

UNION POSTALE

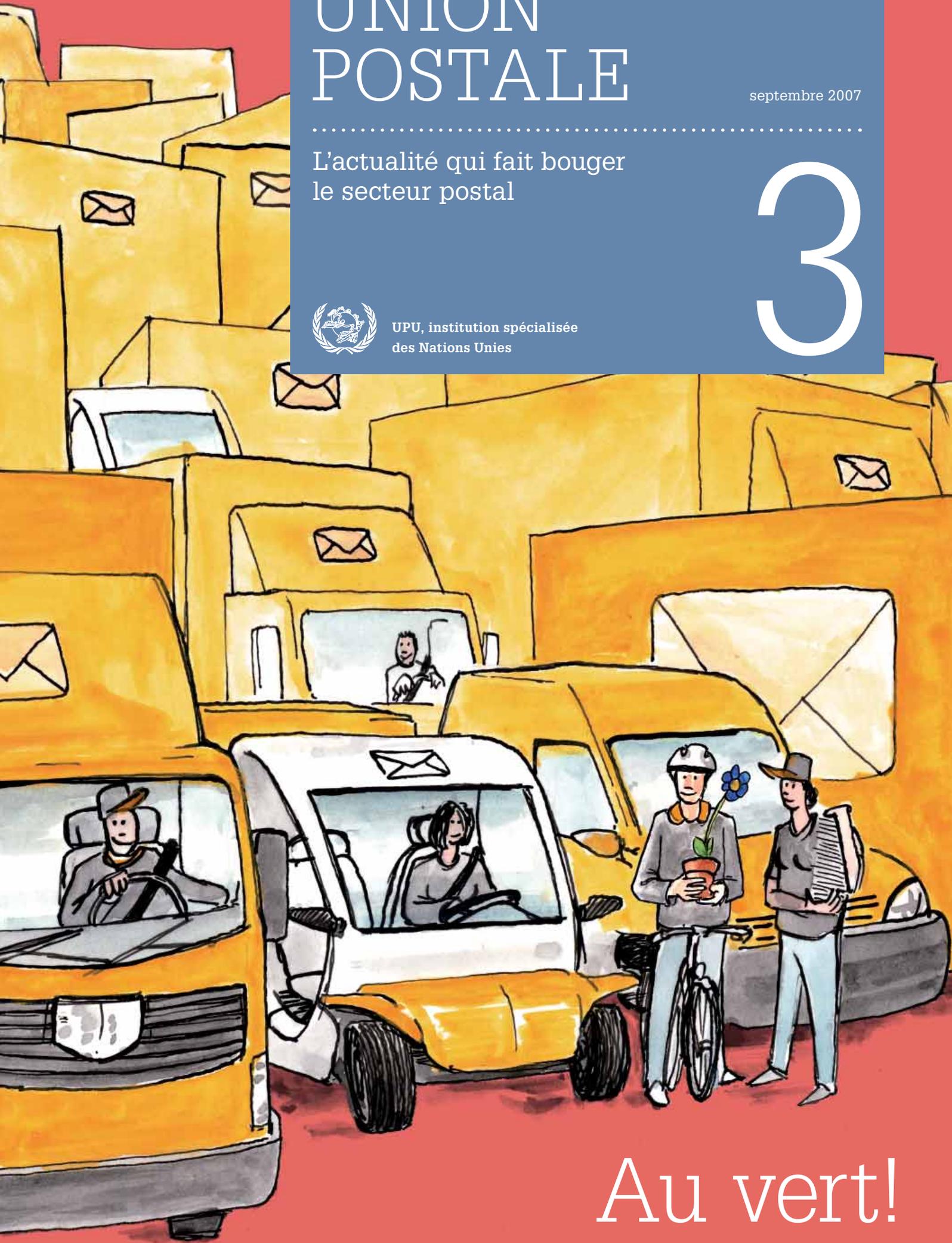
septembre 2007

L'actualité qui fait bouger
le secteur postal



UPU, institution spécialisée
des Nations Unies

3



Au vert!

Comment bénéficier de la technologie de l'avenir?

PostTech 2007 est la seule conférence internationale axée sur la technologie de nouvelle génération et son impact sur la poste. Plus de 400 dirigeants influents du monde postal façonneront l'avenir du secteur.

- **2 jours de présentateurs de renommée internationale:**

- Ex premier ministre de la Nouvelle-Zélande
- Ex vice-premier ministre de la Malaisie
- Directeur de la Commission européenne
- Directeur général de l'UPU
- Directeur de l'exploitation, AMD (E.-U.)
- Directeur, Banque mondiale

Participeront aussi des directeurs et vice-président de:

- IBM • Oracle
- Microsoft • Dell • Siemens • Cisco Systems • Hewlett Packard • Western Union • USPS
- Japan Post • La Poste • Saudi Post • DHL Global Mail • Royal Mail • Emirates Post

- **Ateliers sur les technologies:**

- Technologie opérationnelle
- Positionnement géographique
- Administration en ligne
- Services financiers



1^{ère} conférence internationale
sur les technologies postales de l'information

14 - 15 novembre 2007

Hilton Hotel, Jeddah,
Royaume d'Arabie saoudite

Pour vous inscrire:

events@triangle.eu.com

Pour vos activités de promotion:

nigel.ashton@triangle.eu.com

Contactez-nous par téléphone: +44 (0) 1628 642 910

www.postech2007.com Skype: [triangle.events](https://www.skype.com/username/triangle.events)

Partenaires et commanditaires:



Sommaire



A lui seul, le secteur du transport serait responsable d'un quart des émissions totales de CO₂ dans le monde. Grands utilisateurs de camions, de motocyclettes et d'avions pour distribuer le courrier quotidiennement, les postes entament depuis quelque temps une révolution verte pour venir en aide à une planète qui suffoque.

En bref	4
Survol des activités de l'UPU	
Avant-propos	5

En couverture	
Rouler vert	
Le secteur postal change de vitesse, et la planète dit merci	10

La poste fait ça?	
Alimentaire, santé, services à la personne... les postes d'aujourd'hui ne distribuent plus seulement lettres et colis	15

Renaissance de ses cendres	
La poste libérienne reprend du service dans une économie nationale en pleine reconstruction	18

Le marché aux puces	
L'UPU veut identifier la technologie RFID la plus accessible à tous et définir des normes internationales	23

La boîte aux lettres	
Les lecteurs s'expriment	27

L'interview	
Innover... siempre!	
Pour José Damián Santiago Martín, les nouvelles technologies constituent un élément fondamental de l'avenir de Correos de España.	28

Tour d'horizon	
Survol des actualités postales dans le monde entier	33

septembre 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
Collaborateurs: Emmanuel Deonna, Carole Morgenthaler, Laurent Widmer
Traduction: Didier Guyonnet, Xavier Perret
Graphisme: Die Gestalter, Saint-Gall (Suisse)
Impression: Benteli Hallwag 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)

en bref

Distributions spéciales pour Harry Potter



De mémoire, jamais dans l'histoire de la poste les facteurs du monde entier n'ont distribué le même jour autant de livres identiques commandés par Internet. Le livre n'est nul autre que celui de Harry Potter, et l'événement s'est produit samedi 21 juillet. Ce jour-là, les postiers de plusieurs pays ont livré plus de 2,4 millions d'exemplaires du septième et dernier tome de Harry Potter en anglais.

Le service postal américain a distribué 1,8 million d'exemplaires, contre 600 000 pour la poste britannique. Selon Royal Mail, chaque quarante-troisième ménage du pays a reçu le livre par la poste. Au Canada, ce sont 80 000 exemplaires qui sont passés par le réseau postal. Les postes française et suisse ont aussi effectué des distributions spéciales.

Depuis la sortie du premier tome, en 1997, le commerce électronique n'a fait qu'augmenter, et la poste se profile de plus en plus comme un acteur clé de la chaîne de distribution. Entre 2004 et 2005, le nombre de colis ordinaires des services intérieur et international a globalement augmenté de 11 % pour atteindre un total annuel de 6 milliards de colis.

La poste continuera de participer au phénomène Harry Potter dans les mois prochains à mesure que le livre paraîtra dans d'autres langues. Par exemple, les facteurs allemands et suisses distribueront la version allemande de *Harry Potter and the Deathly Hallows* dans la nuit du 27 octobre, entre minuit et 2 heures du matin. **RL**

Le chiffre

63 000 000 000

Olé! Barcelone accueille POST-EXPO 2007


2, 3, 4 October Barcelona, Spain

Les acteurs du monde postal, dont de nombreux fournisseurs de technologies, se donnent rendez-vous cette année à Barcelone (Espagne) pour la 11^e édition de POST-EXPO. Du 2 au 4 octobre 2007, POST-EXPO accueillera plus de 160 exposants et

4000 participants d'une centaine de pays qui assisteront non seulement au salon commercial, mais aussi aux conférences qui se tiendront simultanément. Ces conférences comprennent le forum mondial des entreprises postales organisé par l'UPU et dont le thème d'ouverture portera sur la réponse du secteur postal au changement climatique. Stratégies postales d'avenir, identité visuelle de la poste et services postaux numériques seront au nombre des autres thèmes abordés pendant les trois jours du forum. En outre, de nombreux ateliers portant sur la technologie sont prévus en parallèle, de

même qu'un salon consacré à la logistique en matière d'envois express et de colis. Organisé annuellement par UKIP Media & Events, POST-EXPO est un événement auquel l'UPU s'associe depuis 2000. En plus de présenter l'organisation au monde entier, le stand de l'UPU mettra en vedette ses principaux produits et services, dont le système financier international (IFS), le système postal international (IPS) et POST*CODE, sans oublier d'autres projets novateurs tels que le cachet postal numérique et .post. **RL**

avant-propos

La poste se met au vert

Ouragans violents, inondations dévastatrices, canicules meurtrières, fonte des glaciers... les médias nous rappellent tous les jours les conséquences horribles du réchauffement de la planète. C'est l'une des préoccupations majeures des temps modernes. Le récent G 8 en a fait une priorité, les politiciens réalisent des films frappant l'imagination et nombre d'organisations onusiennes se consacrent à l'enjeu. L'Assemblée générale des Nations Unies a même tenu récemment un débat sur le sujet. Par ailleurs, Ban Ki-moon, Secrétaire général des Nations Unies, a déclaré que «le changement climatique, et les réponses que nous y apporterons, définira notre espèce, notre ère et, à terme, l'héritage global que nous laisserons aux généra-

tions futures. Il est temps de penser différemment, d'être davantage inclusif. Les Nations Unies font partie intégrante de la solution.» Dans ce contexte, le secteur postal mondial, avec le soutien de l'UPU, tente d'apporter sa pierre à l'édifice en agissant sur les défis globaux se posant en matière de protection de l'environnement et de développement durable. Et pour cause, les estimations les plus modestes démontrent que le secteur postal mondial – cinq millions d'employés postaux (jusqu'à 10 millions si on le considère dans son ensemble) et 660 000 établissements postaux – a recours à quelque 250 000 motocyclettes, plus de 600 000 véhicules et des centaines d'avions pour distribuer le courrier dans le monde. C'est

sans compter les tonnes de papier utilisées quotidiennement pour assurer la communication. Le secteur a donc son rôle à jouer dans la réduction des émissions de gaz à effet de serre, comme l'explique notre article phare.

D'autre part, *Union Postale* propose une actualité des plus réjouissantes, avec un article sur le redémarrage des services postaux au Libéria, pays renaissant de ses cendres après quatorze ans de guerre. Avec le soutien des plus hautes autorités libériennes, la population du petit pays d'Afrique de l'Ouest redécouvre un moyen de communication sur lequel on fonde les plus grands espoirs en tant que moteur économique.

Le rédacteur en chef

C'est le nombre de personnes dans le monde qui échappent à la pauvreté extrême (disposant de moins de 1 USD par jour) à chaque augmentation de 10% du rapport entre le montant total des transferts de fonds et le produit intérieur brut

des pays en développement (PED). C'est ce qui découle d'une analyse du Fonds monétaire international effectuée à partir de données provenant de 76 PED. Cette étude confirme l'impact des migrants sur la réduction de la pauvreté dans

leur pays d'origine. Il est ainsi primordial d'offrir des solutions fiables, abordables et faciles d'accès pour ces transferts. Raison pour laquelle l'UPU poursuit ses efforts en vue de développer le réseau financier postal à l'échelle mondiale. LW

Le Congrès se prépare



Le directeur général Edouard Dayan a visité le centre international de conférences Kenyatta (KICC) à l'occasion de sa visite à Nairobi en juillet. Le président désigné du Congrès, Cyrus Maina (à gauche), et Titus Etori, responsable de projet au KICC, lui ont montré les préparatifs déjà en bonne voie pour le 24^e Congrès de l'UPU.

