

Entrer dans la norme

La garantie d'un adressage correct et d'un acheminement sans faille

Universal DataBase



La base de données mondiale des codes postaux

- ✓ **Des données prêtes à l'emploi**
- ✓ **Un format unique et permanent**
- ✓ **Des mises à jour trimestrielles**
- ✓ **Pour vos logiciels de vérification
et de correction d'adresses**

Union postale universelle – POST*CODE
Case postale – 3000 BERNE 15 – SUISSE
www.upu.int

Contactez-nous!

postcode@upu.int

Sommaire



L'élaboration de normes postales globales a toujours constitué une activité principale de l'UPU. De plus en plus, cependant, cette dernière propose aussi son expertise et son savoir-faire pour la conception de normes utiles dans d'autres secteurs de l'économie.

En couverture

Entrer dans la norme

Le secteur postal peut contribuer à l'élaboration de normes internationales dans d'autres secteurs

8

Les avantages de la «coopétition»

Découvrez comment l'application IPS est devenue une norme internationale en douze petites années

14

Articles

EMS: les secrets de son succès

Le service EMS n'a rien à envier à ses concurrents

16

Alerte aux faux

Des techniques de sécurité sophistiquées permettent aux postes de mieux lutter contre les timbres contrefaits

20

Perspective

Une réponse postale à la crise

Confiance, inclusion et partenariats: le secteur postal dispose de trois atouts pour contrer les risques associés à la crise économique, écrit Edouard Dayan, directeur général de l'UPU

23

L'interview

Les colis dans le collimateur

Selon Celia Galbraith, présidente de la nouvelle commission «colis», les opérateurs désignés doivent acquérir une meilleure connaissance du marché

24

Rubriques

En bref

4

Avant-propos

5

Tour d'horizon

29

134^e année
mars

2009

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 (RL)
Rédacteur adjoint: Jérôme Deutschmann (JD)
Secrétaire de rédaction: Gisèle Coron
Collaborateurs: Sarra Daldoul (SD), Faryal Mirza (FM)
Traduction: Karim Benzineb, Sophie Boullu-Chataigner
Graphisme: Die Gestalter, Saint-Gall (Suisse)
Photos: Alexandre Plattet, Keystone/Mark Coote
Illustrations: Simon Schnellmann
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)

L'identité visuelle de l'UPU passe au lifting

L'UPU a lancé sa nouvelle identité visuelle. Plus moderne et aéré, le logotype comporte l'emblème officiel de l'organisation, son acronyme et sa dénomination officielle. Ce nouveau logotype, dont la mise en application se fait graduellement, se retrouvera désormais sur tous les véhicules de communication de l'UPU, y compris le papier à en-tête, les enveloppes, les cartes de visite, les modèles de présentation, le site Web, etc.

Le peaufinage de l'identité visuelle tombe à point nommé, puisque l'UPU marquera, le 4 octobre 2009, le 100^e anniversaire de son monument, installé dans un parc du centre-ville de Berne et œuvre du sculpteur français René de Saint-Marceaux. L'emblème de l'UPU, premier pilier de son logotype, s'inspire de l'image du monument montrant

cinq messagers représentant les cinq continents et se passant des lettres autour d'un globe, symbole du service postal universel au cœur de la mission de l'organisation.

En 2007, le Conseil d'administration de l'UPU avait accepté la proposition d'incorporer à l'emblème de l'organisation les rameaux d'olivier onusiens, afin de souligner l'appartenance de l'UPU à la famille des Nations Unies. Tous les pays-membres recevront bientôt une communication sur la nouvelle identité visuelle accompagnée d'instructions sur son utilisation.

Pour toute information complémentaire, veuillez contacter le programme «communication» (téléphone: +41 31 350 32 51, courrier électronique: rheal.leblanc@upu.int).

RL



UPU | **UNION
POSTALE
UNIVERSELLE**

Le chiffre

6

C'est le nombre de pays africains qui bénéficieront d'un projet visant à installer des services de transferts d'argent électroniques en milieu rural et financé par le Fonds international pour le développement agricole avec le soutien de l'UPU, de La Poste française et des pays concernés. Lancé officiellement début mars à Bamako, le

projet de 379 000 euros cible le Bénin, le Burkina Faso, le Mali, la Mauritanie, le Niger et le Sénégal. D'ici à 2010, les partenaires aideront les pays à rattacher 119 bureaux de poste en milieu rural au réseau financier international de l'UPU, exploité à l'aide de son application IFS (Système financier international).

avant-propos

Pourquoi réinventer la roue?

Pour ne pas toujours réinventer la roue, il est essentiel d'apprendre à mieux profiter des connaissances et pratiques exemplaires disponibles. Nombreux sont ceux qui effectuent des tâches très similaires, mais qui recourent à des outils ou méthodes différents pour les faire. Combien de fois nous arrive-t-il, par exemple, de ne pas pouvoir brancher la fiche d'un appareil électrique dans une prise de courant à l'étranger, à moins d'avoir un adaptateur universel. Frustrant, non?

Les organismes de normalisation s'efforcent de mieux travailler ensemble afin de simplifier et mettre un peu d'ordre dans notre monde souvent complexe. Voilà pourquoi l'UPU, qui élabore des normes internationales pour le secteur postal, et l'Organisation internationale de normalisation (ISO), le plus grand producteur et éditeur de normes

internationales au monde, ont décidé d'intensifier leur coopération afin que les résultats de leurs travaux respectifs trouvent une utilité dans d'autres domaines.

Effectivement, étant donné que les opérateurs postaux sont toujours plus nombreux à proposer des services financiers, des normes communes sont nécessaires pour assurer l'acheminement efficace des transferts d'argent électroniques d'un pays à l'autre. L'adressage, activité postale par excellence, a d'autres usages que la livraison du courrier; si des espaces géographiques étaient normalisés, l'adressage pourrait servir à repérer plus rapidement des victimes touchées par un désastre dans des situations d'urgence, par exemple.

Si notre article phare décrit la nature de la nouvelle collaboration entre l'UPU et ISO ainsi que d'autres

organismes de normalisation, nous expliquons dans un article connexe comment des entités concurrentielles peuvent aussi travailler ensemble, sous forme de coopération, afin d'élaborer des normes internationales, comme cela a été le cas pour l'application IPS de l'UPU.

Dans un sens, on retrouve aussi une forme de coopération dans le marché des colis. Dans l'interview, Celia Galbraith, présidente de la commission «colis», explique comment les opérateurs postaux désignés, souvent des concurrents entre eux, devront travailler ensemble, sous l'égide de l'UPU, afin de mieux cerner les besoins croissants des clients et de développer l'important marché des colis.

Rhéal LeBlanc, rédacteur en chef



L'UPU prépare son nouveau site Web

Le nouveau site Web de l'UPU, dont le lancement est prévu en juin, sera dynamique et moderne. Dès le premier clic sur la page d'accueil, ces qualificatifs prendront tout leur sens. Les pages et les rubriques s'enchaîneront de façon intuitive, conviviale et logique dans un espace aéré et peaufiné.

Les résultats d'un sondage en ligne réalisé en novembre dernier, et auquel ont répondu près de 500 employés et spécialistes du secteur postal, indiquaient clairement qu'il s'avère actuellement difficile de trouver l'information recherchée.

L'édition du contenu et la mise à jour dynamique du site seront rendues possibles grâce au système de

gestion de contenu TYPO3, considéré par les spécialistes comme l'outil le plus puissant, le plus paramétrable et le plus évolutif du marché!

Le site s'adaptera au profil de chacun. Les experts, les membres de groupes de travail et d'équipes de projet ainsi que le personnel des postes pourront, après s'être identifiés, accéder à une série de fonctionnalités telles que des questionnaires, des formulaires et des forums et pourront ainsi échanger des avis, proposer des modifications, répondre à des sondages ou s'inscrire aux conférences et aux ateliers, le tout dans un environnement unifié et intuitif. **JD**

Nouveau directeur de la logistique



Daniel LeGoff

Photo: Alexandre Plattet

Daniel LeGoff est le nouveau directeur de la logistique au Bureau international. Il remplace Heikki Karvonen, qui a pris sa retraite en décembre 2008 après 26 années de service. Français d'origine et arrivé au Bureau international en 2005 en tant que coordonnateur des relations avec les pays industrialisés et du développement durable, Daniel LeGoff est aujourd'hui responsable de toutes les unités associées au bon fonctionnement logistique du Bureau international et de l'organisation des conférences, notamment des sessions du Conseil d'administration et du Conseil d'exploitation postale, des conférences de haut niveau, des conférences stratégiques ainsi que du Congrès postal universel. Ces unités comprennent les services de traduction, les chancelleries, les ateliers de production documentaire, l'im-

primerie, les services informatiques, la bibliothèque ainsi que l'accueil et l'entretien du bâtiment. Au cœur de notre société de l'information, il compte explorer toutes les façons d'utiliser plus efficacement les nouvelles technologies et de mieux tirer parti des espaces et volumes dont dispose le Bureau international. Il s'attachera également à faire de celui-ci un secrétariat soucieux de la protection de l'environnement. Il ambitionne de doter rapidement l'UPU d'un système de vidéoconférence permettant aux acteurs du secteur postal de participer aux réunions et aux conférences à distance. A plus long terme, il compte réduire, voire éliminer, l'énorme quantité de papier utilisée aujourd'hui en période de réunions en ayant recours aux nouvelles technologies. **RL**

Réagissez!

Un article d'*Union Postale* ne vous laisse pas indifférent? Vous souhaitez partager un nouveau point de vue ou une pratique exemplaire avec nos lecteurs? N'hésitez pas à nous écrire; la rédaction recevra vos lettres avec grand plaisir afin de faire d'*Union Postale* un magazine plus interactif. Contactez-nous par la poste ou par courrier électronique (rheal.leblanc@upu.int) en prenant soin d'indiquer vos nom, adresse, numéro de téléphone et adresse électronique. Au besoin, la rédaction se réserve le droit de resserrer les textes choisis pour publication; soyez concis. Au plaisir de vous lire!

Le SCM en test au Qatar et en Espagne

Le Qatar et l'Espagne testent actuellement le système de contrôle mondial (SCM) en phase d'élaboration par l'UPU. Leurs bureaux d'échange sont dotés des technologies d'identification par radiofréquence (RFID) permettant de mesurer les délais d'acheminement de la poste aux lettres ainsi que le temps mis par le pays de destination pour acheminer le courrier arrivant jusqu'au point final de sa distribution.

Des experts externes spécialement formés pour ce projet échangeront des lettres témoins et analyseront les indicateurs de performance recueillis. Le SCM est également en phase d'essai d'acceptation par l'utilisateur.

