

UNION POSTALE

juin 2010

L'actualité qui fait bouger le secteur
postal depuis 1875

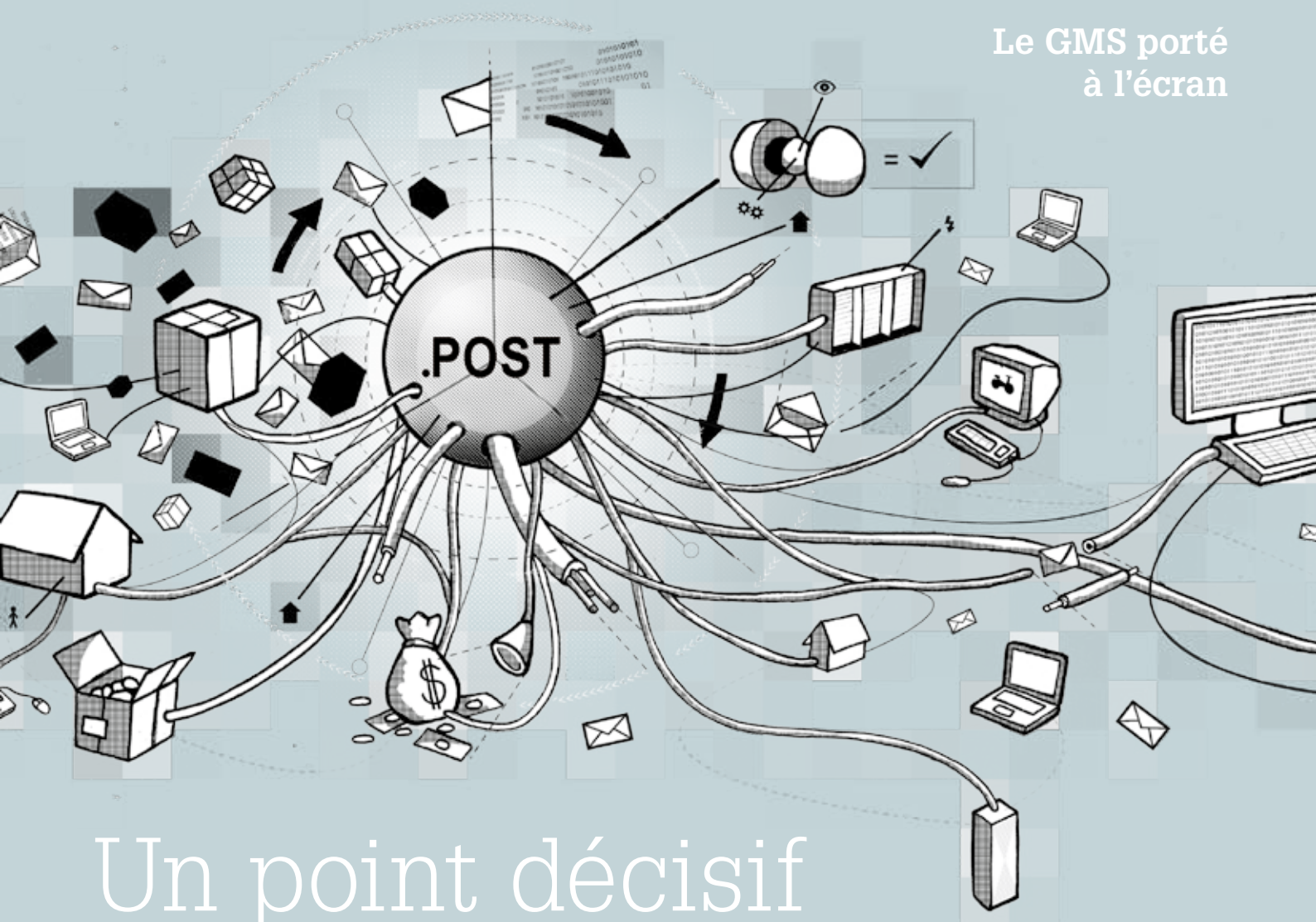


Union postale universelle,
institution spécialisée
des Nations Unies

2

Mobilité postale
au Bangladesh

Le GMS porté
à l'écran



Un point décisif pour la poste

Qu'attendez-vous pour vous abonner?

Depuis 1875, *Union Postale* publie l'actualité de l'UPU et du secteur postal international pour des milliers de fidèles lecteurs: dirigeants postaux, régulateurs, spécialistes de l'exploitation, employés postaux, experts en stratégie, fournisseurs, universitaires, philatélistes et nombre d'autres passionnés de la poste.

Associez-vous aux célébrations du cent trente-cinquième anniversaire d'*Union Postale* en vous abonnant dès maintenant afin de recevoir, dans la langue de votre choix, quatre numéros par an de ce magazine de qualité tout en couleurs.

Dans le monde entier, un abonnement privé annuel ne coûte que 50 francs suisses.
Les représentants des pays-membres de l'UPU bénéficient d'un tarif spécial.



Faites-nous parvenir votre commande
par télécopie au: +41 (0)31 350 37 11 ou par
courriel électronique à l'adresse suivante:
faryal.mirza@upu.int

Nom	Langue souhaitée:
Fonction	<input type="checkbox"/> anglais
Organisation/Opérateur	<input type="checkbox"/> français
Adresse postale complète	<input type="checkbox"/> arabe
	<input type="checkbox"/> chinois
	<input type="checkbox"/> allemand
Courriel électronique	<input type="checkbox"/> russe
N° de téléphone	<input type="checkbox"/> espagnol
N° de télécopie	

Sommaire

En couverture

Un point décisif pour la poste

Le projet .post – le nom de domaine de premier niveau du secteur postal – se concrétise 10

Articles

Postes et politique: à la croisée des chemins

L'influence du système politique sur les postes a été au centre des discussions lors d'une récente conférence 14

Système de contrôle mondial – Le film

L'UPU est fière de présenter son tout premier film d'animation 16

Oui à la version papier d'Union Postale

Les résultats de notre plus récent sondage d'opinion 17

Faire d'une pierre deux coups

Une étude démontre que les postes offrent un nombre croissant de services financiers 18

Visages

De retour sur le terrain

Après le séisme de janvier, le Haïtien Fritz Jean a endossé l'uniforme du facteur 20

L'interview

Mobilité postale

Mobasherur Rahman, directeur général de la poste bangladaise, nous parle des transferts d'argent par téléphone mobile 22

Perspective

Cinq facteurs pour établir une banque postale avec succès

Philippe Bajou, de La Banque Postale de France, offre de précieux conseils 26

Rubriques

En bref 4

Avant-propos 5

Portrait 6

Tour d'horizon 29



Couverture:
workingclasshero

juin
2010

Union Postale est le magazine phare de l'Union postale universelle depuis 1875. Diffusée chaque trimestre en sept langues, la publication couvre les activités de l'UPU, les informations internationales et les innovations du secteur postal. Le magazine publie également des articles de fond sur des sujets techniques novateurs, ainsi que des entretiens avec les dirigeants du secteur. Union Postale est distribué aux opérateurs, aux ministères responsables des postes et aux régulateurs des 191 pays-membres de l'UPU, et notamment à des milliers de décideurs, qui voient le magazine comme une source précieuse d'informations.

Union Postale est publié en allemand, en anglais, en arabe, en chinois, en espagnol, en français et en russe.

Rédacteur en chef: Faryal Mirza (FM)

Rédacteurs adjoints: Rhéal LeBlanc (RL)

Secrétaire de rédaction: Gisèle Coron

Collaborateurs: José Ansón, Philippe Bajou, Amy Bracken, Caitlin Brown (CB), Jérôme Deutschmann (JD), Tobe Freeman, Rhéal LeBlanc (RL), Joëlle Toledano

Photographes: Alexandre Plattet, Marcel Bieri

Illustrateurs: Daniel Lachenmeier, Sascha Tittmann, workingclasshero

Traduction: Andrew Benson, Sylvie Condamine, Anne-Rebecca

Deruelle, Xavier Perret, Mark Prosser, Nathalie Tomlison

Graphisme: Die Gestalter, Saint-Gall (Suisse)

Impression: Gassmann, Bienne (Suisse)

Abonnement: publications@upu.int

Imprimé sur du papier certifié FSC
au moyen de processus et d'encre écologiques

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)

Union Postale
Bureau international
Union postale universelle
Case postale
3000 BERNE 15
SUISSE

Téléphone:
+41 31 350 35 95

Télécopieur:
+41 31 350 37 11

Courriel:
faryal.mirza@upu.int

Site Web:
www.upu.int



Photo: Marcel Bieri/keystone

Inclusion financière

Explorer de nouvelles pistes

Promotion des bonnes pratiques, cadre réglementaire et recherches chiffrées sur l'accès aux services financiers sont les principales pistes à explorer pour inclure les postes dans toute politique de développement des services financiers. Voilà ce qui est ressorti de la table ronde sur l'inclusion financière qui s'est tenue à Berne en avril et à laquelle ont participé des bailleurs de fonds, des organisations d'aide au développement internationales et des donateurs.

Selon Tamara Cook, de la Fondation Bill and Melinda Gates, l'UPU doit poursuivre ses analyses afin que la Fondation intègre les postes dans son Programme d'évaluation du secteur financier, une initiative du Fonds monétaire international et de

la Banque mondiale qui fournit des analyses détaillées des secteurs financiers des pays, de leur stabilité et de leur contribution à la croissance et au développement.

Hayder Al-Bagdadi, de l'Alliance for Financial Inclusion, a affirmé que l'UPU devait promouvoir l'élaboration de politiques innovantes d'inclusion financière en coopération avec les banques centrales.

Modèles de coopération

Cet atelier fut riche en échanges, car les organisations financières telles que la Banque mondiale, Planet Finance et PostFinance International Development ont partagé leur expérience sur les différents modèles en place au Brésil, en Azerbaïdjan, en Inde et en Afrique du Sud, où les

banques postales garantissent l'accès à des services financiers à des millions d'habitants, dont les plus démunis.

Selon Pedro de Vasconcelos, du Fonds international de développement agricole, des 300 milliards de transferts d'argent effectués annuellement, 30 à 50% vont dans les zones rurales. Le coût pour y faire parvenir cet argent, souvent via des réseaux informels, est très élevé. Les postes ont donc un grand rôle à jouer pour acheminer l'argent des migrants à leur famille, en développant des services de transferts d'argent et des services financiers de base à moindre frais via leur réseau étendu.

Comme l'a expliqué Usman Shettima, de la Banque centrale du Nigéria, cette dernière «examine actuellement les moyens de mettre les services financiers à la portée des 70% de la population qui habitent les zones rurales. Cependant, elle a besoin de se baser sur des modèles de coopération qui fonctionnent avant de créer des partenariats et de faire appel aux donateurs et aux bailleurs de fonds».

Selon Antonique Koning, du Groupe consultatif d'assistance aux pauvres, les services financiers et la microfinance proposés dans les bureaux de poste doivent bénéficier d'une gestion transparente et être abordables. Les employés aux guichets doivent être formés pour éduquer les clients qui ouvrent un compte pour la première fois. »

Le chiffre

8500

C'est le nombre de maîtres de poste en zones rurales au Bangladesh qui utilisent quotidiennement des téléphones portables fournis par l'employeur.

Avant-propos

Je suis ravie de présenter dans ce numéro les résultats de notre plus récente enquête auprès des lecteurs. Les répondants disent beaucoup apprécier *Union Postale*, tant pour sa forme que son contenu. Par ailleurs, le Conseil d'exploitation postale a fait de grands progrès cette année, comme le montre plusieurs articles publiés dans les pages suivantes. Le domaine de premier niveau .post a fait l'objet de longues discussions, et nous avons décidé de traiter le sujet dans notre article phare. Nous suivons également l'évolution des services postaux en Haïti dans notre rubrique «Visages». Dans la rubrique

«L'interview», nous montrons comment le Bangladesh fait bouger les choses pour combler le fossé numérique grâce à une approche novatrice de la poste dans un domaine tel que les transferts d'argent par téléphone mobile. Enfin, nous publions les nouveaux résultats d'une étude dont l'UPU est co-auteur et qui traite des tendances concernant les services financiers postaux.

Dans un autre registre, je remercie sincèrement Pedro Lahiguera, qui prend sa retraite après avoir traduit *Union Postale* en espagnol pendant près de cinquante ans. **Faryal Mirza, rédactrice en chef**

International

La poste haïtienne reprend du service

Depuis le 9 mai, le pays des Caraïbes assure de nouveau les échanges de courrier avec les 190 autres pays-membres de l'UPU.

