

L'actualité qui fait bouger le secteur postal depuis 1875

DÉCEMBRE 2013 / N°4

UNION POSTALE



Union postale universelle,
institution spécialisée
des Nations Unies

Messages électroniques
pour le développement
Statistiques 2012
encourageantes

Sur la piste des
données postales
de masse

post

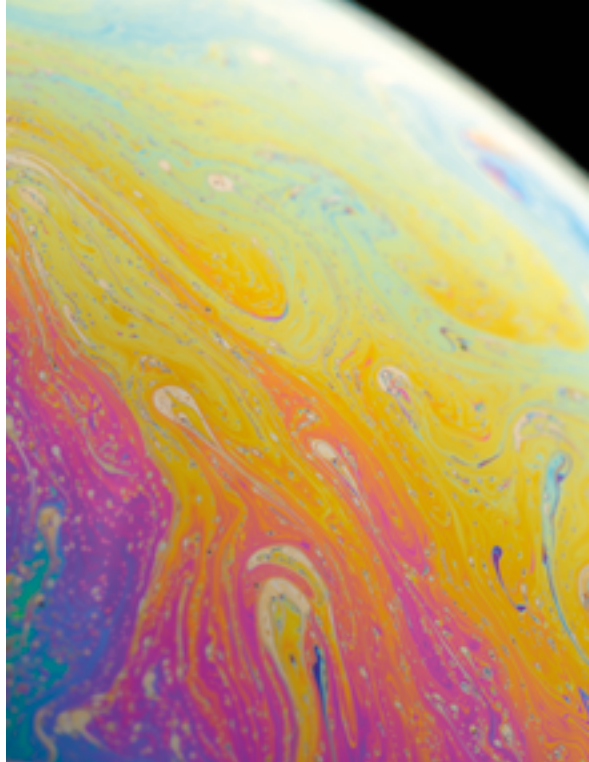
Un point, c'est... tout!

Le nom de domaine de premier niveau dédié au secteur postal donne un accès à une plate-forme Internet unique et sécurisée. Un espace où des applications postales novatrices faciliteront les échanges transfrontaliers.



UPU | UNION
POSTALE
UNIVERSELLE

Plus d'information:
www.info.post
dotpost@upu.int



Couverture: Mark Johnson (macrografiks)

Décembre 2013

CHEF, PROGRAMME COMMUNICATION: Rhéal LeBlanc (RL)

RÉDACTRICE EN CHEF: Faryal Mirza (FM)

CONTRIBUTEURS: Jérôme Deutschmann (JD), David Koch (DK), Catherine McLean (CM)

REVISION/EDITION: Jérôme Deutschmann

ADMINISTRATION: Gisèle Coron, Denise Tournon

GRAPHISME: Die Gestalter, Saint-Gall, Suisse

IMPRESSION: Gassmann, Bienne, Suisse

ABONNEMENTS: publications@upu.int

PUBLICITÉ: faryal.mirza@upu.int

CONTACT:

Union Postale

Bureau international

Union postale universelle

Case postale 312

3000 Berne 15

SUISSE

TÉLÉPHONE: +41 31 350 35 95

TÉLÉFAX: +41 31 350 37 11

COURRIEL: faryal.mirza@upu.int

SITE WEB: <http://actualites.upu.int>

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 des articles de fond sur des sujets techniques novateurs, ainsi que des entretiens avec les dirigeants du secteur. Union Postale est distribuée aux 192 pays-membres de l'UPU, à des milliers de décideurs issus de gouvernements et de postes ainsi qu'à d'autres acteurs du secteur 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.

L'UPU n'est pas responsable des produits et services promus par les publicitaires tiers et ne garantit pas la véracité des réponses apportées. 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 en contactant au préalable faryal.mirza@upu.int

- 8 EN COUVERTURE**
Un outil de suivi qui se démarque
 Avec l'outil Global Track and Trace, les envois internationaux sont suivis pour la grande satisfaction des clients

- 12 L'INTERVIEW**
Les données postales de masse, un atout pour le développement mondial?
 Miguel Luengo-Oroz, de l'initiative Global Pulse des Nations unies, s'y intéresse

- 17 STATISTIQUES 2012**
Services postaux, on achète!
 Les postes bénéficient de l'essor du commerce en ligne

- 20 INCLUSION FINANCIERE**
Partenaires clés pour faciliter l'inclusion
 Un colloque examine le rôle du secteur postal

- 23 PERSPECTIVE**
Sortir des sentiers battus
 Magyar Posta partage son expérience

- 26 SONDAGE 2013**
Nos lecteurs nous font confiance
 Comment le magazine remplit sa mission

- 4 RUBRIQUES**
En bref

- 5 Avant-propos**

- 29 Tour d'horizon**

- 30 Flash Info**

STRATEGIE POSTALE DE DOHA:

Quatre buts à atteindre d'ici à 2016



1 Améliorer
les réseaux



2 Fournir
les connaissances



3 Promouvoir
l'innovation



4 Encourager
la durabilité

Pour plus d'informations:

actualites.upu.int/coup-doeil/strategie-postale-de-doha/

7,48

millions de CHF

C'est le montant approuvé par le Conseil fiduciaire du Fonds pour l'amélioration de la qualité de service en 2013 pour financer des projets dans 31 pays.

JOURNÉE MONDIALE DE LA POSTE

Célébrations multiples et message de Ban Ki-moon



Les employés postaux yéménites ont défilé dans les rues pour marquer cette fête (Photo:Yemen Post)

La Journée mondiale de la poste a été célébrée dans plus de 100 pays et marquée par un message spécial du secrétaire général des Nations unies, Ban Ki-moon. De nombreuses postes ont profité de cette journée pour féliciter les lauréats nationaux du concours de compositions épistolaires de l'UPU. Les postes de la République dominicaine et du Zimbabwe ont organisé des parades.

