

UNION POSTALE

juin 2008

L'actualité qui fait bouger
le secteur postal



UPU, institution spécialisée
des Nations Unies

2

Stratégie postale mondiale
Un pour tous,
tous pour un





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



L'illustrateur Ray Hegelbach montre des postiers traitant du courrier sur des bandes transporteuses dont la forme rappelle la structure ADN de l'humain pour évoquer les actions coordonnées que devront mener les pays-membres de l'UPU pour réaliser les objectifs de la prochaine stratégie postale mondiale.

134^e année
juin
2008

Sommaire

En bref Survol des activités de l'UPU	4
Avant-propos Un fort sens de la communauté	5
En couverture Stratégie postale mondiale – Un pour tous, tous pour un Une approche régionale caractérise la mise en œuvre de la prochaine stratégie postale mondiale	8
Qualité du réseau – La bonne adresse Un adressage fiable et efficace est essentiel à une qualité de service supérieure	12
Service postal universel – Le droit à la communication La Syrie renforce le service postal universel en se montrant plus stratégique sur le plan commercial	14
Développement durable du secteur – Penser réforme postale Pour assurer le développement durable du secteur, de plus en plus de pays jettent les bases d'un cadre réglementaire et juridique avec l'aide de l'UPU	16
Favoriser la croissance des marchés – Le courrier écolo Le courrier hybride est le parfait exemple de service novateur que développent les opérateurs postaux grâce aux nouvelles technologies	18
UPU-ONU: soixante ans de coopération L'UPU fait partie de la famille onusienne depuis soixante ans. Regard sur ce qu'elle apporte aux grandes missions des Nations Unies	20
L'interview Un réseau postal omniprésent Korea Post mise gros sur les nouvelles technologies pour assurer son avenir, explique son président, Kyung-won Jung	24
L'Asie de nouveau meurtrie Le séisme catastrophique qui a secoué la province de Sichuan n'a pas épargné la poste chinoise et ses employés	30
Tour d'horizon Survol des actualités postales dans le monde entier	33

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: Deborah Langenegger
Collaborateurs: Graeme Lee, Dora Precup, Laurent Widmer
Traduction: Sophie Bollu-Chataignier
Graphisme: Die Gestalter, Saint-Gall (Suisse)
Impression: Weber Bentelli AG, Bienne (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)

Le travail décent fera couler de l'encre

L'UPU vient de lancer son 38^e concours international de compositions épistolaires et invite les jeunes jusqu'à l'âge de 15 ans à écrire une lettre pour expliquer comment des conditions de travail décentes peuvent mener à une vie meilleure.

Le thème, choisi en collaboration avec l'Organisation internationale du travail (OIT), qui s'associe au concours pour la première fois de son histoire, met en lumière une vaste campagne mondiale lancée par l'OIT sur le travail décent. L'UPU y participe d'ailleurs en tant qu'organisation pilote des Nations Unies.

Dans un monde meilleur, insiste l'OIT, le travail décent mène à l'élimination du travail des enfants et du travail forcé, fait tomber les barrières

érigées par l'inégalité des sexes et contribue à la prévention des accidents au travail. Le travail décent, c'est aussi favoriser un environnement permettant aux gens de travailler dans la dignité et de gagner suffisamment pour nourrir leur famille, éduquer leurs enfants et s'assurer une retraite.

Les pays-membres de l'UPU sont invités à participer à l'édition 2009 du concours international de compositions épistolaires, qui voit, annuellement, plus de six millions de jeunes écrire des lettres dans l'espoir de remporter le titre du meilleur épistolier au niveau international, suite à une sélection par un jury de l'UNESCO.



Pour en savoir plus sur le travail décent, l'OIT diffuse une brève présentation visuelle (en 25 langues) sur son site (www.ilo.org/public/english/dw/index.html). Pour des informations sur le 38^e concours international de compositions épistolaires de l'UPU, consulter le site www.upu.int.

RL

Pour les fans de foot

L'UPU a aussi vibré au rythme de l'Euro 2008, championnats européens de football accueillis du 7 au 29 juin par la Suisse et l'Autriche. L'exposition philatélique «Rond comme un timbre», présentée par l'UPU au centre-ville de Berne, dans la salle même du restaurant Zum Äusseren Stand (ancienne Diète suisse) où l'organisation fut créée en 1874, proposait 2000 timbres sur le football du monde entier. (Près de 7000 timbres ont été consacrés au jeu depuis les

débuts de la philatélie.) L'exposition comportait plusieurs collections thématiques et rares et présentait les timbres consacrés à l'Euro 2008. Une présentation sur les timbres ronds proposait un florilège de vignettes aux formes rondes en outre émises par les pays-membres de l'UPU. Enfin, une collection sur les Coupes du monde complétait cette exposition. Berne, où l'UPU a son siège, accueillait trois matchs des éliminatoires de l'Euro 2008. LW



Le chiffre

150 000 000

avant-propos

Un fort sens de la communauté

Les pays-membres de l'UPU adopteront une nouvelle stratégie postale mondiale lors du 24^e Congrès postal universel, du 23 juillet au 12 août prochain à Genève. Ce nouveau plan stratégique quadriennal insufflera-t-il le dynamisme nécessaire pour que le secteur postal de l'avenir progresse rapidement et garde toute sa raison d'être? Et continue d'assumer pleinement son rôle de moteur de l'économie?

Voilà tout l'enjeu. Pour répondre, par la voie postale, aux besoins de distribution des particuliers et entreprises qui s'adonnent de plus en plus au commerce électronique, aux demandes des travailleurs migrants

pour des services de transfert d'argent plus accessibles, fiables et sécurisés, aux exigences d'une clientèle pour une qualité de service exemplaire, et j'en passe, les gouvernements devront faire de cette stratégie la leur afin que, globalement, aucun maillon du réseau postal mondial ne lâche et n'affaiblisse les autres. Certains pays devront lancer une réforme du secteur postal, d'autres déployer de plus grands efforts pour améliorer leur qualité de service, d'autres, encore, investir dans les nouvelles technologies pour rester à la hauteur et mieux répondre aux besoins d'efficacité.

Comme le dit le président de la poste de la Corée du Sud, dans l'interview de ce numéro, l'amélioration des services postaux mondiaux exige un fort sens de la communauté, sachant que les améliorations apportées sur le plan national se répercutent aussi sur le plan international. Entre 2009 et 2012, la mise en pratique des quatre objectifs fixés par la stratégie permettra aux services postaux de renforcer leur position en tant qu'infrastructure à vocation sociale et économique à ne pas négliger.

N'est-il pas là une gageure digne de l'effort?

Rhéal LeBlanc, rédacteur en chef

Modernisation et réforme en point de mire

Dans une déclaration commune signée le 23 mai 2008 à Saint-Domingue (Rép. dominicaine), 22 pays et territoires ainsi que l'UPU et l'Union postale des Amériques, de l'Espagne et du Portugal (UPAEP) s'engagent à poursuivre la modernisation et la réforme du secteur postal, notamment dans la région d'Amérique latine. Les signataires assistaient à une conférence régionale des autorités gouvernementales de tutelle du secteur postal.

En Amérique latine, le secteur postal est fortement fragmenté entre opérateurs publics et de nombreuses

entreprises privées. Avec l'aide de l'UPU, une réforme postale a déjà été entamée dans une dizaine de pays, mais d'autres doivent suivre la même voie au moyen d'un plan intégral de réforme et de développement postal (PIDEP) élaboré par l'UPU. (v. article en page 16)

La déclaration de Saint-Domingue veut sensibiliser davantage les gouvernements sur l'importance de moderniser les opérateurs désignés et de fournir les moyens appropriés pour leur développement. L'importance d'améliorer continuellement la qualité de service ainsi que le rôle du

secteur postal dans le développement du commerce international.

L'UPU et l'UPAEP continueront par ailleurs à soutenir les pays dans la recherche de financement et exhorteront leurs membres à débloquer les fonds nécessaires pour mettre en œuvre leurs propres stratégies. LW

C'est, en euros, la somme dépensée en 2007 par La Poste française pour acheter du carburant et du kérosène. Avec une flotte de 60 000 véhicules, 30 000 vélos et trois TGV, les facteurs de l'Hexagone parcourent quotidiennement 50 fois le tour de la terre, estime-t-on.

Afin de diminuer le total de cette facture, mais aussi pour agir plus écologiquement, La Poste va acquérir de nouveaux véhicules plus propres et former ses 60 000 facteurs à l'éco-conduite, une conduite fluide et à vitesse constante. La Poste table ainsi sur une baisse

de sa consommation de carburant de 8 % par an, rien qu'en changeant les habitudes au volant. Une façon de faire face à la hausse du prix du pétrole et de s'engager pour un secteur postal plus propre. LW

Un débat général haut en couleurs

Des décideurs de niveau international participeront à un grand débat général, le 25 juillet 2008, axé sur le thème «Le secteur postal, une composante essentielle de l'économie mondiale».

Trois tables rondes portant sur le fonctionnement efficace des services postaux à l'ère de la mondialisation, les défis et les nouvelles frontières du secteur postal dans un monde en constante évolution et la création de partenariats efficaces pour assurer une logistique intégrée seront organisées au cours de la journée.

Outre des dirigeants de postes issues des pays industrialisés et en

développement, plusieurs intervenants ont confirmé leur participation, dont Pascal Lamy, directeur général de l'Organisation mondiale du commerce, Achim Steiner, directeur exécutif du Programme des Nations Unies pour l'environnement, Giovanni Bisignani, directeur général et PDG de l'Association internationale du transport aérien, Lenin Moreno, vice-président de la République d'Equateur, Hiroya Masuda, ministre japonais des affaires internes et de la communication, Jean Ping, président de la Commission de l'Union africaine, ou encore Nick Staheyeff, PDG d'eBay International.

«Le débat général constituera l'un des temps forts du Congrès car il revêt une importance stratégique pour l'ensemble de la communauté postale. En effet, ce sera l'occasion pour les membres de l'UPU ainsi que les partenaires du secteur postal d'échanger sur le positionnement futur du secteur. Le débat constitue l'occasion de confirmer l'adéquation pour le secteur entre la réalité économique, les nouvelles problématiques sectorielles et la stratégie de l'UPU pour les quatre prochaines années», a déclaré Edouard Dayan, directeur général de l'UPU. **RL**

Le Kenya présidera le Congrès postal universel



Le Kenya a désigné Bishar A. Hussein président du Congrès postal universel.

Le Kenya présidera le 24^e Congrès postal universel ainsi que le Conseil d'administration (CA) de l'UPU pour la période 2009 – 2012.

Son Excellence Bishar A. Hussein, ancien Postmaster General de la poste du Kenya et ambassadeur auprès des Emirats arabes unis jusqu'à tout récemment, a été désigné président du Congrès.

Lorsque le CA avait décidé, en février, de tenir le 24^e Congrès à Genève au lieu de Nairobi, il avait aussi adopté une résolution invitant le Kenya à présider ce Congrès ainsi que le prochain CA. Le Kenya a formellement accepté ces offres.

«Le Congrès constitue une opportunité unique pour que décideurs, stratèges, régulateurs, opérateurs et autres partenaires du secteur postal, comme les organisations représentant les consommateurs, repositionnent la poste et accroissent sa compétitivité dans un environnement qui évolue rapidement»,

a déclaré M. Hussein, qui s'est aussi réjoui de réintégrer la famille postale internationale.

Le Kenya présidera aussi le CA 2009 – 2012, qui décide du budget de l'UPU, supervise les travaux de l'Union et adopte l'orientation stratégique de l'organisation entre chaque Congrès.

Samuel Poghio, ministre de l'information et de la communication du Kenya, a remercié l'UPU de donner à son pays la possibilité de présider le Congrès et le futur CA. Le continent africain tout entier en est honoré, a-t-il souligné.

