

UNION POSTALE

mars 2007

.....
L'actualité qui fait bouger
le secteur postal

1



UPU, institution spécialisée
des Nations Unies



Opération «Séduction»

Les musées s'exposent



Dateurs et Dateur à rouleau pour la Poste

1 Dateurs postaux modèles 26 et 242

Ajustage par batonnet
Hauteur des chiffres:
3 mm
Plaques de texte
standard
30 et 35 mm Ø
Date en différentes
exécution

2 Tampon encreur modèle 123 pour dateurs postaux

Boitier plastique avec
couvercle amovible:
135 mm Ø

3 Dateur avec plaque de texte modèle D28c

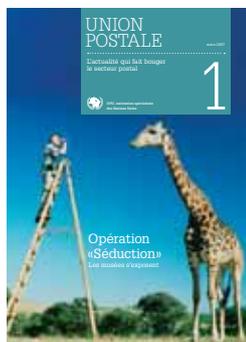
Ajustage batonnet
Hauteur des chiffres:
3 mm
Plaques de texte
acier 29 mm Ø
Date en chiffres,
année entière

4 Dateur à rouleau modèle 130

Ajustage batonnet
Hauteur des chiffres:
3 mm
Rouleau acier 26 mm Ø
Empreinte: 29 mm Ø
Date en différentes
exécution

REINER

Sommaire



Le Musée de la communication de Berne est consacré à la communication sous toutes ses formes. Postale, bien sûr, mais aussi visuelle, orale, électronique et même animale. L'exposition «horripilant: les animaux, l'homme et la communication» est en montre jusqu'au 1^{er} juillet 2007.

En bref	4
Survol des activités de l'UPU	
Avant-propos	5
En couverture	
Opération «Séduction»	
Comment les nouvelles technologies permettent aux musées de la poste et de la communication de s'approcher de leurs publics	8
Un modèle est né à Bamako	
Un nouveau service de transfert d'argent change la donne sur le marché de cinq pays africains	14
Colis croissance	
Après la baisse de la poste aux lettres, le boom des colis	18
L'interview	
Le tandem	
A mi-parcours de leur mandat, Edouard Dayan et Guozhong Huang font le bilan	22
Place au dialogue	
Les raisons derrière la transformation d' <i>Union Postale</i>	28
Tour d'horizon	
Survol des actualités postales dans le monde entier	29

mars 2007

Union Postale
Bureau international
Union postale universelle
Case postale
3000 BERNE 15, SUISSE
Téléphone: +41 31 350 33 10
Téléfax: +41 31 350 31 77
Courriel: rheal.leblanc@upu.int

www.upu.int

Publié depuis 1875, *Union Postale* est disponible en allemand, en arabe, en anglais, en chinois, en espagnol et en russe.

Directrice, Cabinet et communication: Juliana Nel
Rédacteur en chef: Rhéal LeBlanc
Rédacteur adjoint: Jérôme Deutschmann
Secrétaire de rédaction: Gisèle Coron
Traduction: Sophie Boullu-Chataignier, Nathalie Tomlinson, Piotr Zakrzewski
Graphisme: Die Gestalter, Saint-Gall (Suisse)
Impression: Benteli Hallweg AG, Berne (Suisse)
Abonnement: publications@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* (UPU)

La réforme postale avec la méthode PIDEP



M. Raphuthing, du Service postal du Lesotho, et Rodah Masaviru, Secrétaire générale adjointe de l'Union panafricaine des postes (UPAP), conseillées par Rudy Cuadra lors d'un atelier organisé à Nairobi en janvier pour former 23 nouveaux experts PIDEP.

Actuellement, 34 pays membres de l'UPU mettent en œuvre un plan intégral de réforme et de développement postal (PIDEP). Dix-sept autres pourraient en faire autant d'ici à la fin de 2007. Les pays membres s'intéressent vivement à la méthode lancée par l'UPU en 2005 pour fournir des orientations en ce qui concerne l'organisation et le développement du secteur postal. Rudy Cuadra, chef du programme «Amérique latine et Caraïbes» et coordonnateur PIDEP au Bureau international, estime que certains pays ont de l'avance sur d'autres dans le domaine considéré. Il précise toutefois qu'un forum, prévu le 19 avril, lors du Conseil d'exploitation postale 2007, montrera comment des pays exploitent au

mieux le PIDEP pour réformer le secteur postal et obtenir le financement nécessaire à cette fin. En 2007, l'UPU poursuivra ses efforts pour développer une approche régionale de la réforme postale, avec le concours de 75 experts ayant jusqu'ici été formés dans toutes les régions du monde.

RL

Le chiffre

3 000 000

La poste danoise adopte IPS



Une fois de plus, la poste d'un pays industrialisé adopte International Postal System (IPS), une application de gestion du courrier assurant le suivi et la localisation des lettres et des colis et permettant l'échange de messages électroniques avec d'autres postes sur les volumes arrivants et partants. La poste danoise se joint aux 124 pays, notamment l'Australie, le Canada, la France et la Grèce, utilisant désormais les applications IPS élaborées par le Centre de technologies postales (CTP). Selon Gitte S. Hegner, responsable du dévelop-

pement des processus informatiques, la poste danoise, confrontée à un système vieillissant, estime que le système IPS représente un bon rapport qualité-prix et apprécie le fait que les informations de l'UPU sur les échanges de courrier international sont automatiquement et régulièrement mises à jour. Le CTP procède à des ajustements pour répondre aux besoins particuliers des opérateurs de la poste danoise. Le système sera mis en œuvre à la fin de mai. RL

avant-propos

Renaissance

Pour ce premier numéro de 2007 aux habits reluisants, *Union Postale* met à l'honneur le patrimoine postal. Il existe de nombreux musées de la poste et de la communication dans le monde, tous gardiens d'un passé qui raconte l'évolution du secteur élargi. Avec cette volonté d'ouvrir les perspectives sur les activités du milieu postal, et sous l'impulsion de la tenue récente à Copenhague d'une conférence internationale des musées postaux, *Union Postale* jette un regard sur la transformation de ces établissements au fil des dernières années – une véritable renaissance

ce pour certains – et comment, face à de nombreux défis, ils tentent aujourd'hui de séduire un vaste public. L'article phare vous propose donc de passer le seuil de la porte du musée postal le plus proche de chez vous, ou de celui installé dans la ville de vos prochaines vacances. A n'en pas douter, vous y découvrirez des vestiges, comme ces Boules de Moulins conservées au Musée de la poste de Paris, dont la petite histoire est des plus passionnantes.

Par ailleurs, pleins feux sur un projet ayant pris forme au Mali et devenu un modèle pour l'extension

du réseau financier postal dans le monde entier. Grâce à ce modèle, les postes modernisent un service jadis fourni sur support papier, mais qui apporte aussi une réponse concrète aux besoins des travailleurs migrants en matière de transfert d'argent. Là aussi il y a lieu de parler de renaissance.

Le rédacteur en chef

C'est le nombre de visites que le site Web de l'UPU a enregistré en 2006. La rubrique «Actualités UPU» a été la plus consultée (10,2%), talonnée par les «Codes postaux» (9,6%), suivis des «Ac-

tes» (8,1%), des «Documents des réunions» (6,9%), de la «Conférence stratégique» (6,2%) et des «Douanes» (5,8%).

Sous les projecteurs

Que faut-il savoir au sujet de l'Union postale universelle et de son fonctionnement? Comment la poste appréhende-t-elle les nouvelles technologies et l'essor d'Internet? Tout cela vous est maintenant expliqué dans une vidéo que vous trouverez sur le site Web de l'UPU (www.upu.int, rubrique: «En savoir plus»). Ce film retrace brièvement l'histoire de l'organisation, explique sa mission et ses activités en relation avec le secteur postal mondial et la famille des Nations Unies et met en évidence certains défis que l'Union et la poste doivent relever aujourd'hui. Il peut

être visionné en anglais, en arabe, en français et en espagnol. Plusieurs pays membres de l'UPU ont fourni des séquences pour ce film, qui a été montré pour la première fois à la séance d'ouverture de la Conférence stratégique de Doubaï en novembre dernier. Les échos sont positifs. **RL**



Commerce électronique: les postes voient grand

Les opérateurs postaux disposent de tous les atouts pour profiter de la progression du commerce électronique. Tel est le message qu'ont délivré les experts réunis au Bureau international de l'UPU le 20 février dernier lors d'un atelier consacré au sujet. Pour des raisons de sécurité et de fiabilité, les consommateurs sont réticents à effectuer des transactions en ligne, notamment lors d'échanges transfrontaliers. Grâce à ses services de distribution et de logistique (y compris pour le retour des marchandises), ses réseaux financiers (paiements électroniques, mandats et micropaiements) et l'étendue de sa couverture géographique, la poste bénéficie d'un avantage considérable: la confiance que les consommateurs sont prêts à lui accorder. Les raisons abondent donc pour encourager les opérateurs à accroître leur visibilité sur les portails de commerce électronique. «Un message fort se dégage des expériences des postes en la matière: une seule transaction peut générer un trafic de colis, de lettres et des transactions financières», rappelle Paul Donohoe, expert au Bureau international. Comme d'autres, les postes italienne, brésilienne, canadienne et tunisienne l'ont bien compris. Le témoignage de Postes