Des employés postaux au Burundi et en Bulgarie ont été récompensés pour leur carrière ou leurs compétences.

Dans certains pays, les clients étaient à l'honneur. Au Rwanda, ils ont reçu des fleurs; au Pakistan, ils ont répondu à un sondage de satisfaction. La poste de El Salvador a lancé un service de suivi et de localisation des envois pour les entre-

prises, et celle du Suriname a offert à dix clients l'envoi gratuit de leur colis aux Pays-Bas. En Grèce et sur le territoire britannique d'Anguilla, des écoliers ont visité des centres de tri et des bureaux de poste.

Bishar A. Hussein, directeur général de l'UPU, a rappelé dans son message annuel l'importance des postes pour le commerce international et les activités des entreprises. Pour la première fois de l'histoire de l'UPU, le secrétaire général de l'ONU, Ban Ki-moon, vante dans un message vidéo le rôle que jouent les postes dans le monde pour aider les gens à communiquer et souligne l'importance du réseau postal pour faciliter le commerce. **FM**



DIAPORAMA DE LA JOURNÉE MONDIALE DE LA POSTE

<http://actualites.upu.int/mediatheque/diaporamas>

MESSAGE VIDÉO DE BAN KI-MOON

<http://tiny.cc/ban-ki-moon>

MESSAGE 2013 DE BISHAR A. HUSSEIN

<http://www.upu.int/fr/lupu/journee-mondiale-de-la-poste/>

Le monde découvre les données de masse

Pendant près de 140 ans, l'UPU a recueilli des données sur les échanges postaux dans le monde. Pendant presque aussi longtemps, cette véritable mine d'or ne semblait susciter que peu d'intérêt à l'extérieur, mais cela est désormais révolu. L'UPU fait tourner les têtes alors que le monde réalise qu'elle détient la plus grande quantité de données physiques de la planète pour un secteur donné.

Le secteur postal public a été comparé à la Belle au bois dormant. Or, on peut se poser la question si, en réalité, ce sont ces prétendants potentiels qui étaient endormis jusqu'à présent et venaient de se réveiller pour succomber aux charmes des données en temps réel dont dispose l'UPU?

L'initiative Global Pulse des Nations unies, qui analyse les données de masse pour promouvoir le développement humain, est un bon parti. Dans l'Interview, son directeur de recherche, Miguel Luengo-Oroz, nous explique pourquoi l'UPU est considérée comme un partenaire de choix pour cette initiative innovante lancée par le bureau du secrétaire général des Nations unies lui-même, Ban Ki-moon. L'enthousiasme de Miguel Luengo-Oroz pour ses recherches est contagieux, et j'espère que vous la partagerez à la lecture de son interview.

Une idylle

L'histoire d'amour se poursuit avec l'article de couverture portant sur un outil novateur développé par le Centre de technologies postales, bras technique de l'UPU. Le système mondial de suivi et de localisation Global Track and Trace permet aux clients dans certains pays de suivre leurs envois postaux tout au long de la chaîne de distribution jusqu'à leur destination finale. Cet outil, proposé aux opérateurs postaux comme un service à valeur ajoutée, peut être intégré à leur site Web, sans frais ni pour les opérateurs ni pour leurs clients.

Chaque année, l'UPU recueille les statistiques postales auprès de ses pays-membres. Les résultats 2012 sont dévoilés dans ce numéro, non sans quelques surprises. La poste aux lettres génère encore près de la moitié des recettes postales, malgré la baisse des volumes et la hausse des recettes dues à d'autres activités.

Enfin, la poste hongroise explique comment elle entend diversifier ses activités sur son marché intérieur. On apprend aussi pourquoi la norme de l'UPU S42 pour l'adressage fait de plus en plus d'adeptes. Et les résultats du sondage mené auprès des lecteurs d'*Union Postale* sont disponibles. Merci aux participants pour leurs encouragements et leurs conseils sur les écueils à éviter.

FARYAL MIRZA, REDACTRICE EN CHEF

5

CONFÉRENCE STRATÉGIQUE

L'UPU se réunira à Abidjan en 2014

La Côte d'Ivoire accueillera la Conférence stratégique de l'UPU les 14 et 15 octobre 2014. Le Conseil d'administration (CA) a officiellement accepté l'invitation du gouvernement ivoirien de tenir la conférence à Abidjan, la capitale économique.

Bruno Koné, le ministre ivoirien de la poste et des technologies de l'information et de la communication, a remercié les pays-membres de leur confiance dans son pays. «Notre pays sort d'une crise de dix ans, au cours de laquelle les liens avec l'UPU étaient coupés», a-t-il indiqué. «Deux ans plus tard, nous saluons cette décision de réunir la communauté postale mondiale dans notre pays», a-t-il ajouté.

Pour sa part, le directeur général de l'UPU, Bishar A. Hussein, s'est

félicité de la décision du CA. «La Côte d'Ivoire a affirmé sa ferme volonté d'organiser la Conférence stratégique dans les meilleures conditions, et nous ne pouvons que nous réjouir d'aller débattre de l'avenir des services postaux dans ce pays.»

La Conférence stratégique se tient à mi-parcours entre deux Congrès, l'autorité suprême de l'Union, afin de faire le point sur la mise en œuvre de la stratégie postale mondiale actuelle et d'entamer la réflexion sur la prochaine. Les pays-membres de l'UPU ont adopté en 2012 la Stratégie postale de Doha, la feuille de route du secteur postal jusqu'en 2016.