«Le Kenya placera les technologies de l'information et de la communication au centre du développement du réseau postal mondial. Il s'agit là d'un élément clé au moment où l'UPU et ses partenaires mettent en œuvre la prochaine stratégie postale mondiale.» **RL**

Nouveau livre sur l'économie postale

Les postes constitueront-elles l'infrastructure du 21^e siècle? C'est la question que pose un livre inédit, publié par l'UPU juste à temps pour son 24^e Congrès, sur l'économie postale et le développement.

Edité par les économistes Joëlle Toledano, présidente du groupe «économie postale» de l'UPU et membre de l'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes en France, et José Ansón, économiste en chef au Bureau international, le livre vise à compléter la réflexion économique sur les sujets postaux jusqu'à présent essentiellement cantonnée aux pays industrialisés. Il propose cinq chapitres qui brossent un tableau global des dynamiques de développement des marchés postaux et des évolutions souhaitables et possibles.

L'ouvrage, finalisé au terme de quatre années de travail, est parti du constat selon lequel il n'existait aucune analyse rigoureuse sur le fonctionnement des systèmes postaux dans les pays en développement. Les éditeurs ont donc mené des recherches en Afrique subsaharienne, en Amérique latine et en Asie.

«Il n'y a pas de solution unique au développement postal, explique Joëlle Toledano. Ce n'est pas parce qu'une poste fonctionne avec succès selon un certain modèle économique dans un pays industrialisé qu'elle

devrait opérer de façon similaire dans un pays en développement. Ceci vaut tant pour les conditions de concurrence que pour l'organisation de la distribution ou institutionnelle.»

Le livre met aussi en lumière certaines opportunités pouvant non seulement appuyer un développement économiquement viable du secteur, mais aussi répondre aux besoins d'intégration des agents économiques dépourvus d'accès à des services de base, tels des services financiers pour les citoyens exclus par le système bancaire commercial ou des services d'exportation pour les micro, petites et moyennes entreprises. A cet égard, le Brésil a constitué un laboratoire particulièrement riche.

En conclusion, le livre examine le triptyque institutionnel «libéralisation, privatisation, régulation» à l'aune des expériences dans les autres industries de réseau retrouvées dans les pays en développement.

Le livre est en vente auprès du Bureau international (35 CHF pour les pays-membres; 50 CHF pour les autres). Ecrire à publications@upu.int pour commander son exemplaire ou remplir le formulaire en ligne sous la rubrique PUBLICATIONS du site www.upu.int. **RL**

Fins prêts pour le Congrès

Au moment de mettre sous presse, presque 1800 participants s'étaient déjà inscrits au 24^e Congrès postal universel, et 161 pays-membres de l'UPU avaient indiqué leur intention d'être représentés. Ces chiffres augmenteront encore d'ici au 23 juillet, jour d'ouverture du Congrès. Par ailleurs, le Bureau international a reçu 560 propositions de la part des pays-membres. Le Congrès en étudiera 330 d'ordre général ou visant à modifier les Actes de l'UPU. Les autres seront étudiées par le nouveau Conseil d'exploitation postale, qui tiendra sa première séance suivant le Congrès en octobre prochain au siège de l'UPU à Berne. Ces propositions modifieront notamment des règlements internationaux relatifs à la poste aux lettres, aux colis postaux ou aux services de paiement de la poste. **RL**

Un pour tous, tous pour un

Une vision, une mission, quatre objectifs rattachés à trois axes de développement visant à renforcer les dimensions physique, financière et électronique du réseau postal mondial: tels sont les ingrédients de la nouvelle stratégie postale mondiale qui sera présentée au Congrès postal universel.

Par
Rhéal LeBlanc

Illustration:
Ray Hegelbach

Au terme de quatre années au cours desquelles réunions, conférences et tables rondes régionales ont permis à toutes les parties prenantes du secteur postal mondial de peaufiner sa prochaine feuille de route quadriennale, les bases sont jetées pour moderniser et stimuler les services postaux dans le monde entier. Et faire face aux nombreux défis qui confrontent le secteur postal bercé par la mondialisation, la libéralisation des marchés, une concurrence acharnée, la percée des nouvelles technologies, des ressources divergentes et des inégalités régionales et nationales.

Si la Stratégie de Bucarest 2004 comptait cinq objectifs, la Stratégie postale de Nairobi (le nom a été conservé malgré la décision de tenir le Congrès de 2008 à Genève au lieu de Nairobi) en compte quatre. Sont-ils moins ambitieux? Au contraire, les nouveaux objectifs, reprenant globalement ceux de Bucarest mais étoffés et davantage focalisés sur 18 programmes, s'articulent autour de trois grands axes – l'interopérabilité des réseaux postaux, le développement et la gouvernance –, déjà clairement identifiés lors d'une conférence stratégique en 2006 à Doubaï. En outre, la mise en œuvre se fera selon une

approche régionale et comportera des indicateurs de performance clairement définis afin de suivre les réalisations ou les failles.

Selon Jean-Luc Dutordoit, président de l'équipe «stratégie de Nairobi», sous l'égide du groupe «planification stratégique», la stratégie permet à chaque région du monde de l'appliquer en fonction de sa configuration géographique, économique et sociale. «Le but final est le même pour tous, mais l'application de la stratégie peut différer selon la situation. Par exemple, le service universel en Belgique, en Russie ou au Mali, ce n'est pas tout à fait la même chose.»

Trop détaillée la stratégie? Pas assez? «Certains diront oui, d'autres non. Les choix qui ont été faits permettent toutes les ouvertures. On est dans une approche gagnant-gagnant. Cela ne sert à rien de sortir d'un processus où certains ont l'impression d'avoir perdu. Le but, c'est vraiment de stimuler tout le monde pour aller dans le bon sens avec les limites des uns et des autres sans qu'on sorte le marteau et la sanction», explique M. Dutordoit.

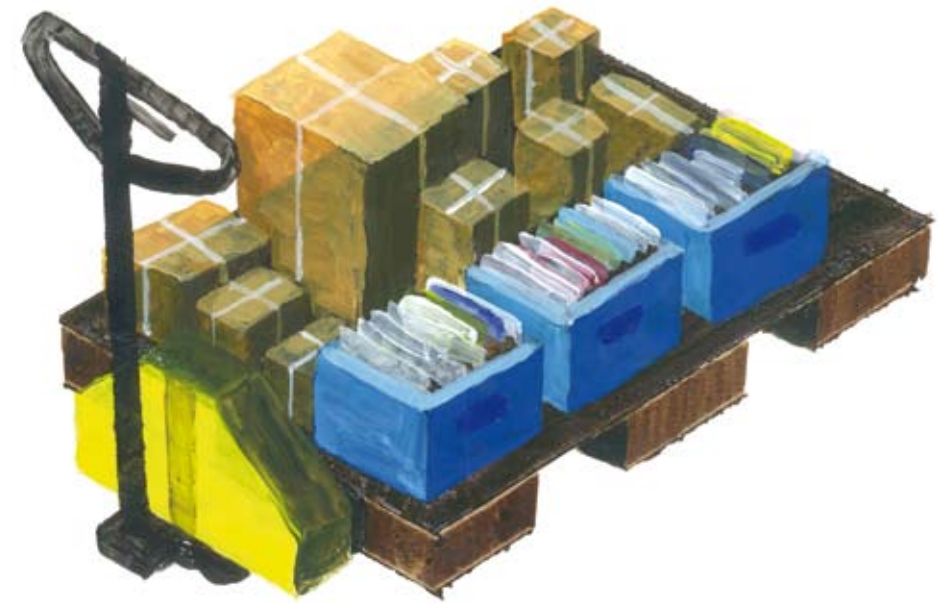
Outre améliorer l'interopérabilité, la qualité et l'efficacité du réseau postal mondial, stimuler un service postal universel adapté à l'environnement social, économique et technologique, promouvoir le développement durable du secteur postal et de son économie et favoriser la croissance des marchés et services postaux, le but ultime de la stratégie est clair: faire reconnaître le secteur postal comme composante essentielle de l'économie mondiale.

«Il faut conscientiser les décideurs sur le caractère essentiel de la poste, précise Pascal Clivaz, directeur des finances et de la planification stratégique au Bureau international. Il vient un moment, dans la phase économique d'un pays, où la poste est importante pour la communication, mais aussi pour le transport des personnes, les transferts d'argent et bien d'autres services. Il constitue une composante de cohésion sociale lorsqu'on pense à des services tels que le versement des pensions dans les zones rurales. Bref, on ferme la poste un jour et on paralyse la vie de bien des gens et des entreprises.»

Ce thème sera d'ailleurs au cœur du débat général qui donnera, le 25 juillet prochain, le ton au Congrès postal universel.

Approche régionale

Consultées notamment pour élaborer l'actuelle stratégie, les 17 unions restreintes de l'UPU partout dans le monde seront appelées à jouer un rôle clé dans sa mise en œuvre, suivant l'approche régionale préconisée par l'UPU depuis 2005 pour renforcer le réseau postal mondial. Cette approche a déjà porté ses fruits: une soixantaine de projets de réforme postale mis en route (voir article en page 16), plus de 130 pays-membres participant au contrôle continu de la qualité de service, et un dédoublement, en quelques petites années, du nombre de pays s'étant joints au réseau électronique de paiements postaux. En outre, à chacune des tables rondes régionales tenues en 2007 pour permettre à tous les acteurs du secteur postal mondial de réagir à l'ébauche de la stratégie, l'approche régionale a été soulignée comme étant un facteur clé de succès.



Les régions doivent pouvoir décider de leurs priorités, tout en contribuant à la réalisation de la stratégie mondiale. Si certaines régions placent la qualité de service au premier rang, d'autres font de la réforme postale ou du développement des services financiers leurs chevaux de bataille.

Rompre avec la croissance nominale zéro

Reste le financement. Comme l'a fait savoir à plusieurs reprises le directeur général Edouard Dayan, le principe de croissance nominale zéro, qui contraint l'organisation à œuvrer avec le même budget depuis 1997, constitue un obstacle pour l'UPU. Les défis sont grands et les projets ambitieux; les ressources nécessaires pour mener à bon port la stratégie doivent être revues.

Lors de la table ronde tenue en Martinique, en septembre dernier, Trinité-et-Tobago et la Barbade avaient exprimé des préoccupations par rapport à la croissance nominale zéro, tout comme la France. Ce qui était vu au départ comme une force «positive» (la capacité de fonctionner sans augmenter ses ressources financières) affaiblit aujourd'hui l'organisation, selon certains. Des

propositions seront présentées au Congrès afin de renverser la situation, permettant ainsi aux pays-membres de contribuer davantage au budget de l'Union s'ils le souhaitent, sans que cela n'ait d'incidence sur les contributions des autres membres. On proposera aussi que l'UPU dispose d'une plus grande souplesse pour financer des projets avec le secteur privé, mais toujours avec le souci de conserver la neutralité de l'organisation.

L'Organisation des Nations Unies pour l'éducation, les sciences et la culture, autre institution spécialisée des Nations Unies, a récemment vu le principe de croissance nominale zéro, qui s'appliquait aussi à elle depuis des années, retiré. L'UPU est désormais la dernière organisation onusienne à laquelle s'applique ce carcan. Cela laisserait entrevoir une possible percée pour l'UPU aussi, estime son directeur général. Mais seul le Congrès postal universel, par la volonté des pays-membres, en décidera.

Objectif 1 – Améliorer l’interopérabilité, la qualité et l’efficience du réseau postal tridimensionnel afin de mieux répondre aux besoins du marché et des clients

La bonne adresse

La qualité de service est la pierre angulaire de l’interconnexion entre réseaux. L’adressage précis des envois démontre la portée de cet enjeu.

