, parmi lesquels des enveloppes «Premier jour», des feuillets-souvenirs, des cartes maximum, des al-

### Every stamp has its day

Once a year, the stamp goes in search of its public all over the world. Tribute is paid to the stamp and for a day, a week or a month, it is rediscovered for its universal virtues. The annual Stamp Day brings together philatelists, stamp dealers and collectors, as well as on-lookers and passers-by. For some, Stamp Day inspires new enthusiasms, while for others it acts as an exchange forum, admirably promoting the interests of philately in the process.

Stamp Day stems from a decision taken at the 1936 Luxembourg Congress of the International Federation of Philately (FIP), which invited national federations to organize a day dedicated to philately every year. This event enabled collectors to meet kindred spirits and allowed people to discover or rediscover philately. At the outset, Stamp Day was intended to coincide with the anniversary of the birth of Heinrich von Stephan (7 January), founder of the Universal Postal Union, but this rule was quickly adapted to the individual requirements of participating countries.

The first official Stamp Day took place the following year, in 1937. However, the German and Austrian Philatelic Federations were organizing philatelic meetings as early as the late 19th century, the first known instance being Rhineland Philately Day, held on 18 August 1889.

### Flagship event

Today, many postal administrations celebrate or draw attention to philately around World Post Day on 9 October. But each country is free to choose how and when to stage this event. Stamp celebrations can even be spread over a longer period, with "October is Stamp Month" in Canada as a prime example.

In Croatia, 9 September was chosen as Stamp Day, the date of issue of the Republic of Croatia's first stamp,





bums, des cartes postales et d'autres matériels informatifs ou commémoratifs d'un événement marquant de l'histoire ou de la poste croate.

«Pour le dixième anniversaire en 2001, la poste croate, le cercle philatélique et le Musée des postes et des télécommunications ont organisé conjointement une exposition philatélique sous les auspices du Président de la République de Croatie. La Journée du timbre a eu un écho médiatique important», explique Ivana Bakovic, chargée des relations publiques à la poste croate. Pour l'édition 2003, la poste croate a émis un timbre célébrant le 50<sup>e</sup> anniversaire du Musée des postes et des télécommunications ainsi que l'oblitération commémorative et l'enveloppe «Premier jour».

En France, la première Journée du timbre fut organisée dans huit villes en 1938 par la Fédération française des associations philatéliques (FFAP). Le succès fut tel que 43 villes se trouvèrent au rendez-vous l'année suivante.

Aujourd'hui, ce sont plus d'une centaine de villes qui participent chaque année à l'événement. En 1999, la Journée du timbre est devenue la Fête du timbre. «Ce nom n'avait plus lieu d'être, précise Robert Deroy, Président de la FFAP. Nous voulions faire de la Journée une manifestation festive et conviviale. Les timbres présentés étaient trop philatélico-postaux.»

### Promouvoir la philatélie

L'objectif de la Journée est de promouvoir le timbre auprès du grand public et de sensibiliser les jeunes à la philatélie. La Poste française, qui émet un timbre spécial, et la FFAP ont choisi, à partir de 1999, de mettre à l'honneur les héros de bande dessinée, car ils sont porteurs d'une image très positive. A partir de là, les jeunes ont afflué en grand nombre. Lucky Luke était le héros de la Fête du timbre 2003; Mickey sera célébré les 5 et 6 mars 2004.

Les stands, jeux et lieux de rencontre sont le fruit d'une collaboration entre l'Association pour le développement de la philatélie (ADP), qui apporte un appui logistique et technique, La Poste et la FFAP. Et à Robert Deroy de poursuivre: «Bien entendu, nous gardons nos traditionnelles expositions et nous comptons sur le soutien des négociants, car cette Fête du timbre est une énorme caisse de résonance pour la philatélie.» ■

depicting the airmail service between Zagreb and Dubrovnik, in 1991. Every year since, the Croatian Post has issued a postage stamp and a whole range of philatelic products, including First Day Covers, souvenir sheets, maximum cards, albums, postcards and other informative material, commemorating an important historic event or a landmark for the Croatian Post.

