

UNION POSTALE

juin 2009

L'actualité qui fait bouger
le secteur postal



UPU, institution spécialisée
des Nations Unies

2

L'UPU et ses partenaires
**Unis contre
le VIH**



Conference programme announced!

BOOK ONLINE
SAVE UP TO 15%

www.postexpo.com



POST-EXPO 2009

Delivering the future of postal technology

POST-EXPO 2009

29, 30 September & 1 October 2009

Hannover, GERMANY

www.postexpo.com

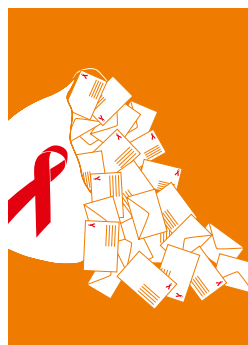
In association with

postal
technology international



Deutsche Messe
Hannover - Germany

Sommaire



Les postes, dont le réseau est inégalé, sont les acteurs principaux d'une campagne mondiale de sensibilisation aux modes de transmission du VIH.

En couverture

S'unir contre le VIH

L'UPU et l'ONUSIDA lancent une campagne mondiale de prévention du VIH.

8

Le savoir-faire, cette denrée exportable

L'Amérique latine s'emballe pour le programme Exporta Fácil de la poste brésilienne.

13

La crise, ça se discute

L'UPU a organisé une importante conférence sur la crise financière et présenté des résultats concernant son impact sur le secteur postal.

17



Visages

Emmanuel Havugimana, du Rwanda

Union Postale consacre une nouvelle rubrique aux employés qui sont au cœur du métier.

20

L'interview

L'approche régionale valorisée

Rodah Masaviru, secrétaire générale de l'Union panafricaine des postes, nous parle de la modernisation des services postaux en Afrique.

22

Quand la nature se déchaîne...

Frappés par les cataclysmes, les Italiens et les Australiens ont reçu le soutien de leurs postes.

27

Rubriques

En bref

4

Avant-propos

5

Tour d'horizon

30

134^e année
juin

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: faryal.mirza@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

Rédactrice en chef: Faryal Mirza

Rédacteurs adjoints: Jérôme Deutschmann, Rhéal LeBlanc

Secrétaire de rédaction: Gisèle Coron

Collaborateurs: Monika Kugemann, Itziar Marañon, Balthazar Twagilimana

Traduction: Xavier Perret, Karen Rocca, Nathalie Tomlinson

Graphisme: Die Gestalter, Saint-Gall (Suisse)

Impression: Weber Bentelli AG, Bienne (Suisse)

Abonnement: publications@upu.int

Publicité: Agence B&B, France (bernard.bessis@bb-communication.com)

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'UPU teste l'authentification sécurisée

Macau Post a présenté à l'UPU une proposition pour mettre en place des services d'autorité de certification, aux fins de recherche et de développement. L'UPU pourra ainsi délivrer des certificats électroniques et attribuer aux particuliers une identité numérique leur permettant de signer en toute sécurité des documents électroniques et d'effectuer en ligne des transactions juridiquement contraignantes.

L'UPU utilisera cette technologie pour octroyer, à but non lucratif, un nombre limité de certificats à des spécialistes du Bureau international et de ses pays-membres. Selon Paul Donohoe, spécialiste des services postaux électroniques, il s'agit d'une étape importante pour l'organisation. En effet, cette technologie est généralement coûteuse et difficile à mettre en œuvre ou à acquérir. De nombreux pays-membres n'y ont pas encore accès. A présent, ils vont pouvoir l'étudier et formuler des recommandations sur son utilisation en participant à un essai organisé par

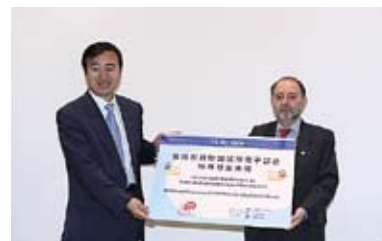
l'UPU sur la transmission et la réception sécurisées de communications électroniques, gratuitement ou à moindre coût.

Les certificats électroniques délivrés par le Bureau international serviront d'abord à assurer la sécurité des ordinateurs et des réseaux. Ils permettront aussi de sécuriser l'accès à distance au site Web et à identifier les ordinateurs autorisés à se connecter au réseau interne.

Plus tard, les membres du groupe «services électroniques» du Conseil d'exploitation postale ainsi que les membres de la Coopérative télématique pourront utiliser cette technologie pour l'échange de documents nécessitant une signature numérique.

Le projet pilote permettra aussi à l'UPU d'effectuer des travaux pratiques sur les marques électroniques de certification postales, les messages électroniques recommandés et d'autres services numériques.

«Notre objectif consiste à trouver des moyens innovants pour que



Guozhong Huang, vice-directeur général de l'UPU, reçoit de Carlos Roldão Lopes, de la poste de Macao, un certificat attestant du transfert de la technologie à l'UPU.

Photo: Macau Post

les services postaux restent économiquement viables et continuent de jouer leur rôle social de prestataire du service universel, a souligné Carlos Roldão Lopes, dirigeant de la poste de Macao. En cette ère d'Internet, où les phénomènes de dématérialisation menacent nos services traditionnels, nous restons convaincus que les services postaux peuvent jouer un rôle important au sein d'un réseau électronique.»

Le transfert de la technologie a clôturé une conférence de deux jours sur le commerce électronique tenue à Hongkong et organisée par l'UPU et la poste de Hongkong.

L'EMS: excellentes performances en 2008

La Coopérative EMS a présenté d'excellents résultats pour 2008. Les 155 opérateurs du réseau EMS ont fourni des services de très grande qualité, comme en témoignent les résultats enregistrés par rapport aux indicateurs de performance.

En 2008, près de 86% des envois EMS ont été distribués dans les délais, et les opérateurs ont traité plus de 96% des réclamations des clients. Lors de l'assemblée générale de la Coopérative, plusieurs pays ont été

primés au titre de leur performance en 2008. L'octroi de ces prix se base sur les analyses effectuées par des consultants indépendants et témoigne des efforts déployés par les pays pour respecter les principales normes EMS.

Au total, 18 pays et territoires ont été récompensés par l'or, l'argent ou le bronze pour l'excellence de leur service EMS (acheminement dans les délais, suivi des envois et traitement des réclamations de la clientèle).

Hongkong, le Japon, la République de Corée et Singapour ont remporté l'or; l'Australie, le Brésil, la Chine, El Salvador, la Finlande, la Grande-Bretagne, l'Irlande, la Nouvelle-Zélande, la Suède et la République tchèque ont atteint le niveau argent; le Canada, l'Estonie, les Etats-Unis d'Amérique et l'Ukraine se sont vu décerner le bronze.

Le trafic EMS mondial a totalisé 44 millions d'envois en 2007, soit 8,5% de plus que l'année précédente.

Le chiffre

33 000 000

avant-propos

Plus qu'une campagne

Le monde est aux prises avec de nouveaux virus tous les jours. Le plus récent, le H1N1, qui provoque la redoutable grippe porcine, a maintenant atteint le stade de pandémie. Cela dit, un autre virus, vieux de presque trente ans, continue de se propager. Malgré les progrès remarquables réalisés pour prolonger la vie des personnes touchées, il n'y a toujours pas de remède. La seule façon de lutter contre le VIH/sida consiste à se protéger.

Ce message principal, «protégez-vous», est plus important que jamais. A l'approche des trente ans de la découverte du virus, en 2011, l'UPU et ses pays-membres lancent, dans les bureaux de poste, une campagne mondiale de sensibilisation aux modes de transmission du VIH, et ce en collaboration avec le Programme commun des Nations Unies sur le VIH/sida (ONUSIDA), l'Organisation internationale du travail et l'UNI Global Union.

Bien entendu, les campagnes de sensibilisation à elles-seules ne sont pas suffisantes. Trouver un remède constitue l'objectif ultime. Mais jusqu'à ce que les recherches scientifiques aboutissent, de telles campagnes doivent continuer de rappeler aux gens que le sida tue et se faire le complément d'autres initiatives axées sur la prévention.

Le monde dispose encore de six années pour respecter sa promesse d'enrayer, d'ici à 2015, la propagation du VIH/sida et de commencer à inverser la tendance actuelle dans le cadre des Objectifs du millénaire pour le développement des Nations Unies. L'aide de partenaires comme l'UPU et d'autres organisations internationales est essentielle.

Nouvelle rédactrice en chef

Après plus de six ans en tant que rédacteur en chef d'*Union Postale*, je passe le relais à Faryal Mirza. Journaliste chevronnée, elle poursuivra la mission d'*Union Postale*, celle de

diffuser des actualités qui font bouger le secteur postal et inspirent les lecteurs partis à la découverte des pratiques exemplaires d'autres membres du secteur. Dans ce numéro, nous publions par exemple un article consacré au programme Exporta Facile. Ce programme, conçu pour faciliter l'exportation par la poste, a permis à des milliers de petits entrepreneurs de participer au commerce transfrontalier. L'UPU a bon espoir qu'un tel programme, qui témoigne de la capacité du secteur postal à contribuer au commerce international et à la réduction de la pauvreté, puisse d'appliquer à d'autres régions.

Enfin, ne manquez pas de lire la nouvelle rubrique «Visages». Dans chaque numéro, un article portera sur l'un des 5,5 millions d'employés qui font partie du réseau postal mondial, notamment ceux qui sont au cœur du métier. Bonne lecture!

Rhéal LeBlanc, rédacteur adjoint

Sur le plan mondial, c'est une estimation du nombre de personnes atteintes du virus de l'immuno-déficience humaine (VIH). L'UPU s'associe à l'ONUSIDA pour lancer une campagne de sensibilisation aux modes de transmission du VIH dans les bureaux de poste de nombreux pays. Lire l'article de page couverture pour en savoir plus.

RFID: l'UPU nomme un fournisseur

L'UPU a choisi AIDA Centre, une entreprise basée en Espagne, pour fournir les étiquettes d'identification par radiofréquence (RFID) et l'équipement utilisé dans le cadre de son système de contrôle mondial (SCM). Ce nouveau système permettra de mesurer la qualité des services postaux grâce à une technologie de pointe. Une étiquette RFID est une puce utilisée pour enregistrer et transmettre des informations.

AIDA Centre fournira environ 100 000 étiquettes à une vingtaine de postes prenant part à la phase d'essai du SCM. Cette phase débutera en août avec l'insertion d'étiquettes dans des lettres témoins servant à évaluer les délais d'acheminement jusqu'à destination.

D'ici à la fin de juillet, AIDA Centre installera l'équipement nécessaire pour capter les signaux émis par les étiquettes dans les bureaux d'échange des 14 pays ne disposant pas encore de cette infrastructure. L'entreprise allemande Quotas, quant à elle, recrutera et formera les panélistes qui enverront et recevront les lettres témoins.

Lorsqu'une lettre témoin munie d'une étiquette passe à proximité d'une antenne, un signal est transmis et les données captées sont enregistrées. A partir de 2010, ces données seront envoyées au système central de gestion de l'information exploité par l'UPU et pourront être utilisées pour le calcul des frais terminaux.