.....
Par Jérôme Deutschmann
Manille, capitale des Philippines de 12 millions d’habitants: 1042 facteurs y distribuent le courrier et l’un d’entre eux se démarque, Floro Camote. Son talent: faciliter sa tournée pour que le courrier atteigne rapidement son destinataire. Sa méthode: attribuer des noms aux rues et des numéros aux maisons du bidonville qu’il dessert. La situation n’est pas idéale, mais, à sa façon, il met en place un système d’adressage et améliore la qualité de son travail.

Si les codes postaux de quatre chiffres existent aux Philippines depuis plus de vingt ans, leur gestion diffère d’une ville à l’autre. Philippine Postal Corporation devrait, d’ici à 2010, identifier de nouvelles zones de distribution, leur attribuer des codes postaux en adéquation avec les nouvelles réalités géographiques du pays et en conformité avec les normes de l’UPU.

Selon les données de l’UPU, une soixantaine de pays dans le monde sont dépourvus de codes postaux et plus d’une centaine ne dispose pas de politique d’adressage. Cette qualité, sans laquelle l’interconnexion entre réseaux ne peut fonctionner, constitue aujourd’hui l’un des principaux leviers de développement du secteur postal.

Fiabilité
Comment améliorer la qualité de service? La réponse la plus souvent avancée, tant par les opérateurs que par les clients: la fiabilité de l’adressage. Un bon adressage,

c’est, par exemple, libeller l’adresse le plus précisément possible et selon le cadre normatif de l’UPU.

Les envois mal adressés génèrent en effet un coût considérable. Il ressort d’une étude récente du Service postal des Etats-Unis (USPS) que 1,6 milliard d’envois ont été retournés à l’expéditeur, 2 milliards réacheminés et 6 milliards rejetés, soit près de 8 milliards d’envois n’ayant pas atteint leur destinataire. USPS dépense chaque année 1,8 milliard de dollars pour retraiter le courrier mal adressé.

Comment regagner la confiance des grands expéditeurs que sont les entreprises de publipostage, des services publics qui font appel aux messageries express et des clients qui s’adressent aux opérateurs privés? L’UPU recommande aux régulateurs et aux opérateurs de sensibiliser les gouvernements à la nécessité d’un adressage efficace pour renforcer leur économie. A ce titre, le Comité consultatif, avec la coopération d’autres partenaires de l’UPU, envisage d’organiser en 2009 un forum mondial sur l’adressage, annonce Joe Lubenow, spécialiste de l’adressage et membre de PostCom. «Tous les acteurs du secteur doivent être conscients des enjeux économiques d’un bon adressage.»

Normaliser l’adressage
Actuellement, les grands expéditeurs de courrier ne disposent pas de moyens fiables à l’échelle mondiale pour collecter des données sur l’échec de la distribution de leurs envois publicitaires. Le retour d’informations, quand il existe, est souvent long. Merry Law, editrice du *Guide to Worldwide Postal-Code and Address Formats* chez WorldVu, précise que «pour certains pays, l’expéditeur récupère ses envois avec un motif de non livraison alors que d’autres opérateurs lui facturent la non distribution. Il n’y a pas de règle en la matière; chaque pays a sa propre façon de procéder. Fournir aux spécialistes du publipostage une compilation des spécificités d’adressage par

pays dans son guide est une contribution aux efforts de l’UPU pour normaliser ce domaine».

L’UPU entend effectivement devenir la référence en matière d’adressage. Pour atteindre cet objectif, il faut promouvoir l’adressage comme facteur clé de croissance des économies des pays, notamment les moins avancés. Pour ce faire, son unité «adressage» conseille les opérateurs, analyse leurs besoins et encourage les gouvernements à faire de l’adressage un projet d’aménagement du territoire. En résumé, leur démontrer que des pans entiers de l’économie dépendent de la qualité de l’adresse.

La mise en place de l’adressage aux Emirats arabes unis est l’exemple de concertation réussie entre les différents acteurs économiques d’un pays qui pourrait faire école. Quatre partenaires – le gouvernement, les municipalités, des entreprises privées et la poste des Emirats – se sont entendus sur un découpage du territoire, des plans d’identification des zones, un système national de codes postaux, une méthode de dénomination des rues, de numérotation des habitations, le tout afin d’aboutir à la distribution du courrier à domicile et de gagner de nouvelles parts de marché.

Les services publics ont besoin de contacter les habitants. C’est en découpant les territoires et en établissant des plans détaillés d’urbanisation que les collectivités organisent leurs services et collectent les impôts. Attribuer un code postal à un bureau de poste ou à un point de distribution réduit le nombre de manipulations et, par conséquent, le coût du traitement du courrier. C’est un préalable à l’automatisation du tri.

«La performance du processus de distribution est liée au code postal, car il permet souvent de corriger les erreurs de lecture de la reconnaissance optique de caractères», déclare Essam Mohamed Al Saghir, responsable de l’automatisation à Emirates Post.

Secteur tertiaire compétitif et qualité de service vont également de pair pour Posta Uganda, qui en a fait son credo. Pour attirer les clients, il faut étendre la distribution à domicile. Les adresses incomplètes rendent l’acheminement aléatoire. Le tri, le traitement et la distribution en pâtissent. L’absence de cartographie informatisée ou de bases de données fiables pour vérifier les adresses ont un impact direct sur la croissance de l’activité des grands expéditeurs. Pour améliorer le contrôle du trafic et ses délais de distribution, la poste ougandaise, qui distribue principalement le courrier via un réseau de boîtes postales privées, a décidé de créer ses codes postaux. L’opérateur ougandais a formulé un projet financé par le Fonds pour l’amélioration de la qualité de service (FAQS)



Un adressage normalisé accélère la livraison et réduit les coûts de traitement et de distribution.

de l’UPU, dont le double objectif est de créer une base de données de codes postaux ainsi qu’un système d’adressage.

Un projet de ce type requiert l’analyse du contexte postal et géopolitique, le choix d’une codification et l’élaboration d’une norme d’adressage. Le FAQS finance les missions de consultants, la campagne de promotion, le logiciel abritant la base de données, divers équipements informatiques ainsi que la formation d’employés postaux. Les objectifs sont ambitieux: couvrir toutes les villes de plus de 25 000 habitants, faire passer la distribution à domicile de 3,2 % à 35 % et améliorer le traitement et le temps d’acheminement du courrier intérieur de 60 % des envois à J+1 dans la capitale et de 90 % des envois à J+3 pour le reste du pays.

Norme S42
Du courrier mal adressé a un impact direct sur les activités économiques d’un pays, compte tenu de la part croissante du commerce électronique et de la vente par correspondance dans de nombreux pays en développement. L’UPU fait aujourd’hui de la promotion des normes d’adressage internationales, telles que la norme S42 sur les composantes et les formats des adresses, son cheval de bataille.

Ruth Jones, qui préside le groupe de travail S42, rappelle les nombreux avantages que couvre l’application de cette norme. «Un adressage normalisé, c’est plus de précision, une livraison accélérée et des coûts réduits de traitement et de distribution. Tous les acteurs du commerce international en profitent. A ce jour, nous avons déjà les formats d’adresses normalisés pour 13 pays, et les opérateurs s’y intéressent de plus en plus.»

Ce qui laisse penser qu’un jour, Floro Camote, le facteur philippin, effectuera peut-être lui aussi sa tournée dans le bidonville selon des normes d’adressage internationales.

Le droit à la communication

La promotion du service postal universel reste au cœur de la mission de l’UPU consistant à assurer aux citoyens du monde entier l’accès aux services de communication de base.

Par Graeme Lee

Si la prestation du service postal universel constitue pour chaque pays-membre de l’UPU une obligation gouvernementale, chacun d’entre eux est libre de définir ce service comme bon lui semble. D’après la dernière étude de l’UPU, en l’état actuel des choses, quelque 137 pays ont défini le service postal universel et 64 % d’entre eux ont inclus des définitions officielles à leur législation nationale.

Il reste évidemment encore beaucoup à faire et les problèmes ne sont pas les mêmes d’une région à l’autre. Alors que les pays européens réfléchissent à la manière de financer le service postal universel dans un environnement libéralisé, les pays en développement, et particulièrement certains pays africains, ont des difficultés à mettre en place l’infrastructure de base nécessaire ou à réglementer correctement un marché peuplé de concurrents non accrédités qui empiètent sur le domaine réservé du prestataire du service universel.

Chaque pays doit déterminer la manière de fournir le service postal universel la plus adaptée pour lui. Mais certains pays prennent conscience que le fait de se concentrer sur les avantages concurrentiels d’une poste peut créer les conditions idéales qui leur permettront de remplir l’obligation découlant de leur adhésion au traité international de l’UPU.

Prenons l’exemple de la Syrie: avec un réseau reliant 400 bureaux de poste répartis sur l’ensemble du pays,

la poste syrienne possède un avantage certain par rapport à ses concurrents. Cependant, on estime que, malgré cet avantage, elle traite moins de la moitié du courrier intérieur. Ses principaux concurrents sont des compagnies d’autocars non tenues de fournir le service universel. Cette obligation de la part de l’opérateur doit-elle donc être considérée comme un fardeau ou comme un privilège?

La viabilité du réseau

Pour répondre à cette question, il est nécessaire de connaître le véritable coût de la prestation du service universel et la compensation accordée à la poste syrienne, notamment sous forme de services réservés ou d’autres services.

Un projet financé par le Programme des Nations Unies pour le développement (PNUD) a révélé que plus de la moitié des bureaux de poste syriens fonctionnaient à perte. Comme c’est le cas pour d’autres opérateurs, il est apparu que la majorité des bureaux de poste ruraux effectuaient un nombre relativement faible de transactions par jour. Une entreprise ayant adopté une orientation purement commerciale choisirait de fermer les bureaux déficitaires. Mais pour une entreprise postale soumise à l’obligation du service universel, la question ne se pose pas.

Alors comment assurer la viabilité de l’ensemble du réseau? La poste syrienne a réfléchi à un moyen d’augmenter les recettes des bureaux de poste rentables plutôt que de ceux qui fonctionnent à perte. En adoptant la devise «Penser comme un client, agir comme un concurrent», l’opérateur a compris qu’il avait bien plus à gagner du marché concurrentiel que du service universel en faisant partie. Cette nouvelle orientation lui permettra de gagner en force et en compétitivité et d’être mieux positionnée pour fournir le service universel sur l’ensemble du territoire national.



La poste syrienne a l’intention de développer 12 secteurs afin de proposer aux clients plus de produits et services et de faire du bureau de poste un élément central de la communauté.

«La prestation du service universel est l’un de nos principaux objectifs», explique son directeur général, Ahmad Saad, avant d’ajouter: «Pour atteindre au mieux cet objectif, nous devons diversifier notre gamme de produits et être compétitifs dans les secteurs les plus lucratifs du marché.»

Pour mieux comprendre les besoins de la clientèle, Syria Post a effectué une enquête auprès de 500 entreprises et 1000 clients privés et passé en revue les services proposés par ses concurrents. Résultats: la rapidité constitue le critère de sélection le plus important dans le choix d’un prestataire postal, alors que le coût est le moins important. Les concurrents ont été très bien évalués en termes de rapidité, d’horaires d’ouverture, d’innovation et de service à la clientèle. L’opérateur syrien, en revanche, a obtenu de très bonnes appréciations pour l’étendue de son réseau, sa couverture du territoire en termes de bureaux de poste et la fiabilité et la sécurité de ses services. Ces informations sont essentielles pour mieux comprendre les besoins de la clientèle et y répondre de manière plus adaptée.