“For the tenth anniversary in 2001, the Croatian Post, the Philatelic Circle and the Postal and Telecommunications Museum jointly organized a philatelic exhibition under the auspices of the President of the Republic of Croatia. Stamp Day received considerable media coverage,” explains Ivana Bakovic, Public Relations manager at Croatian Post. For the 2003 event, the Croatian Post issued a stamp commemorating the 50th anniversary of the Postal and Telecommunications Museum, as well as a commemorative cancellation and First Day Cover.

In France, the first Stamp Day was organized in eight towns by the French Federation of Philatelic Associations (FFAP) in 1938. It was such a resounding success that 43 towns participated the following year.

Today, more than a hundred towns participate in this event each year. In 1999, Stamp Day became the Stamp Festival. “The name was no longer appropriate,” explains Robert Deroy, Chairman of the FFAP. “We wanted to make Stamp Day a lively and enjoyable occasion. The stamps presented were too focused on philately and the Posts.”

### Promoting philately

The Stamp Festival aims to promote stamps with the public at large and to make young people aware of philately. From 1999, La Poste (France) – which issued a special stamp – and the FFAP decided to pay tribute to cartoon heroes, as they convey a very positive image. And since then, scores of young people have flocked to the event. Lucky Luke starred at the 2003 Stamp Festival, and Mickey will be saluted on 5 and 6 March 2004.

The stands, games and venues are the result of cooperation between the Association for the Development of Philately (ADP), which provides logistical and technical support, the French Post and the FFAP. “Naturally, we retain our traditional exhibitions and count on the support of stamp dealers, because this Stamp Festival represents a great sounding board for philately,” adds Robert Deroy. ■



# FINALLY, INTEGRATED, CUSTOMIZED POSTAL SOLUTIONS THAT CAN DELIVER PROFITS AS WELL AS MAIL.

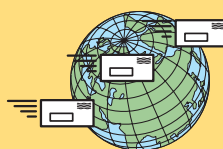
One-size postal solutions don't fit all. That's been the thinking at Pitney Bowes for more than 80 years.

Which explains why Posts and busi-

nesses around the globe look to us to create the customized, integrated solutions that enable them to cut costs, improve productivity, manage funds more securely, and build customer loyalty.

Among our wide array of industry-leading systems is IntelliLink™ digital technology, which allows a Post to match its services to

Pitney Bowes works with all of the world's major Posts. We operate in more than 130 countries, securely managing over \$20 billion in global postal funds annually. With our vast number of technological innovations, we can easily bring greater productivity to Posts of any size.



the specific needs of a business and permits transactions to take place right from the company's offices. The result? A significant increase in productivity and

efficiency, not to mention profits.

With inventive thinking like this, is it any wonder that Posts around the world turn to Pitney Bowes to help them grow revenue and improve their bottom line?

To find out what we can do for you, visit Pitney Bowes at [pb.com/unionpostale](http://pb.com/unionpostale)

Visit Pitney Bowes Booth #9190  
at POST-EXPO 2003, October 7, 8 & 9,  
Brussels Exhibition Centre, Belgium

 **Pitney Bowes**  
*Engineering the flow of communication™*

# When You Need More Than Just a Supplier...



In modern times of ever changing business environments you need the assurance that your partner and solution provider has the technical and practical expertise to support you. This includes everything from sorting a single mail piece, flat or parcel up to the implementation of an international logistic network.

By partnering with Siemens Dematic, a company who incorporates over 35 years of experience to design innovative solutions, you are free to concentrate on your core business and staying competitive.

With the right support and foundation in

- **General Contracting**
- **System Integration**
- **Information Technology**
- **Reading and Coding**
- **Material Handling**
- **Sorting Systems**
- **Financial Services**

provided by Siemens Dematic, you will accomplish your ambitious goals.

Wherever you see yourself going, we can get you there – now and in the future.

Siemens Dematic AG  
Postal Automation  
[www.siemens-dematic.com](http://www.siemens-dematic.com)

**SIEMENS** *DEMAC* **ATIC**