Chaque lettre témoin porte une puce RFID, qui est automatiquement enregistrée au point de transmission du pays de destination.

En instaurant le SCM, l'UPU a pour objectifs de mesurer la qualité de la distribution du courrier international entre ses pays-membres et d'établir un lien entre la qualité de service et le taux de rémunération des pays destinataires du courrier. En plus de servir au calcul des frais terminaux, les opérateurs utiliseront le SCM pour améliorer les flux internes du courrier grâce aux informations fournies par le système.

Une vingtaine de pays devraient rejoindre le système de contrôle mondial en 2009, puis trente autres pays en 2010. **JD**



Trois partenaires et un projet

L'UPU, l'Organisation internationale pour les migrations et l'Union postale panafricaine lancent un projet pilote en Tanzanie et en Ouganda afin de connaître les conditions dans lesquelles les migrants envoient de l'argent à leurs familles restées dans leur pays d'origine. Le projet permettra ainsi d'identifier les faiblesses et les points forts des transferts existants afin de les accélérer, de les sécuriser et de les proposer à un coût abordable.

Durant une première phase, les trois organisations mèneront des enquêtes auprès des migrants et de leurs familles sur leurs pratiques et le marché potentiel. L'OIM consacrera 100 000 dollars US à cette recherche d'informations sur le terrain. L'objectif à moyen terme est d'étendre le projet à d'autres pays voisins.

La Tanzanie et l'Ouganda ont été choisis en raison des flux migratoires importants entre ces deux pays et vers des pays du Nord, de l'Afrique, du Moyen-Orient et d'Asie. En outre, les postes de Tanzanie et d'Ouganda sont déjà dotés du système IFS (Système financier international) de l'UPU, une application utilisée pour les transferts d'argent électroniques.

Selon la Banque mondiale, les transferts d'argent des migrants vers l'Ouganda représentaient 856 millions de dollars en 2007. Vers la Tanzanie, ils étaient de 14 millions de dollars. **SD**

Qualité internationale en baisse

Selon les résultats 2008 du programme de contrôle continu de la qualité de l'UPU, les opérateurs postaux participants n'ont pas atteint l'objectif voulant que 65 % du courrier international soit traité en cinq jours ouvrables ou moins (J+5), du dépôt à la distribution.

Les résultats cumulés du courrier expédié sans interruption sur 208 liaisons internationales au cours des trois dernières années montrent que 54,7 % des envois ont été distribués en J+5, avec un délai de transit moyen de 6,8 jours par envoi.

Les résultats baissent constamment depuis 2006, lorsque 57,8 % des envois respectaient la norme J+5.

Plusieurs facteurs peuvent expliquer cette dégradation. Comme leur performance est très faible et fluctue souvent, certains pays ont tendance

à réduire les résultats globaux, explique Seydou Konaté, responsable du programme «poste aux lettres» au Bureau international. Il ressort aussi très clairement d'analyses plus poussées que des pays ne traitent pas en priorité le courrier entrant d'autres pays.

«Le système n'est évidemment pas parfait, mais il nous donne une idée de l'état de la qualité de service à l'échelle internationale. Le nouveau système de contrôle mondial (SCM), dont la mise en place est prévue en 2010, devrait nous donner plus d'informations sur ce qui ne fonctionne pas. Cette année, le groupe de la qualité de service de l'UPU examinera les possibilités de combiner les résultats du contrôle continu et ceux du SCM pour évaluer la qualité de service internationale de façon plus fiable.»

Sauf en Afrique anglophone et en Amérique latine, les résultats régionaux sont plutôt positifs. Les envois transitant en Europe de l'Est et dans la Communauté des Etats indépendants enregistrent, par exemple, un taux de 72,8 % dans un délai de 4,7 jours. De nettes améliorations sont aussi constatées sur les liaisons entre pays industrialisés et pays arabes et d'Amérique latine.

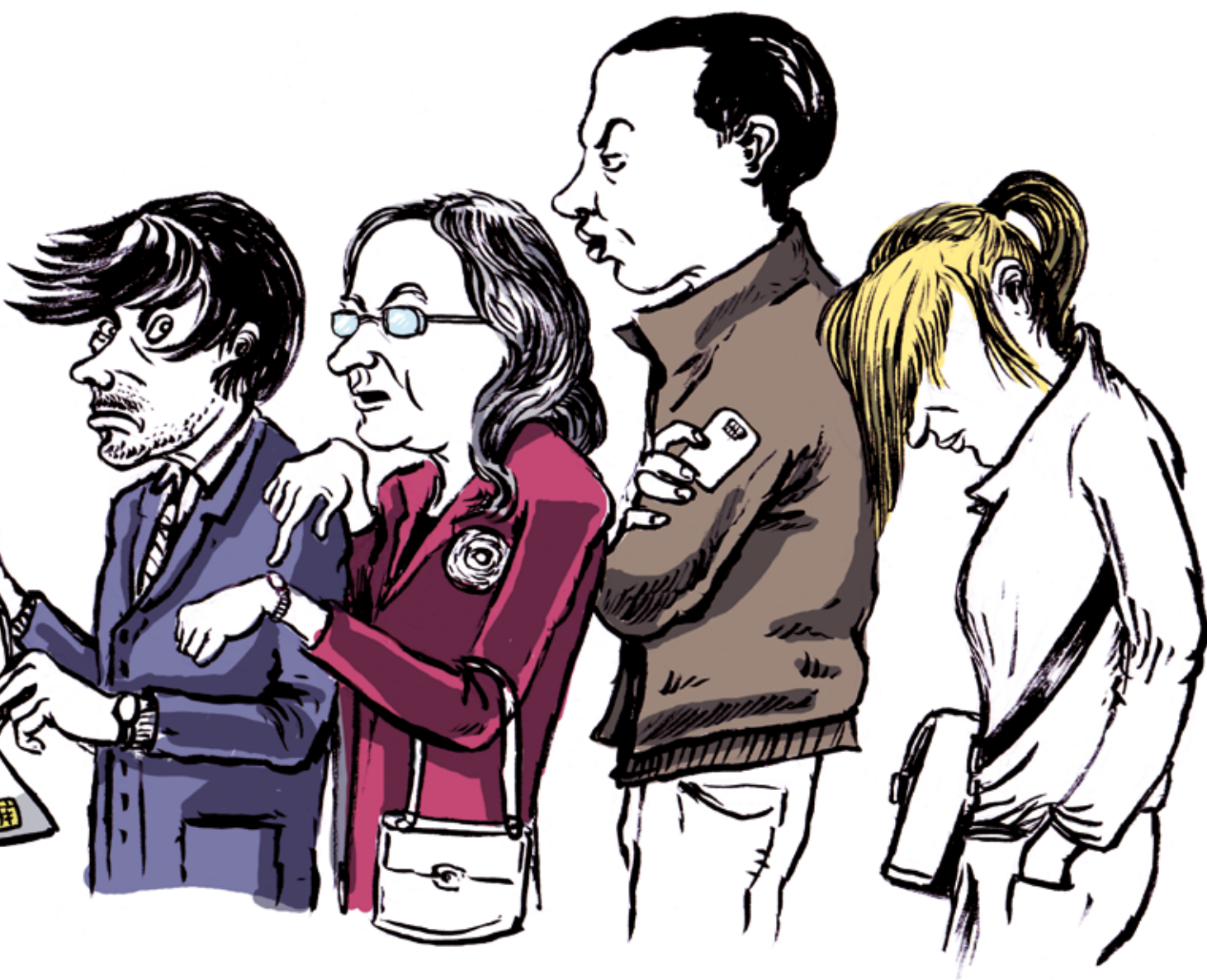
Le contrôle continu, lancé en 2004, est un système permettant d'évaluer à un coût abordable les liaisons de ville à ville entre des pays dépourvus de contrôle. Près de 120 opérateurs y participent. **RL**

Entrer dans la norme



.....
Par
Faryal Mirza

.....
Illustration:
Simon
Schnellmann



.....
Des cartes bancaires qui ne peuvent servir à retirer de l'argent qu'au Kenya? Des ordinateurs portables rechargeables uniquement au Canada? Sans les normes internationales, ces scénarios peu plaisants deviendraient réalité. Etablir des normes internationales pour les postes est l'une des activités principales de l'UPU, qui aide maintenant d'autres organisations à développer des normes pour leurs secteurs.

«Nous devons maintenant nous concentrer sur les normes concernant les services électroniques et financiers.»

Avec plus d'une centaine de normes postales à son actif, et d'autres encore à venir, l'UPU est experte en développement de normes pour son secteur.

Cependant, une nouvelle ère s'ouvre: l'Union collabore étroitement avec d'autres organisations internationales de normalisation, mettant ainsi à profit son expertise pour contribuer à l'établissement de normes dans d'autres secteurs d'activité. La plus récente de ces collaborations est celle établie avec l'Organisation internationale de normalisation (ISO), plus grand producteur et éditeur mondial de normes internationales.

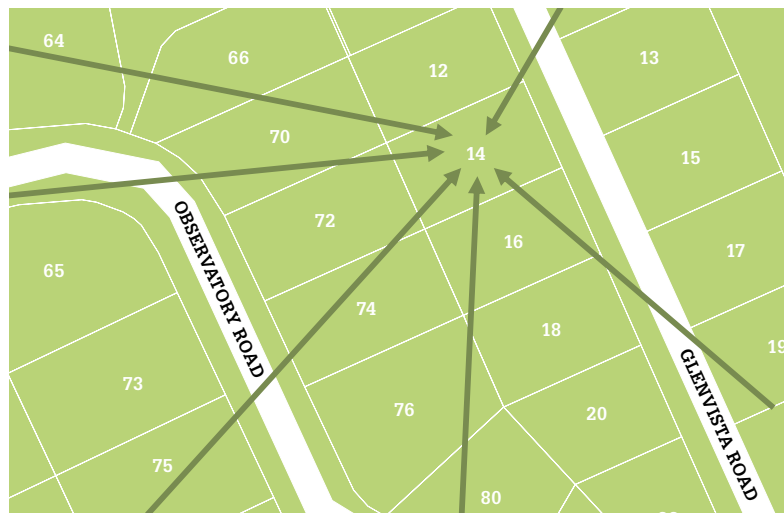
Lorsque les grands esprits se rencontrent

L'UPU et l'ISO ont signé un accord de coopération pour officialiser leur alliance en 2008. Les deux parties se sont engagées à renforcer leur coopération afin d'élaborer des normes d'intérêt commun et applicables à plusieurs secteurs. Si l'Union a déjà élaboré de nombreuses normes pour le traitement du courrier physique, elle doit maintenant «se concentrer sur les normes concernant les services électroniques et financiers», déclare Edouard Dayan, directeur général de l'UPU.