Il s’est également avéré que les concurrents nationaux ne sont présents que dans les principales localités. Certains opérateurs plus modestes travaillent uniquement dans les trois plus grandes villes, à savoir Damas, Alep et Latakia. Les bureaux des entreprises concurrentes ferment à 22h, voire plus tard (les bureaux de poste ferment à 16h), et proposent généralement des services express de distribution le même jour entre les principales villes grâce à leurs réseaux d’autocars. Leurs clients, par contre, doivent retirer les envois aux bureaux.

Une approche plus agressive

«La poste syrienne devait abandonner son attitude passive sur le marché pour devenir plus agressive», explique Modammed Zakarya, directeur général adjoint des services postaux, à la poste syrienne. «Le marché évoluait

de manière indépendante, avec des concurrents qui suivaient les besoins des clients. Nous risquons de nous faire distancer.»

Un programme en quatre étapes a donc été adopté sur la base de la stratégie commerciale. Ce programme vise à améliorer l’exploitation et introduire les ventes et le marketing (étape 1), développer les produits (étape 2), fournir une plate-forme informatique (étape 3), et intégrer des produits afin de proposer aux clients un centre multiservices (étape 4), tout cela d’ici à 2012.

Le PNUD a également financé le développement d’une stratégie commerciale pour la poste en se concentrant sur la manière de permettre à l’opérateur postal de mieux rivaliser avec ses principaux concurrents. Cela impliquait notamment d’établir de meilleures relations avec les clients les plus importants en assurant la gestion des comptes, en revoyant les horaires d’ouverture des bureaux de poste dans les localités les plus importantes et en améliorant la vitesse d’acheminement des envois entre les principaux centres. En même temps, la poste syrienne a développé de nouveaux secteurs de produits afin de mieux exploiter les établissements postaux.

Il est essentiel pour le secteur postal national que l’opérateur assure le développement du marché en introduisant de nouveaux services et en favorisant l’innovation en matière de produit. Cette nouvelle orientation conduira à la création d’un marché plus sain et plus concurrentiel dans lequel la clientèle aura accès à une plus grande variété de services. Cela représentera en outre un avantage pour les clients aussi bien que pour les concurrents et permettra surtout de garantir la prestation du service universel sur l’ensemble du territoire syrien.

Penser réforme postale

Pour répondre aux défis d'un secteur postal poussé à la modernisation par l'évolution du marché, l'UPU préconise une approche globale.

Par
Laurent Widmer

Le cycle 2005 – 2008 de la politique de coopération au développement de l'UPU se termine sur une note positive. Près de 60 plans intégraux de réforme et de développement postal (PIDEP) ont été formulés. Remplaçant une approche uniquement axée sur la restructuration de l'opérateur postal public, ces plans nationaux concernent le secteur postal dans son ensemble et prennent particulièrement en compte le service postal universel ainsi que le cadre réglementaire et juridique.

Chaque PIDEP est lancé à la demande de l'autorité gouvernementale en charge du secteur, qui ensuite conduit la réforme. L'UPU, elle, s'occupe au début de former une équipe nationale, constituée de l'autorité ministérielle de tutelle, du régulateur, de l'opérateur, et de représentants des ministères concernés par les processus de réforme, tels que la planification et les finances.

«Pour que ça marche il faut l'engagement de toutes les parties», explique Rudy Cuadra, l'un des initiateurs de l'approche PIDEP à l'UPU. «Et il faut absolument obtenir l'engagement des pouvoirs publics pour appuyer la réforme, car eux seuls peuvent ensuite garantir un cadre convenable pour le développement durable du secteur postal».

Sur la soixantaine de PIDEP formulés, certains sont plus avancés que d'autres. En Afrique, notamment, on peine à trouver des financements. Dans de nombreux pays en développement, le marché postal était jusqu'à peu

inexistant, et les modifications du cadre réglementaire prennent du temps. «Il ne faut pas oublier que la plus grande réforme du secteur postal en Europe a été lancée au début des années 90 et n'est pas encore terminée dans toute l'Union. Il faut voir les PIDEP comme des bases solides pour des changements à long terme», relativise Rudy Cuadra.

L'exemple costaricain

Le Costa-Rica est un des premiers pays ayant bénéficié d'un PIDEP en 2005. Ce petit pays d'Amérique centrale, situé entre le Panama et le Nicaragua, compte 4,2 millions d'habitants. «Nous avions, avant la réforme, un marché postal où évoluaient plusieurs opérateurs informels aux services très divers et on notait une concentration géographique importante de l'offre autour de la capitale et dans trois des sept provinces», explique Rudy Cuadra. L'étude de marché a très vite démontré que les normes juridiques applicables au secteur postal étaient obsolètes, que les dispositions fixant les règles du secteur et les besoins relatifs aux services dans la société actuelle manquaient et que les concepts de régulation n'étaient pas à jour. Suite à ces études, le PIDEP exposait le besoin urgent de mettre en place un cadre juridique et institutionnel approprié pour le secteur postal afin d'offrir sur le marché les services appropriés. «Trois ans plus tard, le PIDEP costaricain est exécuté à 80 % et c'est l'un des plus avancés. Il a même survécu à un changement de gouvernement. Cela montre que c'est une très bonne approche», se réjouit Rudy Cuadra.

Les actions prioritaires pour organiser et développer l'opérateur ont très vite porté leurs fruits. Suite au constat établi par le PIDEP, l'Etat a demandé que le courrier des services publics et des entreprises lui appartenant soit acheminé par l'opérateur désigné, et non plus par les services eux-mêmes. Ces pratiques avaient affaibli l'opérateur désigné et porté préjudice au développement du service universel. Par ailleurs, la poste costaricaine a



Le PIDEP, une base solide pour des changements à long terme.

conclu un accord avec la poste brésilienne pour développer l'opérateur. Grâce à cette assistance coordonnée par l'UPU, en un an, tous les processus opérationnels de l'opérateur désigné ont été revus, la qualité de service augmentant dans plusieurs régions (de J+4 à J+1). Par l'intermédiaire du Fond pour l'amélioration de la qualité de service (FAQS), le Costa-Rica a été quadrillé afin de mettre en place un système moderne d'adressage permettant d'améliorer les services de distribution et de développer le courrier hybride. A part les financements du FAQS, le PIDEP du Costa-Rica a reçu des financements du gouvernement costaricain, de l'UPAEP et de la Banque de l'Amérique centrale pour l'intégration économique.

Instrument pour décrocher des fonds

«L'approche PIDEP est une bonne façon d'indiquer aux gouvernements et aux bailleurs potentiels que le secteur postal fait partie intégrante de l'infrastructure d'un pays et que le réseau postal, dans sa conception large, constitue un support précieux pour le développement économique d'un pays» relève Abdel Ilah Bousseta, directeur

de la coopération au développement du Bureau international. En plus de fonds gouvernementaux, différents PIDEP ont bénéficié d'autres sources de financement. Le Programme des Nations Unies pour le développement a financé une partie du PIDEP en Syrie, celui d'Azerbaïdjan a obtenu des fonds de la Banque mondiale pour le développement des services financiers et, au Panama, la Banque interaméricaine de développement et le secteur privé, dans le cadre du programme «Compite Panamá», a financé une grande partie des actions recommandées par le PIDEP pour le service postal universel et la réglementation.

Durant le cycle 2009 – 2012, l'UPU continuera d'assister les pays à mettre en œuvre leur PIDEP, à leur fournir des indicateurs afin de mesurer les progrès réalisés et à les aider dans la recherche de financement.

Une méthodologie éprouvée

Les PIDEP s'inscrivent dans les décisions prises par le Congrès de Bucarest 2004, plaçant la réforme institutionnelle et structurelle du secteur postal comme un domaine d'action prioritaire. «Une démarche d'assistance prenant en compte toutes les spécificités du secteur s'imposait. Avec les PIDEP, nous avons élaboré une véritable méthodologie, à même d'appréhender différentes situations et impliquant les acteurs clés du

secteur», relève Abdel Ilah Bousseta. Défini individuellement pour chaque pays, le PIDEP engage tous les acteurs du secteur postal au niveau national. Il est un levier pour les gouvernements désireux de lancer un processus de réforme postale structuré et de définir une politique sectorielle sur la base de réformes axées sur le service universel, la régulation et la modernisation de l'opérateur désigné.

Le courrier écolo

Grâce aux nouvelles technologies, les postes développent le marché postal et améliorent la qualité de service. Le courrier hybride en est un exemple probant.

Par
Dora Precup
et
Laurent Widmer

Rien de plus simple pour les entreprises que d'envoyer en format électronique des données qui seront par la suite converties en documents papier, mis sous pli et envoyés par un service postal proposant cette solution.

Dans les années 80 déjà, plusieurs opérateurs postaux avaient compris l'importance et le potentiel énorme du courrier hybride pour l'avenir de la poste. Depuis, le tout premier service électronique développé par les postes gagne en popularité. Et les pays en développement ne sont pas en reste. Les valeurs traditionnelles de la poste que sont la confiance et la portée du service postal, associées aux nouvelles compétences en matière de traitement numérique, constituent des atouts importants. En alliant documents papiers et électroniques, ce service permet aussi de prolonger la durée de vie des systèmes de traitement physique.

En Italie, le service de courrier hybride «Pt Postel» a été commercialisé pour la première fois en 1989. Ce système, comprenant des centres de gestion, de traitement du courrier ainsi que des partenariats avec d'autres sociétés, a permis au service postal d'Italie de contrecarrer le déclin du volume de courrier et de mieux répondre aux besoins des clients. Le taux de pénétration du courrier hybride en Italie augmente depuis 1991. A l'époque, il constituait 0,7 % du total des envois. En 2006, il est passé à 22 % pour le service intérieur et à 3 % pour le service international. Société du groupe Poste Italiane, Postel propose aujourd'hui une gamme plus vaste de services

de gestion de la communication entre entreprises et administrations publiques.

Face à une concurrence accrue, de plus en plus d'opérateurs postaux s'intéressent au courrier hybride. Dans le monde, 22 % des pays-membres de l'UPU offrent un service intérieur de courrier hybride et 13 % un service international. Ce service reste cependant encore marginal et ne représenterait globalement, selon les données modestes de l'UPU, que 0,8 % des lettres du service intérieur et 0,6 % du service international.

Mais pour Cobus Verster, responsable du commerce électronique à la poste sud-africaine, il n'y a pas de doute: «il suffit de lire les grands titres de l'actualité, qui ne parlent que de hausse du prix du pétrole et de catastrophes naturelles, pour comprendre que la réponse à ces défis, pour les opérateurs postaux, c'est le courrier hybride».

A ses débuts, le courrier hybride était parfois défini comme une externalisation de l'impression et de la production d'envois. Aujourd'hui, l'authentique courrier hybride va plus loin: les envois doivent être acheminés par voie électronique le plus près possible du destinataire, ce qui permet d'être plus rapide et d'utiliser moins de carburant. Routes, rails ou pistes d'atterrissages détruits: en temps de catastrophes, le courrier hybride permet d'éviter ces nouveaux obstacles en utilisant une liaison satellite pour envoyer des missives sous forme électronique et rétablir très rapidement l'offre de prestation, du moins pour les lettres.

Le projet «Courrier hybride mondial»
Pour contrecarrer le déclin du volume de courrier international d'une part, et permettre un échange de courrier hybride entre différents opérateurs de la planète d'autre part, l'UPU développe depuis quelques années un projet visant à développer le courrier hybride mondial. Fondé sur une norme commune permettant un échange

Le courrier hybride serait-il une réponse à des défis d'envergure mondiale comme la hausse du prix du pétrole?



électronique des données et des fichiers entre pays, ce projet a des objectifs précis, explique Debbie Spring, responsable du service de courrier hybride international à la poste australienne, qui dirige le groupe de l'UPU. «Notre défi est de raccorder les 191 pays-membres de l'UPU non seulement physiquement, mais aussi électriquement.»