Services électroniques sous les projecteurs en Tunisie

La principale conclusion d'une conférence organisée récemment par l'Union postale universelle et la Poste Tunisienne reflète l'importance de l'échange d'informations pour développer les services électroniques. Edouard Dayan, directeur général de l'UPU, et El Hadj Gley, ministre tunisien des technologies de la communication, ont été parmi les acteurs de cet événement, tenu à Tunis en mai. D'autres intervenants, et notamment l'ambassadeur Bishar A. Hussein, président du Conseil d'administration de l'UPU, et Rodah Masaviru, secrétaire générale de l'Union panafricaine des postes, ont souligné l'importance stratégique des nouveaux services pour l'essor du secteur postal.

L'UPU a par ailleurs présenté sa stratégie et son plan d'action concernant les services électroniques pour 2009-2012. S'inscrivant dans le cadre de la Stratégie postale de Nairobi, cette stratégie et ce plan d'action prévoient l'utilisation accrue de la technologie pour renforcer le réseau postal et moderniser et diver-

sifier les produits et services. Les conférenciers ont rappelé l'importance de la prestation d'un service postal universel de haute qualité, financièrement abordable, novateur et adapté aux changements technologiques, l'objectif étant de stimuler la croissance du marché en exploitant les toutes dernières technologies.

En marge de la conférence, Mohamed Ghannouchi, premier ministre tunisien, a rencontré Edouard Dayan. L'entretien a porté sur les relations entre l'UPU et la Tunisie ainsi que sur le développement des réseaux postaux et des services électroniques pour combler le fossé numérique.

La Tunisie assume actuellement la présidence du groupe «Services électroniques» du Conseil d'exploitation postale de l'UPU. La Poste Tunisienne héberge également TRAINPOST, la plate-forme de formation à distance de l'Union. En 2009, près de 2500 employés postaux issus de 120 pays ont profité des cours dispensés en ligne.

L'Italie assure la présidence de la Coopérative télématique

L'Italie a été élue à la présidence de la Coopérative télématique de l'UPU. Giorgio Pomponi, de Poste Italiane, remplace Christopher Grosser, de la poste australienne. Le nouveau président dispose d'un mandat de quatre ans.

«Je souhaite renforcer l'interconnectivité entre opérateurs postaux et améliorer l'accès aux services postaux électroniques pour les pays les moins avancés», a-t-il déclaré.

Congrès 2012: Accord formalisé avec le Qatar

L'UPU et le gouvernement qatari ont officiellement ouvert la voie à l'organisation du 25^e Congrès postal universel en 2012 à Doha, au Qatar, en signant un accord au siège de l'UPU le 3 avril dernier. M. Ali Mohammed Ali Al Ali, président-directeur général de la poste du Qatar, a été désigné comme président du Congrès. Cheikh Fahad Bin Jassim Bin Mohammed Al-Thani, alors ministre du commerce, a signé l'accord avec le directeur général de l'UPU, Edouard Dayan. Plus de 2000 délégués devraient participer au Congrès de Doha. Le Congrès se réunit tous les quatre ans.

Début mai, l'UPU a appris avec tristesse le décès tragique de Cheikh Al-Thani, décédé dans un accident de la route, le 30 avril, à l'âge de 40 ans.



Doha, ville hôte du 25^e Congrès postal universel en 2012

Photo: Qatar Financial Centre

La Coopérative télématique, via son organe opérationnel, le Centre de technologies postales, conçoit, installe, et gère et entretient des applications technologiques de pointe pour les pays-membres de l'UPU. Créée en 1996, elle compte 128 membres.



Giorgio Pomponi

Photo: Alexandre Plattet

Nouveaux guides pour combler le fossé numérique

L'UPU a mis, et mettra au point, deux ouvrages pour aider les pays à améliorer leurs services postaux. Le premier, le «Guide du publipostage pour les pays en développement et les pays les moins avancés», a été lancé en mars par le Forum pour le développement du publipostage afin d'aider les postes à mieux comprendre et à promouvoir cet outil de marketing. Rédigé en anglais, ce guide propose une approche tant pratique que théorique du publipostage et inclut des exemples de pratiques exemplaires.

Un deuxième guide portant sur l'utilisation des technologies de l'information et de la communication (TIC) par le secteur postal pour combler le fossé numérique et améliorer les services, notamment dans les zones rurales, est en cours d'élaboration avec l'aide de l'Union internationale des télécommunications (UIT). Il sera lancé en 2010, à l'occasion de la Conférence stratégique de l'UPU à Nairobi (Kenya).

Ces dernières années, plusieurs projets menés par l'UPU en Asie et en Afrique se sont traduits par une utilisation accrue des TIC dans les bureaux de poste et par une meilleure interconnexion entre ces bureaux, souvent grâce à l'aide de l'UIT.

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 plaisir afin de faire d'*Union Postale* un magazine plus interactif. Contactez-nous par la poste ou par courrier électronique (faryal.mirza@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.

La boîte au lettres

“ Entendu sur les ondes ”

Chère Faryal,
Félicitations pour votre nomination au poste de rédactrice en chef d'*Union Postale*. Je tiens à vous dire à quel point j'apprécie les articles de votre magazine. Dans le programme radio dont j'assume la rédaction et la présentation, je me suis souvent inspirée des informations publiées dans *Union Postale*. Nous avons récemment présenté dans une émission des extraits de la conférence de haut niveau organisée par l'UPU à Berne sur le thème de la crise économique mondiale. Cette conférence coïncidait avec une réunion de tous les membres de notre équipe pour discuter de la politique et du développement de notre entreprise. Cette semaine, les émissions seront centrées sur les Objectifs du millénaire pour le développement et leur intégration dans la mission des postes afin de contribuer à offrir un monde meilleur à chaque être humain.

Judith May

**Directrice des affaires internationales
et relations publiques**

SURPOST

Paramaribo (Surinam)

Enquête auprès des lecteurs

Nous voulons votre avis. Dites-nous ce que vous pensez d'*Union Postale* en répondant à notre questionnaire. Vous pourriez gagner l'un de 15 prix qui seront attribués au sort.

Répondez en ligne (<http://www.surveygizmo.com/s/144298/union-postale-reader-ship-survey-fr>) ou sur papier, mais surtout ne manquez pas de participer à notre enquête.



S'unir contre le VIH

Grâce à une collaboration unique entre l'UPU et le Programme commun des Nations Unies sur le VIH/sida (ONUSIDA), sept postes pionnières participent à une campagne de sensibilisation sur les moyens de prévenir l'infection par le virus d'immunodéficience humaine (VIH). L'Organisation internationale du travail (OIT) et UNI Global Union sont également associés au projet.

.....
Par
Faryal Mirza

.....
Illustrations:
ONUSIDA



.....
Les matériels
mis au point
pour la cam-
pagne sont dis-
ponibles en sept
langues:
anglais, arabe,
chinois, espa-
gnol, français,
portugais et
russe.

Enrayer la propagation du VIH d'ici à 2015 est l'un des Objectifs du millénaire pour le développement, fixés par les Nations Unies. Pour réaliser cet objectif, l'UPU et l'ONUSIDA, en partenariat avec l'OIT et UNI Global Union, conjuguent leurs efforts pour renforcer la sensibilisation au VIH en lançant une campagne mondiale en juillet 2009. Les bureaux de poste dans les pays participants deviendront des centres d'information sur le VIH. Auprès du grand public et de leurs employés, les postes joueront un rôle prépondérant dans la sensibilisation à la lutte contre ce virus, et leur action rejoindra l'engagement pris par l'UPU en faveur du développement durable et de la réalisation des Objectifs du millénaire.

Fort de ses 660 000 bureaux de poste, le réseau postal physique constituera l'élément central de la campagne. On s'assurera ainsi qu'employés et clients des postes sont informés sur les questions de prévention du VIH. Il est essentiel d'empêcher les nouvelles contaminations par le VIH afin d'enrayer la propagation du syndrome d'immunodéficience acquise (sida), et cette campagne de sensibilisation fera passer le message.

Le VIH touche des millions de personnes dans le monde et continue de décimer des populations entières. Selon les chiffres de l'ONUSIDA, 33 millions de personnes seraient infectées par le VIH, et l'on compte près de 7500 nouveaux cas chaque jour. Environ 2 millions de personnes sont mortes de maladies liées au sida en 2007, et l'UPU veut contribuer à améliorer cette situation. De nombreuses postes œuvrent déjà en faveur de la santé, y compris pour la prévention du VIH, démontrant ainsi clairement leur rôle social. Selon Edouard Dayan, directeur général de l'UPU, «cette campagne témoigne des efforts constants déployés par l'UPU pour promouvoir la responsabilité sociale des opérateurs postaux et sensibiliser ces derniers à l'importance du développement durable».

Portée mondiale

Alison Phillips-Pearce, coordonnatrice de la campagne à l'ONUSIDA, estime que cette initiative conjointe aura «une très large portée et une envergure mondiale»,

compte tenu de l'étendue du réseau physique des postes. Ce réseau présente en outre une caractéristique particulière: «les bureaux de poste sont ouverts à tous, jeunes et moins jeunes, sans aucune discrimination», précise-t-elle.

Claude Montellier, chef du programme «Environnement et développement durable» au Bureau international de l'UPU, est d'avis que l'on peut faire beaucoup par l'intermédiaire des postes, car elles assurent déjà un accès universel à l'information. «Il est possible de promouvoir la responsabilité sociale en lançant des campagnes de sensibilisation aux maladies», souligne-t-il. Il ajoute que c'est la situation unique des postes qui a conduit l'UPU à examiner comment l'utilisation du réseau postal pourrait être maximisée au profit du grand public. En 2007, l'UPU a organisé un séminaire sur le développement durable, auquel diverses organisations internationales ont participé sous l'égide des Nations Unies. Par la suite, l'UPU a pris contact avec l'Organisation mondiale de la santé (OMS) pour lancer une campagne de prévention du VIH. C'est l'OMS qui a recommandé l'ONUSIDA comme partenaire de choix. Les autres partenaires se sont associés au projet tout naturellement.

Deux ans plus tard, la campagne est devenue une réalité. Afin d'aider les postes à atteindre les objectifs de la campagne, l'ONUSIDA a mis au point divers matériels adaptés, y compris des affiches, des cartes postales et des fiches d'information. La campagne se déroulera en trois étapes. La première phase, mise en œuvre avec la participation de sept pays pilotes, visera les clients des postes. Ces pays – le Brésil, le Burkina Faso, le Cameroun, la Chine, l'Estonie, le Mali et le Nigéria – ont été sélectionnés sur la base de leur étendue géographique et des taux de prévalence de l'infection au niveau national. L'Estonie, par exemple, connaît le taux d'infection par le VIH le plus élevé d'Europe. Durant la première phase de la campagne, près de 24 000 bureaux de poste dans le monde présenteront et distribueront le matériel d'information. Ce chiffre augmentera lorsque d'autres pays-membres de l'UPU se joindront aux sept pays pionniers en 2010. La deuxième phase, également prévue

«Les bureaux de poste sont ouverts à tous, jeunes et moins jeunes, sans aucune discrimination».

Alison Phillips-Pearce, ONUSIDA

Vivre avec le VIH et le sida

33 000 000

de personnes dans le monde vivent avec le VIH

67 %

des personnes atteintes par le VIH résident en Afrique, où le sida est la principale cause de mortalité

7 500

nouveaux cas d'infection quotidiens par le VIH

700 000

personnes vivent avec le VIH en Europe occidentale et centrale

2 000 000

de personnes sont mortes du sida en 2007

Bilan du VIH dans les pays pionniers

Pays	Population	Personnes vivant avec le VIH (estimation)
Brésil	191 791 000	730 000
Burkina Faso	14 784 000	130 000
Cameroun	18 500 000	540 000
Chine	1 328 630 000	700 000
Estonie	1 300 000	9900
Mali	12 337 000	100 000
Nigéria	148 000 000	2 600 000

Source: UNAIDS, 2007.