Canada a d'ailleurs suscité un vif intérêt. Grâce à son service «Libres Frontières», les clients de la poste canadienne peuvent acquérir à partir de sites américains des produits de détaillants n'assurant pas d'envois à l'échelle internationale. En deux ans, cinq millions de colis ont été acheminés sur le marché intérieur canadien grâce à ce service. Pour 100 dollars canadiens dépensés sur Internet, «Libres Frontières» génère 14 dollars canadiens en revenu postal réel (gain dérivé du publipostage, du trafic des colis et des frais administratifs générés par la transaction). Selon les dernières statistiques, les ventes en ligne croissent partout dans le monde. Cette hausse diffère d'un pays à un autre, en fonction notamment du taux de pénétration d'Internet, des capacités technologiques et de la possibilité pour les petites et moyennes entreprises de développer leur marché. Une stratégie commune à l'ensemble des opérateurs peut néanmoins déjà être élaborée. Des normes légales et techniques devront encadrer le déploiement des services de livraison et de paiement et il faudra mettre en place, dans ces deux domaines, des instruments de mesure de la qualité de service. ED



UPU et IATA: collaboration renouvelée

L'UPU et l'Association du transport aérien international (IATA) ont signé, le 7 mars dernier, lors du World Cargo Symposium organisé par IATA à Mexico, un protocole d'entente jetant les bases d'un partenariat stratégique entre les deux organisations. «Croissance du marché, qualité de service, intégration des nouvelles technologies, normalisation et sécurité: les secteurs aérien et postal partagent, plus que jamais, des intérêts communs», a déclaré le directeur général, Edouard Dayan. Ce partenariat nous permettra de relever ensemble les défis auxquels nous sommes

confrontés.» Par ailleurs, lors d'un forum sur la gestion du courrier transporté par voie aérienne, Edouard Dayan a indiqué que les secteurs postal et aérien devaient mieux interconnecter leurs réseaux EDI afin de permettre aux compagnies aériennes de savoir à l'avance le poids exact du volume de courrier à transporter et de mieux gérer les chargements. Une vingtaine d'entre elles échangent aujourd'hui des messages EDI avec plus de 30 opérateurs postaux. Le directeur général a aussi insisté sur l'efficacité des compagnies aériennes à transporter le courrier, dans la

mesure où les opérateurs postaux publics s'orientent de plus en plus vers un système de rémunération en fonction des résultats. «Le transport rapide et fiable du courrier est un enjeu commun pour IATA et l'UPU, et les nouvelles technologies sont des outils indispensables pour de meilleures performances et une efficacité renforcée. Ce nouveau protocole d'entente nous aidera à réaliser cet objectif», a déclaré, pour sa part, Giovanni Bisignani, directeur général et président-directeur général de IATA. RL

M38 et IFS indissociables

Quelque 35 pays membres du réseau International Financial Services (IFS) échangent aujourd'hui des messages électroniques suivant la norme M38 de l'UPU. Dans un contexte où les postes sont de plus en plus nombreuses à transférer l'argent électroniquement, la norme apporte une solution technologique «qui sécurise le contenu d'un fichier et permet de lutter davantage contre le blanchiment d'argent et d'autres activités finan-

cières illégales», indique David Avsec, responsable des développements informatiques au Centre de technologies postales (CTP). La conception de ces messages est le fruit d'un travail étroit et réussi de deux ans entre le groupe «normalisation» et le CTP. Les informations confidentielles sur le montant, les noms des destinataires et les adresses sont cryptées et ne peuvent être lues que par l'opérateur de destination, alors que d'autres

données sur l'acheminement, la compensation, les identifiants des mandats et le suivi sont décryptées et peuvent donc servir à l'évaluation de la performance. M38 est une norme flexible, grâce à laquelle les opérateurs postaux se sont échangés plus de 140 000 messages en 2006, soit une augmentation de 80% par rapport à 2002. **JD**

Sur le terrain

Yoann Orfeuvre, spécialiste au Centre de technologies postales de l'UPU, s'est rendu à New Delhi en février pour installer l'application IFS et assurer la formation opérationnelle et technique à une dizaine de personnes de la poste indienne, dont Avnesh Tyagi et Manish Gupta. L'Inde, deuxième pays recevant le plus de transferts d'argent au monde après la Chine, devient donc un important utilisateur du réseau IFS, qui étend progressivement sa toile dans toutes les régions du monde (v. article en page 14). L'Inde comptait aussi parmi neuf pays d'Asie qui ont participé à un atelier IFS dans le cadre de la même mission de l'UPU à New Delhi.



.....
Consulter la page «L'UPU en photos» (rubrique «Actualités UPU») du site www.upu.int pour voir d'autres actions de l'UPU sur le terrain.

Des dons qui vont loin

Si la poste sri-lankaise a pu acheter 120 bicyclettes, une camionnette et d'autre matériel d'exploitation pour remplacer ce qu'elle avait perdu lors du tsunami de 2004 ou si la poste pakistanaise a pu se procurer deux camions après le tremblement de terre de 2005, c'est grâce au fonds spécial de l'UPU. Alimenté chaque année par les pays membres, ce fonds a financé, en 2006, 16 ateliers de formation (qualité de service, comptabilité analytique, réforme postale, etc.) et cours à distance offerts sur la plate-forme TRAIN-POST, ciblant plus de 550 partici-

pants de par le monde. Le fonds répond non seulement aux besoins urgents de formation ou d'équipements et de fournitures, mais contribue aussi à maintenir la présence de conseillers régionaux de l'UPU sur le terrain. «L'impact des actions soutenues s'avère très positif. Néanmoins, malgré la générosité de certains pays, les contributions n'atteignent pas encore le niveau espéré ou nécessaire. Nous nous en remettons aux donateurs pour continuer de financer des actions valables pour l'ensemble du secteur postal», indique Lahcène Chouiter, responsable de la

formation pour les pays en développement au Bureau international. L'UPU vient de lancer un appel aux contributions à tous ses pays membres pour renouveler son fonds spécial en 2008. **RL**

.....
Par
Carole
Morgenthaler



.....
Musée de la communication
Francfort (Allemagne)

Opération «Séduction»



Créé sous l'initiative de Sir Rowland Hill, le Penny Black, introduit en 1840, est le premier timbre au monde.

© British Postal Museum and Archive

British Postal Museum and Archive

Londres (Grande-Bretagne)
www.postalheritage.org.uk



Les techniques d'exposition ultramodernes favorisent l'interactivité avec les visiteurs.

Musée de la communication

Berne (Suisse)
www.mfk.ch

Prêts d'expositions, rénovation des bâtiments, regards différents sur les trésors qu'ils recèlent, éléments interactifs... Les musées postaux et de la communication font face aux nouveaux défis de la plus belle des manières.

Un élan de dynamisme et d'innovation redore les musées de la poste et de la communication. Confrontés à des changements structurels et à de nouveaux défis, ils redoublent d'efforts pour toucher un large public par des moyens techniques actuels et de précieuses collaborations.

Plantons d'abord le décor. Devant satisfaire les besoins d'un public souvent séduit par l'interactif et le virtuel, les pratiques en matière d'exposition ont beaucoup évolué. Il ne s'agit plus de montrer simplement les objets; il faut les accompagner d'une véritable mise en scène, d'effets sonores, de films ou de bornes interactives, tout en jouant sur la lumière, tantôt vive, tantôt feutrée.

Il y a une dizaine d'années encore, les musées de la poste et de la communication en Europe, propriétés des administrations postales, coulaient des jours plus ou moins paisibles. Depuis, un vent de réforme s'est levé sur le secteur postal, mettant ces musées face à un nouveau statut et à de nouvelles méthodes de travail. D'autres sont restés dans le giron de l'opérateur postal national et doivent parfois trouver des ressources financières sup-



Les Boules de Moulins pouvaient contenir entre 400 et 600 lettres à destination de Paris. Immergées dans la Seine en amont de Paris, elles roulaient au fond du fleuve par l'action du courant jusqu'à Paris, où un filet tendu les récupérait.

Boule de Moulins, 1870. © Musée de la poste, Paris



Correspondance par Boule de Moulins datant du 8 janvier 1871 et portant l'affranchissement dit du Siège de Paris, les timbres 20 centimes bleu Cérés. Elle n'a été repêchée que le 6 août 1968 à Saint-Wandrille (Seine-Maritime)!

Correspondance par Boule de Moulins, 1871
© Musée de la poste, Paris



Musée de la poste de Paris

Paris (France)

www.museedelaposte.fr



Baril en chêne utilisé pour acheminer le courrier du XVII^e au XVIII^e siècle sur un des itinéraires les plus périlleux entre la Suède et la Finlande. Le courrier arrivait toujours à destination, car le baril était insubmersible.

Musée postal de Finlande

Helsinki (Finlande)

www.posti.fi/english/postmuseum/

plémentaires pour satisfaire les exigences actuelles du public. La recette miracle, si elle existe, se profilerait dans la séduction d'un très large public, le dynamisme et la collaboration entre les diverses institutions.

La chasse aux loisirs

Selon Jahri Kahru, directeur du Musée postal de Finlande à Helsinki, «un des plus grands défis que les musées postaux affrontent au moyen d'opérations interactives (expositions, publications, etc.), c'est la concurrence féroce pour le temps que les gens consacrent à leurs loisirs». En effet, d'autres options fragmentent le temps destiné aux loisirs et obligent les musées postaux à être plus compétitifs et en adéquation avec les attentes du public.

Au Musée de la poste de Paris, le visiteur se promène à travers les siècles dans une semi-pénombre, la lumière étant exclusivement dirigée sur les vitrines pour les salles historiques alors que les salles contemporaines sont vivement illuminées. Cette mise en scène plonge le visiteur dans le passé et renforce l'impression de modernité. De plus, des supports audiovisuels accompagnent les objets mis en scène dans chaque salle.