Ce service étant plus souvent offert à l'intérieur d'un même pays, les volumes d'échanges outre-frontières sont encore très faibles. «Mais au niveau international, les trajets sont plus longs et, par conséquent, les avantages du courrier hybride sont les plus grands», ajoute-t-elle.

En avril 2007, une première étude de faisabilité technique du système hybride a testé avec succès l'envoi, l'impression et la distribution d'envois entre des pays-membres de la Coopérative télématique de l'UPU, dont le Botswana, la Finlande, l'Italie et les Etats-Unis. A terme, le projet de l'UPU mettra à disposition une interface assurant l'interopérabilité entre les différents systèmes nationaux de courrier hybride. L'UPU assurera alors la qualité de service, s'occupera des compensations et exercera un suivi général du système. Et peut-être qu'un jour il suffira de se rendre sur le site Internet de la poste de son pays pour envoyer une lettre à l'autre bout du monde, plus rapidement et plus écologiquement.

Un outil offert aussi dans les pays en développement
Baisse de la durée d'acheminement malgré une infrastructure peu robuste, développement de marchés, augmentation de la qualité de service: les pays en développement ont aussi compris les atouts du courrier hybride.

Le Maroc, par exemple, s'est doté d'un système lui permettant de produire 20 millions d'envois par mois. Il compte ainsi, avec ces nouvelles procédures, fournir à sa clientèle des services sur mesure. Un seul point d'entrée électronique à tout le réseau donne accès à des services comme l'impression et la mise sous pli des documents, le tri informatique, le regroupement et le publi-postage, la préparation, l'affranchissement, l'acheminement, la distribution et enfin la gestion des retours.

Le Botswana aussi vient de lancer un service semblable. «En offrant des solutions de courrier hybride aux entreprises de services publics, nous voulons garder ces volumes de courrier et les revenus qui en découlent au sein du réseau postal», explique Thapelo Kalake, chef des opérations à Botspost. «Nous imprimons actuellement à un seul endroit, mais nous allons bientôt passer à la prochaine phase et effectuer l'impression le plus près du point de distribution.»

«Je ne veux plus recevoir de papier...»

Recevoir son courrier, scanné, directement à l'écran de son ordinateur n'est plus réservé aux grandes entreprises. Les petites et moyennes entreprises, mais aussi les particuliers peuvent maintenant profiter de ce courrier hybride, dit «inversé».

Divers opérateurs postaux et firmes spécialisées proposent ce service. La société américaine Earth Class Mail, pour répondre aux exigences de communication d'un client vivant au 21^e siècle, a développé, il y a environ trois

ans, un service de courrier hybride. Les utilisateurs sont des personnes en déplacement ou ayant plusieurs domiciles, des expatriés, des détenteurs d'une boîte postale, des militaires et tous ceux qui veulent bannir le papier de leur vie. Une image de l'enveloppe reçue est téléchargée sur une plateforme Internet, et le client choisit ensuite, à distance, s'il veut que l'envoi soit scanné, faxé, gardé, dévié, détruit ou recyclé.

Soixante ans de coopération

L'UPU fête 60 ans en tant qu'institution spécialisée des Nations Unies. Retour sur un rôle qui lui permet d'être active sur les plus grands chantiers des Nations Unies.

A l'UPU pour présider la réunion biannuelle du Conseil des chefs de secrétariat des Nations Unies, en avril dernier, Ban Ki-moon a souligné cet anniversaire en rappelant l'importante contribution des services postaux aux efforts de développement dans le monde.

«Nous vivons une époque exaltante pour les Nations Unies, qui exige que nous nous surpassions pour être à la hauteur des espoirs que le monde a placés en nous, a déclaré le secrétaire général. L'UPU fait partie intégrante de tout cela car, à une époque où des centaines de millions de personnes ont quitté leur pays d'origine pour s'installer ailleurs et tiennent à rester en contact avec les leurs et à partager des ressources avec eux, les services postaux revêtent une importance particulière.»

Ban Ki-moon a par ailleurs mentionné l'action de l'UPU pour aider la communauté mondiale à réaliser les Objectifs du millénaire pour le développement.

Effectivement, qu'il s'agisse de réduction de la pauvreté, de sécurité mondiale, de développement, d'aide humanitaire ou encore d'aide au commerce, l'UPU, en prenant part aux réunions de coordination du système des Nations Unies, qui réunit les dirigeants de toutes les organisations et agences onusiennes, y compris l'Organisation mondiale du commerce (OMC), la Banque mondiale et le Fonds monétaire international, est au cœur des grands thèmes mondiaux et apporte sa pierre à l'édifice.

Le développement, comme l'a reconnu Ban Ki-moon, est un exemple précis. «La capacité des services postaux à faciliter la circulation de l'information, des marchandises et de l'argent peut apporter une aide précieuse à la croissance des petites entreprises dans les pays en développement et leur ouvrir la porte des marchés des pays industrialisés», a-t-il dit.

Un peu d'histoire

L'adhésion de l'UPU à l'Organisation des Nations Unies date du 1^{er} juillet 1948. Un accord, anticipé lors des réunions de Lake Success en 1946 et du Congrès de Paris en 1947, fut approuvé par un comité d'experts postaux des pays-membres sous l'égide du Conseil économique et social des Nations Unies. En adhérant aux Nations Unies, l'UPU s'engageait à respecter les principes de la Charte onusienne, à coordonner ses activités avec d'autres organismes internationaux et à participer aux réunions des Nations Unies.

En 1948, les premiers projets de collaboration entre l'UPU et les Nations Unies se limitèrent à l'échange d'information et de documentation et aux activités d'assistance technique. Depuis, ces relations se sont largement intensifiées et élargies.

Comme l'explique son directeur général Edouard Dayan, toutes les activités de l'UPU s'inscrivent de manière globale dans la politique onusienne.

Par
Dora Precup



«L'UPU est peut-être l'une des plus petites institutions spécialisées des Nations Unies, mais son travail est déterminant pour le succès de la grande mission de notre Organisation», a déclaré Ban Ki-moon au personnel du Bureau international lors de sa visite à l'UPU en avril dernier.

«La communication, que l'UPU facilite entre les peuples par un fonctionnement efficace des services postaux, comme en témoigne notre mission, est au cœur des efforts pour maintenir la paix, promouvoir la santé ou l'éducation, ou apporter l'aide humanitaire où le besoin se fait sentir. Au-delà des engagements juridiques prévus par l'accord et de sa participation aux conférences onusiennes, l'UPU s'est engagée dans des actions et projets concrets contribuant à la réalisation des objectifs d'ensemble de l'ONU, notamment des Objectifs du millénaire pour le développement.»

Selon Mauricio Rojas Cartín, directeur des relations internationales à la poste du Costa-Rica, l'UPU, en faisant partie de la famille onusienne, peut agir stratégiquement et influencer le changement. Grâce à ses relations avec les autorités gouvernementales, explique-t-il, d'importants projets de réforme postale peuvent être défendus et des projets de développement peuvent être plus facilement financés. Par ailleurs, les pays-membres profitent des bonnes relations de l'UPU avec d'autres organisations internationales s'occupant des douanes, du transport aérien international et des télécommunications, entre autres.

«Notre pays constitue un exemple concret. La réorganisation de l'opérateur postal public et son plan de modernisation, activités entreprises dans le cadre des lois nationales qui nous encouragent à travailler en coordination avec une institution des Nations Unies, n'auraient pas été possibles autrement», souligne M. Rojas Cartín.

Développement et assistance technique

Au cours des années, l'UPU a contribué à la reconstruction du service postal dans de nombreux pays dans le cadre de politiques nationales. C'est un rôle qu'elle assume encore pleinement aujourd'hui. A l'aide des conseillers régionaux sur le terrain, l'UPU informe le Programme des Nations Unies pour le développement (PNUD) sur les services postaux de différentes régions et leurs objectifs. Cette collaboration étroite, qui dure depuis les années 60, a permis de monter des projets de réforme postale partout dans le monde, de la Mongolie aux Maldives en passant par le Bhoutan, Sri Lanka et le Népal, pour ne nommer que quelques exemples. Par

ailleurs, l'UPU met à disposition des experts et propose des bourses de formation en faveur des agents postaux ainsi que du matériel postal d'enseignement.

En Afrique, continent avec le plus grand nombre de pays les moins avancés et dont l'UPU a fait une priorité, l'organisation consacre près de 40 % de son budget d'assistance technique. En outre, à l'aide du Fonds pour l'amélioration de la qualité de service (FAQS), une centaine de projets totalisant plus de neuf millions d'USD ont été financés en Afrique depuis 2001. Ceci dans le cadre d'une collaboration avec d'autres agences telles que la Banque mondiale, le PNUD et la Commission économique des Nations Unies pour l'Afrique.

Faire valoir le rôle du secteur postal

Au fil des ans, l'UPU a aussi fait valoir le rôle du secteur postal en tant que levier du développement économique et social en participant aux divers programmes et conférences des Nations Unies. En 2003 et 2005, lors des phases du Sommet mondial sur la société de l'information, ce rôle au sein de la société de l'information a été reconnu dans les plans d'action du Sommet, et l'UPU est un membre à part entière, avec d'autres organisations, de la ligne d'action établie pour développer le commerce électronique mondial.

Plus récemment, dans le cadre de l'initiative «Aide pour le commerce», de l'OMC, l'UPU a défendu l'accès local que procurent les réseaux postaux, pour des millions d'entreprises, notamment celles de taille petite et moyenne, à la logistique des échanges internationaux. Ces entreprises sont généralement reconnues comme des moteurs importants de l'économie régionale, nationale et, de plus en plus, mondiale, grâce aux nouvelles technologies et à l'interconnexion des réseaux.

Pour M. Rojas Cartín, le caractère onusien de l'UPU confère davantage de légitimité à ses décisions et projets. «De par son rôle de premier plan au sein des organisations internationales, l'UPU contribue à ce que nos pays puissent absorber plus facilement les changements nécessaires à l'amélioration de la qualité des services postaux universels.»

Comment le secteur postal contribue-t-il concrètement aux grandes missions de l'ONU?

Santé

L'UPU examina maintes fois les conditions de transport des objets dangereux via son réseau international et adopta les règlements postaux pertinents. C'est en 1952 que l'UPU collabore pour la première fois avec l'Organisation mondiale de la santé afin d'examiner les conditions de transport d'échantillons biologiques pathogènes par la poste. En 1999, un accord prévoit la création d'emballages sécurisés pour transporter les échantillons biologiques périssables et l'élaboration de programmes d'information sur les produits dangereux dans toutes les postes. En 2005, un nouveau règlement permettant l'échange par courrier des échantillons aux fins de la recherche biomédicale et génétique entre en vigueur.

De nombreuses postes ont mis en place des mesures de protection du personnel traitant le courrier ou entrepris des actions au service de la population. Par exemple, la poste hongroise propose un service mobile et gratuit de dépistage du cancer du sein, et les facteurs brésiliens informent les nouvelles mères sur les bienfaits de l'allaitement maternel pendant leurs tournées et distribuent des médicaments. Plusieurs offices postaux, comme en Afrique du Sud, au Cap-Vert, au Kenya et à Madagascar, affichent des panneaux d'information sur le sida ou le paludisme. La poste allemande aussi lutte contre le sida en s'associant aux organisations du secteur privé. Elle est le premier opérateur postal à contribuer aux actions et aux programmes de la Coalition mondiale des entreprises contre le sida.

Développement économique

Le secteur postal a un impact considérable sur l'évolution économique et sociale des pays. Il procure une gamme de services qui stimulent l'économie. La distribution des marchandises commandées par téléphone, par catalogue ou par Internet, par exemple, assure d'importants revenus aux millions d'entreprises dans le monde. Mais encore faut-il que le réseau postal assure.