La poste a votre
santé à cœur.
Protégez-vous.



Pour EN SAVOIR PLUS
SUR LE VIH, consultez
www.unaids.org/preventHIV

Sept pays se lancent

Les sept pays pionniers sont fin prêts pour le lancement officiel de la campagne. Si vous êtes un pays-membre de l'UPU et que vous souhaitez contribuer à stopper la propagation du VIH, veuillez prendre contact avec Claude Montellier, chef du programme «Environnement et développement durable» au Bureau international de l'UPU (+41 31 350 32 09; claudemontellier@upu.int), ou avec Ariane Proulx, son assistante (+41 31 350 35 82; arianeproulx@upu.int).

pour 2010, visera les employés des postes, et la troisième phase, en 2011, se transformera en campagne philatélique sur la découverte du sida.

Processus consultatif

Comme l'explique Alison Phillips-Pearce, de l'ONUSIDA, le matériel élaboré pour la campagne a été conçu à la suite d'un processus consultatif mené avec ses partenaires. «Compte tenu des enseignements tirés d'expériences antérieures, nous savions que nous devions mettre au point un message qui attirerait l'attention des clients dans les bureaux de poste.»

Les matériels ont été testés à l'échelle mondiale et auprès de personnes des deux sexes. Les participants ont dû se prononcer sur les 14 concepts originaux afin de déterminer si le message était clair. A l'issue de ce processus, le slogan «La poste a votre santé à cœur. Protégez-vous.» a été retenu. Certains pays peuvent cependant l'adapter à leur situation particulière.

«Il a fallu créer un slogan adaptable pour s'assurer que le message soit pertinent pour le pays dans lequel il est présenté», a précisé Alison Phillips-Pearce. Au Brésil, par exemple, un message plus explicite était nécessaire. Le slogan sur les matériels de la campagne sera donc «La poste a votre santé à cœur. Protégez-vous. Utilisez le préservatif.»

La poste du Cameroun espère qu'avec le concours de ses 220 établissements postaux la campagne aura un impact sur les taux de prévalence du VIH au niveau national. C'est la première fois que cet opérateur postal participe à une campagne de promotion de la santé, et s'il le fait c'est pour une bonne raison. «Le VIH et le sida touchent une large part de la population», indique Mireille Ndan-cha Njilla, coordonnatrice de la campagne. Elle est convaincue qu'il est crucial de sensibiliser la population à la lutte contre le virus. Cela est d'autant plus important dans un pays où l'on estime qu'un peu plus de 5% des habitants âgés de 15 à 49 ans sont infectés par le VIH, selon les derniers chiffres de l'ONUSIDA.

La deuxième phase de la campagne, qui sera menée en 2010 avec l'aide de l'OIT et d'UNI Global Union, visera principalement les employés des postes. L'OIT élabore actuellement une trousse à outils que les employeurs postaux pourront utiliser pour informer leur personnel sur le VIH. Quant à UNI Global Union, il s'emploie à obtenir l'appui à la fois des postes et des syndicats pour cette phase de la campagne. Lors de la troisième phase de la campagne, prévue en 2011, l'UPU invitera ses pays-membres à émettre un timbre pour commémorer la découverte du sida. C'est en 1981 que le premier article scientifique consacré à cette maladie a été publié. Peu après, les Centers for Disease Control and Prevention, qui font partie du département de la santé aux Etats-Unis, ont baptisé le virus «syndrome d'immunodéficience acquise».



.....
Aidez-moi à exporter mes sacs!

Photo: UN Photo/ Eskinder Debebe

Le savoir-faire, cette denrée exportable

.....
**Par
Itziar Marañon**

Le programme Exporta Fácil est un rayon de soleil dans la grisaille économique ambiante pour les micro, petites et moyennes entreprises (MPME). Imaginé et développé par la poste brésilienne, ce service a depuis été adopté par de nombreux pays d'Amérique du Sud. Exporta Fácil permet aux entreprises d'exporter leurs marchandises à moindre coût grâce à la poste, qui réduit en plus toute la paperasse administrative au minimum.

Rosa Lafosse, propriétaire d'une petite entreprise au Pérou, utilise Exporta Fácil. Débordante d'activité, avec une vision claire de ce qu'elle veut et des projets d'avenir pour son entreprise, elle est l'incarnation même du chef d'entreprise. Elle a créé Packtos, une petite entreprise de bijouterie, en 2003, avant tout pour se donner à elle-même et à sa famille un emploi. Rosa Lafosse a mis toute son énergie dans la promotion de son activité: elle a participé à des foires internationales, s'est constituée une clientèle, a lutté contre toutes sortes de revers et suivi des cours de formation. Pourtant, malgré tous ses efforts, son entreprise se heurtait à un obstacle de taille. Elle ne pouvait se permettre d'exporter ses produits, dont les prix perdaient toute compétitivité une fois ajoutés les frais d'expédition. Quand le programme Exporta Fácil a été lancé au Pérou en 2007, Rosa a été l'une des premières à tenter le coup.

«Nous avons été conviés au lancement du programme et c'est à cette occasion que nous avons expédié notre premier colis, se souvient-elle. Cela nous coûtait seulement entre 30 et 50 dollars US pour envoyer un gros colis. Nous pouvions donc intégrer le coût de l'expédition dans le total sans trop augmenter le prix du produit.»

Rosa Lafosse a trouvé le service sûr et simple à utiliser et les prestataires facilement joignables. «J'ai envoyé de la marchandise à Shanghai, en Chine, et je pensais que le colis s'était perdu. En désespoir de cause, j'ai envoyé un courriel à l'adresse électronique que j'ai trouvée sur le site Web d'Exporta Fácil. Et, croyez-le ou pas, on m'a répondu. On m'a dit que le colis était arrivé à bon port et on m'a même dit qui en avait signé la réception.»

Favoriser l'exportation

Exporta Fácil n'est pas une panacée; le programme ne garantit pas la réussite. Même ainsi, depuis sa création au Brésil en 2001, le programme a ouvert les portes du marché international à plus de 10 000 entreprises locales. Il a débuté comme la suite logique à une série de mesures prises par le gouvernement brésilien, en collaboration avec la poste, pour encourager les MPME à exporter leurs produits. La poste a mis à contribution l'ensemble des 8000 bureaux de poste de son réseau pour faciliter l'exportation des marchandises à un prix nettement inférieur à ceux pratiqués par la concurrence. Exporta Fácil a également réduit le nombre des formulaires administratifs à remplir pour expédier des colis de moins de 30 kilos et d'une valeur inférieure à 10 000 dollars (ce plafond a récemment été relevé à 50 000 dollars). Le programme épargne également aux exportateurs les démarches auprès des autres autorités participant au processus d'exportation (telles que les douanes, les autorités environnementales et sanitaires), puisque la poste s'en charge.

Tout cela répondait aux besoins d'un secteur qui, autrement, n'aurait pas pu exporter ses produits, selon une étude conduite par les économistes José Ansón et Justin Caron, de l'UPU. «Les zones couvertes par le programme tendent à être plus pauvres, moins bien desservies et à plus faible concentration d'activité que les régions qui exportent plus fréquemment leurs biens», explique

José Ansón. Grâce à Exporta Fácil, les petites entreprises et les artisans traditionnels, dont les ressources sont souvent limitées, ont reçu un coup de pouce pour se développer et, dans certains cas, pour continuer d'exister. L'étude de l'UPU montre qu'en 2005 un exportateur brésilien sur 10 (2084 pour être précis) aurait été incapable d'exporter sa marchandise sans l'aide de ce service.

Un projet multinational

L'initiative vole depuis quelques années de ses propres ailes et s'est exportée dans d'autres pays d'Amérique latine. L'efficacité du programme Exporta Fácil lui a valu d'être adopté par un nombre grandissant de pays. Il a aussi capté l'attention de l'Union postale des Amériques de l'Espagne et du Portugal (UPAEP), une union restreinte évoluant dans l'orbite de l'UPU. Parmi les autres facteurs déterminants de son succès régional, on peut citer son action cohésive au niveau sociétal et l'ouverture de nouveaux débouchés commerciaux. «Vu que les grosses entreprises n'opèrent que dans les grandes villes, là où l'accès aux autres grandes villes étrangères est le plus aisé, le seul lien dont disposent certaines localités reculées avec ces grands centres leur est fourni par la poste, explique la secrétaire générale de l'UPAEP, Ser-rana Bassini. De son côté, la poste ne devrait pas se contenter de distribuer seulement le courrier, qui est un marché en perte de vitesse, mais devrait être le ciment de la société.»

Le Pérou a été le premier pays à emboîter le pas au Brésil. Exporta Fácil y a été lancé le 16 juillet 2007 avec, au départ, l'aide de la Banque mondiale et la coopération de la poste brésilienne. Le pays s'est ensuite rallié au programme de développement d'Exporta Fácil coordonné par l'UPAEP, qui a reçu pour cela l'appui de la Banque interaméricaine de développement (BID).

«Depuis son lancement, les exportations ont fait un bond et franchi la barre des 2 millions de dollars et des 6000 expéditions», rapporte Juan Luis Kuyeng, responsable des programmes multisectoriels à la Commission péruvienne pour la promotion des exportations et du tourisme. Le Pérou s'enorgueillit aujourd'hui d'un site Web convivial donnant accès à des formulaires en ligne, des séances de formation à l'exportation et un service de conseil commercial.

L'Uruguay aussi a récemment rejoint le club Exporta Fácil. Son opérateur postal (Correo Uruguayo) a commencé par s'enquérir des besoins des petites entreprises. «Elles nous ont dit que les procédures d'exportation décourageaient l'initiative en ce sens; que les frais d'expédition et les primes d'assurance étaient élevés», rapporte Cristina González, directrice générale de la poste uruguayenne. Depuis mars 2009, les exportations sont possibles à partir de Colonia, de Paysandú et de la capitale, Montevideo. Dès juin 2009, le service devrait être étendu à l'ensemble des 90 bureaux de poste informatisés du réseau national.

Points faibles

Rosa Lafosse connaît plusieurs petits entrepreneurs péruviens qui utilisent ce programme et pense que pour en

.....
**L'entreprise exploitée par Rosa
 Lafosse vend de la bijouterie
 depuis 2003.**

Photo: Paktos



augmenter encore le nombre il faudrait faire davantage de publicité autour.

Le programme se heurte à un autre écueil: la multiplicité des accords interinstitutionnels nécessaires dans chaque pays pour le faire décoller. Ensuite, il faut encore former les intermédiaires qui jalonnent la chaîne d'exportation, notamment les utilisateurs du système et les fonctionnaires des postes, des douanes et ministériels. «Des ordinateurs ont dû être installés dans certains bureaux de poste, mais il leur fallait aussi un informaticien pour les aider. Cela parce que beaucoup de gens doués pour les affaires ne connaissent rien aux ordinateurs, explique Rosa Lafosse. Une simple formation ferait une énorme différence.»

Être optimiste? Oui, c'est possible!