Edouard Dayan, directeur général de l'Union postale universelle (UPU), et Mutahi Kagwe, ministre kenyan de l'information et de la communication, ont signé le 17 juillet dernier un arrangement finalisant les travaux de préparation en vue du 24^e Congrès postal universel, qui sera organisé à Nairobi du 13 août au 3 septembre 2008 par le gouvernement et la poste du Kenya. L'arrangement définit en détail les besoins du Congrès.

«Nous travaillons d'arrache-pied pour remplir les exigences du Congrès, a indiqué Mutahi Kagwe. En l'accueillant au Kenya, notre pays et tout le continent auront l'opportunité de

mieux réfléchir à l'état du secteur postal et à son rôle de locomotive pour le développement national.»

Quant à Edouard Dayan, il a noté que les préparatifs allaient bon train pour ce premier Congrès en Afrique subsaharienne. «Je remercie le gouvernement et la poste du Kenya pour leur engagement et j'attends de ce Congrès des résultats concrets pour le développement du secteur postal dans le monde», a-t-il déclaré. LW

Le réseau postal sous un nouveau jour

L'immensité et l'interconnectivité du réseau postal mondial constituent deux éléments visuels caractérisant la nouvelle affiche de la Journée mondiale de la poste. Conçue par Vinzenz Meyner, étudiant en arts graphiques de la Haute école des arts de Berne, l'affiche, tirée à 300 000 exemplaires, sera placardée dans des milliers de bureaux de poste du monde entier au cours des trois prochaines années. Evoquant les récits d'Antoine de Saint-Exupéry – on pense immédiatement à *Vol de nuit* –, la nouvelle affiche d'allure très moderne illustre une constellation d'étoiles dans un

ciel bleu nuit, liées par un fil conducteur rappelant le même lien qui unit les milliers de bureaux de poste de la planète et facilite leurs échanges. «A mes yeux, il était important que l'affiche contienne un message universel, compréhensible par chacun d'entre nous, quelles que soient son origine et sa culture. Le ciel, ou plutôt l'univers, est omniprésent et relie les hommes sur la planète, où qu'ils se trouvent. L'univers est pour ainsi dire notre toit commun», précise Vinzenz Meyner. Pour le grand public, l'affiche appelle à utiliser la poste pour «rester connectés». JD



Une jeune Malaisienne remporte la palme

Sze Ee Lee, de la Malaisie, a remporté le 36^e concours international de compositions épistolaires de l'UPU, dont le thème était: «Imagine que tu es un animal sauvage dont l'habitat est menacé par l'évolution du climat ou de l'environnement. Ecris une lettre aux habitants de la planète pour leur expliquer ce qu'ils peuvent faire pour t'aider à survivre.» La jeune Malaisienne de 14 ans a écrit une missive dont l'auteur présumé est un jeune tigre qui nous raconte sa vie dans la jungle, que la folie dévastatrice de l'homme vient perturber. Bien écrite, émouvante mais surtout positive, cette composition a fait l'unanimité du jury par sa sensibilité et son imagination. L'auteur parvient avec succès à

exprimer l'urgence de la situation et passe un message: unissons nos forces pour sauver notre planète.

Sze Ee Lee et les autres lauréats recevront leur prix le 9 octobre à l'occasion des célébrations de la Journée mondiale de la poste.

Pour la 37^e édition du concours, l'UPU demande aux jeunes d'écrire une lettre à quelqu'un pour lui expliquer pourquoi le monde a besoin de tolérance. Ce thème est particulièrement d'actualité à l'heure où la mondialisation, les migrations et d'autres phénomènes rassemblent toujours plus de personnes de cultures différentes. La coexistence harmonieuse de tous les peuples de la planète constitue un objectif noble auquel chacun peut aspirer. Les pays-

membres participants ont jusqu'au 30 avril 2008 pour sélectionner la meilleure composition écrite de leur pays et l'envoyer au Bureau international de l'UPU. LW

www.upu.int/letter_writing/fr/index.shtml

Le côté humanitaire du courrier

Le Bureau international de l'UPU a un nouveau timbre de service. Créé à la demande de l'UPU par La Poste Suisse, à partir d'une émission commune réalisée avec l'Administration postale des Nations Unies sur le thème du courrier humanitaire, le timbre a été officiellement lancé le 6 septembre 2007 lors d'une cérémonie tenue au Bureau international à Berne. Le thème du timbre marque l'engagement humanitaire des Nations Unies et de l'UPU en faveur des victimes de catastrophes naturelles ou de conflits par l'acheminement de vivres, de matériel et de

courrier. Le courrier humanitaire désigne tout type d'envoi permettant aux populations vulnérables ou aux victimes de catastrophes naturelles, de persécutions ou de conflits armés de reprendre au plus vite une vie normale. Il permet à l'occasion de retrouver des parents disparus et sert de relais de communication quand les voies habituelles de liaison sont endommagées ou détruites. En outre, des blocs-feuilles de couleurs et de valeurs différentes seront mis en vente aux Nations Unies à New York, à Vienne et à Genève. Rappelons que ce 21^e timbre de service de

l'UPU ne peut être apposé que sur les envois expédiés au départ du Bureau international. JD



Le réseau IFS s'étend en Asie

L'extension du réseau de transfert d'argent électronique de l'UPU progresse à grands pas. En témoignent les travaux accomplis par les 10 opérateurs de l'Association des nations de l'Asie du Sud-Est¹ lors d'un atelier organisé par l'Union postale de l'Asie et du Pacifique en juin dernier. Avec l'appui des experts du Centre de technologies postales de l'UPU et du Groupe La Poste, les participants ont posé les jalons d'un projet régional visant à créer un service commun de paiements électroniques postaux via le réseau IFS. En s'inspirant de l'expérience du Groupe de Bamako (v. *Union Postale* 1/2007), les 10 participants se sont accordés sur la nécessité de définir un service commun. Ils se sont également engagés à se joindre au réseau IFS. Plus de 500 bureaux de poste répartis sur 10 territoires devraient relever les défis techniques, organisationnels et financiers d'un démarrage simultané avec une qualité de service homogène. Ils constitueront la pierre angulaire du projet régional, dont les travaux en vue de son développement se poursuivent. ED

¹ Brunei Darussalam, Cambodge, Indonésie, Lao, Malaisie, Myanmar, Philippines, Singapour, Thaïlande et Viet Nam.

L'Afrique soutient la future Stratégie postale

«Ce plan nous donne de l'espoir pour l'avenir du secteur postal», a déclaré Norman Munzhelele, du ministère sud-africain de la communication, à l'issue de la deuxième table ronde régionale de l'UPU sur la future Stratégie postale tenue les 18 et 19 juillet à Nairobi (Kenya).

«La feuille de route sera très utile pour les pays en développement et leurs économies, en leur permettant de participer activement à l'économie globale», a ajouté le représentant sud-africain.

La trentaine de pays africains représentés à la table ronde, organisée en collaboration avec l'Union panafricaine des postes, ont donné le feu vert à la structure proposée de la Stratégie postale de 2009-2012.

Les pays ont souligné l'importance de l'accès au service universel et la notion du territoire postal unique. Ils ont aussi mis l'accent sur l'importance de donner des chances égales à tous les pays, sans discrimination.

«Les conclusions de cette table ronde nous permettront de poursuivre la construction de la future Stratégie postale de Nairobi, en mettant en exergue l'importance du socle que constitue le service universel sur un territoire postal unique garant de toute forme d'exclusion», a reconnu Pascal Clivaz, directeur de la planification stratégique à l'UPU.

Cinq autres tables rondes sont prévues: Montevideo (Uruguay), Vienne (Autriche) et Sainte-Luce (Martinique) les 3, 11 et 27 septembre respectivement; Jeddah (Arabie saoudite) le 13 novembre et New Delhi (Inde) le 30 novembre. Guangzhou (Chine) accueillera une dernière table ronde mondiale les 4 et 5 décembre. JN



Sur le terrain

Récemment, la poste iranienne a organisé à Téhéran deux sessions de formation pour le personnel de la poste iraquienne, donnant ainsi suite à un protocole d'entente conclu entre les deux opérateurs. Vingt-cinq postiers iraquiens ont suivi des cours d'ordre général incluant l'histoire, les buts et la stratégie de l'UPU ainsi que les connaissances pratiques et théoriques des opérations postales de base. Un autre volet de la formation comprenait des cours dans les domaines du marketing, des relations avec la clientèle et des nouveaux services postaux. Les participants ont également pu visiter différents centres de tri et bureaux d'échange de la poste iranienne. **iw**

Chine et Russie: importantes perspectives pour les transferts d'argent électroniques

La Russie et la Chine effectuent des transferts d'argent via le réseau IFS/STEFI depuis juillet dernier. Ce démarrage constitue une étape importante de l'extension du réseau de paiement électronique mondial, et ce à plusieurs égards. Comme le souligne Feng Yue, directeur général adjoint au département de la coopération internationale de la poste chinoise, «c'est la première fois que la poste chinoise offre la possibilité d'effectuer des paiements électroniques postaux via le réseau IFS/STEFI. Cette ouverture facilitera et contribuera à augmenter les transferts d'argent entre les deux pays.» Compte tenu de son poids démographique et économique, la Chine pourrait jouer un rôle clé dans l'extension du réseau mondial de paiement électronique de l'UPU. Par ailleurs, la Russie est à l'heure actuelle le plus gros utilisateur du réseau IFS, effectuant quelque

deux millions de transactions financières annuellement. «Les migrants des deux pays pourront ainsi bénéficier d'un service moderne de haute qualité auquel ils n'avaient pas accès auparavant. Ce dernier contribuera à la croissance des activités des petites et moyennes entreprises», déclare Lev Razovzki, directeur des affaires internationales de la poste de Russie.

ED

La qualité sous contrôle

«Grâce à la nouvelle version du système de contrôle de la qualité (QCS Mail version 2), les chefs de production des opérateurs postaux peuvent mesurer et comparer la qualité de la performance individuelle des bureaux de postes qu'ils supervisent en analysant leurs résultats séparément», souligne Lati Matata, chef de projet informatique au Centre de technologies postales (CTP) de l'UPU. Plus généralement, le nouveau système de contrôle de la qualité permet aux opérateurs de mieux mesurer leur performance opérationnelle et la qualité de leur coopération. Mis au point et géré par le CTP, disponible gratuitement pour tous les membres de la Coopérative télématique, le

nouveau système est utile à tous les niveaux de gestion. Il fournit des informations en temps réel sur tous les messages EDI conformes aux normes établies par l'UPU, notamment celles relatives aux dépêches échangées entre opérateurs postaux et entre opérateurs postaux et compagnies aériennes. Accessible d'un simple clic de souris, ce nouvel outil est doté d'indicateurs de performance liés à la collecte, au transport et à la distribution et distingue les différents produits postaux (lettres, colis, EMS et accords régionaux spécifiques). L'application QCS fournit des données relatives aux volumes, aux indicateurs de performance (pourcentage de réponse/préavis, etc.) et

aux délais de transport. Le nouveau système intègre enfin des fonctionnalités garantissant une large autonomie d'utilisation, le chef de production pouvant décider librement de souscrire aux rapports l'intéressant. **ED**

Rectificatif

Les 20 nouveaux projets FAQs adoptés en avril par le Conseil fiduciaire du Fonds pour l'amélioration de la qualité de service se chiffrent à 2 millions d'USD et non à 20 millions d'USD, tel qu'indiqué dans le numéro de juin 2007.