Les raisons à cela sont claires. Beaucoup de postes ont élargi leur palette de prestations traditionnelle pour inclure des services financiers. Or cela représente des défis. «Pour rester concurrentielles, les postes doivent proposer des services financiers conformes aux normes acceptées», explique Akhilesh Mathur, chef du programme «normalisation et certification» de l'UPU.

Ces normes sont généralement développées dans le cadre de forums internationaux tels que l'ISO, par et pour le secteur financier.

«Ainsi, il est important que les postes puissent participer et contribuer au développement de ces normes», ajoute Akhilesh Mathur.



.....
Les adresses servent à la distribution du courrier, mais elles peuvent aussi servir à identifier un endroit géographique, comme celui-ci en Afrique du sud, soumis à des impôts fonciers ou nécessitant des services d'urgence, par exemple. Les organismes de normalisation s'intéressent au développement d'une norme internationale pouvant assurer l'interopérabilité entre les différents types d'adresses.

Alan Bryden, ancien secrétaire général de l'ISO et actuellement conseiller principal, a quant à lui fait valoir que l'accord de coopération assurerait une exploitation optimale de l'expertise spécifique de l'UPU et de la plateforme multiacteurs que représente l'ISO. Cela garantirait que «les services postaux bénéficient de plus en plus de normes applicables au niveau mondial», a-t-il déclaré.

Au commencement...

Si la coopération entre les deux géants n'en est qu'à ses premiers jours, les travaux ont en revanche déjà commencé. L'UPU est actuellement en liaison avec 11 comités techniques et sous-comités de l'ISO.

Elle est en liaison «de catégorie A» avec cinq de ces comités, qui s'emploient à élaborer des normes concernant la distribution postale. Les domaines concernés sont les suivants: techniques automatiques d'identification et de capture des données; papiers, cartons et pâtes; méthodes d'essais et spécifications de qualité des papiers et cartons; emballages et processus; éléments d'informations et documents dans le commerce, l'industrie et l'administration. Le fait d'être en liaison de catégorie A permet à l'UPU de participer aux travaux des comités. Ses représentants sont invités aux réunions, reçoivent la documentation pertinente et peuvent formuler des commentaires sur les différents projets. L'Union n'a cependant aucun droit de vote. L'UPU est également en liaison «de catégorie B» avec six autres comités, qui la tiennent au courant de leurs travaux.

L'ISO considère que sa coopération avec l'UPU est bénéfique à tous. «En participant à l'élaboration de normes ISO, l'UPU peut influencer sur celles qui sont importantes pour le secteur postal international et ainsi garantir que les intérêts spécifiques de ce secteur soient pris en considération. L'ISO, en retour, bénéficie de l'expertise des représentants de l'UPU, explique Roger Frost, chef du service de communication de l'ISO. Etant donné que les normes ISO ne sont pas obligatoires, mais basées sur le consensus, il est important qu'elles reflètent une base d'acteurs aussi large que possible, qui soit seront affectés par elles, soit les utiliseront», ajoute-t-il.

Normes géographiques

Depuis le début de l'année, l'UPU est en pourparlers avec le TC 211 de l'ISO, un comité technique sur l'information géographique ou géomatique. La discussion tourne autour d'une éventuelle collaboration en matière d'adressage, dans le cadre de la normalisation des informations géographiques numériques. D'après le comité, l'objectif serait d'établir une série de normes pour les informations relatives aux objets ou phénomènes directement ou indirectement associés à un lieu sur terre. Le comité de l'ISO perçoit l'adresse de façon différente que l'Union. Les normes d'adressage élaborées par le secteur postal tiennent compte du nom du destinataire et recommandent un format d'adressage précis. Pour l'ISO, une adresse a toute son importance dans un contexte géographique. Par exemple, une adresse peut servir à décrire l'emplacement d'une entreprise, aux fins d'imposition par exemple, ou pour assurer une palette de services, y compris

de secours dans des situations d'urgence. Ces différentes approches ne semblent cependant pas entraver les négociations.

«Il y a eu des discussions pour déterminer si les éléments de la norme d'adressage S42 de l'UPU pourraient être intégrés à une norme ISO qui s'appliquerait à d'autres secteurs d'activité», explique Luc Hauss, chef de l'unité «adressage» de l'UPU.

La norme S42 porte sur les composantes et les structures des adresses postales internationales. Elle précise comment une adresse doit être présentée et dans quel ordre les composantes de cette dernière doivent apparaître.

Toujours en action

La coopération avec d'autres organes actifs dans la normalisation a débuté il y a relativement peu de temps. «Un changement clé s'est opéré à l'UPU ces dernières années: l'Union ne souhaite plus établir que des normes entre les opérateurs postaux désignés, mais des normes qui s'appliquent à l'ensemble des secteurs», explique Thomas Day, président du groupe «normalisation». Travailler avec des groupes comme l'ISO permet à l'Union de garantir que certains formats et méthodes de procédure conformes aux exigences des organes de normalisation internationaux sont utilisés pour établir des normes. Pour mieux illustrer ce point, Thomas Day mentionne la coopération entre l'UPU et l'Association du transport aérien international (IATA), qui permet de normaliser les échanges d'informations pour les envois postaux transitant via les compagnies aériennes commerciales entre ces dernières et les postes.

«Nous aurions pu utiliser seulement la norme qui s'applique aux postes. Or, en travaillant avec l'IATA, il est possible d'établir des normes applicables à toutes les compagnies aériennes commerciales», explique Thomas Day. Et cela simplifie largement les choses. M39 est une

norme clé qui permet un échange de données informatisé (EDI) entre les postes et les compagnies aériennes. Cette norme a permis de considérablement rationaliser les processus, et donc de faire gagner du temps et de l'argent aux deux parties.

«Grâce à l'EDI, les postes peuvent transmettre électroniquement des informations telles que l'heure d'arrivée et le poids des envois aux compagnies aériennes, ce qui permet à ces dernières de planifier au mieux leur capacité de transport», explique Akhilesh Mathur.

Cet échange d'informations est entièrement automatisé, par opposition à l'ancienne méthode, plus lente, de communication sur support papier. A l'avenir, la comptabilité sera également automatisée afin de faciliter davantage les processus d'exploitation. De plus, l'IATA a découvert un effet secondaire intéressant à cette coopération.

«En travaillant avec nous, l'IATA a constaté que cette structure de données non seulement fonctionne pour les envois postaux, mais permet également de gérer les données pour le fret et même pour les bagages des passagers», confie Thomas Day.

RFID à l'appareil

L'UPU participe également à des discussions sur l'identification par radiofréquence (RFID) avec l'ISO. En interne, l'Union travaille sur le projet de système de contrôle mondial, qui utilisera la technologie RFID pour mesurer la qualité du courrier. Plutôt que de développer ses propres normes pour cette technologie de pointe, l'Union s'appuiera sur une aide extérieure puisque cette partie du projet fera l'objet d'un appel d'offres.

«Le système de contrôle mondial reposera sur les dernières normes élaborées pour la technologie RFID, ce qui est assez inhabituel», explique le consultant de l'UPU,

Richard Wishart. Cette décision a été prise notamment pour une raison financière. Créer sa propre norme en partant de zéro ou la faire créer peut coûter très cher, souligne-t-il. Cependant, d'autres facteurs jouent également un rôle.

«L'UPU participe de plus en plus à l'élaboration de normes internationales, tout en ne souhaitant pas tout réinventer lorsqu'il s'agit de la même chose», explique Henri Barthel, directeur technique au sein de GS1. Cette organisation à but non lucratif élabore et met en œuvre des normes depuis plus de trente ans et a démarré son activité en fournissant aux entreprises des numéros servant à l'identification des articles (codes à barres). Depuis, elle a élargi son activité à d'autres types de codes à barres, à la technologie RFID et à d'autres domaines et travaille en étroite collaboration avec l'ISO.

«Un certain nombre de postes utilisent déjà nos normes pour l'identification des envois et la logistique», ajoute Henri Barthel, qui raconte que l'UPU se sert aussi de certaines normes RFID élaborées par son organisme. «Dans les années 90, l'UPU a développé quelques normes RFID. D'après ce que j'ai compris de mes récentes discussions avec l'Union, son activité principale n'est pas vraiment de développer des normes techniques, mais plutôt d'établir des normes d'application».

Et Henri Barthel a bien compris la stratégie de l'Union. «Je pense que c'est la bonne manière d'aborder la situation», dit-il.

De multiples acteurs

Le groupe «normalisation» de l'UPU connaît déjà l'approche multiacteurs, comparable à celle offerte par l'ISO.

«Nous essayons de rester le plus ouverts possible aux nouveaux membres, explique le président, Thomas Day. Nous encourageons autant que possible, non seulement les pays-membres, mais aussi les fournisseurs techniques, comme Siemens, à participer.»

«Le fait d'avoir une représentation beaucoup plus large au sein du groupe ouvre la voie à une approche plus dynamique sur la manière de développer des normes tout en s'assurant que l'on dispose de toute l'expertise

technique nécessaire», explique Thomas Day. Cela évitera d'établir des normes techniquement impossibles à appliquer. Le président souligne qu'il y a une politique d'ouverture par rapport à tout pays-membre souhaitant participer aux discussions. Il ajoute qu'il est inutile de développer une norme dont seulement un pays-membre peut bénéficier. Ainsi, une nouvelle norme est pratiquement inutile si les membres ne la mettent pas en application.

Regarder vers l'avant

Quant à l'avenir, l'UPU reste fidèle à sa mission, consistant à développer des normes postales mondiales. Son réservoir de projets est actuellement bien rempli. Une nouvelle norme portera sur les identifiants des envois postaux et définira une méthode améliorée d'identification des envois pouvant faire l'objet d'un suivi. D'autres normes relatives aux échanges de messages sont également prévues.

«Ces normes permettront non seulement d'introduire un système de comptabilité automatisée entre les postes et entre ces dernières et les compagnies aériennes, mais aussi de faciliter les échanges d'informations d'exploitation entre postes et douanes», explique Akhilesh Mathur.

L'élaboration d'une spécification concernant un service de courrier recommandé électronique est également au programme. Il s'agit d'une version électronique du traditionnel service de courrier recommandé physique, qui fonctionne dans un environnement numérique dans lequel la confidentialité des messages, la sécurité et l'intégrité sont garantis entre des partenaires authentifiés.

L'UPU continuera également à voir au-delà de son propre secteur d'activité. Elle exploitera ses années d'expérience en matière de normalisation pour s'assurer que la voix des postes soit entendue lorsque de nouvelles normes internationales s'appliquant à plusieurs secteurs sont établies.

Les avantages de la «coopétition»

Comment un logiciel comme IPS (Système postal international) de l'UPU parvient-il à devenir une norme internationale en quelques années? Lorsque la «coopétition» s'en mêle, le processus peut être rapide.