Par son assistance en matière de réforme postale, son système de financement et la mise en œuvre des projets intégrés pluriannuels, l'UPU aide ses pays-membres à développer ou à renforcer leur réseau postal. Depuis 2005, six nouveaux plans de développement régionaux (PDR) harmonisent les activités et structurent leur financement dans les grandes régions du monde. Résultat: meilleure allocation des budgets, création de synergies entre les différents partenaires actifs dans une région particulière et efficacité du rendement. Pour preuve,

32 % des 4,4 millions de CHF nécessaires pour financer les projets issus des PDR proviennent de partenaires externes. Par ailleurs, l'UPU, avec le concours des unions restreintes régionales, lance de nombreuses actions de formation pour développer les marchés postaux, comme le publipostage, le service EMS ou les colis.

Réduction de la pauvreté

Un réseau postal solide et bien structuré contribue au développement du commerce et au gagne-pain des particuliers et entreprises. Avec plus de cinq millions d'employés postaux dans le monde – jusqu'à 10 millions si on y inclut tous ceux et celles qui œuvrent dans des domaines associés – le secteur postal est l'un des principaux employeurs dans le monde. En outre, le montant des transferts d'argent envoyés à l'échelle mondiale par des réseaux officiels se chiffre à plus de 200 milliards d'USD. Ils constituent, comme moyen de financement externe, la deuxième source d'investissement direct à l'étranger. Pour cette raison, l'UPU consacre de nombreux efforts au développement des services électroniques de transferts d'argent sécurisés et fiables par voie postale, pour moderniser le plus que centenaire mandat de poste papier devenu obsolète.

Environnement et développement durable

L'UPU sensibilise ses pays-membres à la protection de l'environnement et promeut la responsabilité sociale auprès des acteurs postaux. Plusieurs opérateurs postaux mènent des activités plus respectueuses de l'environnement et ont développé des politiques de préservation de l'environnement dotées de programmes de recyclage, d'acquisition de véhicules propres, de gestion des déchets et d'utilisation des carburants de remplacement. Par le biais d'un accord signé en avril 2008, le Programme des Nations Unies pour l'environnement (PNUE) et l'UPU collaboreront afin de réduire les émissions de CO₂ générées par le secteur postal. Le PNUE apportera son expertise pour calculer le volume des émissions de gaz à effets de serre généré et mesurer l'efficacité d'un éventail de solutions qui seront proposées aux opérateurs postaux pour réduire ces émissions. Membre du groupe de gestion des questions environnementales des Nations Unies, l'UPU dispose d'un réseau mondial de correspondants au sein de ses pays-membres afin de sensibiliser les acteurs du secteur postal à l'importance d'adopter des mesures écologiques et de partager les pratiques exemplaires.

Accès à l'éducation

L'UPU collabore avec l'Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture (UNESCO) depuis 1955. Objectif: faciliter la communication sociale, culturelle et commerciale entre les pays à travers le système postal universel, faciliter la diffusion de l'écrit et développer l'information et l'instruction en général. Dans de nombreux pays, les livres et les périodiques sont distribués via le réseau postal. En Mongolie, par exemple, plus de 15 millions de journaux circulent par voie postale, et la poste brésilienne distribue des millions de livres scolaires chaque année. De même, la poste du Bénin a envisagé des services de vente de matériel scolaire dans les bureaux situés dans des zones où de tels produits ne sont pas disponibles.

Par ailleurs, l'UPU organise depuis 37 ans un concours international de compositions épistolaires pour jeunes. L'UNESCO constitue le jury chargé de sélectionner les lauréats. Dans les centres de formation postale, l'UPU offre aussi des programmes et bourses aux agents postaux des pays en développement. TRAINPOST, son système de formation en ligne, fournit aux centres de formation les informations et la documentation nécessaires à la formation du personnel.

Aide humanitaire

Tsunamis en Asie du sud, ouragans à Grenade, au Salvador et au Guatemala, inondations en Roumanie, séismes au Pakistan et en Indonésie, guerre en Iraq et au Libéria: depuis 2004, l'UPU a apporté son soutien à une douzaine de pays frappés par des catastrophes naturelles ou la guerre. Des projets de plusieurs centaines de milliers de CHF ont permis aux postes des pays touchés de remplacer l'équipement détruit ou endommagé pour assurer un service postal viable. Par solidarité, de nombreux pays ont répondu aux appels de l'UPU pour une aide financière ou technique.

Collaborations fructueuses

Au fil des ans, l'UPU a établi des relations de travail avec nombre d'organisations onusiennes ou internationales. Entre autres, elle...

- travaille avec l'Organisation internationale pour les migrations afin d'améliorer les services de transferts d'argent par la poste
- s'associe à l'Union internationale des télécommunications pour amener les nouvelles technologies dans les bureaux de poste afin de donner aux citoyens un accès privilégié à la société de l'information
- élabore avec le soutien de l'Organisation internationale de normalisation des normes internationales d'intérêt commun
- promeut le rôle de l'infrastructure postale au sein du commerce mondial en faisant partie de l'initiative «Aide pour le commerce» de l'Organisation mondiale du commerce.
- améliore les procédures de dédouanement du courrier international en travaillant étroitement avec l'Organisation mondiale des douanes
- travaille avec l'Association internationale du transport aérien pour faciliter la distribution du courrier à l'international
- collabore avec l'Office des Nations Unies contre la drogue et le crime afin de lutter contre le trafic des stupéfiants et le blanchiment d'argent par voie postale.
- obtient du Programme des Nations Unies pour le développement un soutien à sa politique de coopération et à la gestion du programme Jeune expert associé des Nations Unies
- collabore avec l'Administration postale des Nations Unies sur des émissions philatéliques (timbre sur le courrier humanitaire en 2007)
- participe aux instances onusiennes de coordination, dont le Comité de haut niveau sur la gestion, qui discute des questions liées aux finances et aux ressources humaines, et celui sur les programmes



Un réseau postal omniprésent

Par
Rhéal LeBlanc

S'il est une poste qui mise gros sur les nouvelles technologies pour assurer son avenir, c'est bien Korea Post, explique son président, Kyung-won Jung.

Dans le futur, les Sud-Coréens pourront choisir leur repas à l'aide d'un écran se trouvant sur leur réfrigérateur. En effet, le dispositif intégré identifiera le contenu du réfrigérateur et proposera une recette adaptée, et même un vin. Et si ce dernier n'est pas en stock, l'utilisateur aura tout simplement la possibilité de le commander en appuyant sur un bouton. Contrairement à ce que l'on pourrait penser, le livreur ne sera pas le propriétaire de l'épicerie du coin, mais un employé de la poste.

Bien que la République de Corée soit un pays en développement, son service postal est largement reconnu pour son savoir-faire et son utilisation des nouvelles technologies. Comptant parmi les services publics les plus respectés du pays, Korea Post fait partie intégrante d'une stratégie nationale visant à créer une société omniprésente dans laquelle l'interconnexion de différents services sociaux, dont le service postal, faciliterait la vie des gens et la rendrait plus agréable.

Les nouvelles technologies ont également permis à Korea Post de pallier à la baisse des volumes de courrier physique, qui ont, après le ralentissement de 2003, connu depuis 2006 une augmentation pouvant atteindre 2 %.

Le président de Korea Post, Kyung-won Jung, explique comment ces résultats ont pu être atteints et dévoile ce que l'avenir réserve aux usagers de la poste coréenne.

Comment Korea Post utilise-t-elle les nouvelles technologies pour améliorer les services postaux et quelle est votre stratégie à long terme?

Kyung-won Jung Depuis la création de Korea Post en 2000, l'utilisation des technologies de l'information et de la communication (TIC) afin de générer des innovations pour les services postaux est au cœur de nos plans stratégiques. Actuellement, nos objectifs à moyen et à long terme concernent u-Post, que nous mettons en œuvre depuis 2007.

Avec le développement du commerce électronique, nous avons compris la nécessité d'améliorer et d'automatiser nos processus internes. Nous avons donc mis en place le système PostNet, auquel sont connectés tous les bureaux de poste et centres de traitement du courrier. Ce système permet de collecter et d'échanger des données en interne et constitue la base d'un grand nombre d'autres systèmes

utilisés pour nos activités de logistique, notre bureau de poste en ligne (ePost) et les services ayant une orientation stratégique tels que la distribution et la collecte à domicile et le service de courrier express (EMS).

L'utilisation des nouvelles technologies nous a permis de renforcer notre compétitivité en gérant mieux les flux de travail, en mettant en œuvre des activités de logistique, dans le cadre desquelles nous gérons, pour le compte de grandes entreprises, les commandes et livraisons de produits commandés en ligne, et en assurant une meilleure commercialisation de nos services. En adoptant une approche de gestion des relations clientèle, nous suivons l'évolution des tendances de consommation et alimentons en permanence notre base de données de gestion de la clientèle, que nous exploitons pour commercialiser nos services et produits auprès de groupes de consommateurs ciblés dans plusieurs régions du pays.

De plus, nous utilisons un système de contrôle de la qualité afin de mieux suivre les flux postaux et les véhicules en temps réel. Nous élaborons également un système de collecte automatique des informations concernant les arrivées et départs de courrier en nous appuyant sur la technologie d'identification par radiofréquence (RFID).

Parlez-nous de u-Post, le bureau de poste omniprésent.
u-Post représente l'avenir du secteur postal en Corée, où les meilleurs services postaux possibles seront accessibles facilement, à tout moment et en tout lieu.

Tous les changements introduits jusqu'à présent et ceux que nous introduirons dans le futur constituent une base pour mettre en place u-Post d'ici à 2011. Lorsque le service sera pleinement opérationnel, les clients pourront utiliser leurs téléphones mobiles pour accéder à certaines prestations, telles que les services d'expédition du courrier ou de suivi de l'acheminement en temps réel. Nous continuerons à nous appuyer sur la meilleure technologie pour mettre en œuvre u-Post. C'est pourquoi nous avons introduit la technologie RFID dans nos processus et distribué des assistants personnels numériques sans fil à nos employés afin de faciliter les processus de travail en temps réel et de construire le PostNet de nouvelle génération.

De nombreuses postes s'intéressent de près à la technologie RFID pour améliorer la qualité de leurs services. Comment Korea Post exploite-t-elle cette technologie?
Nous étudions la technologie RFID depuis 2002. En 2006 et 2007, nous l'utilisions déjà pour suivre l'expédition et l'arrivée des palettes de courrier et contrôler les conteurs. Enfin, nous avons réalisé un test pilote ciblant trois centres de traitement du courrier.

A partir de cette année, nous prévoyons d'appliquer cette technologie aux conteneurs dans tous

nos centres de traitement du courrier. De plus, 20 lecteurs RFID seront installés dans chaque centre de traitement et quelque 600 lecteurs et 40 000 étiquettes RFID seront utilisés sur l'ensemble du territoire. D'ici à juillet 2009, nous commencerons les installations dans tous les centres de traitement.

Nous continuerons à suivre les évolutions technologiques et les tendances en matière de prix pour les étiquettes RFID, particulièrement lorsque nous appliquerons cette technologie à des envois postaux isolés tels que les paquets.

Grâce aux nouvelles technologies, Korea Post a pu pallier à la baisse des volumes de courrier physique et vu la demande de services express et de colis exploser depuis 2000. Quelle est la clé de votre succès?
Les services de messagerie et de facturation électronique remplacent peu à peu la poste aux lettres. Les volumes globaux de courrier ainsi que nos revenus ont progressivement chuté après avoir atteint des sommets en 2002. Pour faire face à ce phénomène, nous avons décidé d'augmenter les ventes de paquets et d'envois EMS tout en diversifiant les points d'admission du courrier.