Le programme fait rentrer dans la légalité tout un pan du commerce qui autrement serait resté souterrain. «Il profite aux économies locales. Et cela est vital, car l'un des gros problèmes communs à nos pays est l'émigration, vers les grandes périphéries urbaines ou à l'étranger, des personnes qui ne trouvent pas d'emploi localement. Ce programme a un impact: il contribue véritablement à décentraliser la production», ajoute Cristina González.

Talonnant l'Uruguay, on trouve l'Equateur, prêt à inaugurer le programme Exporta Fácil en juin 2009. «Nous voulons aider les petites entreprises à exporter leurs produits à peu de frais et sans risques», déclare Roberto Cavanna, directeur général de la poste de l'Uruguay. «Exporta Fácil intervient dans un secteur généralement peu aidé par l'Etat: l'artisanat familial et la microentreprise», ajoute-t-il.

Le déploiement du programme est également prévu en Amérique centrale. Des techniciens du Brésil, du Pérou et de l'Uruguay viennent de réaliser une batterie de tests au Costa-Rica. Tout comme El Salvador, ce pays d'Amérique centrale a hâte de rejoindre les rangs toujours plus nombreux des participants au programme Exporta Fácil. «Le projet initial disposait de fonds pour la mise en œuvre du programme en Colombie, en Equateur, au Pérou et en Uruguay. Aujourd'hui, des négociations sont en cours avec la BID pour une deuxième phase de déploiement qui devrait couvrir quatre ou cinq autres pays», déclare Serrana Bassini. «Mais cela signifie qu'il va falloir former davantage de personnel. L'idée est que

les pays dans lesquels le système est déjà en place forment leurs propres techniciens, qui aideront à leur tour Exporta Fácil à s'exporter vers d'autres pays.»

L'UPU est, pour sa part, très consciente des répercussions favorables qu'a – et peut avoir – un tel programme sur le commerce international. Tout cela grâce au contrat de mariage unique entre les exportateurs et leur bureau de poste que le programme propose. «Les réseaux postaux offrent l'accès à la logistique du commerce international au niveau local. Pour permettre à un plus grand nombre d'entreprises d'exporter plus de marchandises vers davantage d'endroits, il suffirait de transposer dans d'autres pays des initiatives semblables à Exporta Fácil», a déclaré le directeur général de l'UPU, Edouard Dayan.

L'UPU aussi a un rôle à jouer pour garantir l'expansion du programme aux autres pays. «Si Exporta Fácil a un talon d'Achille, c'est la nécessité de négocier les conditions de réception des colis dans les pays destinataires», explique Juan Luis Kuyeng, du Pérou. «Si la sortie des marchandises se fait sans problèmes, il reste encore beaucoup à faire pour faciliter leur acheminement jusqu'à leur destination finale. Des accords conclus dans le cadre de l'UPU pourraient être une solution. A défaut, des accords bilatéraux entre postes nationales pourraient être la réponse.»

L'Union observe tout cela avec grande attention, car d'autres régions (telle que l'Asie) pourraient bien s'inspirer de l'exemple latino-américain.

Voilà deux ans que Rosa Lafosse a créé son entreprise. Elle exporte désormais vers une douzaine de pays et vend ses produits sur des navires de croisière. Par-dessus tout, elle a pu réaliser son rêve de donner de l'emploi à toute sa famille. «Nous négocions actuellement des tarifs spéciaux pour expédier de petits articles commandés sur notre site Web. Nous nous associons également avec des négociants en poterie et en coton bio ou qui proposent d'autres produits susceptibles de trouver preneur sur le marché mondial», explique-t-elle. Elle vient juste d'ouvrir sa première boutique hors des frontières du Pérou, dans le pays voisin: l'Equateur. Site Web, codistribution avec d'autres petits producteurs, chaîne de magasins, exportations vers trois continents, expansion à l'étranger... Qui parle de crise?

Le Brésil soutient Exporta Fácil



Hélio Costa, ministre des communications au Brésil

Photo: heliocosta.com

En quoi Exporta Fácil favorise-t-il les exportations brésiliennes?

Hélio Costa Le principal intérêt du programme est de donner aux petites et microentreprises du pays l'accès au marché international. Il réduit la paperasse administrative, facilite la logistique dans toutes les régions du pays et promeut une culture d'exportation en informant les intéressés sur l'ensemble du processus.

Comment en résumeriez-vous les effets jusqu'à présent?

L'exportation de produits brésiliens grâce au programme d'exportation postal pouvait se chiffrer à l'équivalent de 13 millions de dollars US en février 2009.

Ce chiffre indique une hausse régulière des exportations réalisées avec Exporta Fácil. Nous estimons qu'au troisième trimestre, la valeur totale des produits brésiliens exportés par la poste passera la barre du milliard de dollars. En février, les exportations par la voie postale ont augmenté de 17%, alors que les exportations brésiliennes ont baissé de 2% par rapport à janvier.

Que représente Exporta Fácil pour la poste du Brésil?

Ce programme nous a permis de pénétrer un nouveau segment du marché. C'est l'un des services qui montrent à quel point la poste peut être modernisée et répondre aux besoins de ses clients. Exporta

Fácil est la deuxième marque la plus connue de la poste.

Dans d'autres pays où le programme vient d'être importé, seul l'opérateur postal public l'applique. Au Brésil, Exporta Fácil est en concurrence avec les services offerts par les opérateurs privés. Faut-il changer cela?

Chaque pays s'approprie le projet à sa manière, mais quelques principes de base demeurent: faciliter la vie de nos clients (les petites et les microentreprises) en leur simplifiant le processus d'exportation et en le leur rendant moins coûteux, tout en ayant la couverture géographique la plus large possible. Il est tout naturel que les gouvernements mettent à profit l'infrastructure de leur opérateur public puisque, dans la plupart des pays, il est le seul à pouvoir proposer un service à l'échelle nationale. C'est une question de politique nationale.

Le programme a été étendu à d'autres pays d'Amérique latine. Quels en sont les avantages pour le Brésil?

Le Brésil a tout intérêt au renforcement des infrastructures de communication dans toute l'Amérique latine. Aucun réseau logistique sur le continent ne peut rivaliser avec celui des postes. Les opérateurs postaux doivent, par conséquent, être forts, de manière à pouvoir aider les gouvernements à appli-

quer leur politique d'intégration sociale et économique dans toute la région. Ils doivent également être bien gérés et rentables. Un programme tel qu'Exporta Fácil peut stimuler les échanges entre nos pays et renforcer le réseau postal mondial, en offrant de nouveaux services de qualité à des prix abordables.

Quel est l'obstacle principal à l'expansion régionale du programme?

La difficulté principale, à mon avis, est la capacité à répondre à la demande croissante en matière de coopération technique. Nous formons un réseau d'experts techniques dans chaque pays où Exporta Fácil a été mis en place. L'objectif suivant est que ce réseau de spécialistes aide les autres pays ayant montré de l'intérêt pour le projet, en discute et prenne d'autres mesures pour améliorer le service. L'échange d'idées et d'exemples de réussite entre diverses postes et la promotion d'une culture entrepreneuriale dans le secteur peuvent renforcer – et renforceront à terme – l'image des postes en tant que véhicules du développement dans les pays d'Amérique latine.

Itziar Marañón est une journaliste indépendante basée en Suisse.

La crise, ça se discute

Alors que le ciel se gâte sur l'économie mondiale, le Bureau international de l'UPU a su anticiper la tempête en organisant, à Berne, un débat de haut niveau sur la crise financière. L'Union a présenté les résultats de ses recherches sur la façon dont les opérateurs postaux traversaient cette période difficile.

.....
Par
Faryal Mirza

.....
Illustration:
buro.sequenz.net

Le secteur postal mondial emploie plus de 5,5 millions de personnes et gère quelque 660 000 bureaux de poste. Comment, avec une telle envergure, le secteur postal pourrait-il ne pas être touché par la crise financière mondiale? Pour répondre à cette question, l'UPU a organisé un débat de haut niveau sur les répercussions de cette crise sur les activités postales. Elle a aussi publié les résultats de sa propre étude sur ce sujet. Cette étude a permis d'éclairer les résultats des opérateurs désignés sur certains marchés clés. Elle a également montré que le secteur postal subissait indéniablement les effets néfastes de la crise, mais qu'on ne pouvait pas encore parler de dépression économique comme dans d'autres secteurs, tels que l'industrie automobile.

Mais commençons par la bonne nouvelle: certaines institutions financières postales connaissent une croissance très forte depuis le début de la crise. En 2008, quelques opérateurs européens, dont La Poste Suisse et Deutsche Post en Allemagne, ont vu croître, en un an, le nombre de comptes d'épargne ouverts et le nombre de dépôts effectués de plus de 50%. Cette croissance s'explique par la perte de confiance des consommateurs

dans les banques. Dans un tel climat, de nombreuses institutions postales représentent pour leurs clients un abri sûr pour leurs économies et leurs dépôts, grâce aux garanties gouvernementales. Selon les statistiques de l'UPU, un phénomène semblable avait été observé durant la Grande Crise des années 30.

Recul des envois de courrier

En revanche, la poste aux lettres intérieure a pleinement subi les effets de la crise, comparé aux envois de colis nationaux, dont le volume a légèrement augmenté. Selon les experts de l'UPU, cette augmentation serait due au nombre record de ventes sur Internet enregistré au cours du dernier trimestre de 2008 ou à une forte résistance à la crise qu'ont démontré les ventes en ligne dans de nombreux pays. Malheureusement, les nouvelles ne sont pas aussi réjouissantes dans le secteur des colis internationaux. Après avoir augmenté continuellement durant les trois premiers trimestres de 2008, les volumes d'envois de colis internationaux ont diminué de 4,5% au cours du dernier trimestre. Les experts estiment que les colis internationaux ne profitent pas du commerce électronique en raison des achats transfrontaliers, qui continuent de piétiner.

Postes cotées en bourse

Dans le monde entier, cinq postes – celles d'Allemagne, d'Autriche, de Malaisie, des Pays-Bas et de Singapour – ainsi que deux sociétés de messagerie express sont cotées en bourse. Une comparaison entre l'évolution du cours de leur action et leur indice de référence entre août 2008 et janvier 2009 (les pires mois de la crise financière) a montré que le cours de l'action de certains opérateurs postaux évoluait de manière beaucoup plus favorable que celui du marché, alors que le cours de l'action d'autres opérateurs restait étroitement lié à leur indice de référence. Selon l'analyse de l'UPU, les actions des services postaux cotées en bourse, considérées comme des valeurs d'investissement, avaient tendance à mieux



.....
**Par moments tumultueux, la poste
est un refuge sûr.**

résister en période de crise, voire même à gagner en valeur.

L'UPU continuera d'étudier l'impact de la crise financière sur le secteur postal, et un nouvel état des lieux sera établi plus tard dans l'année.

Réunion de haut niveau

Le 2 avril 2009, les pontes du monde postal se sont réunis au siège de l'UPU pour discuter de l'impact de cette crise sur le secteur postal. Cinquante dirigeants postaux et les délégués d'une centaine de pays étaient présents.

Les représentants des principaux opérateurs postaux et des partenaires sectoriels ont expliqué comment se comportaient leurs entreprises en ces temps difficiles et ont exposé leurs stratégies pour gérer la récession économique mondiale. Edouard Dayan, directeur général de l'UPU, a déclaré que cette réunion démontrait «la capacité de l'organisation onusienne à rassembler le secteur postal autour de difficultés communes appelant une analyse et des actions communes».