Par
Farah Abdallah,
assistante de
recherche, et
Matthias Finger,
professeur titulaire,
à l'Ecole
polytechnique
fédérale de
Lausanne.

On reproche souvent aux organismes de normalisation traditionnels d'être en retard sur l'évolution technologique. Aussi ces dernières décennies ont-elles vu naître un nouveau type d'acteurs dans ce domaine: il s'agit de consortiums industriels, également appelés organismes de définition de normes (ODN). Des entreprises concurrentes créent des ODN ou y adhèrent afin de constituer des groupes ou réseaux d'entités capables d'élaborer de nouveaux produits technologiques. Leur but est d'amener l'ensemble du marché à accepter ces produits pour que ceux-ci deviennent de facto des normes industrielles.

Collaborer dans le cadre d'ODN offre à ces concurrents des avantages stratégiques majeurs. D'une part, ils coordonnent leurs ressources et leurs capacités pour mettre au point de nouveaux produits et créer de nouveaux marchés qu'ils partagent. D'autre part, les entreprises défendent leurs intérêts propres au sein des ODN en s'efforçant de promouvoir les choix technologiques qui correspondent le mieux à leur modèle commercial. Elles cherchent ainsi à maximiser la valeur découlant du marché qu'elles ont créé ensemble. Ce comportement hybride, qui consiste à coopérer dans un cadre de compétition, est appelé «coopétition»*. Il repose sur l'hypothèse selon laquelle les entreprises sont plus efficaces quand elles entretiennent simultanément des relations de collaboration et de concurrence.

L'application IPS de l'UPU en est un bon exemple. Au fil des années, des opérateurs postaux concurrents ont collaboré à l'élaboration de la norme IPS par le biais du Cen-

tre de technologies postales (CTP) de l'UPU, un ODN en soi. Cette collaboration s'est d'ailleurs révélée importante pour les opérateurs postaux et l'ensemble du secteur.

IPS est une application informatique destinée à la gestion du courrier international depuis l'origine jusqu'au pays de destination. Elle a été développée en 1995 par le groupe d'utilisateurs des services de courrier international (GUSCI) du CTP. Au départ, il s'agissait d'un accord informel entre les opérateurs postaux de l'Australie, de la France, des Etats-Unis et du Japon. En 1996, le premier opérateur à adopter ce service a été la poste argentine, suivie par la poste australienne. Aujourd'hui, IPS est utilisé par 123 opérateurs postaux.

Différentes stratégies

Comment ces opérateurs se servent-ils de la «coopétition» pour élaborer des normes? Ils adoptent l'une des trois stratégies suivantes. Premièrement, certains opérateurs deviennent des utilisateurs passifs. Ils choisissent d'acheter IPS pour permettre à leur plate-forme technologique d'interagir avec celles des autres opérateurs postaux (qui utilisent le même logiciel), constituant ainsi une plate-forme technologique postale internationale. Toutefois, les utilisateurs passifs ne contribuent pas à la définition ou à l'élaboration de normes. Il n'y a pas de réglementation imposant aux opérateurs postaux d'utiliser le logiciel IPS, mais ces opérateurs acquittent une redevance annuelle pour couvrir les coûts de développement, de maintenance et de service.

Deuxièmement, il existe des utilisateurs actifs, membres du GUSCI. Ce groupe définit la stratégie de développement du logiciel et les nouvelles fonctionnalités dont celui-ci devrait disposer. Les membres du groupe versent une cotisation annuelle au CTP et élisent cinq membres ayant droit de vote, pour un mandat de quatre ans, au groupe directeur du GUSCI. Ces cinq membres sont chargés d'assurer la coordination entre les différents opérateurs qui appliquent la norme et de recenser leurs différents besoins.

Troisièmement, certains utilisateurs actifs sont des chefs de file. Ces opérateurs (comme la poste australienne) sont membres du GUSCI et mettent à disposition des ressources et capacités pour développer et améliorer la norme. Lorsqu'un opérateur postal ou un groupe d'opérateurs veulent créer une nouvelle fonction qui ne fait pas partie de la version normalisée, le CTP et le groupe directeur du GUSCI doivent donner leur accord. Ces organes s'assurent que la demande est conforme à la stratégie et aux principes de conception du logiciel. Les opérateurs concernés signent alors un contrat avec le CTP pour financer les coûts de développement. Une fois achevée, la nouvelle version du logiciel est mise à la disposition de tous les autres utilisateurs. Il est très intéressant, pour ces opérateurs postaux, d'investir dans le développement de la norme.

La «coopétition» au sein des ODN

Les opérateurs postaux ont choisi de collaborer au développement du logiciel IPS, qui est rapidement devenu une norme de facto dans le secteur. Cette collaboration entre des entités traditionnellement concurrentes en vue de l'élaboration de normes communes offre des avantages évidents. En voici quelques-uns:

Créer une valeur ajoutée publique: les normes élaborées dans le cadre d'un ODN ont de nombreux points communs avec des biens publics. L'ODN garantit un accès équitable aux mêmes technologies pour toutes les organisations participant au réseau. Ce principe encourage les opérateurs postaux des pays en développement à adhérer à l'ODN et à adopter la norme. Dans certains cas, ces pays deviennent même des pionniers de son application, comme l'Argentine en 1997. Selon un rapport du CTP «tous les pays les moins avancés qui utilisent un logiciel de gestion du courrier ont installé les applications du CTP».

Une réponse collective à l'incertitude technique: les entreprises sont plus enclines à adhérer à un ODN quand la technologie est développée pour réduire l'incertitude technique et faire en sorte de développer rapidement un produit garantissant l'interconnexion entre les différents nœuds et liens d'un réseau, et donc le fonctionnement technique de ce réseau. Cependant, lorsque le logiciel

devient une norme du secteur, ses responsables et ses développeurs doivent réussir à conserver une interface unique pour tous les opérateurs du réseau. Or les opérateurs postaux ont des attentes et besoins différents; il faut donc parvenir à intégrer IPS dans ces divers environnements, ce qui accroît la complexité technique du logiciel.

Améliorer leur compétitivité: en 1994, les opérateurs postaux souffraient de la concurrence croissante d'opérateurs internationaux privés, tels que TNT et DHL. Les clients devaient être toujours mieux informés sur leurs envois internationaux. Or les opérateurs internationaux privés disposaient déjà d'une infrastructure mondiale qui leur permettait de répondre aux besoins de leurs clients en assurant un suivi du courrier depuis l'origine jusqu'à la destination. Pour réagir, les opérateurs postaux nationaux ont décidé de collaborer à l'élaboration d'une norme internationale visant à mettre en place une interface qui leur permettrait de communiquer entre eux. Ils ont ainsi créé une infrastructure technologique mondiale très compétitive.

Améliorer leur capacité d'innovation: les entreprises sont fondamentalement hétérogènes en termes de ressources et de capacités internes. Or, en matière de produits, l'innovation nécessite un certain nombre de ressources et de capacités dont la mise en place est coûteuse. Il peut être moins cher, pour un opérateur postal souhaitant élaborer un nouveau produit, d'associer ses ressources internes à celles d'autres opérateurs postaux réunis au sein du réseau d'un ODN plutôt que de regrouper chez lui toutes les ressources requises. En outre, mettre des ressources en réseau permet aux opérateurs postaux de créer et d'exploiter de nouvelles perspectives communes.

Ainsi, les opérateurs postaux considèrent que les ODN constituent un outil leur permettant à la fois de promouvoir leurs propres intérêts économiques et d'améliorer la compétitivité de l'ensemble du réseau postal. Les opérateurs postaux peuvent-ils améliorer leurs performances grâce à leur «coopétition» au sein des ODN? Seul l'avenir le dira, mais l'Ecole polytechnique fédérale de Lausanne s'engage à étudier la question.

*** Brandenburger, A. and B. Nalebuff (1995).**

«The right Game: Use Game Theory to Shape Strategy»
Harvard Business Review.

Brandenburger, A. M. and B. J. Nalebuff (1996). Co-Opétition

EMS: les secrets de son succès

.....
Si de nombreuses postes voient leurs volumes de courrier baisser, un service semble échapper à la règle: celui du courrier express EMS.

.....
Par
Faryal Mirza



.....
Des employés de la poste bahamienne affectés à la distribution des envois EMS s'apprêtent à commencer leur journée de travail.



L'EMS reste l'un des services de courrier physique proposé par les opérateurs postaux du monde entier qui connaît la croissance la plus rapide. Il y a un peu plus d'une dizaine d'années, le produit a bénéficié d'un coup de pouce avec la création de la Coopérative EMS et de son bras opérationnel, l'unité EMS, basée au Bureau international de l'UPU. Les chiffres actuels parlent d'eux-mêmes: près de 44 millions d'envois ont été expédiés par l'EMS à travers le monde en 2007, soit une augmentation de 7,77 % par rapport à l'année précédente. Les opérateurs postaux ayant rempli le questionnaire sur les échanges de courrier, envoyé par l'unité EMS, ont fait état d'une croissance, et ce dans chaque région. Dans l'ensemble, avec une augmentation de 16,44 %, l'Afrique a enregistré la plus forte croissance, en particulier dans les pays anglophones. L'augmentation du trafic EMS était tout aussi impressionnante en Asie/Pacifique (8,75 %) et dans les pays arabes (7,6 %).

Pourquoi l'EMS connaît-il un tel succès? Wendy Eitan, de la poste israélienne, qui préside le conseil de gestion de la Coopérative EMS, nous donne quelques pistes: «L'EMS est considéré comme un bon produit proposé à un prix abordable. Il s'agit également du seul produit express distribué sur une base universelle.»

Cette particularité est considérée comme l'une des principales forces du service: la couverture du réseau, grâce à une présence dans plus de 180 pays et territoires, associée à des réseaux de bureaux de poste et de distribution nationaux étendus.

A la conquête de l'Afrique

Le service express est très apprécié dans les pays africains. Au Sénégal, par exemple, cela est principalement dû aux activités de marketing direct de l'opérateur postal national, d'après Awa Cissé, coordonnatrice pour l'Afrique au sein de l'unité EMS. Celle qui a été directrice générale d'EMS Sénégal a travaillé avec ce produit pen-

dant près de dix ans dans son pays d'origine avant de rejoindre le Bureau international en 2004. «La majorité des clients sont contactés par publipostage ou de manière individuelle», explique-t-elle.

Les entreprises locales et étrangères génèrent la plupart des revenus EMS du pays. Awa Cissé se souvient que, lorsqu'elle travaillait pour EMS Sénégal, les deux principaux clients étaient Sonatel, le premier fournisseur de services de télécommunication du pays, et Total, la compagnie pétrolière française. Les contrats conclus avec ces entreprises tournaient autour de la distribution de leurs factures. L'EMS comptait également parmi ses clients des ONG et des institutions internationales telles que l'UNICEF.