Les services de livraison et de collecte du courrier à domicile et le service EMS sont devenus le pilier de notre orientation stratégique et nous avons renforcé la commercialisation de nos produits pour pallier au déclin des ventes provoqué par la baisse des volumes de courrier. La percée du commerce électronique que nous a également poussés à développer et à élargir nos activités de logistique et à mettre en place le système ePost, qui permet aux clients d'envoyer du courrier en ligne.

Depuis l'introduction du système postal moderne en Corée, les services de paquets sont une composante du service postal universel, comme les lettres. Notre service de distribution à domicile a été mis en place il y a plusieurs années afin de

répondre aux besoins de la clientèle, en constante évolution avec le développement du commerce électronique et des achats en ligne. Ce service, lancé en août 1999, a marqué le début d'une nouvelle ère pour les services postaux.

Nos services EMS et de paquets doivent leur succès au principe de livraison et de collecte à domicile, particulièrement pratique pour les petites et moyennes entreprises.

Depuis le lancement de ce service, nous avons établi un réseau qui relie entre eux 3600 bureaux de poste des zones urbaines et rurales du pays.

En plus de proposer des tarifs avantageux aux gros expéditeurs, EMS comporte également un service de suivi et de localisation en ligne. Aujourd'hui, Korea Post, de même que d'autres membres du groupe Kahala, qui inclut notamment les Etats-Unis, la Chine, le Japon, l'Australie et Hong Kong, propose un service de distribution des envois EMS garanti, ce qui a permis d'augmenter considérablement la confiance de la clientèle.

Quels services sont accessibles via e-Post?
Depuis 2000, e-Post propose à 34 millions d'internautes plus de 25 services en ligne. Certains, tels que le suivi, la localisation ou encore le courrier électronique, sont gratuits. Au centre commercial en ligne, les clients peuvent acheter des spécialités régionales issues de l'agriculture, de la pêche ou de l'élevage et les faire livrer aussi bien en République de Corée qu'à l'étranger. En outre, les clients peuvent vendre et acheter des articles en ligne, de manière sécurisée, comme sur eBay. Nous proposons également un service de courrier hybride (par exemple, cartes de vœux et de condoléance) et vendons des timbres. Les commandes acceptées en ligne sont envoyées aux bureaux de poste ou à des organismes extérieurs chargés de l'impression des documents puis de leur distribution au destinataire.

«Chaque opérateur désigné doit s'employer à réduire l'écart technologique et à améliorer le service de courrier international.»

e-Post offre également un libre-service de picture card et un portemonnaie électronique très pratique pour régler de petites sommes.

Tous ces services ont considérablement renforcé notre image en tant qu'entreprise de commerce électronique et contribuent au développement de l'économie régionale et nationale. Le centre commercial en ligne nous a permis de générer des revenus de 54 millions d'USD en 2006.

Quels autres secteurs d'activité avez-vous développés en améliorant vos processus et en utilisant la technologie?
Nous avons développé, entre autres, le courrier hybride, la certification électronique, les timbres-poste électroniques et le publipostage.

Dans le cas du courrier hybride, les bureaux de poste transforment des données électroniques en documents papier faisant l'objet d'une livraison physique. Ce système est particulièrement efficace pour le publipostage. En Corée, les entreprises d'impression génèrent les envois de publipostage principalement via la poste, alors que les coursiers privés sont dominants pour la distribution de catalogues et pour d'autres services. Nous utilisons les installations d'impression modernes de sous-traitants basés dans huit provinces différentes.

Mais notre objectif final est

d'appliquer les services en ligne au processus dans son ensemble, en fournissant un service efficace et de qualité, de l'admission du courrier à la distribution en ligne.

Notre service de certification électronique est l'un des moyens de communication les plus sûrs puisque Korea Post peut garantir l'authenticité des documents électroniques envoyés.

Technologiquement, Korea Post progresse très rapidement. Ne craignez-vous pas qu'une interconnexion insuffisante des autres services postaux du monde affecte votre propre capacité à répondre aux besoins des clients internationaux?

En général, la distribution de bout en bout du courrier international dépend de l'infrastructure postale des pays. Prenons l'exemple d'un pays possédant une bonne infrastructure postale et pouvant acheminer le courrier vers un pays de destination en un à deux jours. Si le pays de destination met cinq à sept jours de plus pour distribuer le courrier concerné au destinataire, les normes ne sont pas respectées.

Cela montre qu'il existe un écart marqué entre les pays quant à leur usage des technologies de l'information pour fournir des services postaux efficaces.

En plus de permettre un suivi et une localisation efficaces des envois postaux, les réseaux inter-

connectés permettent aux opérateurs d'échanger des données douanières, de créer des envois de publipostage destinés à des pays étrangers au moyen du courrier hybride, d'échanger des informations concernant le courrier international pour le règlement des frais terminaux, d'identifier les défaillances du service de courrier international et, enfin, de créer un réseau unique pour la distribution garantie. Avec l'ouverture du marché postal, les opérateurs postaux attendent leurs activités à l'étranger. C'est pourquoi l'interconnexion des services postaux à l'échelle mondiale est plus importante que jamais.

Chaque opérateur désigné doit s'employer à réduire l'écart technologique et à améliorer le service de courrier international. A l'heure où le marché postal se mondialise et devient de plus en plus concurrentiel, les opérateurs doivent fournir de nouveaux services postaux répondant aux besoins de la clientèle. En fin de compte, une interconnexion insuffisante des réseaux nuit grandement à la concurrence sur le marché. Cela devient même une question de survie.

Dans ce contexte, tous les opérateurs postaux ainsi que l'UPU doivent s'efforcer d'assurer une meilleure interconnexion, non seulement pour survivre sur un marché concurrentiel, mais aussi pour créer une situation avantageuse pour toutes les parties.



L'un des objectifs de l'UPU est d'améliorer l'interconnexion des réseaux postaux dans le monde. En quoi le savoir-faire de Korea Post pourrait contribuer à la réalisation de cet objectif?

Nous continuons à collaborer avec les industries, les universités et le gouvernement afin d'acquérir une expérience et un savoir-faire en matière d'utilisation des technologies de l'information dans le secteur postal. Nous avons demandé à l'Institut de recherche en électronique et télécommunication, une organisation gouvernementale de recherche coréenne, de développer la technologie dont nous avons besoin. Ensuite, des entreprises spécialisées dans la technologie de l'information ont produit les machines ou équipements nécessaires, que nous avons ensuite achetés pour nos bureaux de poste.

A ce jour, le savoir-faire acquis au cours de telles expériences de collaboration a fait de Korea Post une référence pour les autres postes du monde. Et lorsque d'autres pays

s'intéressent à notre technologie unique, les entreprises l'ayant développée ou produite sont disponibles pour fournir plus d'informations.

A mon avis, l'interconnexion d'un réseau postal mondial ne peut être réalisée que sur la base de la confiance mutuelle et de la coopération. L'interconnexion crée des synergies lorsque des organisations internationales comme l'UPU établissent des normes communes et un calendrier précis pour les appliquer.

Nous sommes prêts à participer à toutes les activités et développements technologiques de l'UPU qui nous permettront de partager notre expérience et notre savoir-faire. Nous enverrons également des experts et fournirons des éléments de comparaison lorsque cela sera nécessaire.

Votre stratégie et vision de la poste du futur changeront-elles le concept de service postal universel en Corée?

Nous nous préparons à réviser la

législation postale protégeant les droits des usagers de la poste, mais respecterons les principes de service universel, sur la base des recommandations de l'UPU et d'autres cas étudiés. En République de Corée, le principe du service universel s'appliquera aux envois de la poste aux lettres d'un poids inférieur à 2 kg, aux colis pesant moins de 20 kg et au courrier recommandé. Mais la fréquence de collecte et de distribution du courrier, de même que les normes de distribution et les conditions de prestations appliquées, pourraient changer en fonction de notre stratégie et de notre vision.

Que devraient ou non faire les postes lorsqu'elles adoptent de nouvelles technologies pour conserver leur part de marché, augmenter leurs revenus et s'ouvrir à la société de l'information?
De nombreuses administrations postales s'efforcent d'élaborer et de mettre en œuvre des stratégies pour faire face à l'évolution rapide

.....
Carte d'identité de Korea Post

Nombre de bureaux de poste	3 581
Nombre total d'employés	43 270 (dont 15 433 transporteurs de courrier)
Volume de courrier	4,8 milliards d'envois
Colis et EMS	115,7 millions d'envois
Demandes de suivi	205 millions
Degré de satisfaction de la clientèle de Korea Post:	
Classée première du secteur public neuf ans d'affilée	
Service de distribution à domicile des colis:	
Classée première pendant quatre années consécutives	

du paysage postal. Je recommande à ceux qui souhaitent faire meilleur usage des nouvelles technologies d'adopter une approche globale et de partager le besoin d'utiliser ces technologies avec d'autres postes. De même, les employés doivent comprendre que le fait d'avoir une approche du service à la clientèle via Internet est un moyen stratégique d'améliorer considérablement les processus internes, de favoriser l'innovation, d'augmenter la satisfaction des clients et de générer de nouveaux revenus. Les nouvelles technologies ne sont pas seulement un substitut du réseau postal physique.

Toutes les postes doivent tenir compte de l'environnement général dans lequel elles évoluent. Elles doivent s'efforcer d'identifier les éventuels problèmes et améliorations à apporter pour répondre aux besoins de la clientèle et comprendre les tendances concurrentielles du marché et les politiques de développement des technologies de l'information.

Les opérateurs postaux devraient s'observer entre eux. Mais effectuer des comparaisons ne suffit pas, car apprendre des motivations et facteurs de réussite cachés derrière les évolutions technologiques est une chose, mais appliquer les mêmes principes à son propre environnement en est une autre.

De même, les postes, lorsqu'elles introduisent de nouvelles technologies, devraient tenir compte de leur situation. En effet, dans de nombreux cas, il est difficile pour elles d'adopter de nouvelles technologies du fait de leur environnement particulier. Ignorer ces facteurs et introduire des nouvelles technologies à la va-vite conduirait à l'échec puisque les solutions adoptées ne seraient pas adéquates. Ce serait comme si une personne portait des vêtements qui ne lui vont pas.

Les dirigeants doivent parfaitement comprendre la nécessité de changer, et une gestion efficace requiert de solides compétences de chef et beaucoup de conviction, des qualités essentielles qui leur permettront de nous aider en cas de difficultés.

Korea Post soutient activement les activités de l'UPU. Quel rôle estimez-vous jouer sur la scène internationale? Et comment les services postaux pourraient-ils mieux coopérer pour apporter des améliorations majeures au service?
Depuis le Congrès de Séoul en 1994, nous avons participé à de nombreuses activités de l'UPU, en tant que membre du Conseil d'exploitation postale (CEP) et du Conseil d'administration (CA), et avons souvent envoyé des experts ou apporté un soutien financier

pour la réalisation de projets importants.

Nous avons permis à d'autres pays d'utiliser une partie de nos ressources au titre du Fonds pour l'amélioration de la qualité de service pour des projets particuliers. Nous avons également fourni à des pays sinistrés des ressources issues du fonds afin de les aider à reconstruire leur infrastructure postale.

En outre, nous nous sommes engagés à entreprendre différentes activités en coopération avec l'Union postale de l'Asie et du Pacifique (APPU). Nous avons envoyé des consultants, invité des personnes à participer à des cours de formation organisés par l'Ecole des postes de l'APPU et organisé des visites des installations postales coréennes. Nous poursuivrons les activités entreprises conjointement avec l'UPU et l'APPU.

Travailler ensemble à l'amélioration des services postaux demande un fort sens de la communauté. Lors du 24^e Congrès postal universel, les pays-membres adopteront la prochaine stratégie postale mondiale, qui définira une orientation pour les quatre prochaines années. Une fois la stratégie adoptée, tous devraient se joindre aux efforts déployés par la communauté. Pour moi, ce sens de la communauté est essentiel pour améliorer le réseau postal mondial.