Le Musée de la poste de Finlande, qui a fêté son cent cinquantième anniversaire en 2006, va même jusqu'à rembourser les clients non satisfaits de leur visite. Ecrans tactiles, bornes interactives, films, sites Internet dernier cri, rien n'est trop beau pour le public.

Dans l'idée de plaire à tout le monde, la plupart des musées postaux ont dédié une partie de leur exposition aux enfants et aux jeunes. «Lilla Posten», au Musée de la poste de Stockholm, en est certainement l'exemple le plus célèbre. Entourés de professionnels, les enfants s'amuse dans une réplique d'un bureau de poste des années 20, entièrement aménagé à leurs dimensions. De plus, depuis 1998, les élèves peuvent créer leur exposition eux-mêmes, comme celle sur le thème du paquebot *Titanic*, mise sur pied par des élèves de Trångsundsskolan en 2000. A Helsinki, l'histoire de la poste est racontée sur fond de musique rap.

Collaborations prisées

La collaboration entre les musées, toutes catégories et tous pays confondus, reste une opération délicate, mais très prolifique. Au Musée de la communication de Berne, l'exposition temporaire «horripilant. les animaux, l'homme et la communication» repose sur trois expositions montrées dans les musées de Berlin, Brême et Oldenburg et réunies à Berne avec la collaboration du Musée d'histoire naturelle de la bourgeoisie de Berne. Un seul billet donne accès aux deux musées voisins, reliés pour l'occasion par un tunnel en forme de chenille géante, qui emmène les visiteurs à la découverte d'une exposition faisant appel à tous les sens.

Les musées de la communication allemands bénéficient d'une situation particulièrement propice aux collaborations: les musées de Francfort, Berlin, Nuremberg, Hambourg et Bonn appartiennent à la même fondation et collaborer leur permet de disposer des fonds efficacement et de toucher un plus large public. Les musées du Danemark, de Norvège, de Suède et de Finlande ont également collaboré lors d'occasions ponctuelles. Beaucoup de potentiel demeure à cet égard inexploité.

Certains musées profitent d'événements pour mieux s'illustrer sur la scène publique. Le Musée central de la communication A.S. Popov de Saint-Pétersbourg fêtera les cent cinquante ans de l'émission du premier timbre russe en organisant trois manifestations, du 19 au 25 juin 2007. Le musée sera l'hôte d'un forum international sur le développement des services postaux dans le monde ainsi que d'une exposition internationale philatélique et inaugurer la rénovation de l'exposition sur les services postaux. Depuis 2003, date de sa réouverture, ce musée est dans une période faste, après trente longues années de fermeture. Le bâtiment, complètement rénové, est maintenant équipé des technologies les plus en vogue pour faire apprécier son immense collection à sa juste valeur.



Fermé pendant trente ans, le musée de Saint-Pétersbourg, complètement rénové, a ouvert ses portes de nouveau en 2003.

Musée central de la communication A.S. Popov

Saint-Pétersbourg (Russie)
www.rustelecom-museum.ru



Ettan, le premier bus motorisé de la poste suédoise, desservait le nord du pays au début des années 20. Il transportait à la fois des passagers et le courrier dans ces régions peu peuplées.

Musée postal de Suède

Stockholm (Suède)
www.postmuseum.posten.se/

Afin de soigner leur apparence, d'autres musées ont été rénovés, comme à Francfort, qui a décroché un prix d'architecture. Le Musée de Londres, lui, est toujours à la recherche d'un écrin à la hauteur de ses collections. Actuellement, il fonctionne en tant que salle de recherche, ne disposant pas d'assez de place pour exposer ses objets historiques. Cependant, il les fait découvrir lors d'occasions spéciales ou dans d'autres musées, comme au Coventry Transport Museum cet été.

Le Musée de la poste de Prague s'est étendu dans une ancienne abbaye cistercienne à Vyšší Brod, non loin de la frontière autrichienne, pour exposer ses fabuleux objets historiques. Sa prestigieuse collection philatélique est logée dans l'enceinte principale du musée au cœur de Prague, dans un bâtiment datant du XVII^e siècle, et accueillera l'exposition mondiale des timbres-poste PRAGA 2008.

Les musées postaux et de la communication se lancent dans une véritable opération de séduction. Comment y résister?



Quatre-vingts Blue Mercuries autrichiens, datant de 1851. Ils ne sont exposés que pour des occasions spéciales, par exemple lors du MonacoPhil2004.

Musée de la poste

Prague (République tchèque)
www.cpost.cz



Les visiteurs se laissent emballer par les récits sur l'histoire de la communication.

Post & Tele Museum

Copenhague (Danemark)
www.ptt-museum.dk



Le Musée postal national de Washington donne accès à ses collections depuis Internet.

Musée postal national Smithsonian

Washington (Etats-Unis)
www.postalmuseum.si.edu

Interview par Carole Morgenthaler

Collections: «il faut s'intéresser à leur dimension culturelle»

La Conférence des musées européens de la communication (CECOMM) s'est déroulée en novembre dernier à Copenhague (Danemark). Organisé à un rythme bisannuel, CECOMM constitue une des rares occasions pour les directeurs de musées postaux et de la communication – une cinquantaine de délégués d'Europe, mais aussi de Lettonie, d'Iran, de Russie, du Canada et de Chypre, entre autres – d'échanger leurs expériences et leurs idées. Mark Steadman, coordonnateur de CECOMM et chef des expositions à Post & Tele Museum de Copenhague, nous raconte les tenants et aboutissants d'un tel événement et les défis actuels que doivent affronter les musées.

Quels ont été les points forts de cette conférence?

Nous avons beaucoup discuté de questions relatives au public et sur la manière de sélectionner les collections. Il y a un sentiment que, dans les musées exposant des collections de timbres, le public est généralement âgé. Ces musées ont besoin de trouver une nouvelle manière d'attirer un autre public. D'autres discussions ont porté sur les différentes manières d'exposer les timbres et d'en parler. Par exemple, les historiens généraux et ceux spécialisés en arts envisagent les timbres sous l'angle de l'identité nationale. Cette dimension culturelle est à creuser. Nous avons aussi discuté des normes nationales propres à la conservation, qui n'aident pas toujours les conservateurs à comprendre comment s'occuper d'objets spécifiques. Enfin,

Quelques expositions postales à ne pas manquer

Moving the Mail: from Horses to Horsepower

L'histoire fascinante du transport terrestre du courrier.

1^{er} avril – 31 octobre 2007

Grampian Transport Museum, Alford (Royaume-Uni)

Avec le Facteur Cheval

L'hommage et la rencontre d'un homme d'exception: Ferdinand Cheval, facteur de son métier.

6 avril – 1^{er} septembre 2007

Musée de la poste, Paris (France)

Nouvelle exposition philatélique

Le timbre, reflet du monde dans lequel nous vivons.

A partir du 12 mai 2007

Musée de la communication, Berne (Suisse)

La Poste devient pop

Cinéma, télévision, chanson, publicité: la poste occupe une place de choix dans la culture populaire.

Jusqu'au 13 avril 2008

Musée canadien de la poste, Gatineau (Canada)

Out Of The Mails

Le service postal des côtés loyalistes et révolutionnaires et les enjeux du système postal d'après-guerre.

Jusqu'au 31 janvier 2008

National Postal Museum, Washington DC

(Etats-Unis)

Linnaeus, the letter-writer

Un portrait de Carolus Linnaeus, l'un des épistoliers les plus prolifiques du XVIII^e siècle.

Jusqu'au 14 janvier 2008

Musée postal, Stockholm (Suède)

nous avons parlé des réseaux internationaux, qui permettent de discuter des pratiques exemplaires concernant les expositions, et de l'usage d'éléments digitaux. Vous savez, les collections sont immenses, souvent composées de plusieurs millions d'objets. Le public a peu d'accès à l'ensemble des collections et il est très difficile d'en parler, de les rendre populaires en quelque sorte. Nous devons penser à comment nous pouvons les utiliser et comment se séparer de certains objets existant en plusieurs exemplaires. Le Musée postal national Smithsonian, à Washington, a vendu des objets sur un site d'enchères et cela a rapporté beaucoup d'argent. Pour nous, c'est un peu choquant de vendre des collections, mais nous devons être certains d'utiliser les objets pour les conserver.

Comment rendre les collections plus populaires?

Il faut s'intéresser à leur dimension culturelle. Chez nous, un historien de l'art travaille depuis trois ans sur les timbres danois. Nous essayons de sensibiliser le public au fait que les timbres appartiennent à la culture, à l'identité nationale, au patrimoine du

Danemark, et aussi à l'art. Ce nouveau point émerge pour ce type de collections dans certains musées. Par exemple, le Musée postal du Canada tisse un lien entre les collections philatéliques et la culture populaire dans l'exposition «The Post goes Pop». C'est une autre dimension, c'est de la culture, mais de la culture populaire. C'est aussi une manière de populariser les timbres.

Avez-vous abordé l'aspect financier, c'est-à-dire comment réunir des fonds pour financer les collections?

Le financement est une préoccupation pour la plupart des musées, mais nous n'avons pas eu de longs débats sur les sources ou les problèmes de financement. Nous avons plutôt discuté des problèmes liés au statut de fondation, notamment nos relations avec les conseils d'administration et les sujets que nous pouvons aborder avec eux. Par exemple, à Copenhague, nous avons de bonnes sources de financement et de bonnes relations avec notre conseil d'administration, mais, quand nous essayons d'étendre nos sujets, cela peut occasionner des tensions, car nous avons certaines exigences à respecter envers les personnes qui nous financent.