Les premiers échanges sur le plan international ont repris au début de mai avec la France et les États-Unis. La reprise des services postaux complets a été rendue possible grâce aux efforts déployés par la communauté postale internationale au cours des derniers mois. Les services postaux du régime international en Haïti étaient interrompus depuis le séisme de janvier.

L'UPU coordonne l'aide postale internationale destinée à Haïti et travaille de près avec ses pays-membres, qui ont généreusement contribué des ressources financières, humaines et matérielles afin d'aider le pays dévasté à redémarrer ses services postaux.

Un nouveau bureau d'échanges – par lequel transite tout le courrier du régime international arrivant au pays et en sortant – est en construction dans le parc SONAPI près de l'aéroport de Port-au-Prince. La structure devrait être prête d'ici peu. Une équipe internationale d'experts postaux est en Haïti depuis un mois pour aider la poste à se remettre sur pied. **RL**

Unions restreintes

Miser sur la qualité de service

PostEurop et l'Union postale universelle ont signé un accord portant sur un projet intégré pluriannuel visant à améliorer la qualité des échanges du courrier dans les pays d'Europe orientale.

«Ce projet fait partie intégrante de la mise en œuvre du plan de développement régional de l'UPU pour l'Europe et la Communauté des États indépendants pour la période 2009–2012. Sa mise en œuvre combine donc les compétences de l'UPU et le savoir-faire régional de PostEurop», déclare Szebeny Botond, le secrétaire général de cette union restreinte constituée de 48 postes européennes.

Ce projet commun, basé sur une méthodologie développée par PostEurop, apportera un soutien technique et logistique à la mise en place de technologies modernes, de systèmes d'évaluation de la qualité et d'outils d'amélioration de la qualité de service. «Nous enverrons nos experts dans les pays bénéficiaires du Sud Est de l'Europe et des Balkans pour transférer les connaissances acquises dans les pays d'Europe occidentale vers ces pays», explique Szebeny Botond.

Cette partie de l'Europe est bien couverte par les tests de qualité de service, notamment le contrô-

le continu de l'UPU. Grâce à une initiative commune UPU-PostEurop, dénommée le modèle européen, le nombre de liaisons testées est passée à 136 en 2008. Malheureusement, les résultats de certaines liaisons ne sont pas satisfaisants (moins de 50% des envois sont distribués selon les délais). L'un des objectifs de ce projet régional sera de faire passer le taux de distribution de bout en bout des envois de la poste aux lettres internationale à 80%, conformément à la norme mondiale J+5.

L'accord marque une nouvelle étape de coopération entre l'UPU et PostEurop, les deux organisations ayant déjà travaillé étroitement sur un inventaire des émissions de gaz à effet de serre générées par le secteur postal. **JD**

Portrait

Financer la qualité



Nom Florian Bertschy

Fonction Assistant au Fonds pour l'amélioration de la qualité de service

Service Direction de la coopération au développement

Nationalité Suisse

Le Fonds pour l'amélioration de la qualité de service (FAQS) soutient des projets d'amélioration de la qualité du service postal dans les pays remplissant les conditions requises. Il est constitué à partir de prélèvements effectués sur les frais terminaux déposés sur des comptes propres à chaque pays. Lorsqu'un opérateur a accumulé suffisamment d'avoirs, il peut soumettre une proposition de projet. L'équipe du FAQS reçoit une cinquantaine de propositions par année. Florian et ses collègues analysent ces propositions et conseillent les postes, le cas échéant.

Récemment, la poste chinoise a mené à bien un projet de plusieurs millions de dollars. Elle a développé un logiciel qui lui permet de traduire les adresses en chinois et de mieux trier le courrier international. «Il s'agit de l'un des plus grands projets du FAQS et de l'un des plus passionnants pour moi», confie Florian, qui travaille à l'UPU depuis 2002.

Une fois les projets terminés, l'équipe du FAQS évalue leur mise en œuvre au moyen de rapports de suivi. Elle envoie aussi des consultants sur place. «Nous nous assurons que l'argent est utilisé à bon escient afin que les contributeurs croient au FAQS, nous fassent confiance et continuent à payer. Ce que je préfère dans mon travail, c'est lorsque les délégués passent nous voir durant les sessions de l'UPU. Ils viennent s'ils ont besoin d'aide, mais parfois ils viennent simplement dire bonjour. Ça fait toujours plaisir de pouvoir rencontrer les personnes avec qui l'on travaille», conclut-il. **cb**

Conseil d'exploitation postale

Exporta Fácil, un modèle qui s'exporte



Un peu de bonheur pour les petits entrepreneurs Photo: Rosa Lafosse

Le programme d'exportation par la poste, Exporta Fácil, connaît une telle croissance au Brésil, au Pérou et en Uruguay que les organisations engagées dans l'aide au commerce et les bailleurs de fonds s'y intéressent de plus en plus.

«Lorsque les organisations parlent de facilitation du commerce, nous savons qu'il faut désormais intégrer les postes», a déclaré Jan Hoffmann, responsable de la facilitation du commerce à la Conférence des Nations Unies pour le commerce et le développement (CNUCED), lors d'un atelier organisé en avril à l'UPU afin de présenter l'impact d'Exporta Fácil.

La CNUCED était au nombre des participants à cet atelier aux côtés de l'Organisation mondiale du commerce (OMC), du Centre du commerce international, de la Banque mondiale et des postes américaine, française, britannique et chinoise. L'impact positif pour d'autres secteurs économiques d'un pays et les démarches facilitées pour les commerçants ont été mis en avant.

«Nous considérons Exporta Fácil comme un projet de référence de facilitation de l'aide pour le commerce», a affirmé Matthew Wilson, économiste à l'OMC. «Ce projet postal, déjà présenté lors de l'Examen global de l'aide pour le commerce en 2009, sera présenté de nouveau et de façon plus complète en 2012.»

Le Brésil s'est dit prêt à mettre à disposition des pays-membres de l'UPU toute la méthodologie nécessaire à la mise en place d'Exporta Fácil dans les autres pays qui en feront la demande. Un projet de guide est à l'étude.

Conçu par la poste brésilienne, Exporta Fácil a été adopté par de nombreux pays d'Amérique du Sud depuis sa création, en 1999. Il facilite l'exportation de marchandises à moindre coût via le réseau postal et réduit les nombreuses démarches administratives pour le commerçant.

Le service est aussi à l'étude au Lao et en Thaïlande. **JD**

Un nombre record de prix

Trente-huit pays ont reçu des prix pour la qualité de leur service EMS en 2009 lors de l'assemblée générale de la Coopérative EMS, tenue en avril au siège de l'UPU.

Il s'agit du plus grand nombre de prix attribués depuis leur création, en 2005, et il y en a deux fois plus qu'en 2008. Les prix sont attribués en fonction de la performance des pays par rapport à un certain nombre d'indicateurs clés, comme la transmission et la distribution des envois dans les délais.

Amélioration du service

En 2009, 90% des envois EMS du monde entier étaient distribués dans les délais, contre 60% il y a dix ans. Selon Wendy Eitan, présidente de la Coopérative EMS, le nombre croissant de lauréats témoigne de l'amélioration du service. «Ces résultats montrent que les membres prennent le plan de développement de l'EMS au sérieux. L'EMS est un secteur en croissance, et les opérateurs

s'efforcent non seulement de satisfaire aux exigences des clients actuels, mais ils essaient d'en obtenir de nouveaux.»

Julia Bazukina, responsable du programme de normalisation et de la mesure du rendement à l'unité EMS, le secrétariat de la Coopérative, ajoute: «Les pays font beaucoup d'efforts, et nous avons mené auprès d'eux plusieurs activités d'amélioration du service.»

La Hongrie, la Russie et Singapour ont aussi reçu des prix pour le service à la clientèle. Ces prix sont attribués par les membres de la Coopérative EMS sur la base de la qualité des réponses que fournissent les opérateurs EMS aux requêtes traitées dans un système en ligne.

Elections

Par ailleurs, le conseil d'administration de la Coopérative EMS a accueilli quatre nouveaux membres. L'Américain Bruce Hutchins, le Japo-

1	2	3
Australie Azerbaïdjan Hongkong, Chine Macao, Chine El Salvador Grande-Bretagne, Irlande Japon Kazakhstan République de Corée Portugal Singapour Suisse	Belgique Cayman Chine Espagne Etats-Unis Finlande Hongrie Israël Italie Malaisie Nouvelle-Zélande République tchèque Sénégal Suède Uruguay Viet Nam	Argentine Brésil Canada France Malte Mongolie Slovaquie Thaïlande Ukraine

nais Kazou Kamishiro, le Français Patrick Richon et la Chinoise Yu Zhou ont été élus au conseil, composé de sept membres, pour des mandats de deux ans chacun.

L'EMS est le service postal le plus rapide qui existe. Près de 200 opérateurs proposent le service EMS dans le monde entier. **RL**

Conseil d'exploitation postale

Réduire l'empreinte carbone avant tout

Le groupe de projet «Développement durable» continue d'étudier la faisabilité d'un dispositif de compensation carbone. Le fonds proposé permettrait aux opérateurs postaux de compenser les émissions de gaz à effet de serre.

Le sous-groupe de travail chargé d'étudier l'initiative a présenté les premières pistes de réflexion, parmi lesquelles un fonds de compensation mutualisé auquel les pays participent de façon volontaire et des investissements dans les projets répondant aux priorités en matière de développement durable adoptées par l'UPU.

Selon Stéphanie Scoupe, assistante du président du groupe de projet, le fonds est un moyen de positionner le secteur postal comme un acteur responsable, proactif, capable d'utiliser les actifs existants pour créer de la valeur postale directe (remplacement de la flotte de véhicules, électricité verte, reforestation) ou de contribuer au développement économique des zones et territoires locaux.

«Utiliser la finance carbone à des fins de développement durable, c'est investir et gérer de façon transparente et traçable, garantir un levier du développement économi-

que et social et stimuler l'activité des opérateurs postaux locaux», a-t-elle expliqué.

L'étude en cours sera présentée pour approbation lors du Conseil d'administration en novembre 2010. Elle accompagnera les premiers résultats de l'inventaire 2010 des émissions de gaz à effet de serre, qui établit une nouvelle cartographie mondiale du volume des émissions polluantes générées par les postes. **JD**

Conseil d'exploitation postale

Aperçu des faits saillants



Tournés vers l'avenir Photo: Marcel Bieri/keystone

L'UPU ira de l'avant sur un certain nombre de questions importantes suivant la prise de décisions par son Conseil d'exploitation postale, qui s'est réuni au siège de l'organisation du 12 au 30 avril. Voici quelques faits saillants:

.post

Le CEP a approuvé une politique de gestion du domaine .post, le domaine Internet de premier niveau accordé à l'UPU en décembre dernier par la société pour l'attribution des noms de domaine et des numéros sur Internet (ICANN). La politique définit les conditions d'attribution de domaines .post et comment les membres du secteur postal pourront les utiliser.

Frais terminaux

En matière de calcul des frais terminaux, les pays se sont entendus sur l'usage des résultats concernant la qualité de service de la poste aux lettres obtenus au moyen de systèmes de mesure distincts, dont le

système de contrôle mondial de l'UPU. Les frais terminaux constituent la rémunération que les pays reçoivent pour le traitement des envois de la poste aux lettres en provenance d'autres pays.

Sécurité postale

Les pays-membres ont appuyé une proposition visant à modifier la Convention de l'UPU avant le prochain Congrès, qui se tiendra en 2012. La modification permettrait d'ajouter les batteries au lithium, conditionnées selon les règles établies par l'Organisation internationale pour l'aviation civile et l'Association internationale pour le transport aérien, à la liste des objets pouvant être acheminés dans le réseau postal international.

Services postaux palestiniens

Le statut d'observateur a été accordé à la poste palestinienne auprès de la Coopérative EMS, chargée du développement du service le plus rapide proposé par les postes. À ce

titre, les autorités postales palestiniennes pourront participer aux réunions de la Coopérative et bénéficier de formations. Par ailleurs, un programme d'assistance pour le développement du service EMS sera élaboré, en collaboration avec le Bureau international de l'UPU. Depuis le dernier Congrès postal universel, tenu à Genève en 2008, l'UPU met en place le cadre nécessaire pour permettre à la poste palestinienne d'avoir des échanges de courrier directs avec les autres pays-membres de l'organisation. Au cours des deux dernières années, l'UPU a classé la Palestine aux fins des frais terminaux. Cela permet à son opérateur postal d'avoir accès aux ressources financières du Fond pour l'amélioration de la qualité de service pour des projets visant à améliorer le service universel. Par ailleurs, l'UPU a attribué un code CTCI (centre de traitement du courrier international) au bureau d'échange de Ramallah.