Bureau de poste mobile dans la province de Sichuan.



D'un bureau de poste dans le comté de Yingxiu il ne reste que des ruines.

Le 12 mai dernier, la Chine a vécu l'une des catastrophes naturelles les plus meurtrières de ces 30 dernières années.

L'Asie de nouveau meurtrie

Par
Jérôme
Deutschmann

Les chiffres parlent d'eux-mêmes: un tremblement de terre de magnitude 8 sur l'échelle de Richter, secouant la province du Sichuan et causant la mort de plus de 87 000 personnes, blessant plus de 373 000 autres et faisant quelque 5 millions de sans-abri.

Au nombre des victimes, la communauté postale paie un lourd tribut: 17 morts, 141 blessés et 38 portés disparus. Les dégâts matériels sont aussi considérables: le seul opérateur China Post totalise 38 bureaux de postes complètement détruits contre 168 partiellement sinistrés. De plus, 60 véhicules et plus de 3 000 équipements ont été endommagés.

Au lendemain de la catastrophe, un comité de secours aux sinistrés organisant l'aide d'urgence a été créé par le State Post Bureau, l'agence gouvernementale chinoise en charge du secteur postal. Il s'agissait dans un premier temps de porter secours aux employés postaux et à leurs familles victimes du séisme. Les rescapés des répliques sismiques et des inondations causées par les débordements des lacs et les fissures des barrages ont été mis à l'abri. Les employés postaux sont venus en aide à leurs collègues en leur apportant réconfort, matériel de première nécessité et eau potable; les véhicules postaux ont eux été réquisitionnés pour transporter les blessés.

Aux mesures matérielles d'urgence, les autorités postales ont élaboré un plan de remise en état des installations.

Les dégâts logistiques sont importants: 55 bureaux de poste sont fermés, mais 22 bureaux de poste dans les zones sérieusement touchées ont néanmoins repris leurs activités. Sous l'égide du ministère du transport, des containers, des tentes et des installations préfabriquées font désormais office de bureaux de poste provisoires pour fournir les services de base. La distribution du courrier est interrompue dans 95 villes et villages. Compte tenu de l'ampleur des dégâts, le State Post Bureau a demandé au gouvernement 785 maisons mobiles. Par ailleurs, la restauration des infrastructures postales devrait être inscrite au rang des priorités du plan national de reconstruction.

Solidarité nationale et internationale

Une vague de dons sans précédent caractérise la solidarité du peuple chinois envers les victimes des séismes. Les dons versés par les entreprises postales s'élevaient à 10 millions d'USD, dont 3 millions provenant des employés postaux. Une centaine de générateurs, des tentes et des tonnes de vivres ont été envoyés aux victimes.

L'ensemble du secteur a répondu à l'appel: China Post Ningxia a offert 10 camions à sa filiale située à Sichuan. China Post Logistics a transféré cinq wagons couverts de huit tonnes pour le transport de matériel de secours et China Post a envoyé 30 véhicules destinés au transport du courrier.



Bureau de poste temporaire monté en hâte.



Bureau de poste dans le comté de Dujiangyan.

Les entreprises de messagerie express ont mis la main à la poche. SF Express a donné 1,3 million d'USD. ZJS Express a prêté ses véhicules de transport. Les trois unités chinoises de DHL (Sinotrans, Global Forwarding et Exel Supply Chain) ont fait un don de 145 000 USD aux victimes. FedEx Suisse a transporté gratuitement une centaine de terminaux satellites pour rétablir les liaisons de communication, opération organisée par l'Union internationale des télécommunications. D'autres avions-cargo transportant des tonnes de vivres et de médicaments sont partis des Etats-Unis et d'Hong Kong. UPS a quant à elle transporté plus de 10 000 tentes, 1100 lits de camps et du matériel médical.

Envois gratuits et timbres spéciaux

Pour les familles éloignées ne pouvant se déplacer, la poste chinoise fournit un service gratuit de colis et de lettres. Au 29 mai, la filiale de Sichuan avait reçu et distribué 2 600 colis et 7 000 lettres aux victimes; et offert à 17 000 clients la possibilité de transférer gratuitement de l'argent aux sinistrés, pour un montant de plus de 8 millions d'USD.

Le 20 juin, China Post a émis 13 millions de timbres spéciaux dont la moitié des recettes sera reversée aux victimes.

DHL aide les victimes du Myanmar

DHL, l'entreprise postale express internationale, a conclu un accord avec le Bureau des Nations Unies de la coordination des affaires humanitaires (OCHA) pour venir en aide aux victimes du cyclone Nargis au Myanmar en dépêchant son équipe de réponse aux catastrophes (DRT, Disaster Response Team) basée à Singapour. Cette équipe est chargée de la gestion d'un entrepôt de 3 000 m² mis à la disposition des organisations non-gouvernementales et situé à 30 minutes de l'aéroport de Yangon. Il s'agit du point central de ravitaillement pour les organisations non-gouvernementales. L'équipe fournit aussi une expertise technique et logistique pour décharger et recharger les containers, trier les envois et accélérer la distribution.

Tour d'horizon

eBay propose l'affranchissement en ligne avec La Poste

La Poste et eBay France ont signé un partenariat concernant l'affranchissement en ligne. Depuis décembre 2007, on savait le projet d'impression à domicile des timbres en préparation chez La Poste, mais on en ignorait encore les modalités. Le nouveau service permet désormais aux utilisateurs d'eBay d'affranchir eux-mêmes leurs lettres et colis

depuis le site Internet du marchand. L'internaute y prépare son bordereau en indiquant poids, destination et mode d'envoi souhaité (simple ou recommandé). Une fois payé via PayPal, le bordereau n'a plus qu'à être imprimé et collé sur le paquet à expédier.

Source: Journaldunet.com

Extrait de casier judiciaire par la poste

Désormais, chaque citoyen suisse peut commander un extrait de son casier judiciaire à La Poste. Il suffit de se présenter au guichet muni d'une pièce d'identité et l'extrait arrive par courrier dans les trois à cinq jours. S'il vérifie l'identité du demandeur et saisit directement ses données, l'employé postal n'a jamais accès aux données judiciaires. Les demandes d'extraits ne cessent de croître. De 217 000 en 2003, elles sont passées à 290 000 en 2007.

Source: Agence télégraphique suisse

Priorité pour Postes Canada et Fedex Express

Postes Canada et FedEx Express Canada s'unissent pour créer le service mondial Priorité, un service de messagerie internationale, commercialisé aux particuliers et aux entreprises par Postes Canada, qui sera livré partout dans le monde grâce au vaste réseau de livraison international de

FedEx. Ce service mondial, disponible dès le dernier trimestre de 2008, garantit la livraison dans les délais. Il établit aussi une norme de livraison le jour ouvrable suivant avant midi vers la plupart des destinations aux États-Unis et à J+2 ou 3 vers la plupart des autres pays industrialisés. Il

offre aussi le suivi de l'envoi, la confirmation et la signature à la livraison. Les expéditeurs canadiens pourront utiliser le service pour expédier dans le monde entier des enveloppes jusqu'à 500 gr, des paquets jusqu'à 1,5 kg et des colis jusqu'à 30 kg.

Source: Communiqué de presse, Postes Canada

EMS en Afrique francophone

Une vingtaine de responsables des centres de traitement de courrier du réseau Express Mail Service (EMS) des pays francophones d'Afrique ont suivi, à Lomé, un séminaire atelier de remise à niveau avec leurs pairs des autres réseaux postaux. Les travaux, qui ont porté sur le processus de

gestion des opérations et les performances du réseau EMS, ont débouché sur un plan d'action pour améliorer les performances. Selon la coordinatrice EMS pour l'Afrique au Bureau international, Awa Cissé, le séminaire a appris aux participants les méthodes de lecture des rap-

ports, d'analyse des données et l'identification des faiblesses. A partir de 2009, le niveau du réseau africain doit égaler celui des autres opérateurs qui leur confient les envois.

Source: Xinhua

Tour d'horizon

La fusion obtient le feu vert parlementaire

Les parlements danois et suédois ont respectivement approuvé, les 12 et 18 juin, le projet de fusion entre les opérateurs Post Danmark A/S et Posten AB. Il appartient désormais aux régulateurs de signer l'accord final. La fusion de deux opérateurs nationaux est une première dans l'histoire postale. Annoncée en avril, elle devrait déboucher sur une société commune détenue à la fois par l'Etat suédois, l'Etat danois, CVC Capital Partners et les employés. La nouvelle entreprise disposera de

revenus annuels proches de 45 milliards de couronnes suédoises et sera constituée de plus de 50 000 employés. Selon un communiqué émis par Posten, la fusion «aidera les deux opérateurs à répondre aux défis évolutifs du marché et à une concurrence accrue. Elle garantit aussi le maintien du courrier première classe dans les deux pays et permettra d'atteindre l'ensemble de la clientèle entreprise et privée sur leur territoire respectif.»

Source: Posten AB

Site écologique

Le nouveau site Internet du Service postal des Etats-Unis (USPS) propose l'achat de produits écologiques, des conseils pour recycler la publicité non sollicitée ou retirer ses coordonnées de listes de distribution, des conseils aux grands expéditeurs qui cherchent à réduire leur publipostage ainsi que des données sur les mesures écologiques de l'opérateur.

Autre particularité: un calculateur permet aux visiteurs de déterminer leur consommation d'essence pour se rendre à leur bureau de poste. Cet outil calcule également la part annuelle de dioxyde de carbone que les clients rejettent dans l'atmosphère en effectuant ce trajet.

Ce portail postal écologique est l'une des nombreuses initiatives, parmi le recyclage de plus d'un million de tonnes de papier et de plastique et la rénovation future des 37 000 bureaux de poste, déployées par l'opérateur postal américain afin d'atteindre une réduction de 30 % de la consommation d'énergie en 2015.

Source: Ohmygov.com

Modernisation de fond en comble

La poste indienne veut moderniser ses services pour être compétitive à l'échelle nationale comme internationale et pour sortir des chiffres rouges. Aujourd'hui, elle entend profiter de toutes les niches commerciales possibles: des bureaux de change aux réservations de billets de train en passant par des accords avec des banques commerciales et le lancement de nouveaux services de publipostage et de transfert d'argent. Forte du plus grand réseau postal du monde, avec 155 516 bureaux de poste, India Post a adopté un plan de modernisation qui passe par l'informatisation de tout le réseau postal, dont 64 000 bureaux

dans les zones rurales. L'un des principaux objectifs consiste à fournir des services bancaires aux clients sur tout le territoire. Par ailleurs, l'opérateur veut accroître sa part de marché dans les transferts d'argent, compte tenu des millions de travailleurs expatriés dans les pays du Golfe, en Europe et aux Etats-Unis. Pour accroître sa présence à l'international, la poste indienne a créé une nouvelle unité commerciale internationale, conclu un accord de coopération avec la Deutsche Post et entamé des négociations avec les opérateurs suisse, français et omanais.

Source: The Economic Times

Autorité de certification

La poste serbe est devenue la première et la seule autorité de certification en Serbie, en faisant l'un des acteurs majeurs de la société de l'information et de l'économie numérique. Le ministère serbe des télécommunications et de la société de l'information lui a accordé le titre d'organisme accrédité de certification. La poste serbe doit désormais obtenir l'agrément pour émettre des certificats numériques sécurisés permettant d'authentifier des signatures électroniques sur les documents, conformément à la réglementation européenne en la matière.

Source: PTT Communications «Srbija»

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).

www.solystic.com



Des solutions postales d'avenir



Le réseau postal

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



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