Une délégation du Bureau international, présidée par le vice-directeur général Pascal Clivaz, s'était rendue à Abidjan plus tôt cette année pour

confirmer que le pays remplit les conditions pour organiser et accueillir la Conférence stratégique.

Dix ans après avoir perdu l'organisation du Congrès postal universel à Abidjan en raison d'une guerre civile, la Côte d'Ivoire se réjouit d'accueillir un événement de cette ampleur sur son sol. «Pour la Côte d'Ivoire, qui a définitivement tourné la page de la crise qui l'a écartée de la scène internationale pendant une décennie, organiser cet événement contribuera, sans aucun doute, à faire table rase des vestiges du passé», a ajouté le ministre ivoirien. **RL**

Des sessions spéciales font progresser les travaux

Lors des récentes sessions du Conseil d'administration (CA) et du Conseil d'exploitation postale (CEP), les délégués ont approuvé des initiatives clés qui feront avancer les travaux prévus dans le cadre de la stratégie postale mondiale 2013-2016. Le CEP s'est réuni pour la première fois en session extraordinaire avant la session du CA. «Le progrès majeur est que le cycle de prise de décisions est plus rapide qu'auparavant», a indiqué son président, Masahiko Metoki.

A l'ordre du jour

Quelque 50 propositions de modification des règlements de l'UPU concernant la poste aux lettres et les colis postaux ont été examinées et adoptées. Ont aussi été approuvés la composition et le plan de travail du nouveau groupe du CEP chargé du développement des activités pour les microentreprises et les PME, en vue de faciliter les échanges commerciaux via le réseau postal. Ce groupe a pu lancer ses travaux six mois avant la date prévue. «Ces réunions à caractère plénier sont une première pour tous ceux qui y ont été associés. Elles ont nécessité une coordination et une préparation avisées», a déclaré Masahiko Metoki.

Sur le front de la qualité de ser-

vice, le CEP a approuvé le projet pilote d'utilisation de la technologie d'identification par radiofréquence pour les petits paquets non recommandés. Cinq pays se sont portés volontaires pour y prendre part. Le groupe «.post» a fait état de l'avancée de ses travaux et annoncé l'adhésion de deux nouveaux membres associés, l'Association latino-américaine des coursiers et des opérateurs postaux privés (ALACOPP) et International Hybrid Mail Coalition (IHMC).

A venir

Concernant la prochaine session du CEP, Masahiko Metoki a déclaré vouloir renforcer la communication avec le CA et les unions restreintes. «Une communication active avec le CA réduira le double emploi entre les commissions du CEP», a-t-il estimé. Il a ajouté que le dialogue avec les unions restreintes reposerait sur le plan de travail actuel du CEP et sur les deux forums sur le commerce électronique et les services financiers postaux, prévus en 2014.

Stratégie

Durant le CA, les discussions stratégiques ont porté sur l'évaluation des projets inscrits dans la stratégie postale mondiale et l'affinement des indicateurs fixés pendant le Congrès. La coopération régionale a débuté lors de la première réunion officielle avec les 17 unions restreintes présentes. Elles ont manifesté leur ferme volonté de coopérer plus étroitement les unes avec les autres et avec l'UPU.

Des pistes ont été explorées pour financer les plans de développement régionaux et les activités sur la marque collective pour les services financiers postaux. La création du fonds de compensation des émissions carbone a été annoncée. Dix pays feront partie de ce fonds, qui prendra les statuts d'une association externe à l'UPU. Le président du CA, Abdul Rahman Ali Al-Aqaily, s'est dit satisfait des progrès accomplis. «J'ai constaté que nos pays-membres convergeaient sur beaucoup de sujets», a-t-il déclaré. **FM**



FILM SUR LES ÉVÉNEMENTS MARQUANTS EN 2013

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

FONDS D'URGENCE ET DE SOLIDARITE

L'UPU lance un appel à l'aide pour PhilPost

L'UPU demande l'aide de ses pays-membres pour alimenter le Fonds d'urgence et de solidarité de l'Union et rétablir le plus rapidement possible les services postaux interrompus par le passage du typhon Haiyan aux Philippines. «La poste des Philippines a subi de lourds dommages. Nous demandons le soutien financier de l'UPU pour rebâtir notre infrastructure postale et redémarrer nos services postaux», a indiqué Mama S. Lalanto, en charge des opérations chez PhilPost.

L'opérateur philippin dresse actuellement l'inventaire des dégâts dans les régions où se trouvaient

192 bureaux de poste. Selon les premières estimations, les dégâts s'élèvent à 500 000 dollars.

«L'UPU envisage de prendre en charge la reconstruction du principal bureau de poste à Tacloban, une ville gravement touchée qui était, avant la catastrophe, le centre des transports dans la région», indique Abdel Ilah Bousseta, directeur de la coopération au développement à l'UPU. «Les dons collectés serviront aussi à acheter des véhicules postaux.»

Solidarité postale

Certaines postes ont apporté leur

assistance. L'équipe de sauvetage d'urgence de Deutsche Post DHL était sur le terrain trois jours après le passage du typhon. Cette équipe a installé un entrepôt à l'aéroport pour faciliter la distribution de marchandises et de vivres aux victimes.