Le groupe Raceco, une société de médias basée à Dakar, utilise l'EMS depuis plus de cinq ans. «Nous envoyons des cassettes contenant des séquences de la télévision nationale aux régions, explique Fatou Gueye. Le service est très rapide et fiable.»

De l'avis d'Awa Cissé, la croissance récente de l'EMS en Afrique en général est due à un certain nombre de facteurs, et notamment au fait que l'unité EMS traite directement avec les opérateurs nationaux. «Grâce à notre approche régionale, nous rencontrons les décideurs et le personnel d'exploitation pour leur expliquer en détails quelles sont leurs lacunes en tant que prestataires de services et comment ils peuvent les combler. Nous assurons ensuite un suivi», explique-t-elle. Elle ajoute que, lors d'un atelier à Nairobi en 2008, les opérateurs ont affirmé qu'on leur avait «ouvert les yeux» et qu'ils avaient une idée plus claire de la manière dont ils pouvaient s'améliorer.

Testé et approuvé en Asie/Pacifique

De l'autre côté du globe, Amy Ng, de la poste de Hong-kong, décrit l'EMS comme «un produit très rentable». La directrice des affaires externes, aussi membre du conseil de gestion de la Coopérative EMS, ajoute: «L'EMS est un service important, fiable et abordable dont ont besoin les clients commerciaux et privés.»

Le service est particulièrement prisé par les petites et moyennes entreprises. «Elles ne sont généralement pas capables de négocier avec les grandes sociétés de distribution privées et doivent donc déboursier une fortune pour utiliser leurs services express. L'EMS, en revanche, fournit une solution abordable et est ouvert à tous», explique Amy Ng.

La concurrence est rude dans la région Asie/Pacifique, dit-elle, et le monde est aux prises avec une crise économique. Cependant, la poste a une stratégie: «Nous voulons valoriser ce que nous proposons aux clients. Nous essayons de comprendre leurs besoins tout en restant rentables». Cela implique notamment d'encourager les clients à utiliser l'EMS en leur permettant de bénéficier d'offres. Au niveau opérationnel, le

département EMS cherche à simplifier les procédures et à les rendre moins onéreuses. «Les frais de personnel sont l'élément clé ici. Nous affectons souvent le personnel EMS au service universel, comme la distribution du courrier. Cela fonctionne puisque ces employés ne sont pas des spécialistes mais généralement des facteurs», explique Amy Ng.

Dans une large mesure, l'EMS doit sa renaissance à la décision du Conseil d'exploitation postale (CEP) de mettre en place la Coopérative EMS en 1998.

«La Coopérative EMS a été créée alors que le service était clairement en perte de vitesse. Le CEP a décidé du cadre de la coopérative et a créé un conseil doté d'une approche commerciale afin de sauver le produit, et il a réussi», affirme Wendy Eitan.

L'adhésion à la Coopérative EMS est volontaire et, aujourd'hui, 153 postes sont déjà membres. Comme le conseil de gestion relève du CEP, la coopérative fait clairement partie de l'UPU et bénéficie ainsi de tous les accomplissements de l'Union dans de nombreux domaines tels que la qualité de service, les procédures douanières, les relations avec les compagnies aériennes ou encore la sécurité, pour n'en citer que quelques-uns. «Sans les réalisations de l'UPU dans ces domaines, la Coopérative EMS aurait eu des difficultés à accomplir les travaux seuls», explique Alistair MacRae, chef de l'unité EMS.

Une vision claire

En ce qui concerne l'avenir du produit, le plan d'activité actuel du conseil de gestion établit la feuille de route pour la période 2009–2012. Ce plan définit clairement le marché dans lequel le produit évolue: «Les clients EMS recherchent quatre caractéristiques clés: fiabilité, rapidité, prix et information. L'EMS ne se développera que si ces exigences sont remplies pour garantir la satisfaction de la clientèle, ce qui implique de respecter les engagements de service au moins 95 % du temps et de répondre aux attentes en matière de service à la clientèle».

Au cours des prochaines années, les membres de la Coopérative EMS s'engageront dans une stratégie d'amélioration continue. L'accent est mis sur la fiabilité, avec les objectifs mondiaux fixés par le plan d'activité dans des domaines clés tels que la distribution, le suivi et la réactivité. Cela implique de faire en sorte que le taux de distribution dans les délais atteigne 95 % ou plus, et que 98 % des envois soient suivis. Selon Wendy Eitan, le plan d'activité n'est même pas particulièrement ambitieux. «Le plan est plutôt réaliste. Nous aspirons à des améliorations constantes et progressives en utilisant les principaux indicateurs de performance afin de nous assurer qu'aucun membre ne stagne ou ne régresse», explique-t-elle. Reste maintenant à voir si les membres atteindront les objectifs fixés par le plan d'activité. «Finalement, cela dépend des pays-membres. On four-



nit les outils, mais ce sont eux qui décident ou non de les utiliser», ajoute Wendy Eitan.

Joyeux anniversaire

D'après le conseil de gestion, le mode de fonctionnement de la Coopérative EMS pourrait être modifié, alors que cette dernière vient de fêter son dixième anniversaire. «Lorsque la coopérative a été créée, notre principale préoccupation était de faire adhérer les membres de l'UPU. Or, aujourd'hui, 80 % des opérateurs postaux du monde sont membres; il est donc peut-être temps de revoir notre fonctionnement. Après tout, les conditions applicables actuellement ne sont plus les mêmes que lors de la création de la Coopérative», explique Alistair MacRae. Il ajoute que, même dans ce contexte, il y a toujours beaucoup de constantes. A la base, la clientèle exige la prestation d'un service de qualité à un prix abordable.

Il est clair que l'EMS est et sera confronté à la concurrence des opérateurs privés. Cependant, la Coopérative EMS pense que ses membres ont deux atouts en main: «Les postes peuvent fournir un véritable réseau mondial. Le marché dans lequel elles évoluent peut différer d'un pays à un autre, mais si elles travaillent ensemble, et non individuellement, l'EMS progressera», affirme Alistair MacRae.

Le conseil de gestion est pleinement conscient des défis que cela implique, particulièrement au vu du jeune âge de la coopérative. «A dix ans, elle est comme un enfant. Il reste encore des problèmes de démarrage à régler. La Coopérative EMS entre maintenant dans l'adolescence, et vous savez à quel point il faut être de bons parents à cette période!», dit Alistair MacRae en souriant.

Le Groupe Kahala affronte la concurrence

.....
Certaines postes ont trouvé leur propre manière de faire face à la forte concurrence des fournisseurs de services express privés. Le Groupe postal Kahala a été créé en 2003 pour améliorer les performances, les capacités et l'interconnectivité de l'EMS et permettre aux postes membres d'échanger des informations concernant la concurrence. Les postes de l'Australie, de la Chine, d'Espagne, des Etats-Unis, de la France, de Hongkong, du Japon, de la République de Corée, de la Grande-Bretagne et de Singapour sont actuellement membres de ce groupe. Tous ces pays, membres de la Coopérative EMS, sont «des leaders» lorsqu'il s'agit de fournir un service EMS de haute qualité, aux dires de Wendy Eitan.

«Le fait que nos membres se soient chargés de tâches spécifiques était nécessaire pour répondre aux attentes des clients et gagner des parts de marché des intégrateurs concurrents», explique Peter Morrison, directeur du groupe international à la poste australienne.

D'après le Service postal des Etats-Unis, le Groupe Kahala distribue des envois à plus de 261 millions de destinataires et 8 milliards de combinaisons de codes postaux et offre ses services à plus de 142 000 points de vente à travers ses territoires membres.

Alerte aux faux

.....

Si le timbre-poste est depuis longtemps la proie des contrefacteurs, les opérateurs postaux ne baissent pas les bras devant le problème et contre-attaquent, soutenus par l'UPU et faisant appel à des techniques de sécurité toujours plus sophistiquées pour lutter contre ce fléau.



Comme l'explique Jean-François Logette, chef du programme «philatélie» au Bureau international de l'UPU, la contrefaçon consiste à imiter un timbre existant et de le commercialiser. Le problème touche notamment les pays industrialisés, et ce sont surtout les timbres courants (servant à l'affranchissement du courrier) qui sont les préférés des faussaires.

«Ce problème est croissant et va en s'amplifiant, car les moyens de reproduction sont de plus en plus sophistiqués et facilitent la tâche des contrefacteurs. La mise sur le marché de timbres-poste contrefaits pénalise les recettes des postes émettrices et trompe les collectionneurs», déclare Jean-François Logette.

La Suède connaît bien le problème. Entre 2005 et 2007, la poste suédoise à elle seule a dénombré 31 émissions de timbres contrefaites. Fin 2005 et début 2006, des policiers et douaniers suédois et danois ont saisi plus d'un million de timbres-poste suédois contrefaits en transit ou dissimulés dans des meubles importés d'Extrême-Orient. Tous ces timbres auraient servi à l'affranchissement de lettres de première classe du régime intérieur.

Les faux timbres sont «très bien confectionnés» et commercialisés dans de petits commerces, épiceries et kiosques, déplore Claudia Hager, de l'Imprimerie officielle d'Autriche, autre pays luttant contre ce fléau. «La valeur d'un timbre unique est petite, mais lorsqu'il est produit et distribué en grande quantité, les dégâts sont importants. Le timbre-poste est une image de marque, la mar-

que déposée authentique et originale qui différencie les postes. Il est le messenger du pays», rappelle-t-elle.

Petits commerces et technologies

Plusieurs facteurs ont servi à faciliter l'expansion de la contrefaçon, notamment dans les pays industrialisés, explique Jean-François Logette. D'abord, il y a la prolifération des correspondances prépayées ainsi que la multiplication des points de vente des timbres, y compris sur Internet. Ensuite, le marché de la vente des timbres-poste s'est ouvert à la concurrence. Tous ces éléments conjugués rendent le contrôle des réseaux de diffusion plus difficile et encouragent les faussaires à confectionner et à commercialiser de faux timbres. La contrefaçon touche davantage les pays qui utilisent les dernières nouvelles technologies en matière d'impression. Ces dispositifs sont à leur portée, vu leur prix abordable et leur facilité d'utilisation.

Devant l'étendue du problème, l'UPU, soutenue par de nombreux pays, a mis en place des mesures et des dispositifs pour pallier ce phénomène et identifier les timbres contrefaits avant leur commercialisation. En outre, l'UPU s'efforce de jouer un rôle fédérateur en matière de sensibilisation et organise ponctuellement des ateliers philatéliques sur les nouvelles technologies et l'impression de sécurité. Des imprimeurs et des professionnels peuvent ainsi sensibiliser les experts philatéliques et leur fournir des conseils pour garantir une impression sécurisée.