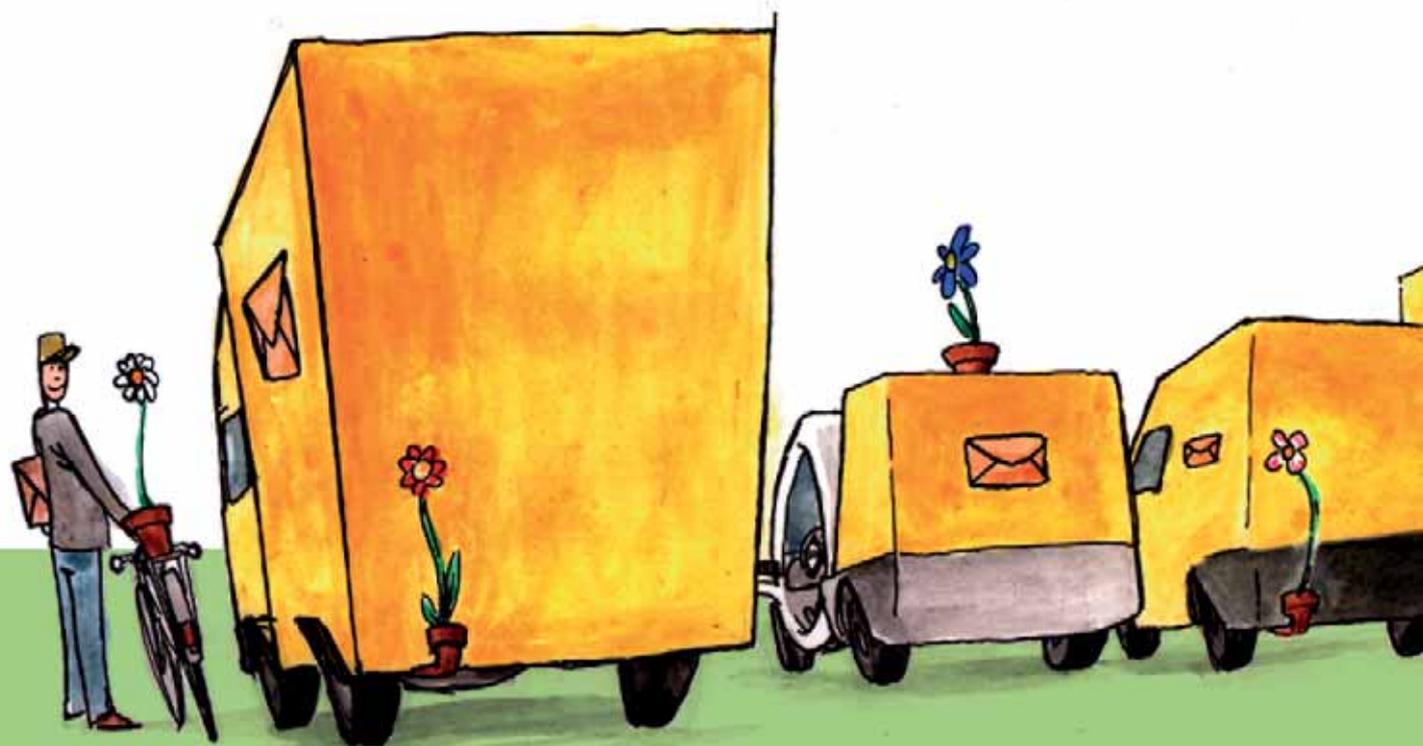
Le réseau postal

*Pour des transferts
d'argent internationaux
à un prix abordable*



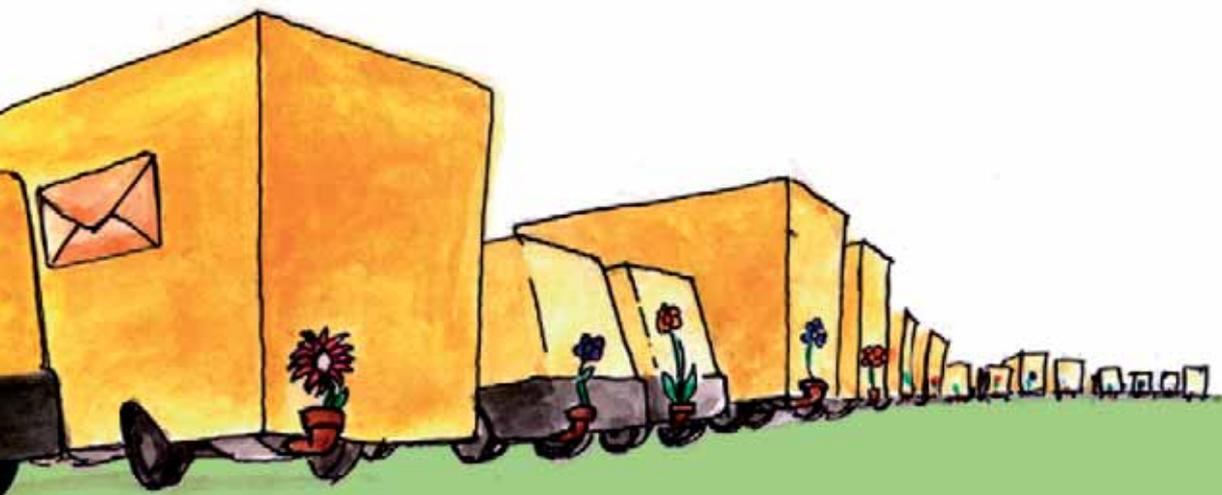
*Centre de technologies postales - Union postale universelle
www.ptc.upu.int*





Rouler vert

La planète est en surchauffe, les catastrophes naturelles s'enchaînent, le pétrole se renchérit. Pour réduire les émissions de gaz à effet de serre, le secteur postal cherche à assainir sa flotte afin de rouler écologiquement.



.....
Par
Jérôme
Deutschmann

.....
Illustration:
Michael Kühni

De nombreuses études démontrent que les objectifs du Protocole de Kyoto¹, du Programme des Nations Unies pour l'environnement (PNUE) et de la Commission européenne visant à réduire les émissions de gaz à effet de serre sont réalisables grâce à des mesures simples et peu onéreuses d'économie d'énergie.

Le secteur postal, par la nature même de ses activités, le transport du courrier, contribue lui aussi aux émissions polluantes. Selon une étude de l'Agence internationale de l'énergie (AIE), le secteur du transport représentait en 2000 26% des émissions totales de CO₂. A l'horizon 2030, si les émissions de CO₂ restent stables dans les pays industrialisés, elles devraient être multipliées par trois dans les pays en développement. Pronostic plutôt alarmiste.

Plus de 430 milliards de lettres, colis, journaux et envois de publipostage distribués chaque année sur la planète font du service postal le plus grand utilisateur de véhicules civils motorisés. En effet, ce sont pas moins de 250 000 motos, 600 000 véhicules et des centaines d'avions postaux qui parcourent des millions de kilomè-

tres, produisant des émissions de gaz à effet de serre, ce qui représente aujourd'hui 70% de l'impact des activités postales sur l'environnement.

Le secteur postal est aujourd'hui en train d'amorcer sa révolution verte. En tant que vecteur essentiel de l'économie mondiale, il ne peut ignorer cette prise de conscience générale. Les postes associent donc à tout nouveau projet de croissance économique une étude sur son impact énergétique et donc environnemental. «Participer à la lutte contre le réchauffement climatique est bénéfique pour les postes qui se nourrissent exclusivement de l'activité économique des territoires. Sur un territoire qui décline, la poste décline aussi», déclarait Patrick Widloecher, président du groupe de projet «développement durable», lors du colloque sur cette même thématique organisé par l'UPU en avril dernier.

¹ Les pays signataires ont accepté de réduire de 5,5% leurs émissions de gaz à effet de serre sur la période 2008-2012 par rapport au niveau atteint en 1990.



Moins de CO₂

Partant du principe que le transport génère le plus de CO₂, certaines postes ont déjà opté pour des véhicules utilisant des carburants propres. Si les opérateurs des pays industrialisés font de la réduction des émissions de CO₂ leur nouveau credo, ceux des pays en développement y voient aussi un enjeu économique. Ils rationalisent certains parcours et testent ou acquièrent petit à petit des véhicules respectueux de l'environnement.

La Poste française est sans doute la plus ambitieuse dans ce domaine. «L'objectif est de porter notre flotte de véhicules électriques à 10 000 d'ici à cinq ans sur un total de 60 000. Les 500 véhicules électriques qui seront mis en circulation en 2008, d'une autonomie de 130 kilomètres chacun, arrêts et redémarrage compris, devraient faire du groupe français «la première flotte postale de véhicules électriques de nouvelle génération en Europe», déclare Julia Haake, directrice du développement durable à la direction du courrier à la Poste.

Et à l'opérateur d'aller plus loin dans l'innovation. En 2005, sa filiale Chronopost International a créé un nouvel espace de livraison urbaine (ELU). Il s'agit de combiner plusieurs modes de transport et de livraison, tous respectueux de l'environnement, afin de réduire les nuisances sonores et les gaz polluants dans les centres-villes. Des véhicules électriques, d'autres alimentés au gaz naturel et des Chrono City, des trolleys électriques manipulés par des livreurs à pied, se fauillent dans les ruelles les plus étroites des centres-villes souvent inaccessibles aux fourgons. Autre innovation: depuis le début de l'année, des quads électriques sont testés par des facteurs français. Ergonomes, les véhicules sont appréciés par les postiers pour leur maniabilité; écologiques, ils permettent d'économiser jusqu'à 3 tonnes de CO₂.

Australie Post teste actuellement deux camions Hino hybrides en ville. Andrew Trott, en charge de l'environnement au sein de la poste australienne, précise que «ce nouveau moteur diesel à quatre cylindres épargne 20% de carburant par rapport aux autres camions de même catégorie et réduit de 25 % les émissions de CO₂ et de moitié celles d'oxydes d'azote rejetées par les gaz d'échappement grâce à un système automatique de démarrage/arrêt du moteur».

L'opérateur norvégien, qui distribue 70 % du courrier national par le rail, enregistre les performances routières de ses camions (temps d'immobilisation du véhicule, consommation de carburant en vitesse normale et maximale) à l'aide d'un outil dénommé LoggerTool. Les chauffeurs formés à la conduite économique et aidés de cet outil réduisent les émissions de 5 % par kilomètre.

Stratégie globale

Des opérateurs roulent propre et intègrent la réduction des émissions dans le cadre d'un plan global couvrant d'autres innovations en matière d'économie d'énergie. Ainsi, la filiale express de l'opérateur allemand Deutsche Post World Net, DHL, propose GoGreen, un plan écologique de portée mondiale. Les entreprises souscrivent un programme de compensation des émissions de CO₂ et cotisent à hauteur de 2 % du transport. En échange, DHL s'engage à calculer précisément les émissions pour chaque envoi et à les compenser via divers projets (énergies renouvelables, véhicules hybrides, reforestation de l'Amazonie). DHL opérait en 2006 une flotte de 24 véhicules en Suisse et en Suède roulant au biogaz, à savoir un carburant naturel produit à base de résidus domestiques. Le constructeur annonce une baisse de 12 tonnes de CO₂ par an. Un véhicule hybride et un autre à hydrogène émettant des vapeurs d'eau sont en test au Japon. Des fourgons alimentés au gaz naturel comprimé distribuent les envois express au Bangladesh et au Brésil.

L'opérateur néerlandais TNT a lancé Driving Clean, une stratégie mondiale regroupant quatre initiatives complémentaires: dépolluer la flotte, passer au vert, rester écologique, promouvoir l'environnement. Si la première consiste à placer des filtres à particules sur 136 véhicules de sa flotte, la deuxième vise l'acquisition de véhicules propres. Outre les 59 camions au biocarburant circulant à Amsterdam, TNT Express teste à Londres un nouveau véhicule électrique de 7,5 tonnes. Destiné à la collecte et à la distribution de colis et plis express, il est le premier fourgon postal «zéro émission» au monde. Le Newton (c'est son nom!) peut atteindre une vitesse de 80 km/h.



La poste iranienne, dans le cadre d'un programme national de sensibilisation dénommé «productivité verte», adapte les véhicules postaux à la quantité de courrier à livrer ainsi que l'heure de départ et le parcours des véhicules en fonction de la densité du trafic. Le but: minimiser l'impact sur la pollution de l'air, notamment dans les grandes villes. L'opérateur envisage d'acquérir des véhicules fonctionnant au gaz naturel comprimé et des véhicules hybrides alimentés à l'essence sans plomb. La formation des chauffeurs à une conduite écoresponsable fait aussi partie du programme.

En Chine, la poste a fait sien l'appel du Comité d'organisation des Jeux olympiques de Pékin 2008 et veut refléter l'esprit des «JO verts» dans ses services postaux. Elle s'engage à respecter les normes de pollution Euro IV pour tous les véhicules postaux au service des Jeux olympiques, soit un abaissement important des taux d'oxyde d'azote, avant l'entrée en vigueur officielle prévue en juillet 2010.

Appui institutionnel

Deux aspects se dégagent de ces quelques exemples: les opérateurs, pour conserver leur image d'entreprise citoyenne auprès de la population, doivent trouver des solutions alternatives viables pour réduire les émissions de CO₂. Deuxièmement, ces solutions intègrent le plus souvent un programme, une charte ou un plan de plus grande envergure reconnu et appuyé par les institutions et les autorités nationales et supranationales.