› [Lisez l'interview dans son intégralité sur la page Internet d'Union Postale](#)

› www.upu.int/union_postale/fr/index.shtml

Un modèle est né à Bamako

Un nouveau service de transfert d'argent «équitable» est en train de changer la donne sur le marché de cinq pays africains. Favorisant les échanges sud-sud, il est promis à un bel avenir.

Par
Emmanuel
Deonna

Photo:
Ray Witlin/
Banque mondiale

Depuis décembre dernier, M. Traoré (personnage fictif), un Burkinabé résidant à Bamako, peut se rendre ponctuellement à un bureau de poste proche de son domicile pour transférer de l'argent à sa femme restée à Ouagadougou avec leurs trois enfants. Pour ce faire, il utilise le mandat express international, un nouveau service de transfert d'argent proposé par la poste du Mali, mais aussi par celles du Burkina Faso, du Togo, du Bénin et du Niger.

Le service, lancé conjointement le 19 décembre 2006 après la signature d'accords bilatéraux entre chacune de ces postes, s'inscrit dans une dynamique d'intégration régionale et constitue une réponse efficace à l'un des principaux problèmes rencontrés par les travailleurs migrants comme M. Traoré: l'accès à des services de transferts d'argent sécurisés à un coût abordable.

Il faut dire que l'enjeu intéresse beaucoup d'acteurs sur la scène internationale, dont le secteur postal. Les transferts d'argent par les travailleurs migrants sont aujourd'hui unanimement considérés comme des vecteurs majeurs de réduction de la pauvreté et de développement économique. Selon l'Organisation internationale pour les migrations, les 200 millions de travailleurs migrants recensés à l'échelle de la planète auraient transféré, par le biais de canaux officiels, pas moins de 167 milliards d'USD en 2005. Parmi eux, quelque 90 millions de migrants ont quitté leur pays d'origine pour travailler dans un autre pays en voie de développement. Les flux circulant du sud vers le sud représenteraient entre 30 et 45% du montant évoqué.

Les transferts d'argent par les travailleurs migrants sont considérés comme des vecteurs majeurs de réduction de la pauvreté et de développement économique.



Mutualiser les opérations

Dans ce contexte, le réseau postal mondial, déjà fournisseur de services financiers depuis bien longtemps, apporte sa contribution aux efforts globaux visant à optimiser le potentiel des transferts d'argent effectués par les migrants. Le projet de Bamako en témoigne déjà.

«Depuis le lancement de l'exploitation du mandat express international dans les cinq pays pionniers, une baisse des tarifs a déjà été observée. Certains opérateurs ont divisé leurs prix par quatre», souligne Arthur Kafando, directeur général de Sonapost et président du comité de mise en œuvre du projet régional «Mandat express international» via IFS en Afrique de l'Ouest et centrale.

D'un commun accord, les contractants ont décidé que les tarifs des frais d'émission du mandat express international seraient basés sur les coûts d'exploitation, moyennant une marge raisonnable devant positionner le mandat express international comme «le service de transfert d'argent électronique le plus économique pour les clients», précise M. Kafando.

Le cercle des bénéficiaires est déjà voué à s'élargir. Réunis sous le parrainage de l'Union panafricaine des postes, en conférence extraordinaire à Bamako à la fin d'août 2006, 26 directeurs généraux d'administrations postales se sont engagés à déployer le mandat électronique dans 21 pays non encore dotés du système IFS d'ici à la fin de mars 2007. Objectif: étendre le service à l'ensemble du continent d'ici à juillet. «Grâce à ce projet, les postes ont pu s'engager dans une action coordonnée. Avec l'UPU, elles ont la chance de disposer d'un cadre multilatéral sur lequel s'appuyer», fait remarquer Henri Biadala, représentant du Groupe La Poste et promoteur du projet.

Relayée par les médias africains, l'annonce de l'avènement d'un service de transfert d'argent «équitable» aurait déjà changé la donne sur le marché des transferts d'argent des cinq pays pionniers. «Le volume sur ce marché dépasse déjà le potentiel des mandats sur support papier. On peut donc en déduire qu'une partie de l'activité du secteur informel échappant normalement aux économies et constituant souvent une source de criminalité a déjà été captée par le nouveau service», se félicite Henri Biadala.

En raison du petit volume de transferts généré pour l'instant dans la plupart des postes nouvellement connectées au réseau IFS, les opérations sont optimisées par l'intermédiaire d'un centre d'appel mutualisé de traitement des opérations, lequel se porte garant du traitement uniforme et de la qualité du service du mandat express international. Le centre d'appel fournit et gère un réseau téléphonique sur IP assurant la sécurité et la gratuité des communications et facilitant la communication entre les postes. Situé à Bamako, il emploie une trentaine de personnes et est lié par un contrat de prestations avec les administrations postales participantes. L'expérience s'étant avérée particulièrement concluante pour le Mali et le Niger, la grande majorité des 21 pays africains rejoignant le réseau a souscrit à cette solution.

Solidarité

Comment garantir le succès du réseau? Comment parvenir à une mise en exploitation simultanée et synchronisée du mandat express international? Telles sont les questions très concrètes qui ont été examinées par les délégations des postes africaines entre août et octobre 2006 lors de trois rencontres organisées à l'initiative du groupe dit de Bamako. Ces réunions ont permis d'élaborer une méthodologie concernant les questions opérationnelles, commerciales et techniques ainsi que de développer des outils de planification et de suivi. Afin d'optimiser les échanges via le réseau IFS, ces acquis ont été repris par les pays africains rejoignant le réseau lors de deux ateliers opérationnels tenus à Douala et à Dakar en décembre 2006 et en janvier 2007. En phase avec une démarche de codéveloppement, le projet régional africain permet de voir des formes exemplaires de solidarité se manifester.

«Le Burkina Faso s'est investi dans l'organisation du réseau IFS au Niger. Lors des ateliers opérationnels, les représentants des pays déjà équipés du réseau IFS comme le Burkina Faso, le Togo, le Cameroun et le Sénégal ont fait profiter les nouveaux entrants de leur expérience. Dans les pays d'Afrique anglophone, le Nigéria s'emploiera à faciliter l'extension du réseau», racontent Yoann Orfeuvre et David Avsec, du Centre de technologies postales de l'UPU. Les cinq pays ont su fédérer leurs efforts autour d'un centre de traitement commun (v. encadré), permettant en particulier un démarrage simultané, le même jour, avec une qualité de service homogène.

Vers un cadre multilatéral

Le projet régional contribue aussi directement à l'élaboration de nouvelles normes en matière de services de paiement électroniques. A l'heure actuelle, les opérateurs postaux désignés bénéficient dans ce domaine de la liberté contractuelle. Pour l'UPU, une nouvelle refonte de l'Arrangement concernant les services de paiement de la poste, datant de 1878, viserait à permettre, à terme, l'application de principes uniformes susceptibles d'assurer le développement d'un réseau de paiement électronique mondial.

C'est précisément à cette vaste tâche que s'attèlent, sur la base notamment des enseignements tirés du cas africain, les experts rattachés au groupe «services financiers postaux» du Conseil d'exploitation postale. Ils étudient les différentes dimensions d'un accord multilatéral, les problèmes relatifs au règlement et à la compensation ainsi que les questions liées au logo et à l'image de marque. Transmises au groupe de travail du Conseil d'administration en vue de l'échéance du prochain Congrès, leurs recommandations soulignent le rôle social des services de paiement postaux ainsi que les caractéristiques spécifiques des ordres de paiement transmis par voie électronique.

Ces traits distinctifs correspondent aux attributs du service mandat express international. Or, compte tenu du succès qu'il a rencontré jusqu'à présent, le projet régio-

nal africain peut déjà faire figure de référence, non seulement en théorie, mais aussi en pratique. «Un service fonctionnant bien dans des régions très pauvres, où vivent de nombreux migrants et où les postes sont sous-équipées, devrait logiquement pouvoir être reproduit ailleurs», résume Marie-Odile Pilley, experte en services financiers postaux au Bureau international.

On peut d'ores et déjà s'attendre à un essaimage de la méthodologie issue des travaux du groupe de Bamako. Une conférence organisée par le Groupe La Poste et le Bureau international présentant le réseau IFS et réunissant 20 pays d'Asie a eu lieu à Bangkok en novembre dernier. Dix-neuf pays ont participé à un atelier en Inde fin février. D'autres actions doivent se dérouler en Amérique latine d'ici peu. Cette approche régionale, coordonnée par la direction du développement et de la coopération du Bureau international, a pour but la création de corridors entre les gros pays d'expédition et de réception au sein d'une région, ou entre deux régions. A terme, le maillage via le réseau IFS devrait s'étendre, et de nombreux pays pourraient proposer le service de mandat express international.

› [Arthur Kafando, directeur général de SONAPOST, répond à trois questions supplémentaires:](#)

› www.upu.int/union_postale/fr/index.shtml

La boîte aux lettres

“ La valeur de l'écriture à la main ”

Malgré la substitution progressive du courrier physique par des moyens de communication électroniques, il y a une chose qu'Internet ne peut améliorer: le fait que l'écriture est un reflet de notre propre personnalité... Il ne fait aucun doute que notre écriture, avec ses multiples détails, en dit long à notre sujet et sur notre

relation avec le monde. De ce fait, nos mains, sans l'aide d'aucun clavier, parviennent à remplir une simple lettre de renseignements infiniment plus précis à notre sujet que des douzaines de courriels.