United States Postal Service a envoyé quatre téléphones satellitaires pour rétablir les communications avec la capitale. Une équipe de postiers de Manille s'est rendue dans les zones de Iloilo, Cspiz, Antique et Aklan pour apporter des biens de première nécessité aux 600 postiers qui travaillent dans les régions touchées. **JD**

ADRESSAGE

Cinq nouveaux pays certifiés à la norme S42

La Belgique, la Chine, la Tanzanie, la République tchèque et le Bélarus ont rejoint le groupe des 29 pays dont le format des adresses est conforme à la norme S42, une norme de l'UPU qui permet aux gros expéditeurs de générer des adresses correctement formatées pour les envois postaux.

La norme S42 comprend des adresses décomposées en éléments constitutifs définis par l'UPU et des modèles propres à chaque pays. Ces modèles servent d'instructions pour combiner les éléments constitutifs en adresses correctement formatées. Ils aident les expéditeurs à générer des adresses formatées correctement, par exemple quand une entreprise imprime des factures pour des clients de pays limitrophes. L'expéditeur bénéficie d'un meilleur service, et l'opérateur gagne du temps de travail pour ses employés, qui traitent individuellement les envois mal adressés dans les centres de tri.

Efficacité accrue

L'opérateur postal chinois a réalisé dans ce domaine des tests poussés qui ont abouti à la création d'un modèle d'adresse pour la Chine en 2011. Selon Rui Fan, du service de la normalisation à la poste chinoise, «les adresses normalisées sont mieux pour les trieuses automatiques, elles renforcent l'efficacité et réduisent le délai global de distribution, ce qui est toujours apprécié par les postes. En adoptant des adresses normalisées, les postes pourraient réduire le personnel et le temps nécessaires au traitement du courrier, en particulier pour le courrier international.»

Pour l'autorité tanzanienne de régulation des communications, l'application de la norme S42 s'inscrit dans le cadre d'un effort de plus grande envergure pour encourager la croissance économique en s'ap-

puyant sur un solide réseau d'adresses dans tout le pays. Pour Rehema Makuburi, directrice des affaires postales au sein de l'autorité de régulation, ce projet engage la participation non seulement de la poste, mais aussi des autorités administratives locales et nationales et des entreprises de messagerie privées. «Les réseaux d'adresses sont des infrastructures qui facilitent les échanges; par conséquent, en appliquant la norme S42, la poste participe davantage au développement économique du pays», déclare-t-elle.

«Favoriser l'utilisation d'adresses normalisées devrait aussi raccourcir les délais de distribution, réduire la quantité de courrier non distribuable et le temps passé à traiter du courrier mal adressé», ajoute-t-elle.

Atouts

Un meilleur service figure souvent au rang des attentes de la normalisation. Etant donné que les processus de tri automatisé occupent une place de plus en plus importante dans les opérations postales, les adresses doivent être lisibles par des machines sans risque d'erreur, explique Pascal Desmarests, spécialiste des technologies de l'information à bpost, l'opérateur belge. Le développement de la norme S42 a incité la poste à formaliser le système d'adresses nationales. Nous ne disposons, jusqu'à récemment, d'aucune norme publiée sur l'emplacement du numéro de voie/bâtiment, avant ou après l'indication du nom de la voie.»

Il ajoute qu'il est difficile de chiffrer la perte annuelle de revenus de la poste belge due à un adressage incorrect. Mais la normalisation devrait engranger des économies, à condition que le modèle S42 soit adopté à grande échelle. Afin d'encourager le formatage correct des



Les adresses belges sont conformes à la norme S42
(Photo: Graham Richter)

adresses dans la pratique, la poste propose désormais un service gratuit, basé sur Internet, qui génère des adresses belges à la norme S42 à partir des données fournies par les utilisateurs. Selon Pascal Desmarests, le coût de développement de la nouvelle norme d'adressage pour la Belgique est une goutte d'eau dans l'océan comparé au prix affiché pour développer un algorithme pour une technologie de lecture des adresses capable de mieux gérer les variations de formats.

Etendre la pratique

Pascal Desmarests espère que les principaux expéditeurs, notamment les entreprises de haute technologie, intégreront les modèles S42 dans leurs applications professionnelles et contribueront ainsi à étendre la pratique d'un adressage correct. «Je pense que ce doit être une vision à long terme», dit-il. «L'utilité des normes, c'est que plus nous sommes nombreux à les adopter, plus elles deviennent utiles.» **DK**



Un nouvel outil de suivi international pour les clients

TEXTE:
CATHERINE
MCLEAN

PHOTO:
MARK
JOHNSON

Jusqu'à l'année dernière, certaines postes ne proposaient la possibilité de suivre un envoi que sur le territoire national. Aujourd'hui, elles offrent un service de suivi trans-frontalier grâce à l'outil développé par l'UPU et hébergé sur la plateforme «.post».

Avant que l'opérateur postal de la Barbade n'intègre cet outil dans son site Web à la fin 2012, ses clients devaient recourir aux applications Web d'autres postes pour suivre la distribution de leurs envois vers d'autres pays. Le lancement de l'outil Global Track and Trace (GTT) au Congrès de Doha en octobre 2012 a enfin permis à bon nombre de postes de proposer, elles aussi, un service de suivi du courrier international en ligne. Face à des concurrents plus avancés, elles ont pu rattraper ainsi leur retard technologique tout en répondant aux besoins de leur clientèle, et ce à faible coût.

Grâce à l'outil GTT accessible directement depuis le site Web de Barbados Postal Service, les clients suivent désormais leurs envois dans un grand nombre de pays, notamment dans la région des Caraïbes. «Nous sommes heureux d'avoir pris part à ce projet, car il améliore la qualité de notre service sans frais supplémentaires», déclare le directeur Stephen Clarke. «En effet, ce système donne à nos clients plus de possibilités pour suivre leurs envois ainsi qu'un service de meilleure qualité.» Par ailleurs, l'outil permet à la poste d'étudier le comportement de ses clients. «Davantage de clients nous appellent et nous disent qu'ils ont déjà vérifié l'état de traitement de leur envoi sur notre site Web. Par conséquent, nous avons revu et amélioré notre chaîne d'exploitation pour accélérer le traitement et la distribution du courrier», ajoute-t-il.