Services financiers

Le CEP a approuvé un modèle de convention de service pour les services postaux de paiement. En plus de constituer un outil utile à la supervision gouvernementale de tels services, le modèle permettra aux opérateurs désignés de faciliter et d'accélérer l'ouverture des échanges entre eux. Il leur permettra aussi de définir des niveaux de qualité de service et de faire en sorte que les échanges sont sécurisés grâce à l'utilisation de normes internationales.

Ententes

L'UPU a signé des ententes avec deux organisations. La première, avec l'union restreinte PostEurop, a pour objectif d'améliorer la qualité des échanges postaux en Europe orientale. La deuxième, conclue avec l'Organisation internationale pour les migrations, a pour but d'améliorer l'accès des travailleurs migrants aux transferts d'argent par le biais du réseau postal. **RL**



A l'écoute Photo: Marcel Bieri/keystone

International

L'adressage, la clé du développement des affaires

Les participants d'une conférence organisée en avril par le Comité consultatif, l'organe de l'UPU représentant les acteurs du secteur postal élargi, ont reconnu que l'existence de systèmes d'adressage efficaces sur le plan mondial aurait une influence positive sur la vie de bien des gens.

Lors de cette conférence, divers clients et autres membres du secteur postal ont partagé leurs expériences sur l'adressage afin d'apporter leur contribution à l'initiative de l'UPU «Une adresse pour chacun: un message pour le monde». Les participants ont discuté de l'importance d'améliorer l'adressage à l'échelle mondiale afin de réduire le courrier non distribuable et d'assurer efficacement les interventions d'urgence. Ils ont aussi examiné les bénéfices de l'adressage et des codes postaux et le rôle des normes et de la technologie dans la prestation des services.

«Nous sommes tous responsables de la qualité d'une adresse. Les clients doivent s'assurer que les adresses sont exactes, et les opéra-

teurs postaux doivent fournir les outils nécessaires pour confirmer cette exactitude», a déclaré Charles Prescott, président du Comité consultatif. «Les postes sont redevables aux expéditeurs, car on leur fait confiance, d'autant plus que les entreprises sont leurs principaux clients. Cette relation est basée sur la confiance et l'hypothèse que les adresses sont justes.»

Selon le Programme des Nations Unies pour le développement, quatre milliards de personnes sont exclues du cadre juridique, car elles n'ont pas d'identité, faute de systèmes d'adressage efficaces. Mais l'absence d'adresses ou l'existence de systèmes d'adressage médiocres nuisent aussi à la distribution de millions d'envois. Cela engendre des coûts d'exploitation additionnels et nuit à la qualité de service et au développement des affaires. Selon un sondage de l'organisation vouée à la vente au détail en ligne au Royaume-Uni (Interactive Media in Retail Group), l'impossibilité d'assurer la livraison des marchandises commandées par Internet

engendre des pertes de près d'un milliard de livres par an.

Outils utiles

Les municipalités, les constructeurs d'immeubles et les distributeurs de logiciels d'adressage, entre autres, ont tous un rôle à jouer dans l'adressage efficace. Comme il existe plus de 130 différents formats d'adresse et de jeux de caractères dans le monde, les participants se sont dit convaincus du besoin d'élaborer de meilleurs systèmes d'adressage à l'échelle mondiale. Pour répondre à ce besoin, l'UPU développe des outils comme la base de données universelle POST*CODE, qui regroupe les structures de codes postaux des pays-membres de l'UPU. Cette dernière dispose aussi d'une norme d'adressage internationale (S42), qui décrit les éléments propres à une adresse dans un pays donné.

L'un des pays ayant le plus bénéficié de cette norme est l'Afrique du Sud, qui était aussi le premier à l'appliquer. La poste a intégré la norme S42 dans sa politique d'amélioration des services postaux. Elle a attribué un identifiant de six chiffres à chaque ménage des zones rurales et des camps provisoires. Ainsi, lorsqu'une famille se déplace, elle apporte cet identifiant avec elle. Dans chaque village, des agents recensent les déplacements et en informent la poste. Les améliorations apportées ont permis à cette dernière de réduire considérablement le nombre d'envois rejetés lors du traitement mécanisé du courrier. De plus, au bout de la troisième étape du traitement mécanisé, 99% du courrier est jugé distribuable. **RL**



Un point décisif pour la poste

.....
.post – le nom de domaine de premier niveau du secteur postal – avance; le Conseil d'exploitation postale a accepté, en avril, la politique relative à sa gestion.



Au départ, l'idée était d'offrir au secteur postal son propre nom de domaine de premier niveau. Quelques années plus tard, un accord a été signé par l'UPU et la société pour l'attribution des noms de domaine et des numéros sur Internet (ICANN), et cette idée s'est concrétisée. Aujourd'hui, la vision pour .post a été dévoilée et les règles administratives et opérationnelles ont été posées pour la gestion et l'utilisation de ce nom de domaine. «En quelques mots, il s'agira d'une plateforme sécurisée et de confiance réglementée par l'UPU pour le compte de la communauté postale. Celle-ci permettra la fourniture de services postaux en ligne, de services de commerce électronique et de services de cyberadministration, grâce à des composantes physiques, financières et électroniques», explique Paul Donohoe, responsable des services postaux électroniques à l'UPU.

d'aujourd'hui. L'objectif de l'UPU, c'est de définir une plateforme permettant d'ouvrir aux postes les portes du commerce et de la communication numériques.»

Paul Donohoe ajoute que, des siècles durant, la poste a joué un rôle crucial dans le monde du commerce. «Le domaine .post constituera un lien entre les mondes physique et numérique, en réunissant sur une même plateforme sécurisée des applications permettant, notamment, de gérer les identités, de réaliser des achats en ligne, de procéder à des paiements en ligne, de remplir des formulaires électroniques, de disposer de boîtes postales sécurisées, de gérer les adresses, de traiter du courrier hybride, de faire des envois publicitaires et bien d'autres choses. Tout cela facilitera ainsi la mise à disposition des services électroniques aux particuliers et aux entreprises.»

Dernières tendances

Afin de sensibiliser les pays-membres aux nombreuses opportunités commerciales offertes par .post, le nom de domaine a été surnommé l'iPhone du secteur postal. «Tout comme l'iPhone d'Apple, qui représente bien plus qu'un téléphone, .post ne se résume pas uniquement à la poste», note Paul Donohoe. «L'iPhone a permis d'enrichir certaines applications qui associent téléphonie et Internet en y apportant une valeur complémentaire dans les domaines commercial, du réseautage social, des médias et du divertissement, afin de créer une plateforme qui réponde aux besoins du consommateur

Dans ce contexte, des efforts sont déployés au niveau de la gestion des détails pratiques du nom de domaine. Quant à savoir qui peut demander une adresse .post, les règles sont claires: tout demandeur potentiel doit appartenir à un groupe prédéfini de la communauté postale. Les groupes principaux sont l'UPU, ses pays-membres, les unions restreintes et les opérateurs désignés. D'autres membres du secteur postal peuvent également faire une demande si l'UPU les en a autorisés. Il s'agit là des opérateurs non désignés ainsi que des entités de communication contribuant à la mise à disposition des services postaux. Les fournisseurs de services de

Par
Faryal Mirza

Illustration:
working-
classhero



courrier hybride et de publipostage, les entreprises de logistique, les fournisseurs de services de paiement ainsi que les établissements éducatifs devraient également pouvoir, à l'avenir, prendre le train en marche.

Evaluation de la situation

Les nouvelles règles garantissent que l'UPU demeure la gardienne du domaine .post. En tant qu'initiatrice du projet, cette dernière traitera toutes les demandes. Alors que l'Union se lance dans la gestion d'un domaine Internet pour le secteur postal mondial, un certain pragmatisme est de mise. «L'UPU commence à peine à comprendre ce sujet complexe», relève Oussama Rouatbi, président du Groupe «Services électroniques» du Conseil d'exploitation postale. «Notre principale préoccupation est d'assurer un équilibre entre les principes fondamentaux de sûreté et de fiabilité pour la prestation des services postaux, d'une part, et le principe d'un domaine inclusif et non discriminatoire pour la communauté .post, d'autre part», explique-t-il. Il reste donc beaucoup à faire. Si tout va bien, le premier site Internet .post devrait être mis en ligne d'ici à la fin de 2010.

» Pour toute information: dotpost@upu.int

«Le domaine .post doit rester ouvert à tous les acteurs légitimes du secteur postal.»



Roger Higginson

Le domaine .post, le nouveau domaine Internet de premier niveau pour le secteur postal, a été l'un des thèmes les plus débattus lors du dernier Conseil d'exploitation postale. Ayant participé aux différentes sessions, Roger Higginson, responsable de la politique postale internationale au ministère britannique chargé du commerce, de l'innovation et des compétences, exprime l'intérêt de la Grande-Bretagne pour cette évolution numérique.

Pourquoi la Grande-Bretagne s'intéresse-t-elle au domaine .post?

Roger Higginson: Compte tenu de la formidable réussite d'Internet en général, nous avons été heureux d'apprendre que l'UPU avait déposé une demande de nom de domaine de premier niveau, car la création d'un domaine .post offre la possibilité de faire vraiment le lien entre services postaux traditionnels et modes de communication électroniques. C'est donc avec une grande satisfaction que nous avons accueilli l'accord intervenu entre ICANN et l'UPU, après d'intenses négociations, et la signature d'un contrat correspondant.

Pourquoi êtes-vous ici aujourd'hui?
Etant donné que l'UPU a maintenant l'autorisation de mettre en

place le domaine .post, la Grande-Bretagne veut vraiment contribuer au succès de la démarche, d'autant plus que le Bureau international a dû déployer bien des efforts pour arriver à ce résultat.

Au-delà des détails spécifiques aux différents intérêts des groupes participant aux réunions des commissions du Conseil d'administration et du Conseil d'exploitation postale de l'UPU, il se dégage un véritable enjeu: si nous voulons garantir la réussite pleine et entière de cette initiative pour l'ensemble de la communauté postale, il nous faut éviter de mettre en place un environnement cloisonné, exclusivement réservé aux opérateurs désignés chargés d'assurer le service universel. Nous devons faire en sorte que le domaine .post reste ouvert à tous les acteurs légitimes du secteur postal, et donc aux sociétés qui exercent leurs activités sur le marché libéralisé de l'Union européenne et qui détiennent une licence d'exploitation des services postaux, ainsi qu'aux fournisseurs qui interviennent en différents points de la chaîne postale, des fabricants d'enveloppes aux préparateurs de courrier, en passant par les prestataires de logistique et de tri, sans oublier ceux qui assurent la distribution sur le «dernier kilomètre».

Quels seraient les avantages d'une intégration du secteur postal au sens large?

Plus la communauté des parties prenantes sera vaste et plus les avantages seront nombreux, ne serait-ce qu'en termes d'échanges de pratiques exemplaires ou de potentiel d'innovation. D'autres paramètres entreront en ligne de compte qui pourront aussi profiter à la poste en tant que réseau de communication.

En revanche, si l'état d'esprit qui prévaut va dans le sens d'un fonctionnement en vase clos, avec des opérateurs nationaux qui pensent pouvoir exclure le reste du monde, l'environnement ainsi créé sera sans aucun doute confortable et rassurant, mais le domaine .post sera condamné à l'atrophie et, à

terme, à l'agonie. Or c'est bien la dernière chose que nous pouvons souhaiter. Pour la Grande-Bretagne, cette question sera véritablement au cœur des discussions à venir: le cadre établi sera-t-il ouvert ou fermé? Bien sûr, il faudra soigneusement le délimiter, nous en sommes conscients, mais, s'agissant de définir ce que nous entendons par «acteurs du secteur postal», nous aurons à cœur de promouvoir un champ d'application aussi ouvert et étendu que possible.

Quelles sont les utilisations concrètes du domaine .post auxquelles vous songez?

Nous n'en sommes pas encore au stade de l'élaboration d'un scénario d'activité bien précis, mais il ne faut pas voir là un facteur bloquant, car Internet s'est développé à un rythme fulgurant, exponentiel, et cet essor ne s'est en rien appuyé sur des analyses de rentabilité classiques. Si tant de monde a su exploiter la puissance du Web, il n'y a aucune raison que le secteur postal n'en soit pas capable. Ou alors nous serions en pleine parodie!