.....
Par
Sarrah Daldoul

Infalsifiables

Les imprimeurs de sécurité ont recours aujourd'hui aux perforations, aux parfums, à la gravure, aux hologrammes et à d'autres techniques de production dernier cri pour mettre les timbres à l'abri de la contrefaçon, voire décourager celle-ci. Tour d'horizon sur certaines de ces techniques.



Avant et après – Le cadre or métallique du timbre autrichien «La Sainte Famille» (en haut) a nettement perdu de son lustre lorsqu'on examine son équivalent contrefait (marqué COPY). Les structures de ligne témoignent aussi d'une technique d'impression au laser de piètre qualité.

Lors d'une conférence organisée en 2007, les pays touchés ont établi un état des lieux et proposé des solutions. Les professionnels se sont exprimés sur leurs expériences et exposé les différentes mesures entreprises pour résoudre ce problème épineux. Les solutions adoptées vont de l'incorporation d'éléments de sécurité lors de la confection des timbres légaux au contrôle visuel des timbres mis en circulation, une technique très onéreuse.

Imprimeurs de sécurité

L'UPU oriente vers des imprimeurs de sécurité les pays émetteurs de timbres faisant partie du système de numérotation mondiale des timbres-poste WNS, visant à promouvoir les timbres légaux (v. encadré). Elle met aussi à disposition sur le site WNS une liste d'imprimeurs de papier de valeur ayant ratifié le code d'éthique d'INTERGRAF, la confédération internationale pour l'impression et les industries annexes, avec laquelle l'UPU a signé un accord de coopération en 2003. INTERGRAF fixe les normes et les conditions nécessaires pour pouvoir faire partie des imprimeurs de sécurité. Une autre mesure simple adoptée par un grand nombre de pays-membres consiste à indiquer le nom de l'imprimeur sur le timbre-poste.

Dans l'article 7.7 de son nouveau code de déontologie philatélique, l'UPU conseille aux postes de ne confier l'impression des émissions qu'aux imprimeurs garantissant la sécurité des timbres-poste et ayant accepté le code d'éthique élaboré par INTERGRAF.



Ce timbre indien est parfumé au jasmin, comme la fleur de son sujet.



Un timbre français honorant Louis Braille contient de l'écriture braille.



L'Islande a utilisé une encre thermochromatique pour imprimer ce timbre sur la préservation des régions polaires et des glaciers. Les zones bariolées de rouge montrent l'état actuel de la calotte arctique. Lorsque la feuille est mise au contact de la chaleur, les lignes rouges disparaissent graduellement pour révéler comment les glaciers et la surface gelée de l'océan Arctique rétréciront d'ici à 2100, à en croire les prédictions scientifiques.

Progrès

Grâce aux nombreux efforts déployés pour lutter contre la contrefaçon, des pays comme la Suède parviennent à renverser la tendance. Kristina Olofsdotter, responsable du marketing et design à la poste suédoise, estime que la situation de son pays est aujourd'hui sous contrôle. Grâce aux mesures adoptées depuis 2007, la poste suédoise a pu réduire au maximum le trafic des faux timbres. «Nos mesures de sécurité se sont avérées très performantes, car seuls huit nouveaux cas ont été enregistrés.»

Tous les timbres sont soumis à une analyse technique et à un système de contrôle d'authenticité, explique-t-elle. La poste a dispensé une formation aux employés afin de renforcer la vigilance et de les sensibiliser à la gravité du problème.

Les médias ont aussi été mobilisés pour diffuser l'information à la clientèle, qui a souvent permis de repérer faussaires et marchands. Par ailleurs, des policiers ont



.....
Le Portugal et le Canada ont recours à des perforations de sécurité, évoquant des symboles nationaux tels que la croix ou la feuille d'érable, afin de rendre leurs timbres plus difficiles à contrefaire.



.....
Ces timbres émis par la poste de Hongkong pour souligner la nouvelle année lunaire arborent un rat et un bœuf gaufrés de couleur or.

reçu une formation spécialisée pour repérer les contrefacteurs et les vendeurs.

«Nous avons également été contraints de modifier les techniques de design des timbres en ajoutant des indices d'authenticité et des mesures de sécurité reconnaissables à la fois par le public et les employés postaux. Aujourd'hui, la poste suédoise travaille en réseau avec des partenaires identifiés et reconnus», conclut Kristina Olofsdotter. Elle conseille aussi aux postes émettrices de timbres aux prises avec le problème de la contrefaçon de coopérer avec la police et de collecter des informations à insérer dans une base de données à disposition des centres de tri. Ces mesures, dit-elle, s'avèrent aussi très utiles.

Les opérateurs postaux poursuivront leurs efforts de sensibilisation. Du 13 au 15 mai prochain, INTERGRAF organise un salon technologique à Stockholm, qui réunira les imprimeurs de sécurité. La question de la contrefaçon sera également examinée en marge des expositions philatéliques à Londres (avril 2010) et au Portugal (mai 2010).

Le WNS: des timbres et des chiffres

.....
 Le WNS est un système de numérotation mondiale des timbres-poste visant à promouvoir les timbres légaux et officiellement émis. Il a été lancé par l'UPU et l'Association mondiale pour le développement de la philatélie, le 1^{er} janvier 2002. Tous les timbres émis par les pays adhérents sont enregistrés sur le site bilingue www.wnsstamps.ch et se voient attribuer un numéro unique WNS. L'UPU recommande aux pays de rejoindre le système mais, comme il s'agit d'un service payant, ne peut pas imposer la démarche. Par ailleurs, l'UPU a proposé d'ajouter une alarme en marge des timbres ayant été victimes de contrefaçon, mais les pays-membres craignent que cette mesure contribue, sans le vouloir, à promouvoir des timbres contrefaits, le marché des faux timbres ayant un public. A ce jour, 191 des 237 autorités postales émettrices de timbres dans le monde entier sont membres du WNS. Plus de 37 000 timbres sont répertoriés sur le site www.wnsstamps.ch.

Le timbre en bref

.....
 Le timbre-poste est émis exclusivement par une autorité émettrice compétente, conformément aux Actes de l'UPU; l'émission de timbres-poste englobe leur mise en circulation. Il est un attribut de souveraineté et constitue une preuve du paiement de l'affranchissement correspondant à sa valeur intrinsèque, lorsqu'il est apposé sur un envoi postal conformément aux Actes de l'Union. Le timbre-poste, en tant qu'objet philatélique, représente une source de recettes supplémentaires pour les opérateurs désignés. Il doit être en circulation sur le territoire d'origine de l'autorité postale émettrice pour une utilisation aux fins d'affranchissement ou de philatélie.

.....
 Source: Code de déontologie philatélique à l'usage des pays-membres de l'UPU, 24^e Congrès postal universel, recommandation C26/2008.

Penser que la contrefaçon puisse être totalement éradiquée un jour n'est probablement pas réaliste. Mais selon Jean-François Logette, l'UPU et ses pays-membres continueront de collaborer et d'échanger de l'information concernant les meilleures stratégies et techniques de sécurité pouvant être adoptées pour atténuer les effets du fléau, et au moins donner du fil à retordre aux criminels.

Une réponse postale à la crise

.....

Alors que la crise financière fait toujours les gros titres et que le G7 et les Nations Unies s'emploient à chercher des solutions, l'UPU veut prendre part au débat.

Le secteur postal a un rôle important à jouer dans ce contexte, que je défendrai lors du débat de haut niveau qui se tiendra lors du Conseil d'exploitation postale et de la réunion du Conseil des Chefs de secrétariat des organismes des Nations Unies, qui auront lieu successivement au début d'avril.

La crise actuelle a généré non seulement une méfiance des acteurs du marché financier, mais aussi des changements dans les habitudes des consommateurs et des entreprises, et elle a considérablement accru le besoin de gouvernance et d'intervention gouvernementale dans la sphère financière. Mais je suis convaincu qu'un réseau postal mondial renforcé peut aussi, et doit, de par l'image de confiance et de stabilité qu'il dégage, jouer un rôle en période de crise.



.....

Par Edouard Dayan, directeur général de l'UPU

L'une des conséquences principales de la crise est l'aversion pour le risque, qui conduit à un resserrement du crédit pour les particuliers et les entreprises, au gel des prêts interbancaires, à une réduction de l'accès aux marchés de capitaux et à d'importantes fuites de capitaux dans les pays émergents et moins développés. Cela entraîne une récession mondiale qui pourrait ralentir les échanges commerciaux internationaux et les flux migratoires.

A mon avis, le secteur postal peut contribuer à limiter ces menaces par la confiance, l'inclusion et le partenariat.

Depuis le début de la crise, les institutions financières postales ont vu le nombre d'ouvertures de comptes de dépôt et d'épargne augmenter. Une telle confiance peut contribuer au développement de systèmes de paiement postaux efficaces et fiables et à la stabilisation des conditions financières par le biais du réseau postal mondial, qui compte 660 000 bureaux de poste. Les réseaux postaux permettent aussi aux ménages à revenu faible et intermédiaire exclus par les banques traditionnelles d'avoir accès aux services financiers de base.

D'après les prévisions, les transferts de fonds – sources de financement vitales pour beaucoup de pays en développement – devraient diminuer avec le ralentissement des migrations. Le système de transfert de fonds élec-

tronique de l'UPU est fondé sur un traité intergouvernemental qui intègre la dimension électronique des transactions financières. Permettre les transferts sûrs et accessibles à des prix abordables via les réseaux postaux répond aux besoins des travailleurs migrants, de leurs pays d'origine et de l'ensemble de la communauté internationale. Les postes pourraient même proposer des comptes réservés à ces travailleurs afin de mieux canaliser les envois d'argent en favorisant l'épargne et l'investissement.

La confiance accordée au secteur postal pourrait devenir un atout pour faciliter le développement de la vente par correspondance, puisque les postes sont des tiers de confiance, surtout dans le commerce électronique, où acheteurs et vendeurs ne se connaissent souvent pas.

La contraction des flux commerciaux et la perspective de mesures protectionnistes met actuellement les échanges internationaux en péril. Des conditions optimales doivent permettre à toutes les forces économiques de prendre part au commerce international. C'est pour cette raison que l'UPU coopère, par exemple, avec l'Association du transport aérien international et l'Organisation mondiale des douanes, afin de mieux coordonner les activités de chacun et d'intégrer la chaîne logistique mondiale. Ces activités aboutissent à des programmes visant à aider les petites entreprises des pays en développement à exporter leur production et d'étendre à d'autres régions les expériences réalisées avec succès en Amérique latine via le réseau postal.