Suivant l'exemple de la poste de la Barbade, plusieurs

autres postes ont aussi intégré l'outil dans leur site Web, dont celles de la Lituanie, de l'Afrique du Sud, du Cambodge, du Kenya, de la Barbade, de Sainte-Lucie, du Paraguay, de Tonga, de Namibie, de la Jamaïque et du Bhoutan.

Accès ouvert

Si certaines grandes postes ont déjà développé leurs propres outils de suivi international en ligne, l'UPU sait que d'autres n'ont aucun accès à ces outils. Indispensables à un bon service à la clientèle, ils permettent aux clients de suivre en ligne l'état du traitement de leur envoi, d'être informés de tout retard éventuel et de recevoir une confirmation de la distribution. En résumé, le GTT tient les clients informés en permanence.

Le service est gratuit pour les opérateurs postaux, et ces derniers n'ont qu'à introduire une ligne de codes pour installer l'outil sur leur site Web. Techniquement, le service est disponible actuellement pour les colis, le courrier recommandé et les services de courrier express, plus connus sous le nom d'EMS. «Il n'y a pas de frais de souscription ni de frais de fonctionnement de service, puisqu'il est financé par l'UPU», explique Silviu Lita, architecte de logiciel au CTP, le bras technologique de l'UPU qui a conçu l'application.

Le concept offre un énorme potentiel en vue d'améliorer le service aux clients. Les données alimentant le système proviennent du réseau Post*Net de l'UPU, uti-





lisé par la majorité des opérateurs désignés pour échanger les messages EDI qui servent à suivre la distribution internationale. «Lorsque nous nous sommes rendus compte que nous disposions déjà des données, nous nous sommes dit que nous devrions les utiliser. Les données ne peuvent être exploitées que si l'opérateur et détenteur postal a expressément autorisé l'UPU à en faire usage», souligne Silviu Lita.

L'UPU est tout à fait consciente de la taille des défis que certaines postes doivent relever pour développer leur propre système de suivi et de localisation. «Il n'est pas facile de créer un tel système. Les données doivent être stockées localement dans le pays. Il faut un système informatique de gestion des données ainsi qu'une expertise technique, fournie par une équipe de développement, par exemple, qui rassemble tous ces éléments», explique Silviu Lita.

Pour le client, le service est gratuit et facile à utiliser. Lorsqu'il expédie un envoi, le client reçoit une copie du code à barres de l'envoi. Il ne lui reste plus qu'à entrer ce numéro dans l'application GTT sur le site Web de la poste. Au moment de l'expédition, le personnel postal scanne le code à barres de l'envoi en question et enregistre ainsi une série d'événements dans le système informatique de l'opérateur postal. L'information est ensuite transmise au pays de destination via le système EDI. L'envoi est scanné plusieurs fois jusqu'à sa destination finale, les informations utiles sont transmises dans des messages EDI et enregistrées dans la base de données du GTT. Ce sont ces informations actualisées que les clients voient après avoir introduit leur numéro dans l'application.

Un bon départ

Alors que le nouveau service de suivi et de localisation s'étend petit à petit, les opérateurs sont séduits par les possibilités de cet outil. Jusqu'à présent, ils sont 153 à avoir accepté de partager leurs données. Plus de 550 000 connexions au GTT ont été enregistrées cette année, en majeure partie en Lituanie, en Afrique du Sud, aux Etats-Unis, au Royaume-Uni, au Japon, au Kenya, au Cameroun, en Chine et en Allemagne.

La poste du Liban utilise l'application GTT depuis le début de l'année. Avant, les clients ne pouvaient suivre la distribution de leurs paquets que sur le territoire libanais et hors ligne. «Ils devaient soumettre une requête officielle et attendre, dans certains cas, plusieurs semaines avant de recevoir une réponse», nous explique Manale Azar, responsable des affaires internationales à la poste libanaise. «Maintenant que les informations de suivi sont



GLOBAL TRACK AND TRACE:

<http://globaltracktrace.ptc.post>

disponibles sur le plan international, le service est plus crédible et le système postal jouit d'une plus grande confiance.»

Grâce à ce nouvel outil, la poste libanaise et d'autres ont amélioré substantiellement la qualité de leur service à la clientèle, ce qui est primordial dans un secteur de plus en plus compétitif. «Les clients sont satisfaits, car ils ont la garantie que leurs envois sont bien distribués et atteignent leur point de destination», ajoute Manale Azar.

Certaines postes sont pleinement convaincues des atouts du GTT. Ainsi, la poste lituanienne y a adhéré parce qu'il est moins cher et plus facile à maintenir que son système de suivi actuel. «C'est une excellente idée», se réjouit Andrej Oresko, spécialiste des opérations postales. «Sur le GTT, le client y trouve les informations qu'il souhaite, et le système est facile à utiliser», ajoute-t-il.

Ce dernier précise toutefois qu'il est primordial qu'un maximum de pays utilisent le système pour qu'il puisse devenir un outil efficace. Sa solution est radicale: «Tous les opérateurs désignés devraient obligatoirement fournir leurs données pour garantir son bon fonctionnement. Vous donnez et vous recevez en retour. C'est du gagnant-gagnant.»