Selon vous, comment pourrait-on accélérer la fourniture de services via cette nouvelle infrastructure électronique?

Le vrai message à faire passer aux pays-membres et au Bureau international est que nous ne devons pas nous laisser asphyxier en ergotant sur tous les détails du processus lors de chaque réunion qui aura lieu dans les prochaines années. Ce serait le plus sûr moyen de tout réduire à néant. Pour mener à bien cette démarche, nous devons prendre un bon souffle et plonger dans le vif du sujet. Il faut prévoir une structure conférant suffisamment de souplesse au système de gestion pour les cas où surviendraient des problèmes qui n'ont pas été anticipés. N'oublions pas que toutes ces questions sont débattues par des représentants du secteur postal, qui ne sont pas des spécialistes d'Internet et qui risquent donc de rencontrer des difficultés. C'est

pourquoi j'insisterais sur la nécessité de se doter d'une marge de manœuvre suffisante pour faire avancer le projet et de convenir d'un mode opératoire qui ne soit pas totalement bureaucratique, mais qui permette de réagir à tout problème susceptible d'entraver la phase de lancement, le moment venu.

Je peux fort bien comprendre que des pistes soient actuellement poursuivies en vue de mettre en place une procédure allégée pour les gouvernements nationaux, les régulateurs et les opérateurs désignés. Néanmoins, dans l'optique d'une ouverture et d'un élargissement de la communauté des parties prenantes, il serait souhaitable que les délais d'autorisation des autres intéressés à accéder au système soient aussi courts que possible. S'ils sont trop longs, les opérateurs désignés se retrouveront, de fait et par défaut, dans leur univers bien cloisonné, circonscrit à un groupe de privilégiés, ce qui ne leur sera d'aucune utilité à long terme, pas plus qu'à quiconque d'ailleurs.

Des organes tels que le Comité consultatif de l'UPU pourraient-ils jouer un rôle particulier?

Oui, absolument. Sa principale raison d'être est de faire entendre, au sein de l'Union, la voix d'intervenants du secteur postal autres que les opérateurs désignés – d'autant plus importante dans le contexte de la libéralisation. C'est là toute la pertinence de l'UPU en tant qu'organisation des Nations Unies.

En particulier, quand il s'agira de communiquer sur l'existence du domaine .post, nous aurons tous intérêt à ce que l'information circule à très grande échelle et soit diffusée par un maximum de groupes, car ce sera là une étape cruciale lors du passage à la phase de mise en œuvre. Il serait quelque peu ironique d'avoir établi la structure la plus parfaite qui soit dans le cyberspace pour constater ensuite que personne n'en fait usage par simple ignorance de son existence ou, ce qui est tout aussi grave, de ce qu'elle a à offrir. **FM**

Postes et politique: à la croisée des chemins

.....

L'influence du système politique sur les postes a été au centre des discussions de la récente conférence organisée par l'Ecole polytechnique fédérale de Lausanne (EPFL).

.....

Par
Tobe Freeman

.....

Photo:
bekop

Cette conférence, tenue au Bureau international de l'Union postale universelle à l'occasion de son Conseil d'exploitation postale, a révélé que les postes travaillent de plus en plus souvent sous l'œil attentif des politiciens, des groupes de pression et des conseillers politiques.

Botond Szebeny, secrétaire général de PostEurop, a souligné le rôle croissant des groupes de pression, des exposés de position et des travaux de recherche universitaire pour gérer les attentes sur le plan politique. A son avis, ces outils contribuent à l'établissement d'un consensus difficile à atteindre entre les gouvernements, les opérateurs postaux et le public.

Faisant suite aux appels à la réforme lancés dans les années 80, la réorganisation des systèmes postaux n'a pas été chose facile. Depuis la directive de l'Union européenne de 1988, recommandant l'établissement d'un marché postal unique, les pays européens tentent de concilier libéralisation des marchés et fourniture de services à tous les habitants.

A qui de droit

Le sujet le plus controversé concerne l'introduction de la concurrence du secteur privé sur le marché postal. «Au départ, les employés étaient sceptiques quant à l'existence même d'une concurrence», a déclaré Jean-Noël Rey, président-directeur général de La Poste Suisse dans les années 90. Il avait dû, à l'époque, leur présenter un petit film montrant des sociétés de messagerie privées distribuant des envois à Zurich et à Genève.

Toutefois, la concurrence n'est pas le seul défi des postes. Joost Vantomme, chef des affaires stratégiques et réglementaires à la poste belge, a précisé qu'un certain nombre de questions complexes avaient aujourd'hui des incidences sur les opérations postales. Les décideurs du monde postal doivent à présent tenir compte de certaines préoccupations liées à l'environnement, aux tendances du service postal mondial et au concept de confidentialité.

Selon l'animateur de la conférence, Matthias Finger, professeur à l'EPFL, toutes ces questions pèsent sur la gestion des postes. D'un côté, ces dernières doivent

tenir compte des questions politiques et des nouvelles préoccupations qu'elles engendrent. De l'autre, elles doivent rivaliser avec leurs concurrents dans un environnement de plus en plus mondialisé.

Dans ce contexte, les postes ont radicalement changé au cours des trois dernières décennies. Ainsi, certaines postes ont adopté une organisation davantage commerciale. Selon Matthias Finger, la transformation en société a permis à certaines postes de devenir plus autonomes par rapport aux gouvernements et de mieux s'adapter aux changements.

Il a résumé ces changements en utilisant un modèle dans lequel les gouvernements, les régulateurs et les opérateurs postaux jouent chacun un rôle éminemment indépendant dans la fourniture des services postaux. Selon ce modèle, les gouvernements sont chargés des questions politiques et les opérateurs doivent trouver des solutions pratiques pour répondre à leurs demandes. Entre eux, les régulateurs sont chargés de faire appliquer les règles.

C'est du moins la théorie. La conférence a permis de tenir compte de l'expérience des 191 pays-membres de

l'UPU, à savoir des pays en développement et des pays industrialisés de toutes les tailles. Selon Jörn Allardt, représentant de l'opérateur désigné de la Finlande (Itella), les systèmes postaux sont très différents les uns des autres, même en Europe occidentale.

Nouvelles activités

Si le chemin vers la diversification et la réforme a été semé d'embûches, la participation des postes aux nouvelles activités offre une certaine consolation. Certains opérateurs postaux tirent déjà plus de la moitié de leurs revenus de sources autres que les services traditionnels de distribution. Tandis que l'on observe une baisse des volumes d'envois physiques, la demande de moyens de communication électroniques et de services financiers fournis par les postes augmente d'année en année.

Par ailleurs, la sous-traitance de certains processus commerciaux constitue un marché émergent très concurrentiel. Ce domaine couvre une large gamme d'activités, y compris le marketing direct et les activités de logistique liées à la distribution des produits. Le marché pour ces services devrait atteindre 18 milliards d'euros (23 milliards de dollars) par année à l'horizon 2013.

Tobe Freeman est un pigiste basé en Suisse.

La résidence présidentielle allemande à Berlin.



GMS – Le film



L'UPU est fière de présenter son premier film d'animation sur son système de contrôle mondial (GMS en anglais). En collaboration étroite avec le programme Communication, les responsables du système de l'UPU et l'agence de création die Gestalter, l'illustrateur Sascha Tittmann, de la société büro sequenz, a créé ce film d'animation de pointe en haute définition. L'objectif était de montrer aux membres de l'UPU sachant peu ou rien de ce projet comment ce système d'identification par radiofréquence (RFID) mesure avec précision, pour un prix abordable, la qualité des services de courrier. Le résultat est un film d'animation remarquable, dont le caractère novateur va de pair avec son sujet. FM

› Pour voir le film, utiliser les liens suivants:

<http://www.youtube.com/universalpostalunion>

ou

<http://tinyurl.com/gmsfilm>

› Pour de plus amples informations: gms@upu.int

Oui à la version papier d'*Union Postale*

La très grande majorité de nos lecteurs souhaitent continuer de lire une version papier d'*Union Postale*, selon les résultats de notre plus récent sondage d'opinion. Près de 86% des répondants ont indiqué une préférence pour la version imprimée du magazine, car ils peuvent la lire quand ils veulent au bureau, à la maison ou dans les transports publics. Par ailleurs, ils aiment pouvoir archiver les numéros et s'y référer à loisir. Certains lecteurs se sont dit heureux de ne pas avoir à dépendre d'une connexion Internet lente pour accéder au magazine. Les résultats montrent aussi que la majorité des lecteurs aiment beaucoup la présentation de la revue et estiment être bien informés par le trimestriel. Les articles de fond sont les plus appréciés, suivis de près par ceux de la rubrique «En bref».

Ces résultats nous aident à déterminer ce que nous faisons correctement et ce que nous pouvons améliorer. Nous avons déjà apporté quelques modifications en réponse à vos commentaires. Ainsi, nous avons étoffé la rubrique «Tour d'horizon» et nous essayons de publier davantage d'articles portant sur des questions opérationnelles ou commerciales. Merci à tous ceux qui ont pris part au sondage. **FM**

Résultats
compilés par
Gisèle Coron

Vos 5 rubriques
préférées

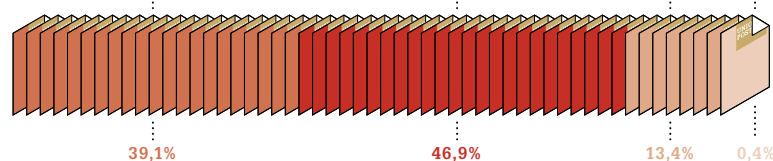
1. **Articles**
2. **En bref**
3. **Tour d'horizon**
4. **L'interview**
5. **Perspective**

85.8%

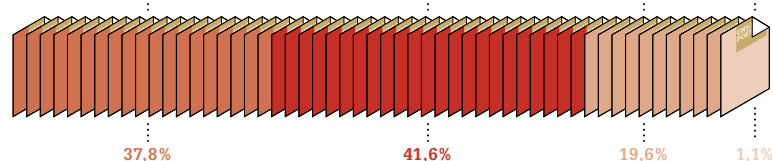
préferent une
version imprimée
d'*Union Postale*

Vous avez dit...

Le magazine m'informe bien de la stratégie et des activités de l'UPU Sans opinion 0,2%

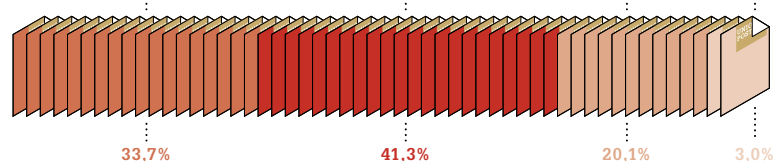


Le magazine me donne un bon aperçu de ce qui se passe dans le monde postal



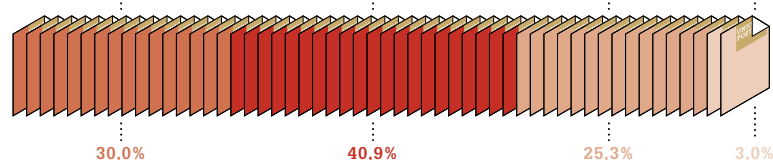
Le contenu correspond à mon activité professionnelle