Le Gouvernement indien, sensibilisé au réchauffement climatique, a lancé un certain nombre de mesures pour promouvoir le biodiesel et notamment les cultures énergétiques telles que le jatropha (pignon d'Inde) et le pongamia. TNT India fait aujourd'hui figure de proue. «En fonction de l'analyse de la phase de test et du coût des cultures, nous utiliserons ce biocarburant pour d'autres véhicules de la flotte», déclare Abhik Mitra, directeur général de TNT India. L'opérateur express teste actuellement ces énergies renouvelables sur quatre fourgons de livraison.



En France, l'Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie (ADEME) soutient la politique écologique de l'opérateur. Elle versera une aide de 3200 EUR par véhicule propre. En effet, du point de vue économique, un kilomètre électrique revient six fois moins cher qu'un kilomètre diesel, les pannes sont moins fréquentes et le coût de l'entretien deux fois moins élevé. L'acquisition de ces 500 véhicules permettra une diminution de 2000 tonnes de CO₂ en 2008.

Groupe de projet et Nations Unies

L'UPU n'est pas en reste. A travers son groupe de projet «développement durable» et en liaison avec son réseau de correspondants nationaux au sein des postes, l'organisation diffuse les pratiques exemplaires des opérateurs à l'occasion d'ateliers régionaux. On prévoit la création d'un outil diagnostique à l'aide duquel chaque opérateur pourrait mesurer le volume des émissions polluantes de sa flotte et mettre en place des actions pour diminuer ces émissions. Un groupe de travail «véhicules à carburant alternatif» sera lancé à Shanghai en novembre 2007 avec pour mission de proposer aux pays des solutions alternatives aux énergies fossiles.

Institutionnellement, l'UPU contribue à l'amélioration de la santé et de l'environnement des citoyens, l'un des Objectifs du millénaire pour le développement. L'organisation intégrera à nouveau la dynamique environnementale dans la Stratégie postale de Nairobi 2009–2012. Des actions de formation à la conduite économique, la réorganisation des circuits de transport et le pilotage d'études sur les carburants alternatifs seront organisés conjointement avec le PNUE et d'autres organisations.

Enfin, les Nations Unies ont mis en place un portail sur les travaux de l'ONU en matière de changements climatiques: www.un.org/climatechange. Ce site informatif recense toutes les activités des agences, des fonds, des programmes et des conventions des Nations Unies ayant pour objectif de lutter contre les émissions polluantes à l'origine du réchauffement climatique. L'UPU et ses activités y sont détaillées.

Le développement durable en bref

Ensemble pour l'environnement

Outre les efforts déployés pour assainir leurs flottes, bon nombre d'opérateurs postaux suivent d'autres pistes écologiques. En voici quelques exemples.

- DHL, la filiale express de Deutsche Post, vient de lancer le «colis vert», disponible dans 12 500 bureaux de poste en Allemagne. C'est le premier service d'expédition de colis neutre en termes d'émissions de CO₂. Ce nouveau paquet plus cher à l'achat compense les émissions de carbone induites par le transport des colis grâce à des investissements dans des projets de systèmes de propulsion écologique, d'énergie solaire en Asie du Sud-Est et de reforestation en Amérique latine.
- Au Burkina Faso, l'opérateur SONAPOST s'est lancé dans un vaste programme systématique de plantation d'arbres dans les plans de construction de nouveaux locaux «pour protéger l'environnement et donner un cadre de vie agréable aux agents», déclare Christophe Nayire, directeur du patrimoine et de la logistique.
- La Poste Tunisienne a dispensé une formation sur l'économie d'énergie à 220 employés dans le cadre d'un plan d'action global. Il résulte de cette formation et de l'installation de 540 minuteriers pour l'éclairage et la climatisation une baisse de la consommation d'électricité de 10 % et de carburant de 8,8 %.
- United States Postal Service a bâti un bureau de poste à l'aide de bottes de paille dans l'Etat du Nouveau Mexique, le premier du genre, à très faible impact environnemental. La paille, matériau isolant, associée à d'autres techniques énergétiques, minimise ainsi la consommation de chauffage et de la climatisation, une innovation en matière de construction postale.
- Issu de l'initiative Driving Clean de l'opérateur néerlandais TNT et développé en coopération avec le Programme des Nations Unies pour l'environnement (PNUE), Toolkit, un outil interactif et progressif, est désormais accessible sur le site Web du PNUE. Il comprend 18 options de mesure et d'évaluation des performances environnementales et propose des solutions pratiques aux opérateurs postaux et aux agences humanitaires souhaitant assainir leur flotte.

«S'engager dans le développement durable pour le plus grand bien de la planète, des territoires, des clients, du personnel et de la gouvernance des administrations postales.» Voilà comment l'UPU définit ce concept.

Aujourd'hui, les postes doivent considérer leur engagement dans le développement durable comme un véritable levier pour renforcer leur efficacité économique, satisfaire leur clientèle, améliorer les conditions de vie et de travail de leur personnel.

Respect de l'environnement, respect des clients, respect des territoires, respect des bonnes règles de gouvernance, respect du personnel, le développement durable est la façon de réinventer les modes de fonctionnement des postes: pas de décisions prises en leur sein sans évaluer leurs conséquences éventuelles sur l'environnement, la société et le personnel et sans rectifier, si besoin, ces décisions de façon à ce qu'elles n'aient pas ou que peu d'impacts négatifs.

Vingt actions prioritaires sont définies dans les domaines de l'environnement, de l'économie, de la société et constituent la plate-forme du développement durable pour le secteur postal.

› Plus d'infos sur:

www.upu.int/sustainable_development/fr/

La poste fait ça?

Les postes débordent d'imagination! Qu'elles desservent des clients habitant au milieu du *bush* ou dans une mégapole tentaculaire, elles trouvent des solutions pour satisfaire tout le monde.

Par
Carole
Morgenthaler et
Emmanuel
Deonna

A l'heure de la révolution numérique, de la globalisation des échanges et de la déréglementation de certains marchés postaux, diversifier les prestations postales pour susciter de nouvelles sources de revenus représente une nécessité. Certains opérateurs redoutent une diminution des recettes de la poste aux lettres. Cependant, nombreuses sont les postes qui peuvent miser sur la croissance des recettes générées par la logistique et les services électroniques et financiers. Une multitude de prestations, encore mal connues du public ou totalement nouvelles, sont en train d'émerger. Par l'optimisation des solutions logistiques et des processus de communication et d'information, les postes démontrent chaque jour qu'elles sont expertes en matière d'innovation. Alimentaire, santé, services publics... elles peuvent améliorer le service à la clientèle dans de nombreux domaines. Petit tour d'horizon.

Avec son service Rural Post, la poste néo-zélandaise distribue des marchandises de tout genre aux communautés éloignées.





Présente partout

L'omniprésence du service postal fait oublier son utilité et sa pertinence. Dans des régions difficiles d'accès, le postier connecte les habitants avec le reste du monde et il lui incombe d'autres tâches que celles de la correspondance traditionnelle. Rural Post, un service spécifique de la poste néo-zélandaise, dessert les communautés rurales et éloignées. Les chauffeurs, non soumis à un contrat d'exclusivité, prennent en charge d'autres types de livraisons. Sillonnant les routes et les rivières en voiture, van, camion ou bateau, ils livrent des marchandises en tous genres: machines agricoles, denrées alimentaires, produits pharmaceutiques et vétérinaires. La devise des employés de Rural Post, «Delivering the World to the Country», reflète bien l'esprit de leur mission. Les «posties» parcourent plus de 28 millions de kilomètres chaque année pour assurer la subsistance des 191 000 clients de Rural Post!

La main à la pâte

Afin de répondre à une demande croissante, une fameuse boulangerie de Brisbane a confié à la poste australienne la périlleuse tâche de livrer des gâteaux au domicile de ses clients. Après avoir mis au point l'emballage, l'opération a fait de nombreux adeptes. La plupart des délicieux colis sont livrés par Express Post sur le territoire australien, tandis que certains sont même transportés par voie aérienne pour les clients internationaux.

Logistique complète

En Allemagne, diverses entreprises font appel à Deutsche Post afin de réaliser des économies et d'optimiser les processus d'information visant ses clients. Ainsi, la poste allemande s'est occupée de la gestion du stockage, de l'emballage, de la distribution et de l'impression de brochures pour une caisse maladie. Elle a également créé un instrument intranet afin de permettre aux employés de cette caisse maladie d'envoyer du matériel publicitaire en un seul clic de souris.

Solutions santé

En Suisse, la poste se spécialise dans les achats et la logistique d'approvisionnement pour les hôpitaux. Unité rattachée à PostLogistics, Hospital Solutions propose des solutions modulaires ou partielles pour l'approvisionnement en produits médicaux. Grâce à un catalogue électronique recensant plus de deux millions d'articles, les

hôpitaux peuvent chercher des produits médicaux selon différents critères, reprendre des données dans leur propre système de gestion des articles ou établir des listes neutres pour des appels d'offre. Outil de communication entre établissements hospitaliers, Hospital Solutions sert de base pour des achats collectifs et offre une vue d'ensemble des articles, des quantités et des prix pratiqués. Une plate-forme de commande sur Internet permet aux hôpitaux le souhaitant de gérer un stock commun. Les entreprises de petite taille peuvent compléter leurs systèmes existants par un magasin en ligne doté d'un progiciel de gestion intégré.

Branchés

Les facteurs brésiliens relèvent les compteurs d'électricité de leurs clients depuis les années 80. Dans trois Etats brésiliens, ce service inclut, depuis 1998, l'impression et la distribution des factures à payer. Les index de consommation d'eau ou d'électricité sont saisis sur place par le facteur sur des terminaux portables munis d'une imprimante. En outre, développant sa maîtrise des processus de logistique intégrés, la poste brésilienne se spécialise dans le stockage, la livraison des appareils et la distribution des factures aux clients des opérateurs de téléphonie. Des formalités de déblocage de l'appareil et d'ouverture d'un compte client peuvent être prises en charge directement par le facteur au domicile du client.

Toujours plus près

Pionnière dans le développement de la société de l'information, La Poste Tunisienne s'efforce par tous les moyens d'assurer la proximité avec sa clientèle. Sa plate-forme SMS et MMS donne par exemple des informations sur les envois de Courier Express, assure la notification de la réception des mandats de paiement et communique des informations sur les mouvements des comptes d'épargne et comptes postaux courants. Grâce à ses boutiques électroniques, les clients peuvent commander et envoyer des cartes de vœux personnalisées ou des fleurs. Enfin, La Poste Tunisienne assure, avec le concours du ministère de l'enseignement supérieur, l'inscription universitaire à distance via Internet. Quelque 360 000 étudiants ont exploité cette possibilité entre 2006 et 2007. Plus de 100 000 étudiants ont pu recevoir leurs bourses universitaires électroniquement par le biais du réseau postal en 2006.

De bonnes références

En France le secteur des services à la personne pèse aujourd'hui plus de 11 milliards d'EUR, soit plus que le secteur de l'industrie textile, de l'habillement et du cuir réunis. Près de 2 millions de personnes sont salariées dans cette branche en 2007. De la garde d'enfants au ménage en passant par l'accompagnement des personnes âgées et dépendantes, les 21 activités de ce secteur en pleine croissance représentent un instrument majeur de cohésion sociale et de lutte contre le chômage.

Vous avez du courrier

En Côte d'Ivoire, les clients peuvent être avertis par SMS lorsqu'ils reçoivent du courrier dans leur boîte postale. À ce jour, Alert'Courrier permet à 600 clients d'éviter les visites infructueuses au bureau de poste. «La Poste de Côte d'Ivoire vous informe de l'arrivée d'un courrier dans votre boîte postale n°. Merci de le retirer dans les plus brefs délais!» Tel est le message que reçoivent les clients à un rythme déjà bihebdomadaire.

Des innovations se font aussi connaître dans le domaine des services à caractère social. Lire l'article sur la page Internet d'Union Postale > www.upu.int/union_postale/fr/index.shtml

A l'instar des 15 enseignes nationales référencées par l'Agence nationale des services à la personne, La Poste contribue à la démocratisation et à la professionnalisation de ce secteur. Dès 2006, la Banque Postale avait été choisie pour émettre le Chèque Emploi Service Universel (CESU) préfinancé. Mesure phare de la loi du 26 juillet 2005 relative au développement des services à la personne, le CESU permet aux particuliers de payer tous les services à la personne effectués au domicile par un salarié ou un organisme agréé (association ou entreprise de services à la personne et établissement public). Prise au cours de la même année, la décision de diffuser le CESU préfinancé auprès des 300 000 postiers reflétait l'engagement de La Poste dans ce dossier. En généralisant son offre d'intermédiation sur ces services depuis 2007, le Groupe La Poste s'impose comme un acteur clé dans le domaine des services à la personne. «Avec 17 000 points de contact présents sur le territoire, La Poste dispose d'un réseau à nul autre pareil. Le lien de confiance qu'elle entretient avec ses clients est un atout décisif pour le développement de la demande de services ainsi que la

structuration et la professionnalisation de l'offre dans le domaine des services à la personne», explique Bruno Arbouet, directeur général de l'Agence nationale des services à la personne.