Le GTT vient de fêter son premier anniversaire, mais beaucoup reste à faire. «Nous avons besoin que toutes les postes acceptent de partager leurs données, afin de fournir un service de suivi international complet à la clientèle», explique Silviu Lita. Si 153 opérateurs ont autorisé l'UPU à utiliser leurs données POST*Net pour alimenter le GTT, 76 opérateurs doivent encore adhérer au système. Donc, actuellement, les clients ne peuvent utiliser le GTT que pour suivre leurs envois à destination des pays participants. Ceux qui expédient des envois à destination des opérateurs postaux non participants sont redirigés automatiquement vers les sites Web de la poste du pays d'origine de l'envoi.

L'UPU prévoit d'améliorer l'application en 2014 sur la base des remarques des opérateurs. Ainsi, le temps de stockage des données sera plus long qu'aujourd'hui, à savoir cinq jours seulement après la distribution de l'envoi. Il sera aussi possible de rechercher plus d'un envoi en même temps, afin d'aider les expéditeurs de courrier en nombre à suivre leur courrier. Enfin, les informations du système GTT pourront être extraites via un service Web.

Au fur et à mesure que le système s'étend et gagne en fonctionnalités, les opérateurs sont incités à y adhérer. Les clients qui utilisent déjà le GTT bénéficieront d'un service encore plus efficace en 2014. **CM**

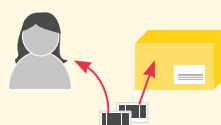
Catherine McLean est journaliste indépendante.

EXEMPLE

Envoyer un colis d'Afrique du Sud au Brésil



Une cliente en Afrique du Sud envoie un petit colis à un ami au Brésil.



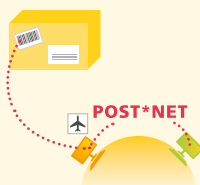
Au guichet postal, l'employé colle un code à barres international normalisé S10 sur le colis (CN025944482ZA) et donne à la cliente une copie.



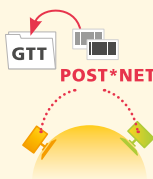
Le code à barres est scanné et l'événement «A - envoi expédié» est enregistré dans le système informatique local sud-africain.



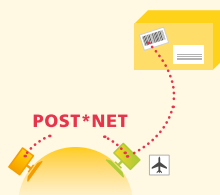
Le système transmet alors les informations via un message EDI (Electronic Data Interchange) au Brésil.



Lorsque le colis arrive au bureau d'échange de départ à l'aéroport sud-africain, l'événement «C - départ du bureau d'échange de sortie» est scanné et enregistré dans le système informatique local, puis envoyé au Brésil via un message EDI.



Le message EDI passe du pays d'origine (Afrique du Sud) au pays de destination (Brésil) via l'UPU. Une copie est fournie à la base de données Global Track and Trace.



Lorsque le colis arrive au Brésil, il est scanné au bureau d'échange à l'aéroport. L'événement «D - envoi arrivé au bureau d'échange d'arrivée» est enregistré dans le système informatique local brésilien, puis transmis via un message EDI à l'Afrique du Sud.



Enfin, l'ami brésilien réceptionne le colis, au besoin avec signature, et le système informatique local brésilien enregistre l'événement «I - envoi acheminé», qui est transmis en Afrique du Sud via un message EDI.





Les données postales de masse: un atout pour le développement mondial?

TEXTE:
FARYAL
MIRZA

PHOTOS:
JOSÉ
MIGUEL
MÉNDEZ /
QUÉ PASA
MAGAZINE

Chaque jour, les gens communiquent avec leur téléphone portable, sur Internet, ou utilisent des services en ligne, laissant derrière eux une gigantesque empreinte numérique. Et si certains éléments de cet immense amas de données pouvaient être analysés, et les résultats exploités pour établir une politique publique et façonner les programmes de développement? Tel est le mandat de Global Pulse, une initiative du bureau du secrétaire général des Nations unies. L'UPU est prête à se joindre à l'initiative, dont la mission est de mettre l'innovation au service de la protection des plus vulnérables. Miguel Luengo-Oroz, chef de recherche chez Global Pulse, était récemment à Berne pour en parler.

Union Postale: Que représentent les données de masse pour le développement?

Miguel Luengo-Oroz: Par données de masse, on entend l'énorme quantité de données que les gens génèrent au fil de leurs activités au quotidien. Quand on passe un appel téléphonique, on envoie une lettre ou on achète quelque chose, on laisse à chaque fois une empreinte sous forme de données. Prises ensembles, ces millions de transactions révèlent de grandes tendances. Si toutes ces données existent, elles ne sont généralement pas analysées ni exploitées par les pouvoirs publics ou les organisations internationales pour guider leurs décisions.

Nous tenons pour acquis que le secteur privé prend des décisions rapides, car il sait ce que les clients font, achètent et vendent. Le secteur privé exploite ces informations pour optimiser ses opérations. En ce qui nous concerne, nous voulons que les décideurs

publics bénéficient des mêmes informations à des fins de développement international, pour anticiper l'arrivée de crises mondiales, connaître en temps réel l'état des personnes et évaluer l'efficacité des programmes de développement. Les données spécifiques sont très variées et vont des pics du prix des denrées alimentaires avant la publication des statistiques officielles à la cartographie des niveaux régionaux de pauvreté par l'analyse du trafic des communications de téléphonie mobile en passant par l'étude des mouvements de population à la suite d'une catastrophe naturelle pour améliorer la distribution de l'aide d'urgence.

Pourquoi cette question a-t-elle intéressé le secrétaire général des Nations unies?