Sans opinion 1,9%



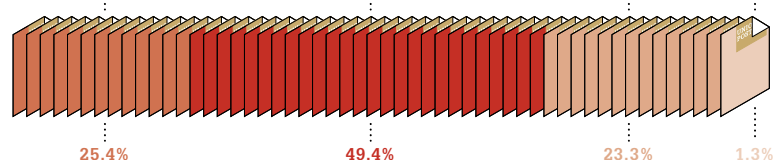
Les informations données sont actuelles

No opinion 0,9%



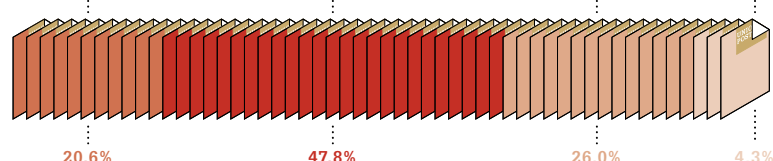
Les sujets proposés sont variés

Sans opinion 0,2%



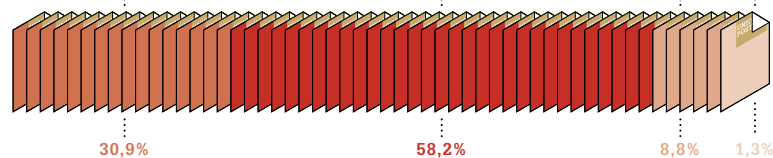
Les sujets sont traités en profondeur

Sans opinion 1,3%



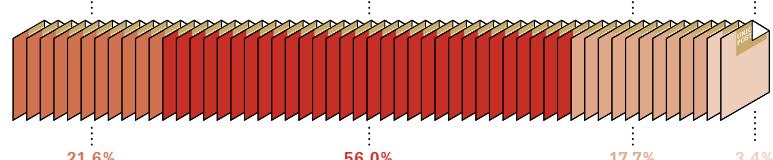
Les articles sont de qualité

Sans opinion 0,8%

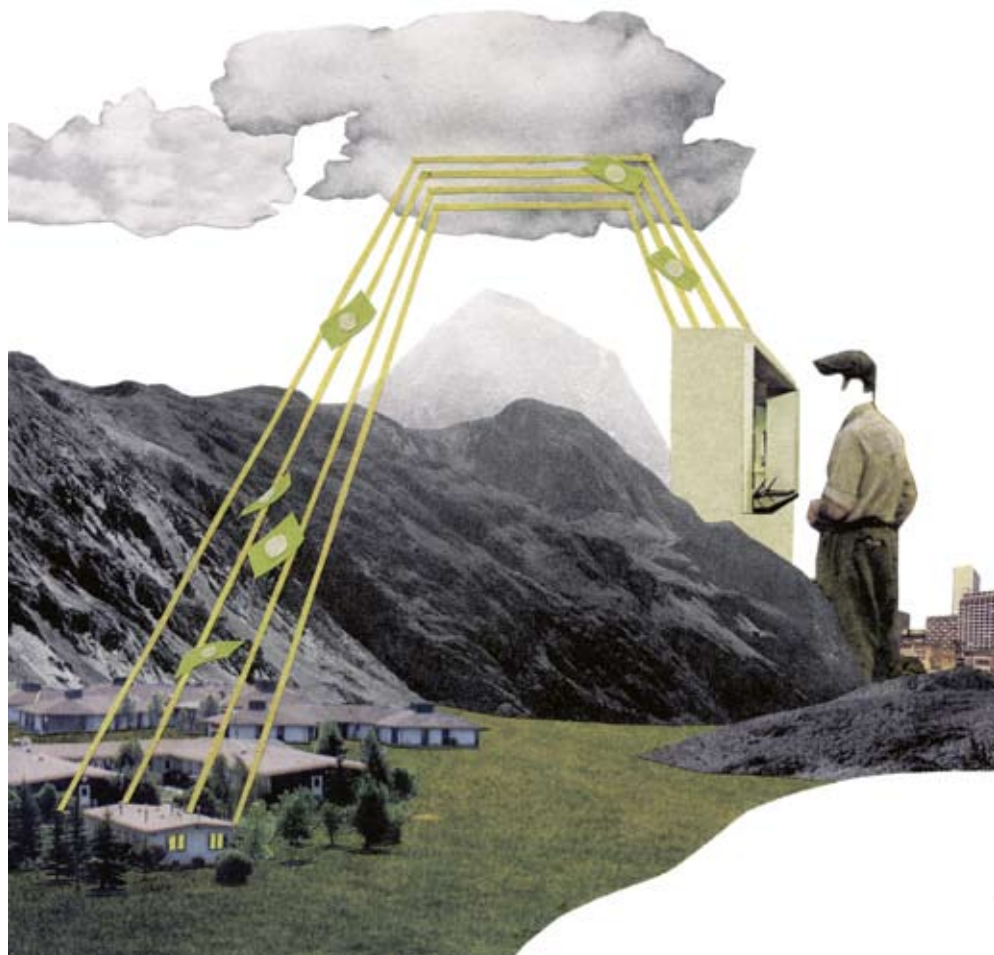


La longueur des articles est bonne

Sans opinion 1,3%



Entièrement d'accord D'accord Plus ou moins d'accord Pas d'accord



Faire d'une pierre deux coups

.....
Par
José Ansón et
Joëlle Toledano

.....
Illustration:
Daniel
Lachenmeier

.....
 Comme de récentes études l'ont démontré, les postes offrent un nombre croissant de services financiers avec toujours plus de succès. En diversifiant leurs activités commerciales et en consolidant leur offre en matière d'inclusion financière dans la foulée.

Nos analyses empiriques mettent en évidence l'émergence et l'amplification, ces dix dernières années (2001–2008, notamment), d'un mouvement très récent de diversification des activités postales en direction de la finance. Un grand nombre d'opérateurs postaux détiennent toujours plus de parts de marché dans certains secteurs de la banque de détail. Ce mouvement, qui se dessinait déjà avant la crise financière et économique mondiale, est probablement amplifié par le fait que le consommateur semble faire davantage confiance à la poste qu'aux banques.

On estime que le marché mondial de la banque de détail se chiffre à 5,185 milliards de comptes courants ou d'épargne. Les institutions financières postales détiennent près d'un milliard de ces comptes, ce qui

équivalait à 19,2% de parts de marché. Cela illustre le poids important des banques postales et des autres institutions financières postales en termes de comptes d'épargne ou de dépôts privés dans le monde. Il est encore plus intéressant de noter que, entre 2004 et 2008, ces parts de marché semblent avoir augmenté sensiblement pour un certain nombre d'opérateurs postaux de pays émergents ou en développement, avec trois des quatre pays BRIC en tête de cette évolution: le Brésil, l'Inde et la Chine. Dans plusieurs de ces pays, l'augmentation de la part de marché détenue par les opérateurs en termes de comptes postaux varie de cinq à vingt points.

Les parts de marché de plus d'une douzaine de pays émergents et en développement ont considérablement augmenté. Dans ce sous-groupe, le taux de croissance annuel composé (TCAC) du nombre total de comptes a atteint 8,3% en moyenne. Dans les économies plus avancées, le TCAC des opérateurs qui proposent des services basés sur comptes n'était que de 2,6% en moyenne. Plus généralement, à l'exception de la Nouvelle-Zélande, de l'Italie, de la France et de la Suisse, ce mouvement de croissance des activités financières postales ne se retrouve pas dans les économies plus avancées. Une importante transformation structurelle du chiffre d'affaires des postes peut être observée. La contribution des services financiers postaux aux recettes postales est passée de 15% en 2001 à 22% en 2008 en moyenne, alors que celle du secteur des colis et de la logistique est passée de 10 à 17% des recettes totales des postes. Si l'on tient compte de la proportion des autres services (hors finance et logistique), cela signifie que la poste aux lettres n'est plus la composante majeure du chiffre d'affaires postal. Par pays, elle représentait en moyenne presque 60% des recettes postales en 2001 (ou presque trois quarts de la somme des recettes de la correspondance, de l'express, des colis et des services financiers, une fois les autres recettes déduites). Aujourd'hui, en projetant l'évolution 2001–2008 sur 2009 et 2010, la poste aux lettres n'en représente qu'un peu plus de 40%. Alors qu'en 2001, 112 opérateurs déclaraient offrir des services financiers postaux, 133 postes offrent actuellement ce type de services, pour une augmentation de 19%. Si, en 2001, 32 opérateurs postaux offraient des services financiers représentant plus de 20% de leurs recettes totales, ce chiffre atteignait 44 opérateurs en 2008. De plus, les services financiers de seulement quatre postes généraient plus de la moitié de leurs recettes en 2001, alors qu'en 2008 15 postes obtenaient ces résultats.

Inclusion financière

Ces déploiements considérables ne s'opèrent pas sur un modèle unique. En effet, la récente tendance à développer les services financiers postaux est caractérisée par une grande hétérogénéité des services fournis et d'une grande diversité des modalités de mise en œuvre, allant de l'alliance stratégique avec une ou plusieurs banques à la création d'une banque postale intégrée en passant par les services de caisse.

Cependant, pour atteindre ces niveaux de développement, les postes, en accord avec les pouvoirs publics, se sont appuyées sur leur présence en zone rurale et périurbaine et ont créé des produits adaptés aux populations modestes. Il en a résulté une politique générale dynamique d'inclusion financière. Dans les pays émergents et en développement, peut-être encore plus qu'ailleurs, les succursales bancaires se concentrent principalement dans les régions les plus prospères (principalement dans les grandes villes), alors que les bureaux de poste sont mieux répartis dans tout le pays. Les banques ont toujours été très réticentes à étendre leurs services financiers aux catégories les plus pauvres de la population, car les opérations avec la clientèle institutionnelle peuvent leur rapporter plus que les services bancaires aux particuliers.

Aujourd'hui, plus de deux milliards d'adultes dans le monde entier sont exclus du système bancaire. Dans les pays industrialisés, l'inclusion financière n'a pas toujours été uniquement le fait des banques commerciales. United States Federal Deposit Insurance Corporation estime que 50 millions de citoyens américains sont «sous-bancarisés». Si 1,5 milliard de personnes ont recours aux services financiers postaux dans le monde, seules 400 millions possèdent un compte postal et 300 millions d'entre elles vivent dans des pays émergents ou en développement.

José Ansón est économiste à l'UPU et Joëlle Toledano est membre du Conseil de l'autorité de régulation des communications électroniques et des postes. Cet article reflète les vues des auteurs et pas nécessairement celles des organisations auxquelles ils sont affiliés.

» Pour lire l'étude dans sa version intégrale:

<http://tinyurl.com/postal-research-paper-06-10>

» José Ansón anime un blog sur l'inclusion financière postale:

<http://postfi.files.wordpress.com>

De retour sur le terrain

.....

Fritz Jean est responsable de la vérification et de la surveillance au bureau de poste de Bas Peu de Choses, à Port-au-Prince, en Haïti. Deux mois après le séisme de janvier, il sillonnait les rues, distribuant du courrier là où beaucoup de destinataires étaient introuvables.

Les motos de bon nombre de facteurs gisent, hors d'usage, sur le sol des salles vides du bureau de poste de Bas Peu de Choses, telles des insectes écrasés. Ce matin, la plupart des employés sont obligés de parcourir à pied de nombreux kilomètres jusqu'aux quartiers qu'ils desservent. Fritz Jean, lui, a de la chance, car il possède une des dernières motos encore intactes.

Avec 300 lettres dans sa sacoche, il remonte la colline, se frayant un chemin entre le trafic et les décombres jusqu'à la rue Cheriez, dans le district de Canape Vert. Certaines routes, barrées pour que les décombres puissent être dégagés, l'obligent à faire des détours.

Il gare sa moto près d'un groupe affairé à pelleter des gravats dans une camionnette et glisse sa main dans son sac de courrier. Nous sommes à la fin de mars, et c'est la première fois depuis le séisme qu'il distribue du courrier dans ce quartier. Fritz Jean ne sait pas combien de lettres il pourra remettre à leur destinataire aujourd'hui.

.....

**Article et
photos:
Amy Bracken**



Le premier bâtiment sur sa route, un commerce, est resté intact. Le facteur frappe à la porte et remet une pile de courrier à l'homme qui répond. Puis, il se dirige vers la maison d'à côté, dont les sols en béton à moitié effondrés ressemblent à un accordéon. «Maison détruite», déclare-t-il placidement en le notant au dos de l'enveloppe.

Dans la maison suivante, il n'y a plus trace de vie (un amoncellement de décombres bloque l'entrée). Cependant, Fritz Jean grimpe sur un tas de pierres et se glisse par l'embrasure de la porte. «Quelqu'un pourrait se trouver à l'intérieur», explique-t-il. Ce bâtiment fissuré abrite un bureau et une école. La porte de l'école est ouverte et laisse entrevoir une pièce avec des tables et des chaises couvertes de poussière. Pourtant, le facteur veut s'assurer qu'il n'y a vraiment personne à l'intérieur et crie «Bonjour! Y'a quelqu'un? La poste!». Il n'entend rien d'autre que le bruit de la pelle extrayant des gravats dans la rue. Fritz Jean écrit quelque chose sur une enveloppe et poursuit jusqu'au numéro six. «Vous voyez, quand je ne peux pas distribuer une lettre, j'écris sur l'enveloppe «maison détruite» ou «a changé d'adresse». Ensuite on passe une annonce à la radio pour que les personnes viennent retirer leur courrier au bureau de poste... allons-y! Numéro dix...».

De l'autre côté de la rue, il frappe à plusieurs reprises à une porte fermée alors qu'un chien

aboie de l'autre côté. «Bonjour! La poste!». Fritz Jean ne veut pas déposer le courrier s'il risque d'être mordu par un animal. Finalement, quelqu'un vient ouvrir la porte et prend le courrier.