José Miguel Grandal López
Bureau de poste principal
de Cartagena (Espagne)

› Réagissez!

Les lettres à la rédaction sont les bienvenues. Envoyez-nous un mot par la poste ou par voie électronique (rheal.leblanc@upu.int), en prenant soin d'indiquer vos nom, adresse, numéro de téléphone et courriel. Au besoin, la rédaction resserrera les textes choisis pour publication.

La meilleure façon pour les entreprises d'accroître leurs revenus et de communiquer avec leurs clients ?

Le courrier !

Tant que le courrier restera le média le plus efficace pour la communication d'entreprise, le secteur postal conservera son potentiel de croissance à long terme. Une croissance nourrie par une coopération accrue des postes et de leurs fournisseurs, répondant directement aux attentes des clients.

L'introduction de services innovants et l'intégration des technologies permettront d'augmenter les revenus, de réduire les coûts et de mieux fidéliser les clients. Pitney Bowes, mieux que personne, sait développer des technologies qui rassemblent postes et émetteurs de courrier au service de l'optimisation de toute la chaîne du courrier.

Pitney Bowes est actif dans 130 pays dans le monde et investit dans la croissance du marché du courrier. Nos technologies innovantes créent des solutions qui rapprochent les postes des émetteurs de courrier, pour une plus grande productivité.



Pitney Bowes, pour des partenariats qui génèrent du profit.

Outil performant de croissance durable, le courrier construit des relations commerciales performantes.

Ciblé, universel, et non-intrusif, le courrier est encore plus efficace.

Il a une capacité unique à transmettre le bon message, à la bonne personne, au bon moment.

Notre objectif ? Améliorer les résultats de tous ceux qui utilisent le courrier. Pitney Bowes investit du temps et des ressources et noue des partenariats pour faire en sorte que le courrier tienne ses promesses.

 **Pitney Bowes**

Engineering the flow of communication™





Colis croissance

Par
Jérôme Deutschmann

Les colis ont la cote! A elles seules, les postes en ont livré six milliards en 2005, soit 11% de plus que l'année précédente. Innovation et service amélioré sont souvent cités, mais la popularité croissante du commerce électronique y serait aussi pour beaucoup.

Cette croissance mondiale se confirme chaque année un peu plus, selon les données collectées par l'UPU. La plus forte croissance régionale a été enregistrée en Amérique latine et dans les Caraïbes (12,9% respectivement) et dans les pays industrialisés (12,4%). Le nombre de colis du service international a augmenté, lui, de 3,4% d'une année à l'autre pour totaliser 43,7 millions d'envois.

La croissance du secteur serait l'une des conséquences directes de la place prépondérante qu'occupe aujourd'hui le commerce en ligne. Les hausses affichées par ce secteur, jusqu'à 25% d'une année à l'autre selon les pays, permettent aux experts d'affirmer que la croissance n'en est qu'à ses prémices.

Face aux chiffres, les postes ont de nombreux atouts pour devenir l'intermédiaire de confiance entre le commerçant virtuel et l'acheteur. Leur couverture géographique reste inégalée, la confiance dont elles jouissent et les structures logistiques qu'elles maîtrisent parfaitement en font des acteurs majeurs sur ce marché potentiel alignant les superlatifs. Les opérateurs privés détiennent aujourd'hui

la part du lion de ce marché, mais la donne peut s'inverser. Comment? «En mettant en place les conditions idéales pour que les postes puissent profiter de l'impact du commerce électronique sur les colis», affirme le Brésilien Antônio Braquehais, co-président de l'équipe de projet «achats en ligne». Et en faisant partager les pratiques exemplaires.

Commerce électronique et colis en ligne

A ce titre, l'équipe de projet «achats en ligne» a recensé les débouchés offerts par le commerce électronique pour les postes, avec comme objectif de montrer les bienfaits des portails de vente en ligne: méthodes de paiement, fournisseurs d'hébergement de portails, publicité, moteurs de recherche, etc.

Un portail, CorreiosNet Shopping, pourrait faire des émules. Lancé par la poste brésilienne, il héberge aujourd'hui plus de 500 boutiques virtuelles, surtout de petites et moyennes entreprises. Il offre un service de paiement sécurisé, une fonction de suivi des commandes en ligne et des différentes étapes de distribution, un moteur

Commerce électronique en 2006: quelques chiffres

Etats-Unis	100 milliards d'USD
Grande-Bretagne	98 milliards d'USD
Allemagne	78 milliards d'USD

Sources: ComScore, Forrester Research

Les kiosques automatisés de la poste allemande acceptent le dépôt et la collecte du colis à tout moment de la journée.



de recherche de produits et de comparaison des prix ainsi que, et c'est là sa particularité, un module de calcul des tarifs de distribution nationale, internationale, expresse et économique. Bref, tout pour satisfaire le client potentiel.

«Ce site connaît un grand succès et sert de promoteur des services de colis et de solutions logistiques intégrées pour passer des commandes et utiliser les services de la poste», signale António Braquehais. Plus de neuf millions de transactions sont comptabilisées chaque mois. Ce portail propose également à ses 200 000 clients mensuels le service de livraison express e-SEDEX, adapté aux ventes en ligne et assurant une distribution rapide et fiable. La poste brésilienne a ainsi livré 5,65 millions de colis en 2006 – une progression de 34% par rapport à l'année précédente – ce qui représente plus de la moitié du commerce électronique de détail en ligne au Brésil.

Sur le continent africain, où, selon Nielsen//NetRatings et l'Union internationale des télécommunications, le taux de pénétration d'Internet a augmenté de 625% en six ans, le commerce électronique offre un potentiel important et serait en mesure de contribuer au bien-être économique et social de ces populations, qui ont de plus en plus accès aux nouvelles technologies de l'information, notamment dans les bureaux de poste.

L'opérateur marocain Barid Al-Maghrib a bien compris les enjeux du commerce électronique associés aux colis et se positionne aujourd'hui comme l'un des acteurs majeurs de la distribution de marchandises vendues en ligne. Pour ce faire, il a réorganisé son service de distribution express des colis et a lancé deux services de messagerie, AMANA ship et AMANA SMS. Le premier propose le calcul automatique des modalités de distribution, un système en ligne de demande d'affranchissement, le suivi et la localisation en ligne de commandes et un module d'impression de codes à barres. Le deuxième se caractérise par le suivi du colis via la technologie SMS.

Réseau de distribution normalisé

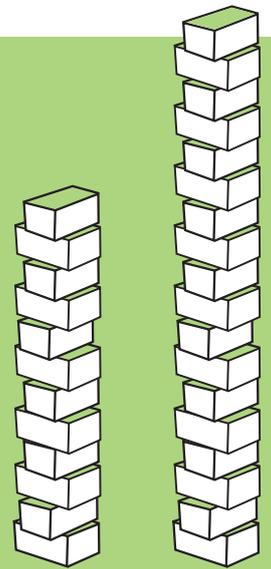
Ces innovations associées à de multiples options commerciales en ligne sont un signe clair de la volonté des postes d'adapter l'offre à la demande et de se montrer réceptives aux attentes de la clientèle et de gagner sa fidélité.

De son côté, l'UPU aide les postes à répondre aux besoins des clients désirant un service de colis rapide et sûr. «Les postes doivent adopter une position plus commerciale et réactive si elles veulent acquérir de nouvelles parts de marché ou ne pas perdre celles qu'elles ont», indique Gary Simpson, président du groupe «colis» du Conseil d'exploitation postale.

D'ici au Congrès de Nairobi, le groupe «colis» tentera de faire adopter un certain nombre d'exigences minimales pour le réseau international des colis afin d'améliorer la qualité des échanges. Ce groupe concentre ses efforts sur l'utilisation de codes à barres, la promotion de systèmes de suivi et de localisation pour les colis et sur l'élaboration de systèmes d'évaluation grâce aux messages EDI transitant via divers systèmes.

Dynamiser le produit «colis postal», certes, mais aussi élaborer un cadre réglementaire adapté à l'évolution du marché. Un groupe de travail sur le réseau de distribution des colis a ainsi défini des prescriptions pour la saisie et l'échange des données, le suivi et la localisation, la performance, l'indemnisation et la responsabilité ainsi que l'identification des colis. Sur ce dernier aspect, un code à barres unique à 13 caractères doit être apposé sur tous les colis partants. Les codes à barres, déjà utilisés par 141 opérateurs, facilitent le suivi, réduisent le risque de traitement erroné de colis par l'opérateur de destination et permettent d'insérer des données douanières.

Au Japon, le colis est roi



2004	2005
1,4 milliard de colis expédiés	2 milliards de colis expédiés

Qui dit échanges internationaux sans faille dit formalités douanières optimales. La publication prévue en ligne d'un guide postal sur l'exportation permettra aux expéditeurs de colis d'obtenir des informations sur les règles d'importation d'un pays de destination.

Parmi ces exigences minimales applicables aux colis, qui seront peaufinées et progressivement mises en place jusqu'au Congrès de Nairobi, un nouveau système de renseignement entre opérateurs, dénommé Cricket, a vu le jour en janvier 2006 pour accélérer le traitement des réclamations des clients. Vingt-cinq postes l'ont déjà adopté. Des mesures d'incitation sont prévues pour augmenter le nombre d'utilisateurs afin de mettre en place un réseau de distribution international abouti.

Le secteur des colis représente un marché d'avenir où l'investissement doit être des plus conséquents. Une attention particulière des postes aux nouvelles habitudes de consommation des colis et des alliances avec les nouveaux acteurs économiques sont, à n'en pas douter, la voie à suivre pour leur garantir un rôle de premier plan sur ce marché tant convoité.