Exigence de qualité

Connue sous la marque «Genius», les services d'intermédiation de La Poste sont riches et complets. Le service illimité Genius est disponible dans tous les bureaux de poste de l'Hexagone, via Internet ou par téléphone, pour la somme de 30 EUR. Il permet à tout client Genius de contacter vingt-quatre heures sur vingt-quatre le centre d'appels chargé de qualifier le besoin puis de le faire prendre en charge sous quarante-huit heures, par un prestataire agréé par l'Etat et référencé par La Poste, où que ce soit en France métropolitaine.

L'une des clés du succès de Genius repose dans la confiance que les utilisateurs placent dans la qualité du référencement effectué par l'opérateur postal. Comme l'explique Pascal Portier, en charge à La Poste du marché des services à la personne, «les prestataires de services doivent adhérer à notre charte de qualité. La décision de référencement s'effectue en tenant compte de 150 à 200 critères qualitatifs et quantitatifs (tels que, par exemple, le taux d'encadrement, le pourcentage de la masse salariale consacrée à la formation et le processus de recrutement des intervenants).» A ce jour, plus de 5500 prestataires ont été référencés. Mille autres demandes sont en cours d'examen. Tiré de la vente du service d'intermédiation et du commissionnement pour apport d'affaires, le résultat de l'activité de Genius devrait être positif dès la troisième année. Autre important motif de satisfaction: les emplois indirectement créés: «Quatre-vingts pour cent des clients Genius sont des personnes effectuant une demande pour la première fois. En termes d'emplois créés, cela devrait représenter 2000 postes à temps plein d'ici la fin de 2007. Et 5000 emplois devraient être générés chez nos partenaires prestataires dans les cinq années à venir», conclut Pascal Portier.





.....
Au bureau de poste frontalier de Ganta, on traite le courrier-surface terrestre échangé avec la Guinée.

Renaître de ses cendres

.....
Quatorze années de guerre civile ont virtuellement ramené les services postaux du Libéria au point mort. Pendant des années, la population s'en est simplement passée, comme de nombreux autres services. Mais les choses changent. Depuis la fin du mois d'août, particuliers et entreprises sont de nouveau connectés au reste du monde.



.....
Ellen Johnson-Sirleaf, présidente du Libéria, et Jackson Doe, ministre des postes et télécommunications et Postmaster General, à sa gauche, étaient au nombre des distingués invités présents à l'inauguration du bureau de poste régional de Buchanan le 25 juillet dernier.

.....
**Par
Rhéal LeBlanc**

Dans la ville portuaire de Buchanan, sur la façade atlantique, les services postaux ont redémarré le 25 juillet, quand la présidente Ellen Johnson-Sirleaf a inauguré le premier nouveau bureau de poste régional du pays. Ce bureau dessert environ 90 000 habitants de trois comtés. Il constitue l'un des signes d'espoir économique commençant à se manifester çà et là dans ce petit – mais riche en ressources – pays, où le taux de chômage atteint l'incroyable chiffre de 85 %. Le Libéria compte 3,3 millions d'habitants. C'est aussi la plus ancienne république africaine (fondée en 1847 par des esclaves afro-américains affranchis).

Depuis la fin d'août, 17 autres bureaux de poste ont rouvert leurs portes – certains remis à neuf, d'autre entièrement reconstruits. Depuis un an, grâce à la volonté politique, à l'esprit d'entreprise et à l'aide internationale, le Libéria reconstruit lentement mais sûrement son service postal. Les autorités comptent sur cette infrastructure pour soutenir le moteur économique du pays, à l'heure où des sociétés comme le géant mondial de l'acier Arcelor Mittal investissent un milliard de dollars dans l'extraction minière, comme cela a été annoncé à Buchanan à la veille du 160^e anniversaire de l'indépendance du pays, le 26 juillet.

.....
Günter Böhm, consultant de l'UPU, et Bourges Houston, directeur général de la poste par intérim, discutent de l'extension du réseau postal à d'autres régions du pays.
.....

Grâce à l'aide internationale, dont celle de la République de Corée, qui a fait un don au titre de ses ressources FAQS, la poste libérienne a pu acheter des véhicules et d'autre matériel postal.



La restauration des services postaux dans les zones rurales est une des priorités du Gouvernement, qui projette d'ouvrir 150 bureaux dans 14 comtés, contre 34 au moment où la guerre a éclaté. «La rénovation et la construction de bureaux de poste dans tout le pays font partie intégrante de notre plan de décentralisation, qui a pour ambition d'apporter les services postaux à la porte même de nos concitoyens des zones rurales. C'est leur droit, et non un privilège. Ce droit, ils en ont été longtemps privés, du fait des longues années de guerre civile, ayant entraîné des conditions de vie économiquement très rudes. Aujourd'hui, la décentralisation des services postaux s'inscrit dans la continuité du programme intérimaire de stratégie de réduction de la pauvreté», explique Jackson E. Doe, ministre libérien des postes et télécommunications et Postmaster General.

A Monrovia, capitale administrative et principal centre d'affaires du pays, le rez-de-chaussée de la recette principale a été entièrement remis à neuf et les opérations de tri et de distribution des lettres et des colis ont commencé pour de bon en août. Les flux de courrier ont été organisés et l'équipement (produit localement) a été installé.

Les autorités libériennes ont aussi cherché à s'assurer que le courrier international entre et sorte sans encombre du pays. Le Gouvernement a signé un accord avec les autorités portuaires pour que les colis entreposés pendant la guerre soient transférés à la poste pour traitement et distribution. Le courrier-avion arrive et part sur les vols de Brussels Airlines, seule compagnie aérienne internationale à desservir actuellement Monrovia. Les bureaux de poste frontaliers de Bo-Waterside et de Ganta, rénovés, traitent désormais le courrier-surface terrestre échangé avec les pays limitrophes de Sierra Leone et Guinée, tandis qu'un bureau portuaire, situé à Freeport, prend en charge le courrier-surface maritime.

«Les progrès réalisés en l'espace d'une seule brève année sont véritablement impressionnants. Je ne m'attendais pas à ce que les choses aillent si vite, mais grâce à l'esprit d'entreprise des autorités nationales et aux efforts déployés pour suivre le plan de reconstruction cadre de l'UPU, les services postaux renaissent de leurs cendres», a déclaré Günter Böhm, consultant de l'UPU chargé d'évaluer les besoins de la poste du Libéria et d'élaborer le plan cadre. Avec l'aide de la Direction de la coopération au développement du Bureau international, un projet intégré pluriannuel de 100 000 CHF visant à rendre les services postaux de base de nouveau opérationnels a été lancé.

Un chef de programme basé à Monrovia supervise désormais l'ensemble des activités de reconstruction et de rénovation. Il faudra attendre six ans pour que la poste fonctionne à plein rendement, ce qui correspond à un coût global estimé à 6 millions d'USD.

Plusieurs pays-membres de l'UPU ont déjà répondu favorablement à une demande d'assistance du Libéria. La Poste Suisse a fait don de six bureaux de poste mobiles, arrivés à Monrovia le 17 juin dans d'énormes conteneurs. Ces bureaux mobiles ont été envoyés dans les zones du pays où se font sentir les besoins les plus pressants.

D'autres pays-membres de l'UPU font don de ressources financières ou aident à la formation. La poste allemande contribuera à hauteur de 10 000 EUR à l'achat d'équipements de tri, qui font cruellement défaut, en particulier dans les bureaux de poste ayant récemment rouvert leurs portes. Dans la mesure du possible, les équipements sont produits localement. Passations de contrats et services sont effectués en coopération étroite avec le bureau régional du Programme des Nations Unies pour le développement à Monrovia.

La Corée (Rép.) a fait don de 40 000 CHF, prélevés sur ses ressources disponibles dans le cadre du Fonds pour l'amélioration de la qualité de service, pour financer l'achat de véhicules, de balances de pesée pour sacs, colis et lettres ainsi que de matériel de timbrage. Le Nigéria a déjà assuré la formation de quelques employés. L'UPU espère que d'autres pays suivront ces exemples dans les prochains mois. Le Libéria reçoit aussi l'assistance d'autres organes régionaux ou internationaux, comme Inter-Governmental Philatelic Corporation, qui a imprimé l'année dernière les premiers timbres libériens de l'après-guerre (émis le 22 août 2006) et fait don de 12 véhicules.

Aller de l'avant

La guerre a non seulement coûté 270 000 vies humaines, mais aussi entraîné la disparition de beaucoup d'expérience professionnelle et de savoir-faire. La formation est ainsi devenue une nécessité vitale pour la main-d'œuvre postale, dont les connaissances relatives aux règlements postaux, aux procédures comptables et aux opérations de traitement demandent à être actualisées. Une bonne connaissance du règlement postal intérieur et international permettra aussi à la poste libérienne sinon de combler son déficit ou du moins d'éviter des pertes. Un bureau de poste de Monrovia a été transformé en centre de formation pour les employés. Ceux-ci seront formés par leurs collègues tout juste rentrés d'un stage de formation intensif de douze jours dispensé par la poste nigérienne.



Miller Karduan, assistant administratif, est l'un des cinq employés (trois hommes et deux femmes) de la recette principale de Monrovia à avoir suivi la formation en gestion des affaires postales dispensée à Lagos. « Cette formation a été très utile. Nous y avons appris beaucoup sur ce qui avait changé dans la façon dont fonctionnent les postes à travers le monde. Nous devons placer la clientèle au centre des activités de service. Si nous y parvenons, alors le service postal peut devenir une entreprise rentable. »

Elizabeth Newton, membre de l'équipe de vérification interne, a trouvé la formation enrichissante et a déclaré que cela lui avait ouvert les yeux sur les nombreuses possibilités du service postal. « Nous avons pu voir comment la poste nigérienne utilisait la technologie du suivi et de la localisation et caressons l'espoir d'en bénéficier, nous aussi, un jour, pour mieux gérer les flux de courrier. » Elizabeth Newton est revenue de sa formation avec une vision claire de la direction que devait prendre la poste de son pays: « Je vois déjà notre service transformé et correspondre aux normes internationales. Le défi est exaltant à relever. La guerre a fait tomber le service postal à un niveau vraiment bas, mais nous sommes prêts pour d'autres stages de formation. »

Günter Böhm se déclare confiant que le peuple libérien est prêt à tourner la page d'un horrible chapitre de son histoire et à reconstruire l'infrastructure du pays. Présent lors des célébrations de la fête de l'indépendance, le 26 juillet, le consultant de l'UPU a été extrêmement touché par le courage et la détermination de ce peuple à se ressaisir après toutes ces années de trouble. En l'espace d'une courte année, il a vu ce dont le pays est capable. « Il y a un an, la plupart des installations postales étaient en ruine et seuls des services très rudimentaires étaient fournis par trois bureaux de Monrovia, se rappelle-t-il de sa première visite au Libéria. Les conditions de travail étaient indescriptibles. Tout ou presque manquait. Même les fournitures les plus ordinaires manquaient et il n'y avait absolument aucun équipement d'aucune sorte. Mais aujourd'hui, une véritable transformation s'est opérée et les améliorations sont perceptibles dans tout le pays. »

.....
La Poste Suisse a donné six bureaux de poste mobiles, qui ont été envoyés dans différentes zones du pays.

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 a pour objectif d'**aider 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



Technologie RFID

Le marché aux puces

.....
Par
Laurent Widmer



.....
En dix ans, l'identification par radiofréquence (RFID)
est devenue la technologie de choix pour optimiser
le fonctionnement de la chaîne logistique.



.....
Correos de España: 2400 antennes et 400 lecteurs dans 20 centres de courrier permettent de suivre près de 200 000 livraisons chaque année.

Assise devant son ordinateur, M^{me} Leroux, personnage fictif, suit l'avancée de son colis. Devant elle le site d'un opérateur postal de son pays et une carte de son quartier. Il est 9 h 30 et la fourgonnette du facteur transportant les médicaments qu'elle a commandés la veille n'est qu'à deux pâtés de maisons de chez elle. Ce n'est donc pas le moment de s'absenter. En fait, M^{me} Leroux peut faire confiance au système, car elle a précisé, lors de sa commande, qu'elle ne pourrait recevoir son colis à domicile que le lendemain entre 9 et 10 heures. Cette indication a donc été prise en considération pour élaborer la tournée du facteur. En plus des informations habituelles de suivi et de localisation, M^{me} Leroux peut voir que la température des médicaments, qui lui sont indispensables, n'a jamais dépassé la norme prescrite, que le colis n'a pas été ouvert et qu'il n'a pas subi de vibrations excessives. Un message arrive sur son téléphone portable: le facteur sera là dans cinq minutes...