Sans aucun doute, les postes ressentent bien les effets de la crise. Peter Bakker, PDG de TNT Post (Pays-Bas), a reconnu que le secteur des envois express souffrait. «C'est la première fois que nous enregistrons une baisse de volume de 20% dans certains segments du secteur des envois express. Les clients font des économies.» John Potter, postmaster general du Service postal des Etats-Unis, a expliqué que son opérateur avait subi deux coups durs: d'abord la baisse du volume du courrier et des pertes s'élevant à plusieurs milliards de dollars en 2008, ensuite une nouvelle législation postale contraignant l'opérateur à contribuer à hauteur de plusieurs

milliards de dollars à un fonds d'assurance-maladie pour retraités. «Ce sont des temps difficiles. Nous devons faire des choix difficiles dans les années à venir», a-t-il déclaré.

Massimo Sarmi, de Poste Italiane, ne s'est pas montré plus encourageant. Il estime que le modèle traditionnel ne peut survivre nulle part à moyen terme. Avis que partage Emmanuel van der Mensbrugghe, directeur des bureaux européens du Fonds monétaire international. «Une réglementation et une réforme du secteur s'imposent non seulement au sein des organisations, mais aussi dans les activités», a-t-il souligné.

Enfin, certains partenaires du secteur privé, tel qu'eBay, constatent aussi que leurs clients se serrent la ceinture. «Nous constatons un changement net de comportement chez nos clients. En raison de la baisse du pouvoir d'achat, ils sont à l'affût de bonnes affaires», a expliqué Nick Staheyeff, directeur financier d'eBay Europe. «Nous essayons de réagir et d'anticiper ces changements de comportement, mais ce n'est pas évident par les temps qui courent.»

Garder la tête hors de l'eau

La Poste française a expliqué pourquoi elle n'a pas été complètement emportée par les vents balayant les marchés mondiaux. «Grâce à une large gamme d'activités, La Poste peut se reposer sur de nombreuses possibilités en temps de crise. De plus, la Banque postale ne détient aucun actif toxique et a affiché d'excellents résultats en 2008», a précisé Jean-Paul Bailly, PDG de La Poste française. La Banque postale constitue la quatrième plus grande banque commerciale en France en termes de dépôts et de comptes d'épargne et représente près de

23% du chiffre d'affaires du groupe. En 2007, cette part s'élevait à 4,7 milliards d'euros. Par ailleurs, La Poste devrait bientôt ressentir les effets bénéfiques du plan de relance économique du gouvernement français. Selon Jean-Paul Bailly, ce plan permettrait d'injecter 600 millions d'euros dans la modernisation des bureaux de poste entre 2009 et 2010, d'accélérer les investissements dans les bâtiments et le transport et de promouvoir davantage le développement durable.

La crise? Quelle crise?

De leur côté, les dirigeants des postes russe et marocaine ont déclaré que leurs entreprises attendaient encore le passage de l'onde de choc.

Le directeur général de la poste russe a expliqué que son gouvernement œuvrait à prévenir les effets de la crise sur le secteur postal, notamment en inscrivant la poste sur la liste des 200 entreprises stratégiques. C'est la première fois que la poste apparaît sur cette liste si importante, a révélé Alexandre Kisselev.

Selon Anas Alami, directeur général de Poste Maroc, les temps durs se rapprochent. «Nous allons subir les effets d'un retrait de fonds et d'une diminution des transferts d'argent de l'étranger». D'après les chiffres de la Banque mondiale, les transferts de fonds vers le Maroc des travailleurs expatriés s'élevaient à 5,7 milliards de dollars US en 2007.

Au moins un opérateur opte pour une stratégie de diversification. «Hongkong Post offre désormais des services à valeur ajoutée à ses clients, se lance dans la logistique et propose un service de guichet unique aux commerçants sur Internet», a révélé Chan Yau-fung, vice-postmaster general.

John Potter, d'USPS, a ajouté qu'il fallait miser sur la croissance: «Nous devons nous serrer la ceinture autant que possible. Il nous faut optimiser et normaliser les réseaux.»

eBay et Direct Marketing Association (DMA), une organisation professionnelle représentant plus de 3600 entreprises utilisant le marketing direct, ont déclaré

qu'elles n'allaient pas passer le secteur postal aux profits et pertes. «La crise ne signera pas l'arrêt de mort du secteur postal. Les activités se poursuivront, mais nous devrons trouver des moyens, avec l'aide des services postaux, pour supprimer les obstacles au commerce», a indiqué Nick Staheeff.

Selon Ramesh Lakshmi-Ratan, vice-président de DMA, les utilisateurs du marketing direct sont optimistes quant à l'avenir de la poste. «Ils voient la poste comme un secteur de communication utilisant plusieurs moyens pour parvenir à ses fins. Le courrier constitue un élément essentiel de cette panoplie», a-t-il précisé.

Le bout du tunnel

D'après Helen Dendrinou-Louri, vice-gouverneur de la Banque de Grèce, la situation va s'améliorer: «La reprise sera lente, certes, mais reprise il y aura».

Le secrétaire général de l'Union internationale des télécommunications est aussi optimiste. «Il est vrai que cette crise met de nombreuses entreprises en difficulté, mais je suis convaincu qu'elle va dynamiser les communications, y compris les services postaux, et permettre à de nouveaux modèles d'entreprises et à de nouvelles technologies d'émerger. Nous devons voir la crise financière comme une opportunité», a déclaré Hamadoun Touré.

Andreas Taprantzis, PDG des Postes Helléniques et président du Conseil d'exploitation postale de l'UPU, a clos la conférence en disant: «Nous devons partir sur de nouvelles bases. Tous les acteurs doivent rester optimistes. Le message était le même depuis les quatre coins du monde.»

Le débat a montré que la crise financière globale n'annonçait pas que des mauvaises nouvelles pour le secteur postal. En effet, il faut toujours voir le côté positif des choses en toute circonstance, notamment la confiance qu'accordent les consommateurs aux services postaux. Cette confiance, avec une volonté de diversification et d'innovation, permettra au secteur postal de se maintenir hors de l'eau pendant un bon moment.

Réaction du secteur postal à la crise économique mondiale

Nombre d'entreprises ayant participé à l'étude de l'UPU: 15 postes et sociétés de messagerie privées parmi les plus importantes.

Contribution de ces opérateurs aux activités postales mondiales:

- 66% du volume des envois de la poste aux lettres;
- 88% des colis postaux; et
- jusqu'à 75% des volumes d'envois express.

Comparaison des chiffres entre le dernier trimestre de 2007 et celui de 2008:

Volume de la poste aux lettres intérieure: -5,9%

Volume de la poste aux lettres internationale: entre 3,7 et -2,8%

Volume des services express intérieurs: -4,4%

Recettes des envois express: -7,9% au niveau mondial

Visages

Emmanuel Havugimana, du Rwanda

Par
Balthazar
Twagilimana

Photos:
d'Alfred
Ndayishimiye

«Visages» est une nouvelle rubrique consacrée à celles et ceux qui constituent l'épine dorsale des services postaux. Notre premier article porte sur Emmanuel Havugimana, 39 ans, de Kigali. Marié et père de quatre enfants, il est chauffeur pour les services de courrier express (EMS) depuis un an. Il gagne environ 140 dollars US par mois. En dehors de ses heures de travail, Emmanuel aime chanter et il est membre d'une chorale.



Pourquoi avez-vous décidé de devenir facteur?

Emmanuel Havugimana En me présentant à ce poste, mon but était de faire de nombreuses rencontres et d'avoir la possibilité de découvrir Kigali et d'autres régions du Rwanda.

Etes-vous heureux d'être devenu facteur?

Oui, je suis très heureux et j'aime mon travail, car il m'a permis de réaliser mes rêves.

Qu'aimez-vous dans votre travail? Mon travail m'aide à établir des relations. A la poste, nous travaillons en équipe dans une atmosphère amicale. Et lorsque je distribue le courrier, je rencontre toutes sortes de personnes. Je me fais de nouveaux amis pratiquement tous les jours.

Combien d'heures travaillez-vous chaque semaine?

Généralement, 45 heures. Je travaille cinq jours par semaine pendant la première moitié du mois. Pendant la deuxième moitié, je travaille sept jours par semaine, car je

couvre l'absence de mon collègue qui, le week-end, achemine les sacs de courrier à destination et en provenance de l'aéroport international de Kigali.

Quels avantages vous offre votre employeur, en plus de votre salaire?

Je bénéficie de 30 jours de congés payés par an, j'ai une assurance-santé et mon employeur contribue au paiement de ma sécurité sociale.

Mon itinéraire

Je parcours environ 80 kilomètres par jour. La plupart du temps, j'utilise une voiture. Mais lorsqu'il fait beau, je me déplace à moto. Lors de mes déplacements, je vois de nombreux paysages. Je croise tant de gens, tous très occupés et sans cesse en mouvement. Par exemple, je rencontre des ouvriers chargés de nettoyer Kigali et je vois de nombreux bâtiments en construction, car notre ville se développe jour après jour. Ma tournée m'occupe cinq heures dans la matinée et quatre heures dans l'après-midi. Je distribue la

plupart du courrier à des entreprises ou à des organismes publics. Et je remets le courrier directement à son destinataire, qui doit signer pour obtenir un reçu. Généralement, je rencontre les secrétaires ou les assistants du chef, mais il m'arrive aussi de rencontrer le chef.

Le travail

Votre travail a-t-il beaucoup changé au fil des années?

Oui. Lorsque j'ai été recruté, j'ai signé un contrat à court terme. Mais, après six mois, je suis devenu permanent.

Bénéficiez-vous de la sécurité de l'emploi?

Je pense que mon emploi est sûr, car il y aura toujours du courrier à distribuer. Aujourd'hui, je vois que le service EMS s'améliore. Il me reste donc des années de travail à la poste.

Comment les postiers sont-ils considérés dans votre pays?

Au Rwanda, les postiers sont considérés comme les porteurs de communications essentielles, particulièrement par les personnes qui n'ont pas accès aux moyens de communication modernes.

Si vous n'étiez pas devenu facteur, qu'auriez-vous fait?

Je serais devenu chauffeur de taxi. D'ailleurs, avant de me présenter à la poste, j'étais chauffeur. J'aime ce type d'emploi, car il me permet de rencontrer de nombreuses personnes et de me faire beaucoup d'amis.

Balthazar Twagilimana travaille à la poste du Rwanda.



L'Office national des postes

L'Office national des postes a été créé en 1992. Il est supervisé par le ministère des sciences, de la technologie, de la recherche scientifique et des technologies de l'information et des communications. Le réseau opérationnel est composé de 21 points de contact dans le pays. Ce chiffre devrait augmenter en raison de la vision du gouvernement rwandais pour 2020. La poste connaît un fort potentiel de développement puisqu'elle fournit déjà des services à tous les autres secteurs (transport et distribution du courrier aux organismes publics et privés ainsi qu'aux particuliers) et fournit de nombreux services pour le compte des banques (p. ex., services de paiement et de transferts de fonds).

La plupart des envois (environ 80% d'entre eux) sont distribués dans des boîtes postales, car les adresses physiques de rues ne sont pas encore bien structurées. Il n'existe pas de distribution à domicile. Seuls les envois EMS sont distribués au domicile ou au bureau du destinataire. De ce fait, les facteurs sont généralement des chauffeurs pour le service EMS et se déplacent en voiture, à mobylette ou à bicyclette pour atteindre les bureaux éloignés.