C'est la poste japonaise qui remporte, en 2005, la palme de la plus forte augmentation, le nombre de colis expédiés par ses services étant passé de 1,4 milliard en 2004 à plus de 2 milliards en 2005.

Le Sashi Kozutsumi, un paquet destiné à transporter des brochures ou des imprimés à des tarifs plus avantageux que ceux appliqués aux colis ordinaires, est venu enrichir la gamme habituelle des colis. Des grands magasins et des sociétés de vente par correspondance ont très vite adopté ce produit, assorti de remises importantes dès 500 envois.

Un autre produit, le Yu-Pack, complètement remodelé en 2004, connaît aussi un grand succès. Sa tarification n'est plus basée sur le poids, mais sur les dimensions. Son prix, lui, reste identique jusqu'à 30 kilogrammes. Plus rien n'arrête Japan Post, qui commercialise à présent des Yu-Pack adaptés au transport des cannes de golf, des équipements de ski, des sacs de voyages et des marchandises réfrigérées.

Sa gamme étoffée de produits novateurs explique en grande partie cette réussite, mais aussi ses alliances avec des chaînes d'épicerie. Le dépôt et la collecte des colis à partir de réceptacles installés dans des commerces de proximité aux heures d'ouverture plus longues sont un atout de plus pour gagner de nouvelles parts de marché.



le Yu-Pack



Le tandem

.....
Le tandem Edouard Dayan–Guozhong Huang roule à tombeau ouvert depuis son arrivée au Bureau international, début 2005. A mi-parcours de leur mandat, le directeur général de l’UPU et son lieutenant dressent le bilan de ces deux dernières années.



Comment avez-vous vécu vos deux premières années à l'UPU?

E. Dayan Mon enthousiasme n'a pas diminué. J'ai toujours les mêmes ambitions de renforcer le rôle de l'organisation, de développer et de faire connaître son action à tous les niveaux, d'accroître sa légitimité au sein des Nations Unies et sur le plan international et de contribuer aux Objectifs du millénaire pour le développement. En ce sens, la Conférence stratégique de Doubaï a été un moment fort ayant permis de mesurer les premiers progrès accomplis et d'avoir plus de visibilité sur notre action et notre rôle pour les années à venir.

L'ambition, c'est de répondre aux besoins diversifiés de tous nos pays membres, tout en ayant une certaine souplesse. Nous devons nous adapter à des besoins particuliers, comme le fait le Centre de technologies postales, qui développe des outils à la pointe du progrès, en faisant presque du clé en main. Nous avons aussi structuré nos actions afin de faire plus et mieux à moindre coût, simplement en travaillant différemment.

Enfin, la satisfaction est grande de voir que 127 pays, soit le double depuis 2005, participent aujourd'hui au contrôle continu de la qualité de service. Le secteur des colis a aussi réalisé des progrès spectaculaires, et le réseau électronique de transfert d'argent se développe continuellement.

G. Huang Nous avons effectivement bien progressé. La période entre chaque Congrès ayant été écourtée, nous en ressentons la pression, mais nous devons aller de l'avant et mettre en place la Stratégie postale mondiale de Bucarest, tel que prévu.

Quels ont été les plus grands défis des deux dernières années?

E. Dayan D'abord nous avons dû nous positionner au sein de la société de l'information. Au Sommet tenu sur ce sujet à Tunis en 2005, l'UPU a été désignée pour contribuer au développement du commerce électronique. Cette reconnaissance a été un tournant historique qui a placé le secteur postal au cœur des grandes questions internationales. De plus, nous avons

dû organiser une UPU tournée vers l'ensemble des acteurs du secteur avec la mise en place du Comité consultatif. Enfin, on peut avoir les meilleures idées du monde et les meilleures techniques de gestion, si le personnel n'est pas motivé ou n'est pas acteur du changement, on ne peut pas progresser. Le Congrès impose un rythme accéléré. C'est un facteur de nature à aider l'UPU à se réformer, car le monde autour de nous change très vite. Nous avons donc dû nous mettre en ordre de bataille pour nous adapter, mais aussi anticiper les évolutions de notre secteur, renforcer notre rôle stratégique et impulser le changement.

Le rôle du secteur postal dans la réduction du fossé numérique a été reconnu dans les documents officiels issus du Sommet mondial sur la société de l'information. En outre, l'UPU a été désignée pour contribuer au développement du commerce électronique. Comment l'UPU va-t-elle assumer ce rôle?

G. Huang Il s'agit effectivement d'une bonne occasion de faire

.....
Par
Rhéal LeBlanc

.....
Photos:
Manu Friederich

.....

De plus en plus, les pays et les organisations viennent vers nous, car nous avons fait l'effort d'aller vers eux.

valoir la capacité du secteur postal à recourir aux nouvelles technologies pour moderniser et développer les services postaux et réduire la fracture numérique. Notre réseau est immense et peut proposer, pour les citoyens, de nombreux points d'accès aux technologies et à l'information. Nous continuons d'en faire la promotion.

En matière de commerce électronique, la livraison des marchandises commandées par Internet se fait physiquement. En ce sens, le secteur postal joue un rôle important en développant le marché des colis et en mettant l'accent sur la qualité de service. Le groupe «produits électroniques et services associés» a aussi développé toute une stratégie sectorielle, qui devra être intégrée dans la Stratégie postale de Nairobi. La mise en place du nom de domaine .post constitue par ailleurs une opportunité stratégique pour le secteur entier. Les nouvelles technologies constituent, grâce à des normes techniques communes à adopter sur le plan mondial, un puissant levier pour interconnecter réseaux et systèmes et favoriser l'in-

tégration du réseau postal mondial. Généralement, comment le secteur postal mondial se porte-t-il aujourd'hui?

G. Huang La pertinence du secteur postal s'impose. Les services postaux jouent un rôle indispensable dans le développement des économies, notamment dans les pays en développement et les pays les moins avancés. Dans ce contexte, l'UPU facilite de plus en plus le développement de services postaux efficaces dans le monde. Nous avons encore un avenir très prometteur, et le secteur contribue beaucoup à l'économie mondiale.

E. Dayan La nature du secteur postal change. Placés dans le monde de la communication sous toutes ses formes, nous assurons la convergence entre réseaux physique, électronique et financier. La communication n'a cessé de croître au fil du temps. Ce qui a changé, ce sont les techniques. Les nouvelles technologies constituent donc des opportunités et non des menaces.

Si le courrier urgent stagne dans les pays industrialisés, il existe

un fort potentiel de croissance dans les pays émergents. Le publi-postage, média performant, est par ailleurs en croissance partout. L'UPU peut contribuer à cette croissance en se focalisant sur la normalisation, l'adressage, l'amélioration de la qualité et la gestion des retours d'envoi, par exemple, et en assurant la diffusion des pratiques exemplaires. Le commerce électronique aussi en est à ses débuts, mais se développe fortement.

Enfin, être un service de proximité, au plus près des utilisateurs, constitue un atout indéniable du secteur postal.

L'UPU s'est ouverte considérablement depuis Bucarest. Le Comité consultatif répond-il au rôle qui avait été conçu pour lui?

E. Dayan Avec la création du Comité consultatif, on a posé des principes et on a surmonté une barrière psychologique. Il fallait d'abord démontrer que l'UPU pouvait associer, autour d'intérêts communs, des organismes aux intérêts qui semblaient opposés.





En tant qu'organisation intergouvernementale, on est garant de la neutralité et de l'indépendance et d'un intérêt général supérieur, celui de la garantie durable du service universel, du développement du marché, de la réduction des fractures économique et digitale entre pays. En 2005, ce n'était pas gagné d'avance et cela n'est toujours pas gagné complètement, mais chacun comprend aujourd'hui l'importance de travailler ensemble sur des sujets d'intérêts communs comme la sécurité ou la normalisation. Plus qu'un observateur, le Comité consultatif est devenu force de propositions. De ce point de vue, son lancement a été réussi. Maintenant, il faut faire en sorte qu'il soit représentatif des intérêts économiques et géographiques qui ne sont pas encore pris en considération aujourd'hui.

Amélioration de la qualité de service, développement des transferts d'argent, régionalisation, réforme postale... les projets de l'UPU sont ambitieux. Comment mener à bien tous ces projets avec les ressources existantes?

E. Dayan Le Bureau international doit s'adapter à ses nouvelles missions pour répondre aux attentes de ses membres et inscrire son action dans l'environnement international. Depuis notre arrivée, sans révolution, mais par une adaptation progressive, nous avons clarifié nos missions principales et nos priorités. Nous avons aussi mis en place des indicateurs de résultats pour renforcer la professionnalisation du personnel et prendre en considération les performances. Cela passe par un changement de culture dans le fonctionnement du Bureau, en don-

nant du sens à notre action et en favorisant le travail d'équipe, la communication et la transparence. C'est un vrai changement qui s'engage.

Mais comment assurer le financement des projets dans un contexte de croissance nominale zéro?

E. Dayan Il faut faire preuve de plus d'imagination, mais aussi avoir un plus grand souci du service rendu à nos membres. Tout en améliorant le service, l'UPU doit évaluer les besoins et placer ses pays membres devant leurs responsabilités, car il leur incombe de définir les priorités d'action de l'organisation. Il y a déjà deux types d'approches: le budget ordinaire, par lequel on offre les mêmes prestations à tous, et les services optionnels, qui devraient dans l'absolu s'autofinancer, sachant que les frais d'appui restent encore à la charge du budget ordinaire.