Une musique d'avenir? La technologie requise pour ce genre de services existe déjà largement, mais il reste encore à la mettre en pratique. L'UPU s'intéresse aux possibilités de la technologie RFID, et pour cause. Celle-ci sera logiquement au cœur de son nouveau système global de mesure de la qualité de service, qui permettra d'établir le lien entre la qualité de service de ses pays-membres et la rémunération à laquelle ils ont droit en vertu du système de frais terminaux. Vu la diversité des technologies RFID sur le marché aujourd'hui, l'UPU poursuit ses recherches pour identifier la technologie la plus accessible à ses pays-membres et définir des normes internationales afin que tous soient sur un même pied d'égalité.

Développée au milieu des années 90, la technologie RFID est déjà très présente dans le monde postal. Ces puces sont vraisemblablement sur le point de révolutionner la logistique et les activités postales. En effet, on estime qu'à travers le monde les opérateurs postaux disposent déjà du plus vaste réseau RFID, avec 10 000 portes sur 1000 sites dans 50 pays.

Un bref tour du monde, non exhaustif, conduit en Chine où des puces RFID sont utilisées pour assurer le suivi des sacs de courrier EMS ainsi que celui du courrier domestique et international. En Allemagne, des puces placées dans des caisses évitent l'impression de millions d'étiquettes, les informations s'affichant automatiquement à

l'écran. En Arabie saoudite, les boîtes aux lettres à domicile seront bientôt équipées de puces (v. encadré). Au Brésil, Correios utilise la technologie RFID pour la gestion de ses conteneurs, réalisant ainsi des économies se montant à 1 million d'USD par an, et International Post Corporation, une association de 24 opérateurs postaux, utilise cette technique depuis une dizaine d'années pour son système de mesure des délais de distribution UNEX.

Pour Keith Ulrich, responsable des nouvelles technologies et de l'innovation à Deutsche Post World Net, toute la palette de services dont a bénéficié M^{me} Leroux «pourrait être offerte pour l'envoi de marchandises de valeur importante et nécessitant certaines précautions, comme les médicaments, mais pas pour des colis ordinaires». Ces envois de haute valeur deviennent intelligents grâce à l'usage de la technologie RFID. Celle-ci permet la collecte à distance de données sans contact visuel direct grâce à des systèmes de portes. Ainsi, munis de puces pas plus grandes qu'un timbre, un colis ou une lettre peut communiquer et emmagasiner des informations (v. encadré).

L'Espagne à la fine pointe

C'est Correos, le service postal de l'Espagne, qui a mis sur pied un des plus vastes projets postaux utilisant la technologie RFID. Ce déploiement, estimé à 1,6 million d'EUR, permet à l'opérateur espagnol d'améliorer le contrôle de la qualité et le suivi de ses envois. Quelque 2400 antennes et 400 lecteurs installés dans 20 centres d'admission et de traitement du courrier ainsi que des serveurs informatiques permettent de suivre près de 200 000 livraisons chaque année et de rendre des informations très précieuses sur le chemin parcouru par ces lettres. Pour ce faire, 26 000 étiquettes RFID réutilisables sont placées dans des lettres tests, et les informations ainsi collectées lors du passage des missives à proximité d'une antenne sont stockées et analysées par le système de contrôle de la qualité. Correos recueille ainsi des informations fiables lui permettant d'apporter les corrections nécessaires à des points précis du circuit logistique. L'entreprise a également acquis quatre systèmes RFID mobiles permettant d'obtenir des informations à des points de remise stratégiques, et l'année prochaine le système RFID sera installé dans 36 autres centres de tri. La poste espagnole a également apposé 13 000 étiquettes RFID sur des chariots afin d'assurer leur suivi. Pour Regina

Boîtes aux lettres intelligentes



Saudi Post Corporation, l'opérateur postal public de l'Arabie saoudite, qui pourrait être bientôt privatisé, réalise un des projets de transformation les plus innovateurs du Moyen-Orient. La poste modernisera ainsi ses différents secteurs d'activité et offrira la distribution à domicile. Jusqu'à maintenant, les 842 millions d'envois annuels étaient déposés dans des boîtes postales établies à proximité des destinataires. Avec le projet Wasel, la majeure partie des foyers du Royaume se verront attribuer une

adresse et seront ensuite équipés d'une boîte aux lettres à domicile. Un million de boîtes ont déjà été installées depuis 2006; cinq millions devraient encore suivre. Leur particularité? Elles sont toutes équipées d'une puce RFID contenant l'adresse exacte de la boîte. Avant de distribuer son courrier, le facteur contrôlera, au moyen d'un scanner à main, que l'adresse de la boîte correspond à celle indiquée par son scanner. Le système devient même interactif lors de la distribution d'envois EMS ou de courrier recommandé, envoyant un courrier électronique au destinataire pour l'informer de l'arrivée d'un envoi particulier. Les employés ont été formés pour utiliser au mieux ces nouvelles technologies. «On peut déjà dire aujourd'hui que les premières réactions de la clientèle et du personnel sont très positives. L'emploi d'étiquettes RFID facilite grandement l'introduction de ce nouveau système de distribution et réduit fortement la marge d'erreurs», affirme le D^r Usamah M.S. Altaf, vice-président de la poste saoudienne.

La poste apposera également des étiquettes RFID sur ses véhicules postaux pour contrôler les arrivées et les départs dans les différents centres de tri et de distribution. **LW**

Defarges, de la direction des innovations chez Correos, «la technologie RFID est une des pierres angulaires de notre projet de modernisation et d'innovation. Cela nous permet d'augmenter l'efficacité des processus, de prendre des décisions quasiment en temps réel et c'est aussi un tremplin pour augmenter la valeur ajoutée de produits et services.»

Il ne fait aucun doute que l'utilisation de la technologie RFID dans les réseaux postaux augmentera considérablement au cours des prochaines années. Toujours plus petites, plus intelligentes et moins chères (on s'attend à un prix de 0,16 USD par étiquette l'année prochaine), ces puces équipent des objets toujours plus petits. D'abord utilisées pour les caisses mobiles uniquement, elles accompagnent maintenant les chariots, les caisses, les sacs et peut-être un jour les colis et les lettres. La technologie RFID se place en concurrent direct du code à barres, mais comporte un avantage non négligeable: la transmission d'informations sans contact visuel direct. Le bureau de consultants IDTechEx estime à 50 millions d'USD la somme que dépenseront les postes du monde entier en 2007 en vue d'acquérir des équipements RFID. Ce montant pourrait atteindre 3 milliards d'USD au cours des prochaines années. Cette augmentation ira de pair avec une baisse des prix des puces. C'est ce qu'espère en tout cas l'UPU.

Qualité de service et frais terminaux

Pour son nouveau système global de mesure de la qualité de service, devant être développé en vertu de la résolution C 46/2004 du Congrès de Bucarest et dont la phase pilote est planifiée pour le début de 2009, l'UPU utilisera la technologie RFID. Ce système mesurera le temps mis par le pays de destination pour acheminer le courrier arrivant jusqu'au point final de sa distribution. Un lien sera ainsi établi entre la qualité de service et le taux de rémunération pour les pays destinataires du courrier. Pour Akio Miyaji, coordonnateur de la qualité de service à l'UPU, «ce nouveau système de rémunération ne pourra fonctionner qu'avec des outils précis de suivi et de localisation du courrier restant totalement anonymes. Et, à terme, toutes les postes devraient être équipées de cette technologie.» C'est donc tout normalement que la technologie RFID a été choisie pour assurer la mesure de la qualité pour le traitement et la distribution des envois de la poste aux lettres arrivants. Les pays seront divisés en cinq catégories, selon le volume du courrier entrant. Ces équipements devront être achetés par les organisations postales, mais une aide financière pourra être fournie, notamment grâce au Fonds pour l'amélioration de la qualité de service. La qualité sera mesurée au moyen de lettres banalisées envoyées par une société tiers et ne pouvant pas être identifiées par les employés des postes. Depuis 2005, un système similaire de l'UPU fonctionnant également avec la technologie RFID existe pour le contrôle

Comment fonctionne la technologie RFID



1. Le signal RF active l'étiquette quand il entre dans le champ RF créé par l'antenne

2. L'étiquette démodule le signal et renvoie ses données aux lecteurs

3. Ces données sont envoyées à l'ordinateur

Traditionnellement, un système d'identification par radiofréquence (RFID) se base sur trois composantes: un transpondeur (souvent appelé «marqueur») pour le stockage des informations, un émetteur-récepteur (souvent appelé «lecteur») comprenant une antenne et une application logicielle. L'antenne utilise les vagues de radiofréquence pour transmettre un signal activant les marqueurs. Lorsque ceux-ci sont activés, ils renvoient les informations vers le lecteur. Celles-ci sont alors transmises à l'unité de contrôle (l'ordinateur).

Ce système comporte de nombreux avantages par rapport aux systèmes de codes à barres traditionnels. Les marqueurs utilisés par le système RFID peuvent être de différente nature: passifs, actifs ou semi-actifs. Les étiquettes actives sont équipées d'une batterie leur permettant d'émettre un signal. De ce fait, elles peuvent être lues depuis de longues distances, contrairement aux étiquettes passives, dont l'énergie est fournie par les lecteurs au moment de leur interrogation. Les marqueurs peuvent être lus automatiquement sans contact direct ni scannage à visibilité optique. Cela permet d'augmenter la rapidité, la facilité et le degré de précision des activités de scannage. Plusieurs marqueurs peuvent être lus simultanément, même à distance (de 0,5 à 80 mètres d'un signal radio transmis). Cela signifie que plusieurs envois peuvent être scannés simultanément à distance. En outre, les marqueurs sont dotés d'importantes capacités de stockage et sont réinscriptibles.

de la qualité et des échanges de courrier pour les pays industrialisés. En plus du calcul des frais terminaux, le système global de mesure de la qualité de service pourra être utilisé par les opérateurs pour améliorer les flux de courrier grâce aux informations fournies par le système.

Les possibilités de la technologie RFID sont vastes. Une telle technologie peut aussi prévoir le volume du courrier à traiter ou à dédouaner (p. ex. durant les périodes de fêtes) et permettre ainsi une optimisation des ressources humaines et techniques. Et peut-être qu'un jour le colis, devenu intelligent grâce à une puce RFID, pourra assurer tout seul son arrivée à destination. Dès son passage dans un centre de tri, le colis, indiquant aux machines son adresse de destination, son poids et son statut express, prioritaire ou économique, culbutera vers la zone appropriée sans aucune aide manuelle.

Normalisation

Reste encore une question essentielle à régler: les normes. Ce qui ne constitue pas un problème pour les réseaux fermés, par exemple au niveau d'un seul opérateur postal, peut vite devenir un casse-tête lorsqu'on aspire à un suivi universel. Actuellement, de nombreuses variantes existent tant pour les fréquences que les puces utilisées (passives, actives et semi-actives), ce qui rend une interconnexion souvent très difficile, voire impossible. Le danger n'est pas seulement que différents secteurs de

l'industrie définissent des normes différentes, mais qu'au sein d'un même secteur, notamment postal, l'interconnexion ne soit pas assurée. Cela constituerait un obstacle au déploiement de cette technologie pour le traitement des lettres ou colis sur le plan international.

L'UPU a lancé un processus de révision de ces normes. Son groupe «normalisation» a le mandat de définir une norme pour l'usage de la technologie RFID afin de pouvoir utiliser cette technique au-delà des frontières.

«Nous passons en revue les normes et la technologie existante pour voir ce qui pourrait être le plus approprié pour le secteur postal. L'UPU dispose déjà de quelques normes RFID, mais elle doit maintenant les actualiser. C'est un exercice difficile et de longue haleine. Nous ne savons pas encore quand nous pourrons communiquer notre décision. Il ne faut pas s'attendre qu'une toute nouvelle norme soit définie, mais plutôt que soit utilisée une des normes existantes», ajoute Akhilesh Mathur, responsable du programme «normalisation et certification» de l'UPU.

D'autres secteurs de l'industrie ont déjà défini des normes. Par exemple, l'Association du transport aérien international a introduit en 2005 une norme universelle pour les étiquettes des bagages. Exemple à suivre.

“ Toujours mieux cibler ”

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 adaptera les textes choisis pour publication.