«Il est vivant»

Même si les maisons semblent abandonnées, le facteur parcourt les environs et fait de son mieux pour localiser les propriétaires. «Vous voyez», dit-il, «beaucoup de monde passe la journée ici, même s'ils passent la nuit ailleurs, sous des tentes.» Le taux de chômage, qui était déjà très élevé en ville, a explosé depuis le tremblement de terre. La probabilité de trouver un destinataire à la maison un jour de semaine est donc plus élevée. Souvent, les voisins se proposent de transmettre le courrier. Fritz Jean ne laisse aucune lettre dans une boîte aux lettres. Soit il les distribue en mains propres, soit il les garde.

L'adresse suivante se trouve en bas d'une allée, où une école improvisée a été installée. Sous une bâche tendue entre deux bâtiments, un homme devant un tableau noir explique aux rangées d'enfants que leurs maisons sont désormais des tentes. «Vous devez accepter cette nouvelle réalité», dit-il en montrant les dessins à la craie d'une maison et d'une tente.

Fritz Jean ne s'attend pas à devoir distribuer du courrier dans des camps de tentes, mais si c'est là que les lettres sont adressées, le facteur s'y rendra. Alors qu'il n'ob-

tient pas de réponse à l'adresse suivante, une tête sort d'une tente installée dans l'allée de la maison d'en face et une femme crie: «Il est vivant. Il revient de temps en temps. Vous pouvez me laisser son courrier.»

Environnement familial

Malgré les difficultés que pose aujourd'hui la distribution du courrier, Fritz Jean est très pragmatique et salue joyeusement et poliment les personnes qu'il trouve chez elles. Il est à l'aise dans son travail, bien que ce ne soit plus du tout comme avant. Cela fait dix-huit ans qu'il travaille pour la poste et, avec sa femme, commerçante, ils ont pu mettre leurs deux enfants dans une école privée et subvenir aux besoins de son propre frère, qui souffre de troubles mentaux et vit avec eux. Au moment du tremblement de terre, M. Jean venait d'être promu responsable de la vérification et de la surveillance au bureau de poste de Bas Peu de Choses.

Le tremblement de terre a gelé sa carrière. L'école de ses enfants a été détruite, de même que le petit commerce de son épouse. Son nouveau rôle au sein du service postal est devenu temporairement obsolète, et il s'est retrouvé à distribuer le courrier pour compenser le manque de personnel.

Cependant, les employés de la poste haïtienne sont plutôt habitués aux difficultés. Certains endroits du pays ont été dévastés à plusieurs reprises par des inondations ou des glissements de terrain, alors que d'autres, comme Port-au-Prince, sont régulièrement le théâtre de violences. Tout cela sans compter les restrictions budgétaires. Ainsi, avant le séisme, les employés de la poste de Port-au-Prince n'avaient pas été payés durant trois mois. Pourtant, Fritz Jean n'hésite pas à le dire, «Nous avons beaucoup de volonté parce que nous aimons notre travail. C'est d'ailleurs pour ça que nous sommes dans les rues en ce moment».

Amy Bracken est une journaliste indépendante basée aux États-Unis.



Mobilité postale

Les transferts d'argent par téléphone mobile sont à l'ordre du jour à la poste bangladaise, au moment où tout le pays se met à l'heure numérique. Le directeur général de cette poste, Mobasherur Rahman, nous en dit plus.

Par
Faryal Mirza

Photos:
Marcel Bieri/
keystone

Comment la technologie numérique a-t-elle changé le fonctionnement de la poste?

Mobasherur Rahman: Nous avons fourni à tous les maîtres de poste un téléphone mobile et un ordinateur. Dans notre pays, le réseau électrique nous joue souvent des tours; lorsqu'il y a des coupures de courant, un maître de poste peut toujours transférer des fonds à l'aide de son téléphone mobile. Nous avons déjà équipé nos 8500 maîtres de poste ruraux de cartes SIM et de téléphones portables.

Annoncée en décembre 2008, «Digital Bangladesh» est une initiative gouvernementale censée de combler le fossé numérique d'ici à 2021. Ces dernières années, la poste avait pris du retard dans le domaine numérique, mais nous avons récemment fait tout notre possible pour aller de l'avant. Nous sommes en train d'automatiser les services de guichet à l'aide d'un système fondé sur notre propre programme informatique pour traiter toutes sortes d'opérations postales, concernant, entre autres,

les colis, le suivi et la localisation, le tri, la comptabilité, la formation et la gestion. Nous espérons pouvoir commencer le déploiement de ce système vers décembre 2010. Initialement, 80 grands bureaux de poste seront concernés par l'opération. Si cela marche, nous continuerons à déployer le système jusqu'à ce que l'ensemble des 1600 bureaux de poste en soient équipés.

La poste vient d'inaugurer un nouveau moyen d'acheminement des paiements. Comment cela fonctionne-t-il ?

Le système est très simple. L'expéditeur remplit, au bureau de poste, une petite formule en y inscrivant son nom, son numéro de téléphone mobile et les coordonnées du destinataire. L'indication du numéro de téléphone mobile de ce dernier est facultative. L'expéditeur remet l'argent au guichetier, et les données sont envoyées à notre serveur par téléphone mobile (sous forme de message textuel) ou par ordinateur.

Le serveur confirme la réception

de l'ordre de paiement, et cette information est expédiée vers le téléphone portable de l'expéditeur. Un numéro d'identification personnel (NIP) à 16 caractères est généré et envoyé à l'expéditeur, qui le transmet au bénéficiaire. Ce dernier, muni d'une pièce d'identité et de son NIP, se rend dans n'importe quel bureau de poste. Il y remplit une formule en y inscrivant les données figurant sur sa pièce d'identité, le NIP, les coordonnées de l'expéditeur et le montant attendu. Le maître de poste enregistre les informations dans son ordinateur ou dans son téléphone mobile. Notre serveur autorise l'opération, et le maître de poste effectue le paiement. Un texto est envoyé vers le téléphone mobile de l'expéditeur pour confirmer que le paiement a été réalisé.

Pourquoi avez-vous lancé ce service?

Il y a environ quatre ans, nous traitions quatre millions de mandats de poste physiques par an. Au fil des années, cette



«La nécessité est mère de l'invention.»

quantité a diminué, et nous n'en traitons que 2,8 millions actuellement. Certains services de courrier privés ont pris une part de notre marché. Ils utilisent des téléphones mobiles, mais pas de la même manière que nous. Ils s'en servent pour transférer l'argent d'un bureau à l'autre en parlant au personnel présent sur le site et en confirmant le paiement à effectuer. Le gouvernement avait voulu mettre un terme à cette pratique, mais n'a pas pu le faire car la demande sur le marché était bien là et les gens n'avaient pas de solution de rechange. Aujourd'hui, nous avons un système fiable et sûr, qui est totalement compatible avec les règles de lutte contre le blanchiment d'argent et le financement du terrorisme.

Pourquoi les Bangladais ont-ils besoin d'un tel service?

L'urbanisation de notre pays est très rapide. Les gens de la campagne affluent vers les villes pour y travailler et doivent pouvoir envoyer de petites sommes d'argent à leurs familles restées au foyer. Comme le coût de l'envoi d'argent par d'autres moyens est très élevé, la poste a souhaité fournir à ces travailleurs venus des zones rurales un service efficace et abordable. Nous avons également un plan à long terme visant nos travailleurs expatriés, qui sont des millions dans le monde entier. Eux aussi envoient de l'argent dans leur pays d'origine. Nos banques essaient de traiter ces transferts, mais n'y parviennent pas. Selon leurs publicités, elles devraient pouvoir acheminer les fonds vers les zones rurales en trois jours. Mais, en réalité, elles ne sont pas en mesure de le faire, même en sept jours. Maintenant, les banques ont pris connaissance de notre système, et 22 d'entre elles ont signé un accord avec nous aux termes duquel elles nous transmettent les données des paiements pour que nous effectuions la remise de l'argent. Elles ont pu constater que notre système fonctionne efficacement.

Quelle est l'ampleur du marché?

Le marché est important, car il n'y a pas d'autres options. Nous devrions traiter six millions de transferts cette année. Deux ou trois de nos banques ont frénétiquement essayé de lancer un service semblable avant nous et avaient également des contrats avec des compagnies de téléphonie mobile, mais nous les avons devancés. Les banques sont maintenant très préoccupées par le fait que la poste récupère une partie de leur marché. Elles se sont plaintes de cette situation auprès de la banque centrale, qui nous a demandé des clarifications sur le sujet. Nous nous sommes alors référés à la loi sur la poste, qui, depuis cent cinquante ans, nous autorise à exercer ce type d'activité.

Comment vos maîtres de poste s'adaptent-ils à ces nouveaux modes d'activité?

Certains d'entre eux n'étaient pas habitués à utiliser des téléphones mobiles. Nous avons réalisé un grand programme de formation pour 8500 d'entre eux, et ils sont maintenant parfaitement familiarisés avec cet outil. Les téléphones portables, mis à disposition par Grameenphone, le fournisseur le plus important de services de télécommunications dans notre pays, ont une carte SIM spéciale capable de vendre des unités de communication ou des appels. Les maîtres de poste sont maintenant très motivés par le fait de pouvoir gagner 4000 taka (56 dollars) au lieu des 750 taka qu'ils percevaient auparavant. Ils ne font maintenant rien d'autre que de vendre leurs services à longueur de journée.

S'agissant des transferts de fonds, comment assurez-vous la mise à disposition de l'argent liquide sur le

dernier kilomètre?

Comme la poste est une institution gouvernementale, il n'y a pas de pénurie d'argent liquide. Le seul problème est l'entreposage de l'argent en toute sécurité sur le dernier kilomètre, car nous n'avons pas de bureaux de poste dans les zones rurales. C'est en général le domicile du maître de poste ou un commerce qui sert de bureau de poste.

Aujourd'hui, nous envisageons de construire des établissements postaux appartenant à l'Etat dans les 8500 circonscriptions rurales. En attendant, nous encourageons nos maîtres de poste ruraux, qui sont nos agents, à garder eux-mêmes l'argent. Il s'agit de personnes riches, solvables et fiables. Dès qu'un ordre de paiement arrive, les maîtres de poste effectuent la remise de l'argent au destinataire et demandent le remboursement du montant considéré dans les deux ou trois jours qui suivent. Ils reçoivent le paiement du bureau de poste secondaire avec leur commission.

Au niveau opérationnel, comment le nouveau système de paiement est-il organisé?

Nous avons d'abord formé nos maîtres de poste, car l'utilisation de téléphones mobiles est essentielle pour les transferts d'argent. Dans le même temps, nous avons mis au point notre propre application informatique. Les problèmes de connectivité ont été résolus par une autre compagnie de téléphonie mobile, qui nous a fourni un réseau privé virtuel et le nom du point d'accès. Le contrat prévoit que cette compagnie ne nous facture que 7 taka pour chaque transfert de fonds réussi. Elle nous a également donné 7 millions de taka pour payer les téléphones mobiles.



Nous avons déjà les ordinateurs. Aujourd'hui, les 1600 districts et sous-districts du pays sont couverts par notre système de transferts d'argent, basé sur des téléphones mobiles ou des ordinateurs portables. Ces derniers utilisent des dispositifs GPRS (General Packet Radio Services) ou USSD (Unstructured Supplementary Service Data).

Comment est structurée la relation avec les fournisseurs de services de téléphonie mobile?

C'est une relation unique sans pareil au sein des institutions gouvernementales. Les autorités m'ont demandé comment je suis parvenu à mettre sur pied cette structure. «La nécessité est mère de l'invention», ai-je répondu. Il était important de lancer un tel système le plus rapidement possible. Si nous devions le faire en procédant selon la pratique gouvernementale habituelle, cela nous aurait pris des années. Nous avons donc inventé un nouveau procédé sans pour autant contrevenir aux règles gouvernementales dans le domaine considéré. A l'issue d'un appel d'offres, nous avons sous-traité le système de communication auprès de BanglaLink, le deuxième opérateur de téléphonie mobile du pays. Celui-ci nous avait proposé le coût

le plus faible, soit 7 taka par transaction.

Avant 2008, le Bangladesh n'était pas actif au sein des instances de l'UPU. Pourquoi cela a-t-il changé?