Plusieurs questions se posent cependant. Peut-on organiser une étanchéité entre le service de base et les options? Ensuite, les nouvelles technologies aidant, doit-on rester à des définitions strictes des services de base rattachés au service universel? Pour développer le secteur des colis, le suivi informatisé ne doit-il pas être intégré dans les services de base? Et comment donner l'accès à ces services à tous les pays? Enfin, si de plus en plus les activités deviennent optionnelles et extrabudgétaires, comment peuvent-ils orienter l'action de l'organisation?

Le débat n'est pas simple et il faut approfondir toutes les options possibles. C'est ce que fait actuellement le groupe présidé par la Hongrie, qui travaille sur le financement de l'Union. Pour l'instant, une idée

qui fait son chemin est la suivante: demander que toute résolution soumise au Congrès soit accompagnée de prévisions budgétaires et de sources possibles de financement.

G. Huang La croissance nominale zéro est telle que nous devons explorer d'autres options de financement. Nous avons aussi effectué plusieurs changements au Bureau international pour améliorer l'efficacité. Entre autres, nous avons établi le Comité des carrières et publié un code de conduite pour favoriser le développement du personnel et éclaircir les responsabilités de chacun.

Comment réagissez-vous à ceux qui doutent encore de la capacité de l'UPU de représenter adéquatement les intérêts de tous les partenaires du secteur?

E. Dayan Ce que j'observe, c'est que nous sommes de plus en plus crédibles en raison des nombreux résultats à notre actif. Nous avons une reconnaissance au sein des organisations internationales et des Nations Unies, et de nouveaux par-

tenaires participent à nos travaux. Il faut noter notre admission comme observateur à l'Organisation mondiale du commerce (OMC) et à l'Organisation internationale pour les migrations (OIM), la reconnaissance de notre expertise par INTERPOL ou encore le renforcement de nos relations avec l'Union internationale des télécommunications, l'Organisation mondiale des douanes, l'Association du transport aérien international et l'Organisation internationale de normalisation. A Doubäi, des ministres, des banques d'affaires, des cabinets d'avocats et d'autres sont venus. Ce sont des signes. De plus en plus, les pays et les organisations viennent vers nous, car nous avons fait l'effort d'aller vers eux. Notre crédibilité sera de plus en plus grande au fur et à mesure que nous le démontrerons par les résultats de nos actions.

Sentez-vous que les décideurs s'intéressent davantage au secteur postal qu'avant?

G. Huang Il y a eu du progrès de ce côté-là. Nous avons maintenant

Nous, membres du secteur, pouvons nous-mêmes changer l'image du service postal.



une relation plus étroite avec les ambassades et, par leur entremise, nous parvenons à mieux faire connaître l'UPU. Notre organisation a aussi été très active au sein des Nations Unies. Et lorsque nous visitons des pays, nous ne manquons pas de rendre visite au ministre responsable du service postal ou même au premier ministre ou au président. Si, dans certains pays, le gouvernement ne fait toujours pas du service postal une priorité, ce qui est important c'est que les opérateurs postaux continuent d'améliorer la qualité de service, de répondre aux besoins des consommateurs et des entreprises et de faire appel aux nouvelles technologies afin de contribuer au mieux au développement de l'économie nationale. Nous, membres du secteur, pouvons nous-mêmes changer l'image du service postal.

E. Dayan Sur ce point, les projets intégrés de réforme postale lancés par le Bureau international ont connu beaucoup de succès en engageant les gouvernements à élaborer des règles de gouvernance

claires afin de favoriser le développement du secteur. C'est une première. Nous avons signé près de 30 accords en moins de deux ans. De plus, pour donner plus de cohérence et d'efficacité à nos actions, nous mettons en place des plans de développement régionaux, qui sont de véritables partenariats avec les gouvernements, les ambassades, les opérateurs postaux, les organes de régulation et les organisations régionales. Nos actions sont axées sur les priorités définies par le Congrès et nous élaborons des indicateurs précis approuvés par les pays et la région et nous les aidons à trouver les ressources nécessaires et à mesurer les résultats. C'est nouveau. Nous avons commencé en Afrique et les autres régions suivront.

Pourquoi était-il important pour l'UPU d'obtenir un statut d'observateur auprès de l'OMC et de l'OIM?

E. Dayan Les services postaux sont couverts par l'Accord général sur le commerce des services. En même temps, il faut garantir le service universel et tenir compte des spécificités des pays en développement, disposer d'une plus grande sécurité juridique dans les débats sur l'accès aux marchés et éviter d'avoir à résoudre des problèmes de compatibilité entre les décisions prises par l'OMC, d'une part, et par l'UPU, d'autre part. A Doubaï, Pascal Lamy a lui-même parlé du réseau à trois dimensions et de l'importance du secteur postal pour le développement économique. Cela nous donne une légitimité exceptionnelle, car nos deux organisations contribuent à leur manière au développement du commerce international.

Par ailleurs, les phénomènes migratoires ne cessent de s'amplifier. En partenariat avec l'OIM et en utilisant les technologies dernier cri, nous apportons une réponse adaptée au problème des transferts d'argent, en ayant pour préoccupation principale l'intérêt des travailleurs migrants et en agissant en conformité avec les normes internationales concernant la lutte contre le blanchiment ou les menaces sécuritaires.

Quels seront les axes prioritaires de l'UPU d'ici à Nairobi?

E. Dayan Tout d'abord, consolider les actions en cours et présenter un bilan positif de la Stratégie postale mondiale de Bucarest. Par la force des choses, la plupart des actions devront être poursuivies. Ensuite, il nous faudra axer la préparation de l'avenir autour des notions apparues lors de la Conférence de Doubaï, telles que l'interconnectivité des réseaux, le rôle du secteur postal dans la société de l'information, la gouvernance et le développement.

Place au dialogue

.....
Par
Rhéal LeBlanc

La publication emblématique de l'Union postale universelle, parue pour la première fois il y a maintenant cent trente-deux ans, traverse une période de changement, à l'image du nouvel environnement dans lequel évoluent l'organisation et le secteur postal tout entier.

En effet, le paysage postal a considérablement évolué durant ces dernières années. Entre autres, les membres du Comité consultatif participent plus activement aux travaux de l'UPU, les gouvernements créent des organes régulateurs afin de mieux contrôler le marché, sur lequel entrent chaque jour de nouveaux opérateurs, et le secteur postal lui-même se trouve au cœur d'une révolution de la société de l'information. Nouvelles questions, nouveaux acteurs, nouvelles priorités... il était temps que le magazine reflète ces changements.

Couvertures originales, mise en page claire, nouvelles rubriques, textes plus concis... *Union Postale*, qui n'avait pas changé depuis dix ans, s'est offert une cure de jouvence, proposant ainsi une approche plus moderne.

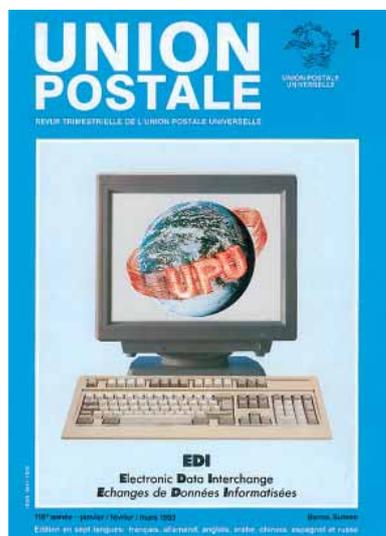
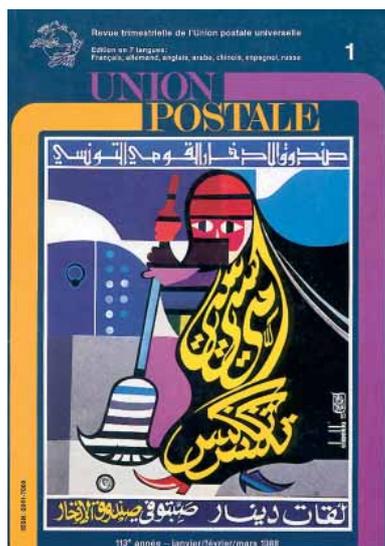
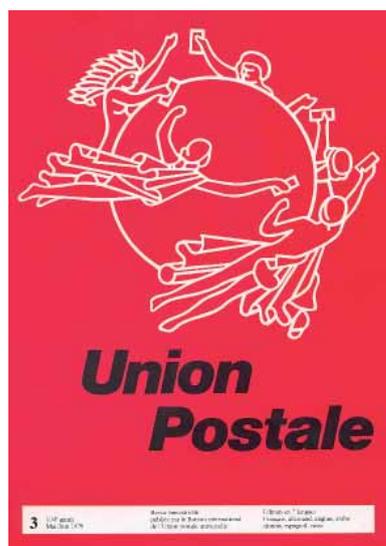
Restructurer *Union Postale*, ce n'est pas seulement présenter l'actualité de manière plus lisible. C'est aussi engager le dialogue avec les lecteurs et les membres du secteur postal. A cet effet, certaines rubriques ont été repensées, alors que d'autres ont disparu. La rubrique *Dialogue avec les dirigeants postaux* est devenue *L'interview*, ce qui nous donne la possibilité de nous entretenir avec un plus grand nombre de représentants du secteur postal. Les rubriques *Droit à la communication*, *Un bureau de poste sous les projecteurs* et *Forum philatélique* ont été supprimées, mais nous continuerons à proposer des articles en rapport avec ces thèmes lorsqu'il y aura des nouvelles intéressantes à partager. Une nouvelle rubrique, *Tour d'horizon*, passe en revue les événements marquant l'actualité postale à travers le monde, que ce soit au niveau des opérateurs privés ou publics. D'autres rubriques pourraient apparaître périodiquement.