J'ai eu le plaisir de constater, dans votre numéro de juin 2007, à propos du courrier ciblé et de l'importance revêtue par ce moyen de communication pour les postes modernes en cette ère nouvelle de choix de consommation, que des exemples avaient été retenus parmi les outils novateurs utilisés par la poste australienne pour amener ses clients à voir dans le courrier une solution transmédias pour faire passer des messages. Nos initiatives obéissent à des impératifs commerciaux et à la bonne intelligence de leurs exigences de communication. Les entreprises actuelles recherchent avant tout des solutions et des moyens postaux économiques et

rentables, tels qu'un adressage correct associé à des données sur les déménagements, afin de garantir l'exactitude des listes d'expédition et la probabilité d'un fort taux d'envois distribuables. Comme cela est souligné dans l'article, les publiposteurs font un usage raisonné des informations disponibles et, lorsque des données sur le mode de vie existent, ces derniers recherchent des cibles prospectives profilées à partir de leurs propres exemples de réussites passées. Le publipostage ciblé est là pour durer, et les postes collaborant étroitement avec les entreprises voient cette branche de leur activité postale traditionnelle se développer tout comme d'autres

secteurs ressentent les effets de l'évolution des nouveaux moyens de communication. La poste australienne reste profondément consciente que le courrier conserve certains avantages que ne présentent pas les médias électroniques et, à condition de bien se positionner, le publipostage continuera de croître. Le Forum pour le développement du publipostage représente une plate-forme importante pour échanger les données d'expérience et le savoir-faire nécessaire au maintien de cette croissance.

Christopher Grosser

Directeur de la politique et des affaires internationales de la poste australienne

Le thème central du dernier numéro (publipostage) était d'actualité, puisqu'il s'agit de l'un des secteurs à plus forte croissance des services postaux à l'heure actuelle. Je n'ai pas manqué de remarquer l'accent mis sur les bases de données d'adresses. En fait, des listes d'adresses correctes et d'autres outils d'adressage se révèlent indispensables pour mener des campagnes de publipostage efficaces. C'était d'ailleurs le thème de la plus récente rencontre du Forum pour le développement du publipostage (FDP). Toutefois, contrairement à ce que vous affirmez dans votre avant-propos, la «constitution de bases de données» n'est pas une activité du FDP: c'est une activité du secteur privé et de quelques opérateurs postaux dans le monde. Dans son plan de développement pour la période 2007/2008, le FDP concentrera ses efforts sur le développe-

ment du potentiel, l'encadrement des pays les moins avancés, la constitution d'une base de connaissances en matière de publipostage, la fourniture d'informations au groupe «adressage» de l'UPU à l'appui de son projet de constitution de bases de données de validation des points de distribution, et le renforcement des échanges avec d'autres organisations, telles que les associations pour le marketing direct, poursuivant des objectifs similaires.

Roberto Motta de Sant'anna

Président du Forum pour le développement du publipostage

“ Séduit ”

Je vous félicite pour la nouvelle formule d'*Union Postale*. La nouvelle maquette est très séduisante, les couleurs plus attirantes et l'actualité mieux présentée. Les nouvelles du monde postal sont également plus approfondies. Je ne doute pas que cette publication importante continuera de se présenter comme un excellent support de communication des dernières nouvelles du monde postal et d'échange sur des sujets d'intérêt commun entre les pays-membres de l'UPU.

Carlos Silva

Directeur des relations internationales de la poste portugaise

.....
Hôte de l'exposition
POST-EXPO 2007
à Barcelone du
2 au 4 octobre pro-
chain, le Président-
directeur général
de Correos de España
est un fervent
partisan de la société
de l'information.



Innover... *siempre!*

Pour José Damián Santiago Martín, PDG de Correos depuis mai 2004, les nouvelles technologies de l'information et de la communication sont au cœur d'une gamme de prestations de qualité. Face à la globalisation des marchés, à une concurrence accrue et au projet de libéralisation du marché postal européen, l'homme de 59 ans met tous les moyens de son côté pour affronter les défis du secteur postal de demain.



.....
Par
Rhéal LeBlanc

.....
Photos:
A. Coline et
M.A. Granados

L'interview

Quels sont, selon vous, les plus grands défis pour le secteur postal aujourd'hui au niveau mondial, et comment Correos se prépare-t-il pour y faire face?

José Damián Santiago Martín

Notre secteur est en pleine mutation. Il doit en effet s'adapter aux changements apportés par la mondialisation, la libéralisation et les nouvelles technologies. Comme tous les opérateurs postaux traditionnels, nous devons sans cesse nous moderniser afin de relever les nouveaux défis liés au remplacement des moyens de communication classiques par des moyens électroniques et à l'intensification de la concurrence.

Correos relève ces défis en adoptant de nouvelles technologies et en améliorant la qualité et l'efficacité de ses services. Notre objectif consiste à nous adapter aussi rapidement que possible aux besoins et aux exigences de nos clients et de l'ensemble des usagers, et nous élaborons divers projets à cet effet. Nous utilisons, par exemple, le nouveau modèle d'étiquettes intégrant la technologie d'identification par radio-fréquence (RFID), nous permettant d'améliorer notre système d'évaluation de la qualité de manière fiable, économique et efficace. La polyvalence de la technologie RFID passive en fait un outil fondamental, car elle peut être adaptée à de nombreux processus.

Par ailleurs, nous modernisons notre réseau de distribution afin que Correos occupe une place prépondérante sur le marché et qu'il devienne l'opérateur le plus rapide pour les communications entre l'Europe et l'Amérique latine. En outre, notre recherche constante de

nouveaux partenaires nous conduit à participer aux activités de compagnies internationales, comme International Post Corporation, à conclure des accords internationaux, comme avec le groupe Kahala, et à contribuer de plus en plus aux travaux d'organisations internationales, telles que l'UPU.

Comment Correos se prépare-t-il en prévision de la libéralisation du marché postal en Europe, et considérez-vous cette libéralisation comme une opportunité ou une menace?

Le segment le plus rentable du marché postal espagnol, à savoir le courrier local, avec 54 % des recettes, est libéralisé depuis les années 60. Correos a donc mis au point sa stratégie en tenant compte de cette libéralisation et du caractère hautement concurrentiel du marché, avec de bons résultats.

Toutefois, la libéralisation à l'échelle européenne est une étape importante à laquelle nous nous préparons, comme je le disais précédemment, en développant les technologies de l'information et de la communication (TIC) et en les intégrant dans nos processus d'exploitation et de gestion ainsi que dans nos produits. De plus, nous renforçons notre coopération avec les autres opérateurs internationaux (Asie et Océanie) ainsi que notre présence en Amérique, et nous misons sur les produits électroniques, avec notre bureau de poste virtuel (www.correos.es), ainsi que sur la diversification et l'offre de services financiers, avec notre marque «BanCorreos».

Comment l'Espagne, qui est l'un des pays fondateurs de l'UPU, voit-elle le rôle de celle-ci aujourd'hui? Comment l'UPU peut-elle contribuer, selon vous, à renforcer le secteur postal mondial?

Depuis sa création, en 1874, l'UPU représente un excellent canal de communication entre les pays-membres. Elle a permis d'harmoniser les critères appliqués par les divers pays dans le secteur pour garantir l'accès de l'ensemble de la population à un service postal universel abordable et de qualité. L'UPU constitue aussi une plate-forme pour l'assistance technique et la coopération entre ses membres.

Elle joue un rôle clé, en tant qu'organisation intergouvernementale, en faveur du développement et de la viabilité du service postal universel. En outre, elle doit aujourd'hui se transformer en catalyseur du changement, afin de permettre au secteur postal mondial de s'adapter rapidement aux nouvelles exigences.

Les initiatives menées au sein de l'UPU pour promouvoir la diversification des services postaux par la création de services financiers et électroniques sont vitales pour de nombreux opérateurs, mais il faut mettre en place un système de prise de décisions suffisamment souple pour permettre à tous les acteurs de satisfaire les besoins croissants. Le débat sur la future structure de l'Union représente pour l'UPU une occasion unique d'affirmer son rôle entre les pays industrialisés et ceux en développement. En sa qualité d'organisation intergouvernementale, elle doit s'occuper de nombreuses questions et équilibrer les forces en présence,

mais il est indispensable d'assurer la souplesse du système de prise de décisions concernant les questions d'exploitation si l'on veut que tous les opérateurs continuent de considérer l'UPU comme un organisme de référence.

Au sein de l'UPU, l'Espagne, par l'intermédiaire de son représentant de Correos, assume la présidence du Groupe d'action pour la coopération au développement (GACD). Quelle orientation l'Espagne et Correos ont-ils souhaité donner aux travaux du groupe?

L'Espagne a toujours appuyé les activités de l'UPU en matière de coopération. Nous assumons la présidence du GACD avec beaucoup d'enthousiasme et, dans le cadre du cycle en cours, Correos appuie la mise en œuvre des plans intégraux de réforme et de développement postal, contribue à l'application de la méthodologie nécessaire dans certains pays particuliers et collabore avec le Bureau international à l'élaboration d'indicateurs de suivi et de fiches d'évaluation grâce auxquels les pays bénéficiaires et l'UPU peuvent suivre le déroulement des plans en question.

Par ailleurs, notre pays participe activement à la mise en œuvre des plans de développement régional. La méthodologie à cet égard donne une vue d'ensemble des besoins et des lacunes de chacune des régions, mais, plus important encore, elle offre des solutions. L'Espagne collabore avec l'UPU et l'Union postale des Amériques, de l'Espagne et du Portugal à la mise en œuvre d'un plan de développement régional en Amérique latine, axé sur la qualité de service.

Enfin, avec l'appui du Bureau international, nous avons intégré dans les travaux du groupe la réalisation des Objectifs du millénaire pour le développement. Nous estimons en effet que le réseau postal peut jouer un rôle clé à cet égard. Nous collaborons dans ce sens avec le groupe de projet «économie postale» et le Bureau international dans le cadre d'une étude sur les effets des investissements dans l'infrastructure postale sur le développement économique et social des pays. Cette étude peut être utile pour aider les pays à obtenir des fonds supplémentaires pour le développement de leurs marchés.

La division de l'Espagne en 17 communautés autonomes a-t-elle un effet positif ou négatif sur la prestation du service postal universel par Correos?

Correos est l'opérateur chargé d'assurer la prestation du service postal universel dans toute l'Espagne, avec un niveau de qualité et un degré d'accessibilité maximums. Nous disposons pour cela d'un très vaste réseau: 67 000 employés, 10 000 points de contact avec le public, 2115 bureaux multiservices, 1800 bureaux de poste, 13 000 véhicules... Nous pouvons ainsi desservir chaque jour l'ensemble de la population, jusque dans les régions les plus reculées du pays.

L'un des objectifs prioritaires du Gouvernement espagnol consiste à veiller à ce que les citoyens bénéficient des meilleures conditions de prestation du service postal universel, et l'existence de gouvernements régionaux ne change rien dans ce domaine. Les communautés autonomes relaient les demandes de renforcement du service postal ou

«Nous avons élaboré, en quatre ans, un plan d'investissement d'un milliard d'EUR destiné à moderniser les processus d'exploitation et de gestion ainsi que nos infrastructures»

exigent davantage de moyens et d'infrastructures pour faire face à de nouvelles demandes, à mesure que la population s'accroît dans certaines zones, ce qui montre bien l'importance qu'elles attachent au service postal.

L'accès aux services d'envoi de fonds à des prix abordables pour les travailleurs immigrés est une priorité pour les Nations Unies et l'UPU. Quelle est la position de Correos en ce qui concerne l'accès à ces services par les travailleurs immigrés en Espagne?

En Espagne, les immigrés représentent aujourd'hui près de 10 % de la population. Ils constituent donc logiquement une clientèle de choix pour Correos.

Depuis des années, nous nous efforçons de satisfaire leurs demandes dans de nombreux domaines. Par exemple, lorsqu'ils arrivent en Espagne, ils ont avant tout besoin de pouvoir communiquer facilement et à moindre coût avec les membres de leur famille dans leur pays d'origine. Correos met à leur disposition des cabines téléphoniques dans les

bureaux de poste des localités à forte proportion d'immigrés. Ce service est très apprécié. Il permet de faire des appels internationaux à des tarifs avantageux; l'année dernière, il a rapporté 20 % de plus que l'année précédente.