Avec plus de 5 millions d'employés, le secteur postal est l'un des plus gros employeurs du monde. La crise aura un impact social sur le secteur. La formation et le dialogue social seront plus importants que jamais. Nous veillerons à renforcer les programmes de formation à distance TRAINPOST de l'UPU, et l'UPU et UNI Global (un groupement international de syndicats auquel ceux du secteur postal sont affiliés) travailleront sur des projets axés sur le développement durable, le dialogue social dans les pays en développement, la santé, etc.

L'UPU poursuivra ses efforts afin de renforcer le secteur postal dans son rôle de moteur et d'infrastructure du développement. Mais la crise nécessite une réponse multilatérale. Des partenariats tels que l'initiative «Aide pour le commerce» de l'Organisation mondiale du commerce doivent être établis, en particulier entre les institutions spécialisées et les organismes des Nations Unies. Dans des domaines tels que l'inclusion financière, le développement des échanges et les questions sociales en particulier, l'UPU ne peut agir qu'avec le soutien d'autres.

Je reste convaincu qu'un réseau postal mondial fort constitue une infrastructure clé pour atténuer les conséquences de la crise financière et économique à laquelle nous sommes aujourd'hui confrontés.

Les colis dans le collimateur

La quantité de colis postaux échangés sur les marchés intérieurs en 2007 s'élevait à 6,5 milliards d'envois, soit 7,9 % de plus qu'en 2002. Entre ces deux années, cependant, le volume des échanges internationaux n'a progressé que de 1,4 %, à 44 millions d'envois en 2007.

.....
Par
Rhéal LeBlanc

.....
Photos
Mark Coote

La croissance du commerce électronique et une stratégie davantage centrée sur la clientèle transforment les opérateurs désignés en prestataires de services plus offensifs sur un marché où la concurrence est rude et où l'exploitation des dernières technologies est indispensable pour gagner des parts de marché.

Il est difficile d'attribuer une valeur précise au marché mondial des colis. Les opérateurs postaux du monde entier, publics comme privés, gardent jalousement leurs chiffres. Certains rapports indiquent que le marché mondial des colis et de l'express valait déjà 162 milliards de dollars US en 2005. Dans les pays de l'Union européenne, où les postes sont de gros opérateurs sur le marché des colis, les experts affirment que ce marché progresse de plus de 6 % par an et qu'il valait 39 milliards d'euros en 2005.

Ces dernières années, les pays-membres de l'UPU ont décidé de se concentrer davantage sur la qualité du service des colis. L'apposition de codes à barres et l'acceptation de la responsabilité sont désormais obligatoires, et des primes sont associées à certains éléments de service. En 2010, ces primes dépendront également des résultats des pays mesurés par rapport aux objectifs fixés en matière de transmission des données.

Cela dit, la présidente de la nouvelle commission «colis» du Conseil d'exploitation postale (CEP), Celia Galbraith, de la poste néo-zélandaise, affirme que les opérateurs désignés doivent maintenant mieux comprendre le marché et les besoins des clients afin de mieux saisir les opportunités que leur offre le marché et gagner la confiance des clients.



«Nous avons besoin de proposer des solutions, et pas seulement des produits, et de maintenir des prix abordables pour tous les clients.»

Quelles sont les grandes tendances du marché des colis?

Le secteur des colis se trouvant dans une situation favorable de croissance, nous devons l'appuyer de toutes nos forces. Les habitudes des consommateurs changent. On peut relever des signes troublants de substitution électronique pour les volumes de courrier traditionnel, mais l'augmentation des transactions sur Internet a aussi entraîné une croissance du marché des colis du fait que le consommateur achète davantage de biens en ligne et hors des frontières nationales. L'étendue même du réseau des postes et la confiance dont elles jouissent en tant qu'opérateurs désignés font que nous avons d'énormes possibilités pour favoriser ces tendances en fournissant d'excellentes solutions. Nous commençons également à comprendre la nécessité de proposer des solutions commerciales à ceux qui expédient de grandes quantités de colis à l'international. Aussi allons-nous mettre davantage l'accent sur le perfectionnement et le marketing du produit «colis» durant ce cycle.

Un rapport du Congrès recommande que l'UPU acquière «une meilleure compréhension du marché». Qu'entend-on exactement par là?

Que nous devons collectivement mieux comprendre les besoins de nos clients. Au CEP, nous devons entendre la voix des clients. Nous avons besoin de proposer des solutions, et pas seulement des produits, et de maintenir des prix abordables pour tous les clients. Nos clients devraient pouvoir choisir le

prix et les services. Nous étudierons la mise en place de services comme l'insertion directe et une procédure améliorée de retour des colis. Les colis représentent un marché en expansion, et les opérateurs désignés affrontent une forte concurrence. Il est très important de faire les bons choix et de placer les clients au centre des activités.

Comment allez-vous faire entendre la voix des clients?

Individuellement, chaque opérateur désigné détient des informations sur le vécu, les attitudes et les besoins des clients, à partager avec les autres opérateurs. Collectivement, nous devons mieux partager nos informations et tirer les leçons de nos succès mutuels. Un des points inscrits en permanence à l'ordre du jour de la commission «colis» est un tour de table des initiatives prises au niveau régional pour résoudre de vieux problèmes en les attaquant sous un nouvel angle. En Afrique de l'Ouest, par exemple, les postes ont travaillé à définir un parcours qui leur permet d'indiquer à leurs clients avec plus de certitude quand leurs produits seront expédiés et livrés. Nous allons également collaborer avec d'autres groupes de partenaires à l'UPU, tels que la Coopérative EMS, le groupe «développement des produits et marketing» de notre commission, le Forum pour le développement du publipostage et le Comité consultatif. Eux aussi représentent les clients que nous cherchons à servir.

La crise financière va-t-elle porter un coup sérieux à l'activité colis? Il est encore trop tôt pour le dire.

Cela dit, les clients vont probablement faire un peu plus attention à leurs dépenses discrétionnaires et chercher d'autres moyens d'acheminer leurs produits. Nous devrions être à l'écoute des besoins et soucis de nos clients et nous concentrer sur l'essentiel. Avec le CEP, nous avons l'occasion de mieux comprendre comment fonctionne notre activité et comment elle réagit à la crise. Après tout, mes colis partants sont les colis arrivants de quelqu'un d'autre. Nous sommes un réseau mondial. La crise peut être une occasion pour nous d'attirer des clients qui utilisaient auparavant les services haut de gamme de prestataires non postaux, mais nous devons aussi veiller à proposer le bon prix.

Quel a été le progrès le plus important en matière de qualité ces dernières années?

L'utilisation des codes à barres, sans l'ombre d'un doute. Ils ont été à la base de nombreuses améliorations. En 2005, nous avons rendu obligatoire l'utilisation des codes à barres. A l'époque, 87 pays en apposaient systématiquement sur les colis exportés. En 2007, nous sommes allés plus loin et nous avons rendu l'apposition de codes à barres obligatoire pour participer au système de primes sur les quotes-parts territoriales d'arrivée (ndlr: ces quotes-parts sont les sommes que les pays se versent mutuellement en rémunération de la distribution des colis internationaux arrivants). Aujourd'hui, plus de 150 pays apposent des codes à barres sur leurs colis. Ils nous permettent de suivre et de localiser les colis et ainsi de répondre rapide-

ment aux demandes de renseignements des clients grâce à notre système commun de réclamations sur Internet.

L'utilisation des codes à barres et des systèmes de suivi et de localisation pour les colis a constitué un progrès important. Mais sont-ils aussi efficaces qu'ils pourraient l'être?

Certes, nous disposons maintenant des bases pour améliorer le service, et les travaux sur les quotes-parts territoriales d'arrivée ont beaucoup contribué à mettre en place des mesures incitatives efficaces sur les pays-membres. Cela dit, davantage de formation et de soutien technique sont nécessaires une fois les technologies adoptées. Une centaine de pays, à l'heure actuelle, utilise notre système de réclamations, et le Système postal international (IPS) est une application de premier ordre pour les pays en développement. Mais chacun doit en comprendre à fond les fonctionnalités et les caractéristiques pour que les échanges de données soient aussi utiles que possible pour les pays-membres. Un pays, par exemple, saisisait ses données IPS dans un mauvais masque; résultat: les informations n'étaient jamais transmises. Certains pays ignoraient que la possibilité d'échanger des messages EDI pour les dépêches était une fonction intégrée d'IPS. Pour garantir des résultats optimaux, l'UPU doit sensibiliser les intéressés à l'utilisation des technologies par des actions de formation et de suivi. De même, tant que 100 % des pays ne transmettront pas des données de qualité ni ne répondront aux réclamations dans les délais, nous ne pourrons offrir à nos clients des normes de service homogènes sur l'ensemble du réseau mondial.

Améliorer la qualité de service est une chose. Mais comment l'Union

peut-elle aider les pays-membres à développer leur marché des colis? L'UPU doit continuer à faciliter les échanges d'informations entre ses membres. Nous devons exploiter ces connaissances pour le bien de tous. Examiner les tendances volumiques et les initiatives régionales telles que le réseau de transport en cours de développement en Afrique de l'Ouest est certes utile, mais nous devons aussi exploiter ces informations pour mieux fournir le type de service que les clients veulent et dont ils ont besoin. Il suffit de jeter un coup d'œil sur le marché pour voir qu'il existe déjà une gamme complète de solutions. Il n'y a pas de raison pour qu'on ne puisse pas faire aussi bien, ou mieux. Nous devons juste être un peu plus réceptifs pour explorer de nouvelles options de service, telles que l'insertion directe des colis, le dédouanement anticipé et la facturation du destinataire.

Comment les pays-membres peuvent-ils mettre les décisions en œuvre plus rapidement et de manière plus compétitive?

Nous pouvons commencer par hiérarchiser nos priorités de travail. Il est important que les membres sachent dans quelle direction nous travaillons; nous ne pouvons nous permettre de travailler dans l'isolement. L'adoption d'une démarche axée sur les résultats devrait nous faciliter la tâche. Nombreux sont ceux qui attendent de la nouvelle commission «colis» qu'elle marche sur les traces du groupe précédent et fasse un excellent travail; il est donc important que nous allions droit à l'essentiel. Une participation plus étendue au groupe serait la bienvenue, afin que nous bénéficions de visions diverses. Parallèlement, nous œuvrons à la mise en place de nouveaux éléments de service à la fin de 2009, tels que l'insertion directe. Si nous obtenons des résultats axés sur le mar-

ché, davantage de membres voudront participer. Nous devons aussi collaborer davantage avec les unions restreintes pour avoir un point de vue régional sur les questions et soulever un peu d'enthousiasme à l'idée que l'UPU puisse apporter des solutions axées sur les clients.