La poste offre un large éventail de services, dont les marques d'affranchissement et les timbres pour les lettres et les colis. Elle propose aussi l'EMS et les services d'envois recommandés, d'Internet, de téléphonie commerciale et de fax. Sont également offerts, les services de mandats nationaux et internationaux, les services de comptes courants et d'épargne (notamment des comptes d'épargne avec possibilité de crédit) et les services de bureaux de change.

Chiffres et données

Rwanda

Capitale

Langues officielles

Kigali

Kinyarwanda (Bantou vernaculaire universel), français et anglais. Le Kiswahili (Swahili) est utilisé dans les zones commerciales.

Population

10 473 282 (décembre 2008)

Superficie

26 338 km²

PIB par habitant

353,9 USD (2007)

Devise

Franc rwandais (RWF) – 1 USD = 570,7 RWF

Principales industries

ciment, produits agricoles, boissons à petite échelle, savon, meubles, chaussures, marchandises en plastique, textile, cigarettes.

Produits de base

Lait	500 RWF/ litre	(0,88 USD)
Riz	800 RWF/kg	(1,40 USD)
Manioc	300 RWF/kg	(0,53 USD)
Poissons	1750 RWF/kg	(3,07 USD)
Bananes	130 RWF/ kg	(0,23 USD)
Cigarettes	50 RWF	(0,09 USD)
Coca-cola	300 RWF	(0,53 USD)

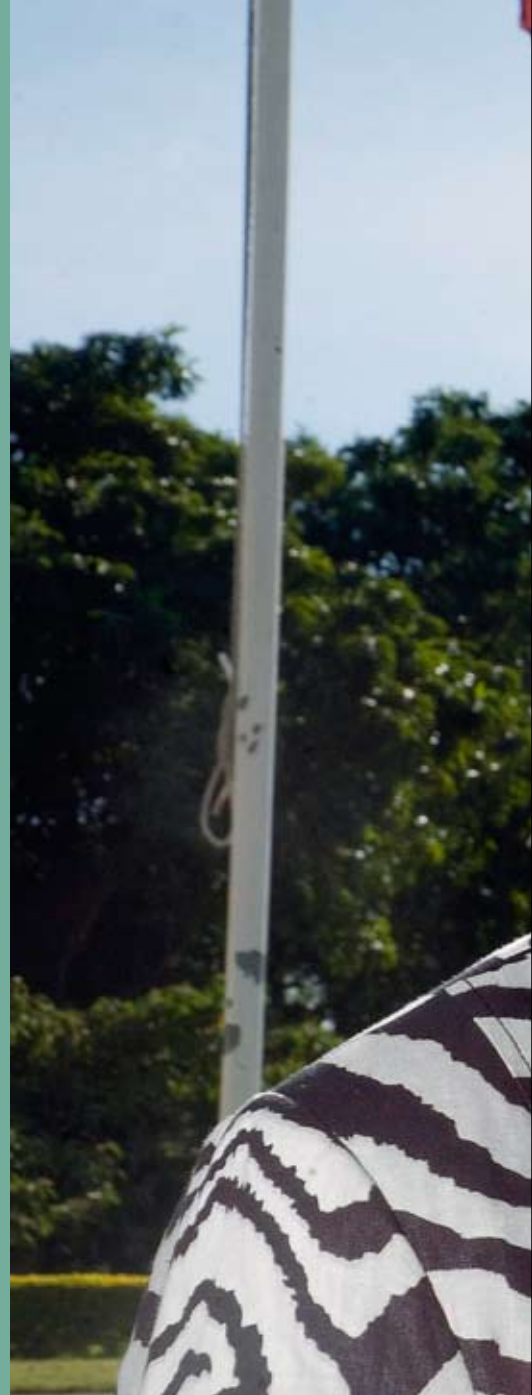
Volumes internationaux en 2008

	Réception (kg)	Expédition (kg)
Lettres	55,332	9,258
Colis	58,612	2,571
EMS (quantité)	3,008	6,081



L'interview

Il y a un an, Rodah Masaviru était élue secrétaire générale de l'Union panafricaine des postes (UPAP), une union restreinte de l'UPU. Aujourd'hui, elle revient sur l'année écoulée depuis son entrée en fonction et révèle la manière dont l'approche régionale donnera un nouvel élan aux services postaux en Afrique.



.....
Par
Faryal Mirza

.....
Photos:
**Daudi
Mssemmaa/
Majority
World/keystone**

L'approche régionale valorisée



Au moment de mettre sous presse, les dirigeants postaux des pays d'Afrique faisant partie de l'UPAP seront réunis au Caire, la capitale égyptienne, pour discuter de la réforme et de la modernisation des postes sur leur continent. Figurant en bonne place à l'ordre du jour de cette réunion annuelle, le prochain Plan de développement de l'UPU pour l'Afrique fait suite au premier plan appliqué jusqu'en 2008. La secrétaire générale de l'UPAP connaît bien les défis du secteur. Avant son élection, cette ressortissante du Kenya a été pendant quatre ans l'assistante de son prédécesseur; en outre, elle a passé vingt-deux ans au service de l'opérateur postal de son pays d'origine.

Comment avez-vous vécu votre première année à l'UPAP?

Rodah Masaviru Je vis une expérience mémorable et pleine de défis à la tête de l'UPAP. L'Afrique compte environ 70% des pays les moins avancés du monde, ce qui influe sur sa capacité à mener efficacement les réformes nécessaires à la modernisation des services postaux. Dans les pays les moins avancés, les services postaux sont loin d'être les seuls à prétendre aux faibles ressources nationales disponibles. Cette situation compro-

met la création d'établissements postaux adéquats pour la fourniture de services de qualité. Ici, le taux de pénétration par les postes est très faible comparé à celui des pays industrialisés. En moyenne, un bureau de poste dessert environ 100 000 habitants en Afrique, contre 10 000 dans les pays industrialisés. L'UPAP tente de sensibiliser les gouvernements au rôle clé joué par les postes dans le développement socio-économique en soulignant l'étendue du réseau postal, même au niveau le plus fondamental.

Quand vous présentez aux gouvernements l'importance du réseau postal, vous écoutent-ils?

Oui. Le simple fait que les ministres africains aient approuvé les recommandations émanant d'une étude récemment menée par notre organisation mère, l'Union africaine, montre qu'ils écoutent. L'une des recommandations encourageait les gouvernements à accorder la priorité aux programmes de développement postal dans leurs plans de développement national. Une autre recommandation préconisait une définition claire des politiques et des règlements, ainsi que des responsabilités du gouvernement, de l'opérateur et du régulateur. Toutefois, si la formulation de recommandations est une chose, leur mise en œuvre en est une autre et les parties intéressées doivent à présent aller de l'avant.

Comment ces recommandations vont-elles aboutir à des actions?

Nous avons récemment établi une vision et des objectifs stratégiques. C'est notre feuille de route pour le développement postal en Afrique, et elle nous aidera à nous concentrer sur les questions pertinentes. Une fois que nos objectifs auront été approuvés par le conseil d'administration de l'UPAP, nous pourrions mettre en œuvre les activités exposées. Le développement des services électroniques, par exemple, figure en bonne place. Ce domaine, et notamment les transferts d'argent des travailleurs migrants en Afrique et à l'étranger, présente un fort potentiel. Les communautés de migrants, bien que temporairement perturbées par la crise financière mondiale, contribuent grandement au développement de leur économie nationale.

Dans quelle mesure est-il nécessaire de développer les services électroniques dans les pays de l'UPAP compte tenu du faible niveau d'utilisation des technolo-

gies de l'information et des communications (TIC) et du fait que le développement de ce secteur dépend de la connectivité à Internet?

Les TIC nous permettent de diversifier nos produits et services et de réduire l'écart numérique. En Afrique, le réseau postal est le plus étendu. Dans ce sens, si nous sommes capables d'offrir des services électroniques même dans les zones rurales, nous pouvons contribuer à l'éradication de la pauvreté.

L'avenir de la poste réside dans les services financiers et le commerce électronique. Tout ce qu'il nous faut, c'est un système efficace de transfert d'argent et la possibilité d'assumer les tâches logistiques liées au transport des marchandises. Le marché des transferts de fonds est déjà en place; nous aspirons seulement à un service sûr et de qualité à un prix abordable. Notre réseau nous offre un avantage, car en cas de transferts d'argent effectués depuis l'étranger, par exemple, la personne résidant en zone rurale n'a pas besoin de parcourir de grandes distances pour aller chercher son argent. Le bureau de poste est à proximité des clients. Du moment qu'une poste est connectée à Internet, elle peut recevoir un transfert instantanément et en faire profiter ses clients.

A ce jour, la connectivité reste faible pour diverses raisons, notamment le sous-développement de l'infrastructure liée aux TIC et les fréquentes coupures d'électricité en zone rurale, où résident la majorité des habitants. En outre, le maigre pouvoir d'achat et le niveau d'alphabétisation relativement bas expliquent la demande peu élevée pour les services basés sur les TIC et les faibles investissements dans ce domaine. Toutefois, une croissance rapide est envisageable, car les gouvernements ont élaboré des politiques solides en matière de TIC et parce qu'ils coordonnent, dans un certain nombre de pays, la

généralisation de la connectivité à large bande en zone rurale. Les bureaux de poste seront ainsi amenés à combler les lacunes identifiées et à réduire le coût élevé des opérations: en effet, ils sont présents en zone rurale et peuvent assurer la distribution des produits aux destinataires situés en zone urbaine et ailleurs.

Quelles autres mesures sont prévues pour moderniser le secteur postal africain?

Nous développons l'approche régionale adoptée par le 24^e Congrès de l'UPU. En février dernier, l'UPU et l'UPAP ont organisé une réunion à Arusha, en Tanzanie, siège de l'UPAP. Le principal objectif était de susciter un échange d'idées et de recenser les priorités à inclure dans le Plan de développement régional de l'UPU pour l'Afrique pour la période 2009–2012. Les représentants de l'Union africaine, des communautés économiques régionales et des organisations sous-régionales étaient présents. Tous ont reconnu la nécessité de rassembler des ressources et de les optimiser, en vue d'une mise en œuvre conjointe des projets.

L'approche régionale est tout à fait valable. Les pays peuvent évaluer leurs écarts sur une base collective et rassembler leurs ressources pour créer un réseau de qualité. Après la réunion d'Arusha, nous avons envoyé un questionnaire aux communautés économiques régionales et aux organisations postales sous-régionales d'Afrique. L'Afrique est un vaste continent et chaque région présente des exigences et un niveau de développement uniques. Dans ce questionnaire, il a été demandé aux représentants quel était l'état de leurs services postaux et si ceux-ci comprenaient des services de transferts d'argent physiques ou électroniques. Ces représentants ont également dû recenser les activités qu'ils souhaitent entreprendre pour améliorer leurs services.



.....
**Rodah Masaviru se tient devant
 les cases postales bien connues
 des Africains.**

Les résultats de ce questionnaire seront discutés en juin 2009 afin d'établir les spécificités de chacun des projets entrepris conjointement par l'UPAP, l'UPU et les organisations sous-régionales. Les activités menées devraient permettre d'améliorer les services postaux en Afrique, du point de vue de leur qualité et de l'éventail des produits fournis aux clients. Ainsi, nous pourrions récupérer certains marchés que nous avons perdus au profit de nos concurrents.