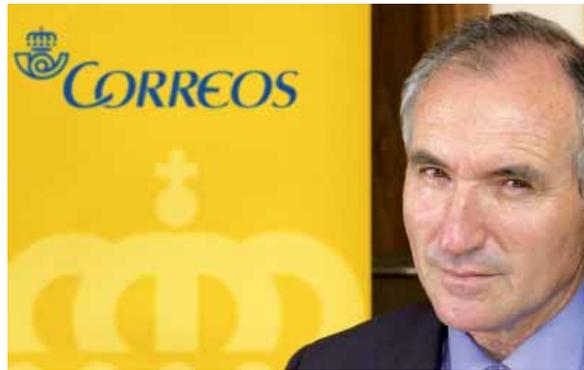
Les immigrés ont aussi besoin de pouvoir envoyer de l'argent d'une manière sûre, rapide et économique. Correos leur offre, en plus du service des mandats de poste internationaux et nationaux, le service «Transfert d'argent en quelques minutes». Ce service, que nous gérons en collaboration avec Western Union sur la base d'un accord signé avec ce dernier, est assuré par l'intermédiaire de notre réseau de plus de 2000 bureaux multiservices et permet aux immigrés d'envoyer de l'argent quasi instantanément à 300 000 bureaux de poste répartis dans plus de 200 pays. Nos tarifs pour ce service sont très compétitifs. Nous proposons des rabais et des offres spéciales pour les voies de communication à fort trafic, comme celles nous reliant à l'Amérique du Sud, à l'Afrique du Nord et à l'Europe de

l'Est, principales régions d'origine des immigrés résidant en Espagne.

Correos tient compte du fait que l'Espagne est un pays où de nombreux étrangers viennent s'installer, et nous nous efforçons de satisfaire leurs besoins: accès à des hypothèques pour l'achat d'un logement, crédits à la consommation, financement de projets d'entreprise, etc. «BanCorreos», notre marque de services bancaires, leur permet de disposer de produits financiers conçus spécialement pour eux. Récemment, nous avons obtenu la certification «Halal» pour pouvoir offrir nos services à la vaste communauté musulmane.

Correos de España accueillera POST-EXPO 2007, qui se tiendra à Barcelone au début d'octobre. Quelles sont les technologies les plus avancées que Correos compte présenter à cette occasion, et quel est, selon vous, le rôle des nouvelles technologies dans le fonctionnement des services postaux aujourd'hui?

Les innovations et les TIC sont essentielles pour l'avenir du service



postal et pour Correos. Nous avons largement misé sur leur réussite et avons élaboré, en quatre ans, un plan d'investissement d'un milliard d'EUR destiné principalement à moderniser les processus d'exploitation et de gestion ainsi que nos infrastructures.

Notre objectif stratégique est d'offrir un service de qualité et efficace. Nous voulons que Correos soit considéré comme le meilleur opérateur en matière d'accès, de remise, de traçabilité, d'échange d'informations avec les clients et de disponibilité ainsi que pour sa capacité à offrir des solutions adaptées aux besoins spécifiques des clients. Pour cela, nous devons exploiter les technologies de l'information afin de pouvoir améliorer la qualité et augmenter la valeur ajoutée de nos produits et services, et accroître la rentabilité de la gestion de nos ressources. Correos acquiert les technologies les plus innovantes et les plus rentables, comme les assistants numériques personnels utilisés pour la distribution du courrier ou le système de contrôle des envois par radiofréquence.

Plus de 2000 facteurs de Correos distribuent déjà les envois urgents au moyen de leur assistant numérique personnel, et ils seront plus de 30 000 à être équipés de ce système pour la distribution des envois urgents et ordinaires et en zone rurale lorsque nous aurons mené à bien le projet élaboré à cet égard. Grâce aux assistants numériques personnels, la traçabilité totale des envois est garantie et nous allons accroître la valeur ajoutée de nos produits et services.

Pour ce qui est de notre projet d'identification par radiofréquence, il convient de souligner qu'il s'agit

d'un projet unique en Europe, tant par son envergure que par la technologie employée. Nous avons en effet recours à des étiquettes passives pour effectuer des mesures et assurer le suivi des envois tout au long de leur parcours. Dans nos grands centres d'exploitation, nous avons installé des antennes lisant à distance les informations contenues sur les étiquettes des envois (qu'ils se trouvent dans des véhicules ou des caissettes ou sur des palettes). Nous pouvons ainsi détecter en temps réel et supprimer tout obstacle dans les processus de traitement et de tri. Ce système nous aide à améliorer la qualité du service postal et à réduire les délais d'acheminement. Mais il présente un autre grand avantage: les étiquettes passives ont un coût nettement inférieur (0,50 EUR) à celui des étiquettes actives (autour de 30 EUR), ce qui nous permet d'accroître la rentabilité de la gestion de nos ressources. L'emploi d'étiquettes intégrant la technologie RFID permet donc à Correos d'offrir des services de meilleure qualité et plus sûrs, et de réduire, de surcroît, ses frais d'exploitation.

Nous avons largement misé sur les TIC et nous sommes actuellement dans un processus d'immersion totale à cet égard devant nous permettre d'innover et d'accroître la valeur ajoutée de nos produits en vue d'améliorer nos processus et de consolider notre entreprise, car nous sommes convaincus que les TIC constituent un élément fondamental pour l'avenir de Correos.

A l'occasion de POST-EXPO, nous présenterons ces nouvelles technologies adoptées par Correos ainsi que notre nouvelle gamme de produits et services, y compris un

service de messagerie à valeur ajoutée pour le client: prise en charge des envois dans des délais convenus, traçabilité, suivi via Internet et accusé de réception électronique. Les visiteurs et les autres opérateurs pourront constater que Correos est chaque jour plus présent sur Internet. Notre bureau de poste virtuel représente un autre élément important témoignant de la manière dont nous exploitons Internet pour améliorer la qualité et l'accessibilité des services postaux. Notre but, qui va dans le sens des objectifs du Gouvernement espagnol, consiste à contribuer au développement de la société de l'information en Espagne.

Tour d'horizon

Libéralisation postale: l'ouverture reportée à 2011

A une large majorité (512 voix contre 155), les eurodéputés ont adopté en première lecture le report de l'ouverture à la concurrence des lettres de moins de 50g, dernière étape de la libéralisation totale des services postaux, au 1^{er} janvier 2011 et non au 1^{er} janvier 2009 comme le demandait La Commission européenne. La France, la Belgique, le Luxembourg de même que l'Italie, la Pologne, l'Espagne, la Grèce et la Hongrie ne s'opposent pas en tant que tel à la libéralisation dès 2009,

mais s'inquiètent des lacunes de la proposition en matière de financement des obligations de service universel. En revanche, les pays ayant déjà libéralisé (Royaume-Uni, Finlande, Suède) ou qui s'apprêtent à le faire (Pays-Bas, Allemagne) soutiennent la proposition de la Commission et estiment que le processus de libéralisation n'a que trop duré. Ils souhaitent que leurs fournisseurs puissent concurrencer les opérateurs historiques.

Source: Service de presse du Parlement européen

Finland Post cède la place à Itella

Depuis le 1^{er} juin, Finland Post Corporation se nomme Itella et le Groupe, Itella Group. La raison de ce changement tient à la volonté et aux efforts du Groupe à diversifier et à internationaliser ses activités: une large gamme de services de logistique complète aujourd'hui les produits postaux. Outre la Finlande, Itella Group est présent dans huit pays de l'Europe du Nord et un quart de ses revenus provient de ses activités à l'international.

Source: Communiqué de presse, Finland Post/Itella

POST INVEST au service de l'Afrique postale

Les pays africains ont, lors de la table ronde régionale organisée à Nairobi, annoncé la création d'une nouvelle coopérative, dénommée POST INVEST, qui sera présidée par le Mali. Onze pays, pour la plupart issus de l'Afrique de l'Ouest, en sont déjà membres. A terme, 26 pays devraient y adhérer. La coopérative soutient les mêmes objectifs que ceux contenus dans la Stratégie postale mondiale de l'UPU.

Son ambition: parler d'une seule et même voix pour les questions postales et faire la promotion commune de produits et services postaux. Les activités de la coopérative se focaliseront sur les dimensions physique, électronique et financière du réseau postal mondial.

Source: UPU

La Poste belge vend sur eBay

La Poste belge propose certains produits via un magasin postal virtuel sur le site eBay. Régulièrement des pièces de collection aux enchères y sont placées, ce qui constitue une première pour un opérateur postal. Depuis fin juin, La Poste belge vend des produits philatéliques et numismatiques destinés aux collectionneurs en quête de la pièce manquante, mais aussi aux amateurs de bandes dessinées et de beaux livres. La boutique de La Poste, visitée par près de 400 000 internautes par jour, est accessible dans un premier temps sur eBay.be et eBay.nl, et bientôt dans le monde entier.

Source: Communiqué de presse, Poste belge

Tour d'horizon

Mise en scène virtuelle

Pour faire connaître la richesse des informations disponibles sur son portail www.laposte.fr, La Poste offre aux internautes une visite guidée animée par deux comédiens qui accompagnent de façon ludique et pédagogique les visiteurs dans leur découverte du site. Alliant les fonctionnalités de la vidéo et de l'animation flash, cette visite guidée est totalement inédite dans le secteur postal. Les comédiens expliquent et orientent les internautes en fonction de leurs besoins, qu'ils soient particuliers, professionnels ou à la recherche

d'informations pratiques telles que le code postal d'une commune, le calcul de tarifs, l'accès à un glossaire ou les offres d'emplois proposés par les différents métiers du Groupe. Chaque page du site se structure comme les différentes pièces d'une maison: les personnages tirent ou font coulisser à leur guise les éléments de page, entrent et sortent de la page par des portes virtuelles, ou descendent d'un ascenseur imaginaire dont les portes sont les cases ou les encadrés de la page.

Source: Communiqué de presse, La Poste française

Port payé pour mains secourables

Les organisations qui aident les communautés dans le besoin bénéficient aussi d'un coup de pouce de la poste néo-zélandaise. En effet, celle-ci met chaque année 1,5 million d'enveloppes déjà affranchies à la disposition des organisations caritatives pour leurs campagnes ou la récolte de fonds. Ce sont 500 000 enveloppes de plus que l'an dernier et, en 2006, 4200 organisations avaient déjà pu profiter de cette action dénommée «Community Post». Depuis 1999, année de lancement du programme, plus de 25 000 organisations non lucratives ont bénéficié de cette ristourne non négligeable sur leur frais de fonctionnement.

Source: Communiqué de presse, New Zealand Post

Pékin lance le premier code postal des JO

102008, voici le code postal attribué au village olympique et autres lieux où se dérouleront les épreuves sportives à Pékin à l'occasion des Jeux olympiques. Le chiffre 1 désigne Pékin et 2008 se réfère à l'année des Jeux. Il entre en vigueur le 1^{er} août 2007 et expire au 30 septembre 2008. Premier code postal créé dans l'histoire pour des Jeux olympiques, il accélère la distribution et sécurise le courrier destiné aux organisateurs et aux sportifs pendant la manifestation.

Source: Chinadaily.com

Meilleurs échanges

Le service postal des Etats-Unis et le service postal mexicain, SEPOMEX, ont signé un accord pour de meilleurs services postaux entre les deux pays. USPS aidera SEPOMEX dans ses efforts de réforme et de réorganisation de ses activités tandis que SEPOMEX coopèrera avec USPS pour identifier de nouvelles opportunités commerciales communes. Les deux opérateurs formeront une équipe conjointe d'amélioration des services et de développement commercial chargée de définir de nouveaux services express internationaux et colis postaux-avion. La sécurité des produits postaux est une autre composante clé de l'accord. USPS participera à la formation des nouveaux inspecteurs postaux mexicains, et un groupe de travail commun élaborera des procédures de dédouanement plus efficaces.

Source: Communiqué de presse, USPS

Préparez-vous à gagner.



LE PARTENAIRE DES SERVICES POSTAUX DEPUIS SOIXANTE ANS

Gagnez en performance technologique grâce à des équipements de très haut débit, adaptés à vos spécificités.

Investissez sur l'avenir avec un partenaire qui consacre 10% du Chiffre d'Affaires en Recherche & Développement (30 brevets par an en moyenne).

Augmentez votre compétitivité par des solutions conjuguant excellence qualité / prix et coûts de possession optimisés : installation, maintenance, formation des équipes, ergonomie...

Assurez-vous la fiabilité d'un constructeur présent dans l'activité postale depuis 60 ans.

Misez sur la planète en choisissant des matériels conçus dans le respect des règles d'un Système de Management de l'Environnement (certifié ISO 14001).

 **POST-EXPO 2007**

VISITEZ NOTRE STAND 1300
HALL 8 - NIVEAU 1

 **SOLYSTIC**
is NORTHROP GRUNMAN company

www.solystic.com

Des solutions postales d'avenir

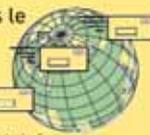
La meilleure façon pour les entreprises d'accroître leurs revenus et de communiquer avec leurs clients ?

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™