L'espace étant une contrainte importante, surtout lorsqu'il s'agit d'un trimestriel, nous essaierons de mieux exploiter Internet afin de vous transmettre des informations que nous ne pouvons pas imprimer. Pour ce premier numéro, par exemple, l'intégralité de l'interview avec Mark Steadman, de la poste danoise, qui a coordonné l'organisation d'une conférence internationale des musées de la poste et de la communication à Copenhague en novembre dernier, est disponible sur la page Internet d'*Union Postale*. Vous y trouverez aussi d'autres photos d'objets saugrenus provenant des collections des musées mentionnés dans l'article.

Enfin, les versions arabe, chinoise, allemande, espagnole et russe du magazine, tout comme celles en anglais et en français, seront désormais diffusées dans leur intégralité, avec photos et illustrations.

Nous espérons que la nouvelle présentation d'*Union Postale* vous plaira et attendons avec impatience vos commentaires sur les articles publiés ou le secteur postal en général. Alors, écrivez-nous!

.....
Union Postale au fil du temps: des numéros de 1979, 1988, 1993 et 2004.



Tour d'horizon

Réforme des services postaux en Chine

Dans le cadre de sa réforme des services postaux, l'administration postale chinoise a séparé ses activités en deux entités distinctes, une autorité de régulation chargée de contrôler le marché, State Post Bureau, et un opérateur désigné, China Post Group Corporation, en charge des activités commerciales. L'autorité de régula-

tion devra établir une concurrence saine et équitable, alors que la nouvelle entreprise postale lancera de nouveaux produits et services, notamment dans le secteur de la messagerie express, augmentera le nombre d'implantations régionales et réorganisera son activité d'épargne.

Source: Chinadaily.com

Algérie Poste plus proche

Algérie Poste annonce la création prochaine de points postaux de proximité dans les grandes villes algériennes afin de rester à l'écoute de ses clients et d'améliorer la qualité de service. Ces points postaux, implantés dans les zones à forte population, permettront aux citoyens de s'informer des différents services, de consulter le site Internet de l'entreprise ou de retirer de l'argent grâce aux 2,5 millions de carte de retrait magnétiques qui seront distribuées aux détenteurs de comptes postaux avant juillet 2007.

Source: algerie-dz.com

Services postaux: priorité de l'Union européenne

La libéralisation des services postaux figure au rang des priorités des trois présidences successives de l'Allemagne, du Portugal et de la Slovénie de l'Union européenne jusqu'en juillet 2008. La nouvelle directive sur l'achèvement du marché intérieur des services postaux sera élaborée afin de réglementer un marché se chiffrant à 90 milliards d'EUR. La

question est d'autant plus importante que la Commission européenne propose l'ouverture totale du marché à la concurrence en 2009, notamment la fin du «domaine réservé» pour les envois de moins de 50 grammes.

Source: présidence allemande de l'Union européenne

Un système GPS pour le courrier

Le Service postal des Etats-Unis (USPS) annonce que le courrier intelligent révolutionnera le secteur en 2009. Il s'agit d'une combinaison de codes à barres normalisés intelligents, de suivi continu du courrier et d'informations en temps réel accessibles aux clients. Opérationnel en 2009, ce service a été qualifié de «système GPS pour le courrier» par le Postmaster General, John Potter, lequel a précisé que le code à barres normalisé intelligent serait apposé sur chaque envoi, lettre et grande enveloppe ainsi que sur chaque conteneur.

Source: ePostal News

India Post adopte la RFID

India Post sera l'une des premières organisations à utiliser la technologie d'identification par radiofréquence (RFID) pour les colis express et son infrastructure logistique courrier. L'administration postale compte

investir dans ces technologies de pointe, un système de suivi en ligne pour répondre aux besoins de la clientèle et dans l'informatisation des bureaux de poste.

Source: The Financial Express

Tour d'horizon

DHL Express se met au vert

DHL Express vient d'acquérir 21 véhicules fonctionnant au gaz naturel, dont les émissions de particules et d'oxyde d'azote sont particulièrement faibles. Ce mode de transport respecte les normes et les exigences minimales européennes actuelles et futures en matière de qualité de l'air.

Ces véhicules viennent grossir les rangs du parc de distribution des colis du Groupe Deutsche Post World Net, qui compte à présent 170 véhicules écologiques.

Source: communiqué de presse de Deutsche Post

PostEurop accueille un nouveau Secrétaire général

Ingemar Persson est devenu le nouveau secrétaire général de PostEurop le 26 février dernier. Au service de la poste suédoise pendant 37 ans, il remplace Marc Pouw, qui occupait le poste depuis six ans. M. Persson a indiqué que l'un de ses défis sera de maintenir des «conditions équivalen-

tes de concurrence» entre les différents opérateurs au sein d'un environnement postal de plus en plus libéralisé. Union restreinte de l'UPU, PostEurop compte 43 opérateurs postaux européens en tant que membres.

Source: Communiqué de presse de PostEurop

L'Aéropostale, bientôt sud-africaine?

Entrée dans la légende grâce à Antoine de Saint-Exupéry et aujourd'hui nommée Europe Airpost, l'Aéropostale pourrait passer sous pavillon étranger. Il s'agit non seulement d'un pan du patrimoine de l'aviation civile française et de la mémoire collective, mais aussi de l'une des principales compagnies aériennes françaises, forte de plus

de 400 salariés et d'une flotte de 26 avions, qui pourrait passer aux mains d'un repreneur potentiel sud-africain. Les raisons invoquées sont, entre autres, écologiques, la Poste française souhaitant se réorienter vers le fret ferroviaire, moins polluant que l'aérien.

Source: Le Monde

Syndicat européen contre la directive postale

UNI-Europa Poste, le syndicat mondial représentant le secteur postal, est entré en campagne contre le projet de révision de la directive postale européenne de libéralisation totale du marché en 2009. Selon son président, John Pedersen, la libéralisation totale du marché entraînera la perte de milliers d'emplois, qui seront éventuellement repourvus de façon précaire, temporaire ou à temps partiel. Il a aussi souligné l'importance de conserver le service postal universel ainsi qu'une tarification uniforme dans la formulation de la nouvelle directive.

Source: Communiqué de presse d'Unipostal

ZIMPOST investit

ZIMPOST dépensera cette année au moins 3 milliards d'USD pour la construction de deux nouveaux bureaux de poste, l'acquisition de véhicules de transport du courrier et la création de 10 bureaux mobiles dans les régions périphériques du pays. Ces dépenses vont de pair avec la diversification de certains de ses services comme la messagerie express et la conclusion de partenariats avec des maisons d'édition, des sociétés d'assurance et la radiotélévision nationale.

Source: AllAfrica.com

IPS

International Postal System

Système complet pour la gestion du courrier international

Ces douze dernières années, le Centre de technologies postales (CTP) de l'UPU a collaboré avec plusieurs agences postales du monde entier afin de mettre au point International Postal System (IPS).

IPS est un système complet pour la **gestion du courrier international** combinant le traitement du courrier, le suivi opérationnel et les échanges de messages EDI.

IPS offre aux agences postales la possibilité d'avoir une **vision précise et complète de toutes les étapes du cheminement de leur courrier** entre les points d'origine et de destination, comprenant les bureaux d'échange de transit, les transporteurs internationaux et les opérations de traitement par la douane.

L'application IPS **aide les postes à gérer et à améliorer la qualité de leur service de courrier international**, grâce à une évaluation complète du cycle de distribution du courrier et au contrôle de bout en bout de l'acheminement des envois, des récipients et des dépêches.

Les services postaux internationaux, tels qu'IPS, IPS Light et PSSG, sont aujourd'hui exploités par plus de 120 organisations postales. Ils ont vu le jour grâce à la coopération et à l'échange de connaissances entre les administrations postales sous l'égide de la Coopérative télématique. Conçu par le CTP, IPS constitue un outil complet permettant de gérer l'ensemble du processus de transmission du courrier. Le système peut être adapté aux besoins des autres organisations et facilement couplé à d'autres applications.

Contact

- Adresse: Centre de technologies postales - Bureau international - Union postale universelle - Case postale 13 - 3000 BERNE 15 - SUISSE
- Téléphone: +41 31 350 31 11 / Télécopie: +41 31 352 43 23
- Courriel: info.ptc@upu.int



Partage d'expertise.



DU SYSTÈME DE TRI HAUTE PERFORMANCE AUX SOLUTIONS CLEFS EN MAIN

Pour traiter le courrier dans un temps toujours plus court, SOLYSTIC s'appuie sur son expertise tant au niveau humain que technique. Écouter, comprendre vos besoins, établir un diagnostic, réagir en temps réel, proposer des solutions adaptées... Depuis plus de 50 ans, SOLYSTIC est un partenaire privilégié des services postaux du monde entier. Partagez cette expertise, elle fait toute la différence.

SOLYSTIC a remporté le Trophée International des Technologies



Des solutions postales d'avenir

SOLYSTIC S.A.S - 14, avenue Raspail - 94257 Gentilly CEDEX - France
Tél: +33 (0)1 49 69 41 00 - Fax: +33 (0)1 45 47 82 20 - www.solystic.com


SOLYSTIC
 a **NORTHROP GRUMMAN** company