C'est dû à la nouvelle orientation politique du gouvernement. Les gouvernements précédents ne faisaient pas vraiment confiance aux postiers. Aujourd'hui, il en est autrement. Souhaitant également montrer les capacités de la poste de notre pays dans l'arène internationale, les autorités nous ont permis de nous présenter, lors du Congrès de 2008, aux élections au Conseil d'administration et au Conseil d'exploitation postale. Ce fut un succès. Nous avons eu beaucoup de soutien de la part des membres de l'UPU et nous avons été élus aux deux organes. Le Bangladesh est à présent ouvert au monde, et le monde sait que nous avançons.

Sur quel marché la poste bangladaise opère-t-elle ?

Notre poste est basée sur le système postal traditionnel britannique. Nous remplissons notre obligation de service universel et nous assurons aussi des prestations pour le compte du gouvernement. A un certain moment, la poste livrait des

bouquins scolaires aux élèves, car il n'y avait pas d'autre infrastructure pour le faire. Aujourd'hui, le ministère de l'éducation dispose d'un système prévu à cet effet.

Dès que le gouvernement souhaite faire parvenir quelque chose aux citoyens, il confie cette mission à la poste, sachant qu'elle s'en acquittera parfaitement. Après avoir lancé l'initiative «Digital Bangladesh» pour réduire le fossé entre les populations rurales et urbaines, les autorités nous ont demandé de transformer tous nos bureaux de poste ruraux en centres de technologies de l'information. Nous avons présenté un programme pour réaménager les 8500 établissements postaux ruraux afin qu'ils puissent fournir des services électroniques aux agriculteurs, aux étudiants et à d'autres. Il est possible que le gouvernement doive subventionner cela. Il s'agira en effet de prestations déficitaires, car les habitants des zones rurales n'auront pas les moyens de payer pour ces services. Le Bangladesh est surpeuplé et, si nous sommes en mesure de former des personnes à l'informatique, nous pourrions exporter de la main-d'œuvre vers d'autres pays.

Cinq facteurs pour établir une banque postale avec succès

.....

A une époque où de plus en plus de postes envisagent des projets de banque postale, Philippe Bajou, de La Banque Postale, en France, fournit conseils et pistes pour mener à bien son ambition.



.....

Par
Philippe Bajou



.....

S'inscrire dans la durée

Les services financiers exercent des activités dans un champ restreint, ce qui rend l'émergence d'une banque dont le champ d'activité est plus large et les contraintes différentes nécessairement complexes. Il est donc indispensable de gérer l'évolution dans la durée afin de pouvoir assurer le changement dans la sécurité et la fluidité.

L'une des phases clés de la création de La Banque Postale a été la récupération de la gestion des fonds des comptes courants postaux (CCP) au début de 2000, après l'autorisation donnée par l'Etat en 1998. Avant cette date, les fonds étaient transférés quotidiennement au Trésor Public, qui en assurait la gestion. Cet événement, qui a nécessité l'obtention d'un agrément de la part des autorités de surveillance, a été l'occasion de démontrer la capacité de La Poste à mettre en place un dispositif sécurisé de gestion des fonds confiés par les clients.

Ainsi, La Poste a pu commencer à lever les principaux obstacles à la création d'une banque de plein exercice, qu'il s'agisse de l'organisation des contrôles ou de l'évolution de son système d'information. Les simulations permettant de montrer que les fonds propres nécessaires à l'activité étaient suffisants et déjà constitués ont été réalisées en 2001. Cela a permis de fournir au ministre de l'économie et des finances les arguments pour autoriser le lancement du processus législatif, entamé en 2004.

Entre 2001 et 2004, La Poste a clarifié la question du respect des normes prudentielles et a contribué au processus d'élaboration des textes législatifs et réglementaires la concernant. Elle a aussi montré qu'elle pouvait concevoir une organisation bancaire capable de respecter les contraintes et les règles de la profession. De bout en bout, le processus initialisé en 1998 – avec le transfert à une filiale de La Poste créée à cet effet de la gestion des fonds des CCP – a duré huit ans, jusqu'à l'ouverture de la banque en 2006.

Notre modèle est assez compliqué et le parcours législatif a été marqué par de nombreuses péripéties en ayant retardé l'aboutissement. Entre la prise de décisions politiques et l'entrée effective en activité d'une banque postale issue des services financiers postaux, on peut raisonnablement compter un délai de dix-huit mois à deux ans. Il faut néanmoins anticiper, sur le plan technique, un certain nombre de mesures d'organisation.



Avoir une posture stratégique audible de la part des politiques, de l'économie, des salariés et des clients

La population française est bancarisée à plus de 99%. Dans un pays où la concurrence bancaire est forte et où l'activité est considérée comme «mature», la transformation des services financiers postaux en une banque de plein exercice était considérée comme un risque majeur. En raison du statut même de La Poste, il fallait respecter les règles de la concurrence.

Il a fallu opérer en deux temps. D'une part, il a fallu démontrer que la création d'une banque postale respectant les règles de la concurrence ne perturberait pas le marché. Au contraire, l'initiative étendrait encore l'offre de services bancaires, ne serait-ce qu'en stimulant l'innovation. Ceci a été réalisé à l'occasion d'un rapport confié par le ministre de l'économie et des finances à un cabinet d'expert, qui a en outre donné lieu à une consul-

tation officielle des parties prenantes. D'autre part, il a fallu rendre la chose évidente pour tous les interlocuteurs. Ainsi, la création d'un établissement de crédit postal s'est inscrite dans le cadre du développement même de La Poste: «le développement de La Poste passe par le développement des services financiers; le développement des services financiers passe par le développement du crédit; pour faire du crédit, il faut un établissement de crédit».

L'évidence même de ce message a emporté toutes les réticences (hors du monde bancaire) et elle a prévalu jusque dans la dénomination de La Banque Postale: «Postale» pour s'inscrire dans son histoire, animée des valeurs de proximité et de service au plus grand nombre, ce qui en fait une banque «pas comme les autres»; «Banque» pour affirmer son engagement de construire un projet conforme aux normes de la profession, car c'est un établissement «comme les autres», professionnel, efficace et rentable; «La» parce qu'elle est unique.



Une équipe stable

L'équipe a été constituée progressivement autour de Patrick Werner président entre 1999 et 2004. Baptisé «ECP 2005», le projet a mobilisé 250 personnes regroupées dans 13 chantiers identifiés par thèmes: modèle économique, communication, risques... Cette structure efficace a permis de tester, six mois avant l'ouverture de la banque, un reporting Banque de France complet (BAFI). Les chantiers ont fonctionné à plein régime jusqu'au début de 2006, notamment pour l'achèvement de la bascule des supports de communication client et des imprimés.

Parallèlement au déroulement des travaux techniques préparatoires de mise à niveau des anciens services financiers de La Poste vers les normes de la profession bancaire, l'équipe a coopéré étroitement avec le gouvernement pour le pilotage du processus législatif. Dans le cadre de l'examen de la loi transposant la directive postale dans le droit français, un amendement, à l'initiative du Sénat, a permis de modifier la loi bancaire afin de créer l'établissement de crédit postal. La loi a été adoptée par le parlement le 20 mai 2005, et La Banque Postale a ouvert ses portes le 1^{er} janvier 2006.

Par ailleurs, les travaux techniques menés dans le cadre du projet «ECP 2005» ont alimenté les échanges réguliers avec la commission bancaire et le Comité des établissements de crédit et des entreprises d'investisse-

ment afin de préparer le dossier d'agrément qui a été déposé en novembre 2005. Cet agrément a été obtenu sans délai.

Cinq ans plus tard, l'équipe «historique», toujours en place, compte un comité exécutif très soudé.



Faire appel aux ressources extérieures pour compléter les compétences

Au-delà des recrutements externes nécessaires en matière de gestion financière, par exemple, et au sein des fonctions de contrôle, les équipes sont largement issues des services financiers de La Poste. Ces équipes se sont fait accompagner par des conseils, notamment lors de la phase le projet de 2004/2005.

Cette phase projet très structurée a permis de se focaliser sur l'obtention de l'agrément et du changement de statut des services financiers, réalisé le 1^{er} janvier 2006. Une banque conseil a été choisie pour valider le plan d'affaires et le respect des règles prudentielles. Un cabinet juridique de renom a été retenu afin d'assister La Poste dans l'évolution des textes la concernant et d'élaborer les conventions entre La Poste et La Banque Postale et d'en assurer la compatibilité avec le droit communautaire et celui de la concurrence. Enfin, le projet a été mis sous pilotage avec l'appui d'un cabinet spécialisé.



Garder des liens avec La Poste

Notre modèle de gouvernance maintient un lien fort avec La Poste, notre actionnaire unique. La formalisation de relations au moyen de conventions de service a été essentielle pour la réussite des partenariats entre la

maison mère et sa filiale, car leur niveau élevé de précision, même s'il génère une certaine complexité, en fait aussi un gage de succès. En effet, un tel dispositif contractuel permet d'établir durablement les droits et devoirs de chacun. De plus, il détermine les paramètres économiques et financiers sur trois ans, ce qui permet une bonne visibilité de la trajectoire du compte de résultat, pour la filiale bancaire comme pour sa maison mère.

La formalisation des relations à travers des conventions de service apporte également une piste d'audit pour les tiers tels que l'Union européenne, notamment en ce qui concerne le respect des règles de concurrence. Néanmoins, la gouvernance d'un tel système pour des entités de la taille de La Banque Postale, qui a réalisé en 2009 un produit net bancaire supérieur à 5 milliards d'euros, s'inscrit dans un cadre complexe et formel; le fonctionnement effectif d'une telle construction juridique demande de l'énergie et un peu de tolérance de la part des différents acteurs impliqués, côté poste comme côté banque.

Au-delà de ces avantages, le maintien d'un lien étroit avec La Poste permet à La Banque Postale de bénéficier de ce bien immatériel non chiffrable qu'est La Poste.

Conclusion

Devenue aujourd'hui un groupe bancaire reconnu, La Banque se développe dans trois secteurs d'activité: la banque de détail, l'assurance et la gestion d'actifs. En privilégiant la sécurité et la transparence, La Banque Postale est avant tout guidée par la protection de l'intérêt de ses clients. Son modèle unique et singulier s'est imposé sur le marché par une offre de produits et de services accessibles; la pertinence de son positionnement a été notoirement mise en lumière par sa résistance à la crise financière puis à la crise économique.

Philippe Bajou est membre du comité exécutif de La Banque Postale

République tchèque

L'opérateur **Ceska pošta** a annoncé que son système de boîtes de données électroniques (Data Box), introduit il y a six mois, a déjà permis d'économiser 200 millions de couronnes (soit 9,7 millions de dollars). Un message expédié par ces boîtes électroniques coûte 15 couronnes, contre 20 couronnes pour les envois postaux recommandés. On compte 380 246 comptes actifs pour ces boîtes de données électroniques en République tchèque. **CB**

Finlande

Itella a lancé un projet pilote pour la distribution du courrier par la voie numérique. L'opérateur ouvre le courrier, le scanne et le distribue électroniquement à 140 ménages et entreprises situés à Porvoo. Les participants recevront leur courrier par les voies traditionnelle et électronique et pourront ainsi déterminer la méthode leur convenant le mieux. Les résultats seront utilisés afin de fournir, à l'avenir, une alternative aux services de distribution traditionnels, notamment dans les régions comptant peu d'habitants. **CB**

L'ex-République yougoslave de Macédoine

Après des années de pertes, l'opérateur désigné **Makedonska Posta** a enregistré un bénéfice net de 37,6 millions de denars (813 342 de dollars) en 2009, selon l'agence de presse locale Makfax. La poste avait subi une perte de 40,2 millions de denars l'année précédente. Les recettes totales ont augmenté de 5,3% pour atteindre 1,36 milliard de denars, la société ayant réduit les coûts dans une proportion de 1%. **CB**

Italie

Poste Italiane précise que le service *Posta-certificat*, un service de messagerie par courrier électronique, a la même validité juridique que le service des lettres recommandées. Pour des informations plus détaillées, consulter le site www.postacertificat.gov.it **CB**

Pays-Bas

TNT Post a développé *PremierSort*, son service pour le courrier non trié, afin d'y inclure le tri et le traitement des lettres et des colis volumineux et lourds dans le cadre d'un ser-

vice de distribution en trois jours. Ainsi, ces lettres et ces paquets seront désormais triés par des machines. Les clients ne seront plus obligés de s'adresser à divers partenaires pour le tri de leurs envois encombrants, notamment lorsqu'ils expédient plus de 250 paquets ou 1000 lettres volumineuses et lourdes. **CB**