Vous avez parlé d'insertion directe à deux reprises. En quoi cela consiste-t-il exactement?

L'insertion directe est un élément de service que certaines postes offrent déjà dans le cadre du service international de la poste aux lettres et qui donne aux envois déposés par une poste dans un pays étranger l'aspect d'envois du service intérieur de ce pays. Ce courrier bénéficie alors des tarifs postaux du service intérieur, ce qui rend beaucoup plus intéressant pour les entreprises de traiter avec la poste plutôt qu'avec ses concurrents. Nous cherchons à offrir le même type de service pour les colis internationaux. Pour les colis, nous espérons que l'insertion directe soit particulièrement intéressante pour les commerçants ou distributeurs en ligne, qui cherchent à paraître physiquement plus proches de leurs clients et à obtenir des tarifs commerciaux compétitifs. De nombreuses postes proposent déjà d'excellentes plates-formes de commerce électronique. L'insertion directe est la solution de livraison qui nous aide tous à proposer un service global intégré du marketing (sous la forme du publipostage) à la distribution (grâce à l'insertion directe) en passant par la vente (grâce aux plates-formes de commerce électronique). Un tel service global intégré répond aux besoins des clients, qui attendent des opérateurs des solutions et un partenariat avec eux pour les aider à pénétrer de nouveaux marchés et à se développer.



A mesure que la qualité du service des colis postaux s'améliore, la différence avec le service EMS s'amoindrit. Les pays-membres estiment que la commission «colis» et la Coopérative EMS devraient collaborer plus étroitement. De quelle manière ces deux organes peuvent-ils travailler à une meilleure définition de leur produit respectif?

Les colis et l'EMS devraient être des services complémentaires et non concurrents. La Coopérative EMS et la commission «colis» échangent déjà de nombreuses informations afin de mieux comprendre le comportement de leur clientèle respective. Je suis invitée aux réunions du conseil de gestion de la Coopérative EMS et nous invitons leurs membres à nos réunions, par exemple. Dans la région Asie/Pacifique, nous organisons ensemble des colloques et nous espérons pouvoir le faire dans d'autres régions.

D'aucuns soutiennent que l'image est un point faible des opérateurs désignés du fait de l'absence de marque commune d'un marché à l'autre. Etes-vous de cet avis?

Je pense qu'il importe davantage d'avoir confiance dans notre réseau. Nous disposons de plus de points de contact que n'importe quelle autre entreprise, et nous devons parler des avantages que nous confère notre réseau. Une marque mondiale est forte quand

le client sait que le niveau élevé de service dont il bénéficie dans un pays sera le même dans un autre pays. Nous, les postes, avons aussi des points communs, tels que le caractère accessible et abordable de nos services. Nous devons nous vendre mieux en tenant les promesses faites à nos clients.

La législation douanière connaît actuellement diverses modifications dans de nombreux pays. Quelles sont les conséquences de ces changements pour le dédouanement des colis internationaux?

C'est tout un monde nouveau qui s'ouvre là. Des changements comme l'inscription dans la législation de l'échange de données douanières électroniques pourraient avoir d'importantes répercussions sur nos opérations, étant donné qu'une grande partie des colis que nous traitons est encore déposée au guichet et ne consiste pas en expéditions commerciales normalisées avec présentation et saisie électroniques des informations douanières. Nous avons, à l'UPU, d'excellents groupes qui travaillent sur cette question. Il est important qu'ils disposent du temps et des connaissances nécessaires pour collaborer étroitement avec l'Organisation mondiale des douanes afin de faire en sorte que les colis soient traités aussi efficacement que possible en douane.

Pensez-vous que l'UPU puisse vraiment faire une différence dans un secteur aussi concurrentiel que les colis?

Absolument. Nous avons un service accessible et abordable. Les groupes collaborent bien ensemble, et quand nous voulons changer les choses nous avons montré que nous pouvons le faire. Prenez les quotes-parts territoriales d'arrivée, par exemple. Nous sommes partis de pays qui fixaient leurs propres quotes-parts pour arriver à une décision du Congrès de Bucarest investissant le CEP de l'autorité nécessaire pour fixer lui-même les taux et octroyer des primes aux pays qui se sont engagés à offrir certains éléments de service spécifiques. Aujourd'hui, nous nous trouvons un peu dans l'urgence du fait de l'évolution des tendances du marché et de la crise financière, mais nous avons démontré qu'en cas de besoin nous sommes capables de redéfinir nos capacités.

Tour d'horizon

Fusion historique

Le ministre suédois des entreprises, de l'énergie et des communications et son homologue danois des transports ont signé l'accord de partenariat confirmant la fusion entre Posten AB et Post Danmark. La fusion sera examinée par leurs autorités de régulation respectives.

L'entreprise fusionnée aura un chiffre d'affaires annuel d'environ 45 milliards de couronnes suédoises (5 milliards de dollars US) et comptera plus de 50 000 employés. L'Etat

suédois possèdera 60 % du capital, et l'Etat danois 40 %. Les décisions seront prises équitablement par les deux Etats, et le siège de la nouvelle entreprise se situera à Solna, près de Stockholm.

Il s'agit d'une fusion historique permettant à deux entreprises nationales d'être plus compétitives et de renforcer leur position sur le marché postal des pays nordiques.

Source: communiqué de presse, Posten AB

ePostal, le tout en un

A partir d'avril 2009, la poste sud-africaine réunit tous ses services postaux électroniques sur un portail unique dénommé ePostal. Plus de 121 000 utilisateurs y sont déjà inscrits. Ce nouveau site s'adresse aussi bien aux administrations qu'aux grandes, petites et moyennes entreprises et aux particuliers. ePostal propose un service de courrier hybride et le paiement de factures pour le renouvellement de boîtes postales ou les amendes routières, par exemple. Ces factures sont payables en ligne via courrier électronique, fax ou SMS. Les services électroniques connaissent une augmentation annuelle de 60 % depuis trois ans.

Source: Itweb

Moins d'analphabètes

La Poste belge a vendu 20 millions de timbres de Noël pour un montant total de 840 000 euros: un vrai succès. Pour chaque timbre vendu, 2 cents étaient reversés au Fonds de la poste pour l'alphabétisation.

L'illettrisme reste une problématique importante et touche, selon les dernières données disponibles, un million de citoyens belges, qui ont des difficultés à lire et à écrire. L'argent injecté dans ce Fonds sera engagé pour stimuler la créativité des organisations et des instances concernées par ce fléau, encourager les familles d'origine étrangère à mettre leurs enfants à l'école le plus tôt possible et aider les femmes d'origine étrangère à franchir les obstacles liés à l'illettrisme.

Source: communiqué de presse, Fondation Roi Baudouin

GeoPost sur le marché indien

Le gouvernement indien a autorisé GeoPost SA, l'entreprise postale française de colis, à acquérir 60 % des parts de la société de colis express Continental Air Express. Cette prise de capital est toutefois soumise à des conditions: le secteur des lettres et des petits colis jusqu'à 2 kg reste réservé aux opérateurs indiens en vertu de la réglementation internationale. Ses activités

seront limitées au segment de distribution express des colis de plus de 2 kg entre entreprises.

Ce feu vert pourrait créer un précédent. La réglementation postale indienne fait actuellement l'objet d'amendements, et l'un d'eux vise à plafonner l'investissement étranger dans les entreprises de messagerie à 49 %.

Source: Economic Times India

Tour d'horizon

Contrats brésiliens en ligne

L'an dernier, la poste brésilienne a traité presque la totalité de ses appels d'offres et contrats pour l'acquisition de biens et de services via Internet, soit plus de 3 000 pour un montant de 900 millions de dollars US. Ces opérations électroniques sont à la fois bénéfiques pour la poste et l'économie du pays. Plus d'entreprises participent à ces

appels, la concurrence est accrue, les processus sont simplifiés et la transparence est garantie. Autre avantage, les coûts sont réduits de 18,7 %, soit une économie de près de 218 millions de dollars. La poste vient même de créer un site Web dédié à cette activité.

Source: communiqué de presse, Empresa de Correios e Telégrafos

Le code postal fait peau neuve

Poste Maroc a restructuré son code postal afin d'automatiser les opérations de tri et d'optimiser la distribution du courrier. Des nouvelles normes internationales appliquées aux codes postaux identifient géographiquement chaque secteur, quartier, agence et centre de courrier pour une livraison aux guichets et dans les boîtes postales. Ainsi, Poste Maroc fournit désormais aux clients «Grands comptes», générateurs de gros volumes de courrier, une distribution à un point unique et la codification de leurs bases de données ainsi que des annuaires physiques ou numériques.

Source: communiqué de presse, Poste Maroc

Miser sur l'éducation

Deutsche Post World Net (DPWN) participe et contribue au financement du projet éducatif «Teach First Germany», qui s'adresse à des collégiens et lycéens. Les employés du groupe allemand participeront à cette initiative comme volontaires. Ils seront invités à expliquer leur métier et les compétences requises pour l'exercer dans les classes participant au projet. La poste financera et organisera des stages d'été au cours desquels les enfants du personnel de Deutsche Post et de DHL seront sensibilisés à leur potentiel sur le marché du travail. Des étudiants universitaires triés sur le volet seront formés pour assister le personnel éducatif dans sa mission de motiver les jeunes à améliorer leurs résultats et leurs compétences.

Source: Communiqué DPWN

Un journal à la carte

La Poste Suisse teste, à Zurich, le «Personal News», un quotidien dont le contenu est choisi par le lecteur parmi une vingtaine de titres suisses et étrangers. Face à la baisse du courrier traditionnel, La Poste Suisse a choisi ce nouveau créneau: la composition d'un journal à la carte en collaboration avec des éditeurs de presse, intéressés d'élargir leur lectorat. Via un site Web dédié, une personne choisit une section pré-

cise parmi une vingtaine de titres étrangers et suisses alémaniques et obtient, le lendemain, son journal papier, en noir et blanc, ou par courriel en couleurs. La Poste Suisse a conçu un logiciel permettant d'automatiser toute la chaîne de production, du placement d'ordre à la fabrication du journal chez un imprimeur zurichois. Ce projet est en test pour trois mois.

Source: le Temps



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

Optimiser vos performances.



SOLYSTIC, PARTENAIRE DES SERVICES POSTAUX DEPUIS 60 ANS.

Pour fidéliser leurs clients, les services postaux exigent toujours plus de performance de leurs équipements. En consacrant 10 % de son chiffre d'affaires à la R&D, SOLYSTIC est à même d'anticiper les besoins des opérateurs postaux et de leur proposer des solutions d'avenir.

Choisir les équipements SOLYSTIC, c'est miser sur l'innovation afin d'optimiser vos performances.

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