L'initiative Global Pulse est une conséquence indirecte de la crise économique mondiale de 2008-2009, quand les pays ont pris conscience qu'ils avaient perdu



en quelques mois ce qu'ils avaient mis des années à construire en termes de développement. A la demande des pays du G20, le bureau du secrétaire général des Nations unies a mis sur pied le projet Global Pulse à la fin 2009 pour que la communauté internationale puisse exploiter les informations en temps réel plus efficacement, façonner des politiques publiques optimisées et être ainsi mieux armée pour protéger les populations contre de nouvelles crises.

Les personnes utilisent les services numériques pour satisfaire leurs besoins; quand ces besoins changent, l'utilisation de ces services change aussi. Mais comment pouvons-nous apprendre à analyser les données numériques à des fins de politiques publiques? En créant un espace où chacun puisse innover et tester de nouvelles choses. A Global Pulse, nous réunissons les institutions des Nations unies et les Etats membres avec des spécialistes universitaires, des entreprises du secteur privé et d'autres acteurs pour qu'ils travaillent sur des projets et des recherches communs dans le domaine de l'innovation. Nous faisons cela par l'intermédiaire de notre réseau de laboratoires d'innovation à New York (Etats-Unis) et à Jakarta (Indonésie). A la fin de l'année, nous ouvrirons un laboratoire Global Pulse à Kampala (Ouganda).

Plus récemment, le groupe d'experts de haut niveau, constitué par le secrétaire général Ban Ki-moon, a publié son rapport sur l'Agenda pour le développement après 2015. Il appelle à une révolution des données

pour répondre au besoin de nouvelles sources de données et à être informé en temps réel sur l'efficacité du développement.

A quel genre de données le projet Global Pulse s'intéresse-t-il?

Nous soutenons que les données de masse sont un bien public, et nous nous intéressons en gros à deux types de données. Tout d'abord, les informations accessibles à tous en ligne, par exemple dans les médias sociaux. Il s'agit de l'empreinte numérique de ce que les individus ou les organisations publient elles-mêmes. Nous ne scrutons jamais les informations privées ou confidentielles.

Ensuite, il y a d'autres types d'empreintes numériques, qui sont habituellement aux mains du secteur privé; les données du trafic de téléphonie mobile par exemple. Nous ne nous intéressons pas au contenu des conversations, mais aux modèles de communication. Après une catastrophe naturelle, on peut voir les mouvements de population en suivant le nombre de numéros de téléphone qui se déplacent d'un lieu à un autre. Ce genre d'informations améliore l'allocation des ressources après une catastrophe. Les données postales entrent dans cette catégorie.

Comment persuader le secteur privé de partager ses données avec Global Pulse?

Si les données sont agrégées et rendues anonymes

Opportunités pour les données postales de masse

Plus de 100 milliards d'enregistrements sont disponibles à partir de la principale source de données postales de masse sous la forme de messages EDI échangés sur POST*Net, un réseau géré par le Centre de technologies postales (CTP) de l'UPU. Les messages EDI comprennent ceux échangés entre les opérateurs désignés, mais aussi entre les partenaires de transport comme les compagnies aériennes et les douanes.

Chaque année, les échanges postaux internationaux génèrent plus de 2 milliards d'événements capturés en temps réel. De chacun de ces événements, il existe entre 20 et 100 enregistrements, constituant autant d'éléments d'information séparés distinguant le poids des envois postaux ou de la dépêche, le code du pays, le nom des villes, les codes postaux, l'heure, etc. Il y a en tout plus de 100 milliards d'enregistrements non structurés ou à demi structurés disponibles. En extrapolant une valeur pour la totalité des échanges postaux à partir de ce chiffre de 100 milliards d'enregistrements pour les seuls échanges postaux internationaux, on arrive à un chiffre aussi colossal que 10 billions d'enregistrements, voire plus, pour l'ensemble du secteur, y compris les échanges postaux intérieurs.

Les plus puissantes utilisations des données postales de masse se font lors des analyses à haute fréquence et en temps réel qui permettent de faire des prévisions immédiates et à plus long terme. Un certain nombre d'éléments essentiels pourraient alimenter le tableau de bord mondial des échanges postaux internationaux, qui doivent encore être développés, notamment:

- ☐ tester, en temps réel, l'impact de l'amélioration de la qualité ainsi que l'introduction d'innovations dans les produits et services postaux, à l'instar des services de retour des marchandises ou d'autres solutions intégrées;
- ☐ estimer les flux intrarégionaux et interrégionaux, les observer en temps réel, les prévoir, trouver les principaux goulots d'étranglement des itinéraires et couloirs d'acheminement postal, rechercher des couloirs non exploités ou identifier tout obstacle important aux échanges postaux internationaux et ses conséquences dans le temps en analysant en continu des millions, voire des milliards, de points de données;
- ☐ évaluer la politique de coopération au développement.

comme il faut, le droit à la vie privée des personnes est préservé, et rien ne s'oppose plus à ce que les entreprises partagent leurs données en tant que bien public. Reprenons l'exemple des catastrophes naturelles. Les données d'utilisation de la téléphonie mobile fournissent des informations sur les lieux où installer des abris, ce qui, en retour, sauve la vie des clients. Il y a donc de bonnes raisons de partager les données.

Pourquoi Global Pulse s'intéresse-t-il aux données du monde postal?

Lors de discussions avec les économistes de l'UPU, nous avons appris que votre organisation disposait du plus gros volume de données physiques harmonisées en temps réel du monde. Ce sont les empreintes numériques de ce que fait la population mondiale. Jusqu'ici, ces données n'ont été exploitées qu'à des fins opérationnelles postales. Mais l'on peut détecter des modèles dans les flux postaux, qui constituent autant d'indicateurs indirects en temps réel de comportements socioéconomiques. Nous pensons qu'il y a là des possibilités à exploiter par les décideurs du développement mondial, si nous pouvons avoir accès à des données rendues anonymes.