Allemagne

Deutsche Post DHL a enregistré une forte augmentation de ses recettes et de ses gains au premier trimestre 2010. La reprise de l'économie mondiale et la croissance des volumes transportés ont contribué à une croissance de 4,4% des recettes, qui ont atteint 12 milliards d'euros (14,6 milliards de dollars). Selon le porte-parole de la société, ces résultats solides ont également été stimulés par la croissance notable de DHL, qui a engagé des relations économiques avec de nouveaux clients importants. **CB**

Irlande

An Post a lancé une nouvelle charte du client, qui définit les normes de service applicables aux entreprises et aux particuliers. Des informations détaillées sont disponibles sur www.anpost.ie/customercharter **CB**

Portugal

CTT Correios a dévoilé sa nouvelle stratégie verte et son nouveau plan d'investissement, connus sous le nom de *Terra*. Ce projet vise à préparer les postes à un nouveau cycle de libéralisation du marché. Près de 13,4 millions d'euros sont investis en équipement afin de renforcer l'automatisation des opérations de traitement, sur quelque 2000 postes de travail répartis dans plusieurs succursales. **CB**

Espagne

Capgemini, fournisseur de services dans les domaines du conseil, des technologies et de la sous-traitance, a remporté un contrat afin de renforcer l'efficacité des systèmes de gestion de l'information de la poste espagnole. **CB**

Suisse

Le **Groupe Swiss Post** a fini le premier trimestre 2010 avec un bénéfice de 274 millions de francs (238 millions de dollars), soit une

augmentation de 38% par rapport à l'an passé. Presque la moitié de cette augmentation est à mettre au compte de l'organe financier de La Poste Suisse, Postfinance, qui a enregistré un bénéfice de 130 millions de francs durant la période considérée. L'amélioration des résultats est due à une augmentation des dépôts effectués par les clients et à la reprise progressive de l'économie. **CB**

Royaume-Uni

Swiss Post International UK a acquis **MCM Direct Limited**, un fournisseur de solutions en matière de publipostage et d'impression basé à Southampton. Cette acquisition permettra de renforcer les activités de vente au détail de la société suisse en offrant aux clients une plus large gamme de produits et de services dans les domaines ci-après: gestion et traitement des bases de données, impression laser et impression numérique, emballage dans des matières plastiques (polywrapping) et fermeture des enveloppes. **CB**

Selon une enquête effectuée par Postcomm, le régulateur du secteur postal au Royaume-Uni, huit ménages et petites entreprises sur dix sont satisfaits des services de **Royal Mail**. Ces résultats proviennent de deux études menées l'an passé. **CB**

Etats-Unis

Le **Service postal des Etats-Unis** a dévoilé sa salle de presse écologique en ligne. Le site www.usps.com/green est un site tout-en-un répertoriant toutes les initiatives écologiques du service postal. **CB**

UPS a distribué 940 millions de paquets au cours des trois premiers mois de 2010, soit une augmentation de 3% par rapport à la même période l'année précédente. Les recettes consolidées, pour la période considérée, ont atteint 11,7 milliards de dollars, pour un bénéfice d'un milliard. **FM**

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

Universal DataBase



La base de données mondiale des codes postaux

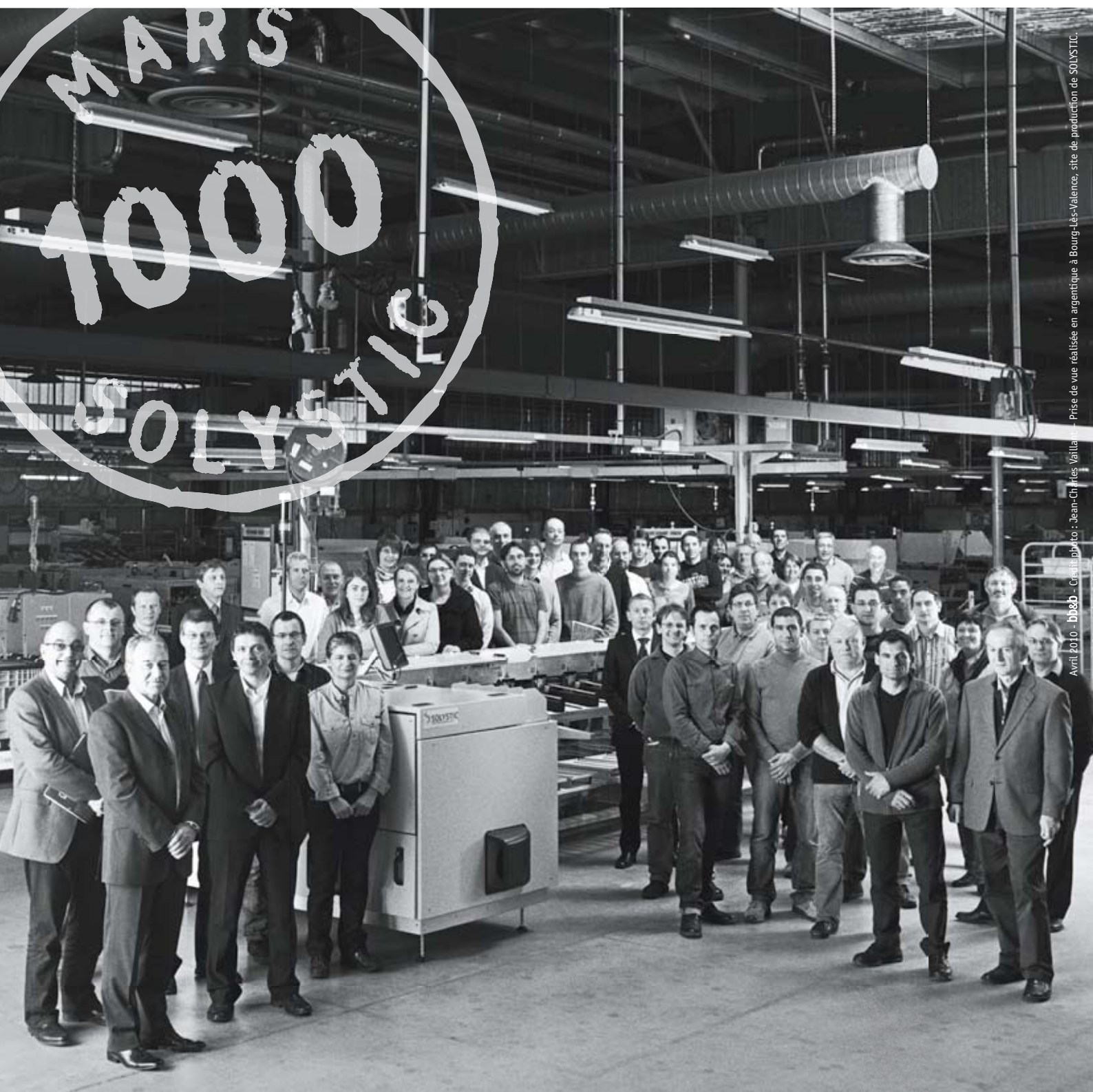
- ✓ **Des données prêtes à l'emploi**
- ✓ **Un format unique et permanent**
- ✓ **Des mises à jour trimestrielles**
- ✓ **Pour vos logiciels de vérification
et de correction d'adresses**

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

Contactez-nous!

postcode@upu.int

Parce que votre satisfaction est notre fierté, **1000** mercis !



Avril 2010 - b2b - Crédit photo : Jean-Charles Vaillant - Prise de vue réalisée en argentique à Bourg-Lès-Valence, site de production de SOLYSTIC.

SOLYSTIC, PARTENAIRE DES SERVICES POSTAUX DEPUIS 60 ANS.

SOLYSTIC remercie tous ceux qui lui ont accordé leur confiance.

MARS est l'une des toutes premières machines dédiées à la préparation des tournées des facteurs. Depuis 10 ans, le succès qu'elle connaît auprès des opérateurs postaux alimente la fierté de nos équipes.

Aussi, à l'occasion de l'installation de la 1000^{ème} machine, nous tenons à vous adresser tous nos remerciements.

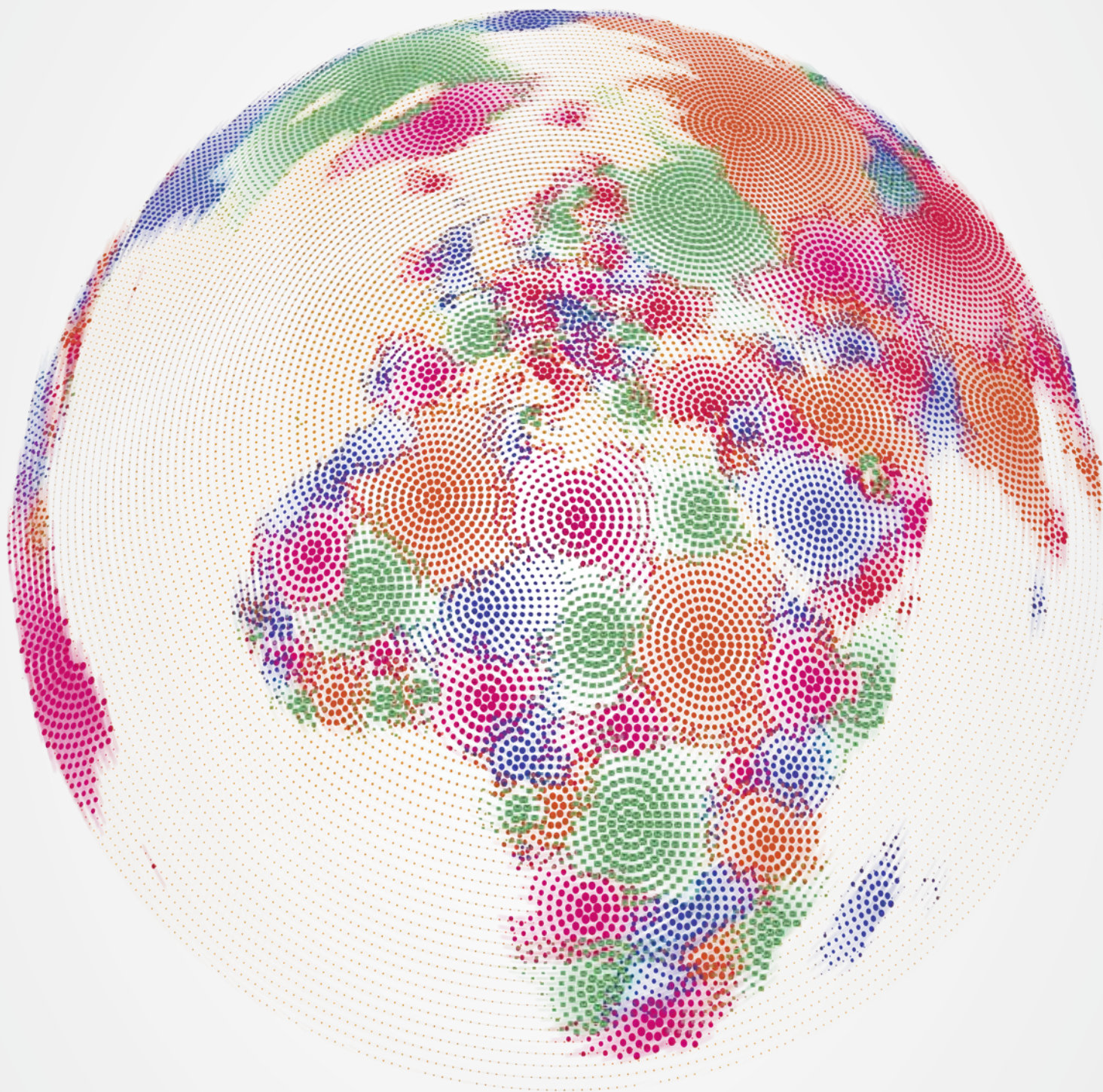
MARS, la grande machine de petite taille.



Des solutions postales d'avenir

www.solystic.com

Visez l'excellence... choisissez l'innovation



GMS

Global Monitoring System

Pour beaucoup de pays-membres de l'UPU, évaluer la qualité du traitement du courrier au moyen de la technologie RFID n'était qu'un lointain projet. Ce n'est plus le cas. Grâce au système de contrôle mondial (GMS), les postes peuvent désormais profiter, à un prix très abordable, d'une solution à la pointe de la technologie basée sur un dispositif RFID passif.

Pour de plus amples informations, voir le film

<http://tinyurl.com/gmsfilm>

ou contacter gms@upu.int.



UPU

UNION
POSTALE
UNIVERSELLE