Pourquoi les opérateurs postaux publics ont-ils perdu ces parts de marché?

Le public a tendance à penser que les services des sociétés de messagerie privées sont d'une qualité supérieure à ceux des postes. Cela n'est peut-être pas le cas, comme j'en ai récemment fait l'expérience. En effet, j'ai confié un envoi destiné aux Etats-Unis à un opérateur privé, pensant que cet envoi allait être distribué en trois ou quatre jours. L'envoi est finalement arrivé à destination après plus de sept jours. J'ai expédié un autre envoi par le service postal EMS et son acheminement a mis quatre jours. Parfois, ces sociétés privées se créent elles-mêmes une image. Nous devons montrer au public que nous sommes également présents et que notre qualité peut être supérieure à celle d'autres. Toute-

fois, nous devons rester cohérents en matière de niveaux de qualité.

Quels sont les autres obstacles à la fourniture d'un meilleur service par les membres de l'UPAP?

Certains opérateurs privés se présentent comme un réseau intégré, tandis que les bureaux de poste font figure de réseaux distincts en raison de la différence de leurs niveaux de service. C'est pourquoi il arrive que les postes soient incapables de dire à leurs clients combien de temps il faudra à leur envoi pour atteindre le Canada, par exemple. Nous devons former un réseau véritablement unifié et collaborer pour que toute faiblesse sur le réseau soit traitée. En effet, une mauvaise qualité de service en Afrique nuira à l'excellent service fourni par les postes d'autres continents. Les envois acheminés doivent atteindre leur destination en fonction de normes de service établies, et nous devons en assurer le suivi et la localisation. A ce niveau, l'approche régionale fonctionne bien et peut aboutir à l'établissement d'un réseau mondial de qualité.

L'idéal serait d'offrir un service universel de qualité grâce aux contributions de tous. Les gouvernements devraient clairement définir ce service sur la base d'un financement viable. Dans de nombreux pays, ce n'est pas le cas. Par ail-

leurs, la faiblesse de l'infrastructure pèse sur le prix et la qualité des services fournis.

Quels sont les principaux axes du prochain Plan de développement pour l'Afrique?

Ce plan couvrira notamment la qualité de service, élément fondamental pour les clients. Beaucoup reste à faire pour le développement des réseaux physique, électronique et financier et pour la diversification des produits et services. Le plan portera aussi sur les ressources humaines et la promotion des meilleures pratiques de gestion. La formation est primordiale, car vous aurez beau introduire de nouveaux produits, les résultats resteront insatisfaisants tant que les employés n'auront pas été formés.

Sous chacune des rubriques du plan, nous avons recensé les domaines nécessitant une attention particulière. Pour la qualité de service, par exemple, nous nous intéresserons à l'acheminement régional du courrier transfrontalier par la route. Actuellement, certains pays africains limitrophes ne peuvent pas échanger d'envois directement entre eux. Souvent, le courrier est expédié en Europe avant de revenir en Afrique. C'est un problème typique des pays d'Afrique de l'Ouest, qui connaissent de longs délais d'acheminement et des

En Afrique, le réseau postal est le plus étendu. Si nous sommes capables d'offrir des services électroniques même dans les zones rurales, nous pouvons contribuer à l'éradication de la pauvreté.

coûts élevés en raison des trajets triangulaires. Pour résoudre ce problème, un projet pilote concernant l'acheminement du courrier par la route et impliquant plusieurs pays d'Afrique de l'Ouest a été lancé. Il s'est traduit par une réduction considérable des délais d'acheminement.

Le suivi de la qualité est un autre domaine clé. Si vous ne pouvez pas évaluer la qualité de vos services, vous ne saurez ni quels segments améliorer ni à quel moment. Il faut aussi améliorer le suivi et la localisation. La plupart de nos concurrents proposent ce genre de service répondant aux besoins des clients et permettant à l'entreprise de gagner des parts de marché. L'adressage au niveau national est également important. Dans de nombreux pays, le courrier est distribué dans des boîtes postales, sauf pour le service EMS, qui prévoit une distribution à domicile. Toutefois, celle-ci ne peut pas être efficace en l'absence de systèmes d'adressage appropriés.

En ce qui concerne le développement des services électroniques, les services financiers sont essentiels et nous disposons déjà de projets sous-régionaux, notamment grâce à la participation de l'UPU, de La Poste française et de l'Organisation internationale pour

les migrations. L'objectif est que tous les pays adoptent les systèmes de transfert de fonds par voie électronique.

Quels sont les principaux résultats du dernier Plan de développement pour l'Afrique?

Les améliorations de la qualité réalisées dans certaines régions d'Afrique, concernant les échanges de courrier entre ces régions, ont permis de s'approcher de la norme J+5 fixée au Congrès de Bucarest. Des systèmes de comptabilité analytique ont été installés dans 20 pays, et 14 plans intégraux de réformes et de développement postal ont été formulés pour aider les pays à améliorer leur secteur postal, notamment grâce à une modernisation des postes. En outre, des programmes de sensibilisation ont incité certains pays à adopter une approche commerciale pour la gestion de leurs entités postales. Certains pays ont mis en place des politiques et des règlements énonçant clairement les responsabilités de chacune des parties intéressées vis-à-vis de l'obligation de service universel. Toutefois, l'application de règles est nécessaire pour que des conditions équitables soient offertes à tous les acteurs.

Dans quels domaines nécessitant

des actions concrètes verrons-nous les premières améliorations?

Les actions concrètes concerneront les projets d'amélioration de la qualité de service, le développement du réseau physique, électronique et financier et la diversification des produits et services. En outre, des mesures seront prises pour développer les ressources humaines et promouvoir de bonnes pratiques de gestion. Nous pourrions ainsi offrir des produits et services diversifiés basés sur les TIC et répondant aux besoins des clients, notamment grâce à la fourniture d'informations en un simple clic.

Nous devons également pouvoir assurer le suivi de nos services. C'est là qu'intervient le système de contrôle mondial de l'UPU. De nombreux pays estimaient que le suivi basé sur l'identification par radiofréquence (ou technologie RFID) serait coûteux, et donc peu envisageable. Toutefois, le système de suivi très abordable mis au point par l'UPU nous sera d'une grande utilité.



Les ruines d'un magasin à Kinglake, en Australie.

Photo: Richard Sharman

Quand la nature se déchaîne...

Tremblements de terre en Italie, feux de brousse en Australie... les catastrophes naturelles de cette année ont laissé derrière elles ruines et désolation. Les postes australienne et italienne ont réagi rapidement pour rétablir les services postaux.

.....
**Par
Monika
Kugemann**

Le 7 février 2009, une vague de chaleur et des vents violents d'une force proche de celle d'un ouragan ont déclenché l'un des pires feux de brousse de l'histoire de l'Australie. Un mois plus tard, les incendies, qui s'étaient déclarés un samedi dans l'état de Victoria, avaient fait plus de 200 morts, détruit plus de 2000 maisons et ravagé près d'un demi-million d'hectares de terres. Selon les autorités locales chargées de la reconstruction, environ 50 000 personnes ont été touchées de près ou de loin par la catastrophe.

Christopher Grosser, chef d'équipe au siège de la poste australienne dans l'Etat de Victoria, pouvait voir

et sentir l'impact des incendies gigantesques à 40 kilomètres de distance: «Jamais, de ma vie, je n'ai connu un jour comme celui-là, des températures aussi élevées et un vent aussi violent.»

Une catastrophe naturelle d'un autre type, mais tout aussi dévastatrice, a secoué la région des Abruzzes, en Italie, le 6 avril 2009. Un séisme d'une magnitude de 6,3 a endommagé 26 villes, tué près de 300 personnes et laissé environ 40 000 autres sans foyer. Selon les autorités officielles, dans la ville la plus touchée, la cité médiévale de L'Aquila, près des deux tiers des bâtiments sont désormais inhabitables. Cet événement tragique «a balayé plus de mille ans d'histoire et de trésors artistiques et a réduit le tissu économique et industriel de toute la région à néant», affirme-t-on à la poste italienne.

Ces deux catastrophes n'ont pas seulement détruit l'infrastructure, postale et autre, mais également les localités de destination du courrier, paralysant temporairement l'exploitation locale des services postaux. En Australie, trois bureaux de poste ont été détruits par les flammes. Trente-quatre secteurs étaient inaccessibles et 21 autres touchés en partie. La quantité de courrier endommagé est faible, car les incendies ont éclaté durant le week-end. En Italie, 53 bureaux de poste touchés par le séisme sont restés fermés.



Action rapide

Grâce à leur plan d'urgence, les postes australienne et italienne ont pu réagir rapidement face à ces catastrophes. Les deux opérateurs ont apporté leur aide aux équipes locales de secours. Le personnel de la poste australienne de l'Etat de Victoria s'est porté volontaire auprès du service de lutte contre les incendies et des services d'urgence. Les employés des postes ont ainsi participé au rétablissement de l'éclairage public, à la régulation de la circulation, à l'information des résidents et à l'évacuation des patients des hôpitaux des zones sinistrées. Le personnel a distribué dans les boîtes aux lettres des maisons endommagées des feuilles d'information indiquant les emplacements actuels des bureaux de poste.

Dans leurs efforts pour assurer la distribution du courrier dans les zones sinistrées, les postes ont dû surmonter des obstacles logistiques. «La plus grosse difficulté [dans l'Etat de Victoria] a été la durée des incendies, à savoir plusieurs semaines», explique Alex Twomey, responsable de la communication à la poste australienne. Certains secteurs étaient considérés comme peu sûrs et d'autres étaient fermés au public. Par ailleurs, il était difficile pour le personnel de savoir si les habitants des maisons abandonnées avaient survécu et trouvé refuge ailleurs.

Pour ce qui est des secteurs inaccessibles, la poste australienne a pris plusieurs mesures. «Nous avons gardé le courrier des personnes qui avaient perdu leur maison ou ne pouvaient s'y rendre», explique Alex Twomey. «Nous avons aussi réexpédié gratuitement ce courrier vers une autre adresse, celle d'autres membres de la famille ou d'amis, par exemple.» Une troisième mesure consistait à organiser des opérations de distribution temporaire aux points d'accueil, là où l'on rassemblait les personnes ayant perdu leur maison. Des centres provisoires de distribution ont été installés dans deux villes.

En Italie, les premières initiatives prises dans l'urgence visaient à répondre, dans la mesure du possible, aux besoins les plus pressants des citoyens. Cinq énormes camions de la poste italienne ont livré des milliers de tentes destinées à héberger les personnes sans abri dans les zones d'accueil mises en place par la défense civile. Une équipe spéciale de 20 ingénieurs a rétabli le réseau de communication informatique, prêté assistance aux

victimes et identifié quels bureaux de poste pouvaient être rouverts sans risque.

Un jour après le séisme, 10 bureaux de poste provisoires étaient dressés dans L'Aquila et ses environs. Les distributeurs automatiques de billets installés dans les bureaux provisoires ont permis aux sans-abri de retirer de l'argent et d'effectuer diverses transactions 24 heures sur 24. Le 11 avril, le service de distribution du courrier était rétabli dans les zones dévastées. Le courrier était trié alphabétiquement dans la commune voisine d'Avezzano avant d'être distribué dans les localités environnantes de L'Aquila. «Dans les villages de tentes, le siège de la défense civile servait de point de distribution central du courrier. Le facteur se tenait là et remettait le courrier aux personnes qui se présentaient», a expliqué le chef d'exploitation, Fabio Meacci.

Solidarité avec les victimes

Les postes ont également apporté une aide financière aux victimes. La poste australienne a fait don d'un million de dollars (AUD) au Fonds de secours de la Croix-Rouge pour les victimes des incendies dans l'Etat de Victoria. «Nous avons aussi facilité les dons d'argent de la population dans tous les bureaux de poste du réseau national et collecté ainsi quelque 5 millions de dollars», signale Alex Twomey.

Les clients des filiales BancoPosta et PosteMobile de la poste italienne ont également participé à une collecte de fonds en faveur des victimes du séisme. La commission prélevée sur les virements était créditée directement au fonds en question. PosteMobile a permis à ses clients de verser un euro au fonds en envoyant un SMS gratuit. La filiale a également offert un crédit de 10 euros à ses clients de L'Aquila et de ses environs.

La réaction du public à l'élan de solidarité de la poste italienne a été touchante, se rappelle son directeur général, Massimo Sarmi: Une vieille dame dans un camp: «J'ai tout perdu. Tout ce qui me reste, c'est mon compte à la banque postale.»

On trouve aussi des victimes parmi les employés des postes. «Certains ont perdu leur maison ou ont été touchés d'une manière ou d'une autre par les incendies», déclare Alex Twomey. Ces employés ont reçu de l'argent pour couvrir leurs frais hospitaliers ou leur logement à l'hôtel. La poste a également continué de verser leur salaire aux employés résidant dans les zones où la distribution du courrier était devenue impossible.

Des boules de feu

Tom Blewonski, directeur du bureau de poste de Kinglake, peut s'estimer heureux d'avoir quitté le bureau pour le week-end avant que les incendies n'atteignent la ville, où 300 habitations ont été détruites. «Kinglake était encerclée par le feu et de nombreuses personnes ont péri en essayant de s'enfuir en voiture», se souvient-il. «Certains habitants m'ont raconté la chaleur intense, le vent tourbillonnant et les flammes venant de trois directions à la fois. D'autres ont vu d'énormes boules de feu tomber du ciel.»

De retour, une semaine plus tard, dans son bureau de poste miraculeusement intact, Tom Blewonski fit preuve à la fois de professionnalisme et de sympathie envers ses clients. «Certains venaient pour s'enquérir d'autres résidents, savoir si je les avais vus ou si je savais s'ils allaient bien», raconte-t-il. «Quant au courrier de ceux qui avaient perdu un être cher ou qui avaient eux-mêmes péri, ça c'était dur.»



Les sinistrés de L'Aquila se sont rendus à des bureaux de poste mobiles comme celui-ci pour recevoir leur courrier.

Photo: Poste Italiana

En Italie aussi on trouve des victimes parmi les employés des postes. «Mes pensées vont aux collègues de la poste italienne qui ont perdu la vie ou un être cher dans le séisme», déclare le directeur général de Poste Italiana.

Dans l'un des centres d'accueil australiens, le volontarisme du personnel et sa familiarité avec l'environnement local se sont révélés d'un grand secours dans la gestion des suites de la catastrophe. «De nombreux employés habitant la région sont venus prêter main-forte pour le tri et la garde du courrier», raconte Ian King, responsable de la distribution, dans la revue interne de la poste australienne. «C'était là un geste très fort de leur part, qui a montré toute la formidable sympathie dont sont capables les Australiens, ainsi que la capacité étonnante de notre personnel à se serrer les coudes dans les moments difficiles», ajoute-t-il.

Et c'est dans ces moments difficiles que les deux opérateurs postaux ont su se montrer à la hauteur de la situation. En actionnant leur plan d'urgence, ils ont pu limiter les inconvénients pour leur clientèle et rétablir les services postaux dans des délais très brefs.

Monika Kugemann est journaliste indépendante basée en Suisse.

Le service EmIS facilite les communications urgentes

Le système d'information d'urgence (EmIS) permet aux opérateurs postaux de se tenir mutuellement informés des situations d'urgence affectant leurs opérations postales internationales.

«En faisant circuler rapidement les informations utiles, le service EmIS permet d'assurer la continuité du service universel tout en évitant les réclamations inutiles par les opérateurs postaux», explique Seydou Konaté, chef de programme au Bureau international.

Quand un message EmIS parvient à un opérateur postal, ce message est transmis au réseau national de bureaux de poste, aux centres de réclamation/renseignement et au personnel supervisant les sous-traitants.

«C'est exactement le type d'information dont les clients, les consommateurs et les entreprises, ont besoin avant de décider d'envoyer du courrier vers les zones concernées», explique Christopher Grosser de la poste australienne.

La circulation des messages en français et en anglais est possible 365 jours par an, jours fériés compris. La base de données du service EmIS compte aujourd'hui 250 adresses électroniques. Depuis sa mise en place, le système a été utilisé à 63 reprises en 2008, contre 19 fois en 2002. La majorité des messages rapporte des catastrophes naturelles ou des mouvements sociaux. Une minorité de messages rapporte des attaques terroristes, des troubles politiques, des guerres ou d'autres incidents majeurs.

Une politique courrier unique en Europe

L'organisme certificateur international, Det Norske Veritas, vient de récompenser la démarche du Groupe La Poste française dans son programme exigeant d'amélioration continue de la qualité appliquée à tous les domaines. Le programme est perçu comme le plus étendu d'Europe et la direction du courrier s'est vu remettre le certificat ISO 9001.

Cette reconnaissance par un organisme tiers de certification consacre la mise en place, efficace et réussie, d'un système de management de la qualité sur l'ensemble du territoire jusqu'aux bureaux de poste.

L'ampleur du projet réside dans son étendue, son déploiement spécifique sur le terrain et le nombre de sites concernés: certification en matière de qualité très orientée vers la clientèle et démarche de labellisation couvrant les critères économiques, le personnel, la sécurité, et d'autres enjeux, notamment environnementaux.

En 2008, la qualité de service du courrier a atteint les performances les plus élevées de toute l'histoire de La Poste française.

Source: Communiqué, La Poste française.

Votre pub dans Union Postale

Vous souhaitez que les dirigeants postaux et les acheteurs du secteur postal international s'intéressent à vos produits et services? Passez une annonce dans *Union Postale*, la revue emblématique de l'UPU, publiée en sept langues et lue par 25 000 lecteurs dans 191 pays. Pour plus d'information, contacter Bernard Bessis, agence B&B, par courrier électronique (bernard.bessis@bb-communication.com) ou par téléphone (+33 1 44 65 06 60).

Service balkanique de livraison express

L'opérateur national de L'ex-République yougoslave de Macédoine, Makedonska Pošta, a conclu un accord avec les opérateurs de Serbie, du Monténégro et de la Croatie pour lancer conjointement un service de distribution express sur leurs territoires respectifs. Le service, qui propose la livraison dans les 24 heures, sera moins cher que les services de messagerie concurrents.

L'entreprise publique Makedonska Pošta dispose de 300 bureaux de poste. Neuf entreprises privées, y compris DHL Macedonia, Delivery Express et Kargo Ekspres, sont autorisées à opérer dans ce pays de 2 millions d'habitants. Makedonska Pošta envisage de conclure des ententes similaires avec d'autres transporteurs de pays du Sud-Est européen.

Source: SeeNews

Adieu au monopole à 50 grammes

La Poste Suisse perdra son monopole sur les lettres de plus de 50 grammes dès juillet. L'abaissement du monopole sur les lettres de 100 à 50 grammes a été entériné par le gouvernement suisse. Selon ce dernier, cette nouvelle étape dans l'ouverture du marché se justifie par le mouvement amorcé en Europe. Un quart du volume global du marché des lettres sera ouvert à la concurrence. Quant à la libéralisation totale du secteur, elle devrait être instaurée d'ici à 2012. La mesure ne suscite pas l'enthousiasme des prestataires privés, qui estiment que le monopole pour les envois de moins de 50 grammes donne encore un avantage concurrentiel déloyal.

Source: ATS – Agence télégraphique suisse

Courrier non sollicité: le choix aux clients

Il s'agirait de la première résolution de ce genre adoptée par une ville américaine. Effectivement, la ville de San Francisco aurait pris les devants pour créer un registre donnant le choix à ses concitoyens de recevoir ou non du courrier non sollicité. La résolution n'est pas contraignante. Cependant, c'est la première fois qu'un législateur américain résiste à la pression du

secteur de marketing direct et au Service postal des Etats-Unis pour se ranger du côté d'une majorité des clients.

L'introduction de législation similaire a déjà échoué dans plus de 20 Etats américains, malgré les résultats d'un sondage révélant que 89% des Américains soutiennent la création d'un registre national.

Source: PR Newswire (U.S.)

Récompenses décernées

La 10^e édition des World Mail Awards, tenue à Munich, a dévoilé son palmarès: Post Danmark (prix du service à la clientèle, prix de l'e-commerce et de la technologie), Peter Bakker, de TNT Post (prix du leadership dans le secteur postal), Deutsche Post (prix de l'innovation), Poste Suisse (prix de la gestion du personnel), Royal Mail (prix du meilleur projet pour les bureaux de poste) et Magyar Posta (prix de la transformation).

Source: World Mail Awards

TNT Post et DMA: pour un publipostage durable

TNT Post et Direct Marketing Association (DMA) ont conclu un protocole d'entente marquant leur engagement à faire du marketing direct un service plus responsable envers l'environnement.

Ce protocole prévoit une utilisation responsable du publipostage et la mise en place d'au moins deux

initiatives au cours des prochaines années. Les dernières initiatives de TNT Post en faveur de l'environnement sont les services Carbon-Neutral et les produits GreenPost. Ces projets serviront de base à leur coopération. TNT Post et DMA s'efforcent de minimiser l'impact du publipostage sur l'environnement

dans l'espoir que d'autres partenaires du secteur suivent cet exemple.

Cette annonce fait suite au lancement récent de la norme PAS 2020, première norme environnementale dédiée au marketing direct.

Source: FEDMA Update

Un tiers des Européens achètent sur Internet

Plus de 30% des personnes âgées de 16 à 74 ans dans les Etats-membres de l'Union européenne (UE) ont acheté ou commandé sur Internet, au moins une fois en 2008, des biens ou des services pour leur usage privé. Les services de voyages et d'hébergement

(14%) sont les plus prisés et achetés sur Internet. Suivent les vêtements et les articles de sport (13%), les ouvrages et les magazines (12%), les articles ménagers ainsi que les billets d'entrée à des manifestations (11% chacun), les films et la musique (9%)

et l'équipement électronique (8%). Le pourcentage de particuliers achetant sur Internet n'a cessé de croître, passant de 20% en 2004 à 30% en 2007. Entre 2004 et 2008, tous les Etats-membres de l'UE ont enregistré une hausse du commerce en ligne.

Source: Eurostat news release.



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

Augmenter votre compétitivité.



Photo Graphie Obsession

SOLYSTIC, PARTENAIRE DES SERVICES POSTAUX DEPUIS 60 ANS.

La libéralisation du marché postal diminue progressivement la part de chaque opérateur. Inspirée par cette dynamique concurrentielle, SOLYSTIC propose à ses clients une gamme complète de services et d'équipements de très haut débit.

Choisir les solutions SOLYSTIC, c'est s'assurer la fiabilité d'un grand constructeur et augmenter, à coup sûr, sa compétitivité.

www.solystic.com



Des solutions postales d'avenir