Les données postales pourraient notamment combler le vide informationnel laissé par la fracture numérique dans les pays peu informatisés. Dans les pays où le pourcentage de téléphones portables et de pénétration de l'Internet sont faibles, les personnes

laissent quand même une empreinte numérique grâce à leurs contacts avec le système postal, et l'idée de s'en servir comme variable de remplacement est très prometteuse.

Quels sont les facteurs nécessaires pour que cette coopération donne des résultats?

Il faut être plusieurs. Une fois que l'UPU aura rejoint Global Pulse, nous apporterons les connaissances techniques en analyse des données de masse, avec des ressources et des contacts d'autres organismes des Nations unies et d'autres partenaires.

Mais le principal élément est la participation des pays-membres de l'UPU: qu'ils approuvent le partage des données pour le projet pilote. Une fois que nous aurons trouvé un moyen sûr de partager de petits échantillons de données pour la recherche, nous commencerons à établir des liens et des indicateurs indirects en mettant en rapport les données postales et des informations comme le produit intérieur brut.

Quel message voulez-vous faire passer à nos pays-membres?

Qu'ils disposent là d'atouts colossaux, et qu'ils peuvent se démarquer en coopérant à des projets pilotes avec Global Pulse et l'UPU. N'importe quel pays peut participer, et c'est l'un des avantages de l'UPU dans ce domaine: tous les pays génèrent des données postales. Cela signifie que, quel que soit le pays qui y

«Les données de l'UPU contiennent plus de 100 milliards d'enregistrements.»

participe, il peut être pionnier dans l'exploitation des données de masse pour le développement. Rejoignez-nous!

En tant que spécialiste des données, avez-vous des exemples récents et parlants d'utilisation de données pour le bien public?

Les chercheurs d'IBM ont récemment montré comment optimiser les transports publics dans une ville africaine en superposant les itinéraires des bus au trafic des communications des téléphones portables. Non seulement ont-ils pu voir exactement combien de temps il fallait pour aller d'un point à un autre, mais,

ce qui est plus intéressant, grâce à des simulations, ils ont pu proposer de nouveaux itinéraires qui permettraient aux passagers d'économiser 10% de leur temps de trajet. Cela montre qu'il est possible d'optimiser les services publics en analysant des données qui ne sont pas produites à cette fin. A vrai dire, si cette méthode fonctionne avec les données de la téléphonie mobile, elle pourrait aussi être applicable aux données postales.

Quand votre passion pour les données de masse est-elle née?

Ma passion pour les données et les modèles est née il y a bien longtemps, mais dans d'autres secteurs. Ma carrière personnelle n'a pas suivi un tracé très droit, ordinaire, c'est pourquoi je me considère comme un scientifique «non-discipliné». J'ai travaillé dans les sciences cognitives, appliquant l'analyse de données aux neurosciences, à l'écriture automatique et à la génétique. J'ai fait ma thèse de doctorat en analyse de données biomédicales. Ensuite, j'ai exploité des données pour le développement, un domaine intéressant qui a le vent en poupe en ce moment.

Au bout du compte, la structuration des données et des modèles est la même dans beaucoup de domaines, y compris dans le développement. Quand on quantifie des choses, on voit comment elles bougent et comment les modèles se modifient; qu'il s'agisse de données postales, de téléphonie mobile, de génétique ou de biogenèse, la plupart des méthodes se rejoignent au-delà des objets qu'elles quantifient. **FM**

Le prix du pain en temps réel

L'inflation du prix des denrées alimentaires de base touche de manière disproportionnée les personnes qui connaissent des difficultés financières. La prospection de l'Internet à la recherche de données sur le prix des denrées alimentaires peut-elle fournir un indicateur en temps réel de la dynamique du prix des aliments? Global Pulse et la société de technologie PriceStats ont réalisé un projet pilote qui propose d'élaborer un indice quotidien du prix du pain dans six pays d'Amérique latine pour connaître les fluctuations en temps réel du prix des aliments de base. L'outil mesure le prix de vente public quotidien affiché par les supermarchés en ligne et les sites de commerce électronique et associe cette information avec la disponibilité des produits pour élaborer l'indice du prix quotidien. Le rapport entre les prix relevés sur Internet et l'indice officiel des prix à la consommation s'avère étroitement corrélé. Un tel outil peut aider les décideurs à détecter en temps réel une flambée excessive des prix risquant d'exercer une pression forte sur le porte-monnaie du consommateur.



GLOBAL PULSE:

<http://www.unglobalpulse.org>

ÉTUDES DES DONNÉES DE TÉLÉPHONIE MOBILE:

<http://www.technologyreview.com/news/514211/african-bus-routes-redrawn-using-cell-phone-data/>



Service postaux, on achète!

TEXTE:
DAVID
KOCH

Les chiffres 2012 recueillis auprès de 151 pays-membres de l'UPU indiquent la continuité dans un secteur fortement affecté par divers phénomènes à l'échelle mondiale, y compris le déclin progressif de la poste aux lettres et l'incertitude économique. Cela dit, la croissance du commerce en ligne présage de bonnes nouvelles.

Les plus récentes statistiques de l'UPU sur le secteur postal public montrent que les consommateurs ont dépensé plus sur les services postaux en 2012 que l'année précédente. En valeur nominale, les dépenses de consommation postale ont crû de 4% pour atteindre 227,6 milliards de DTS (349,8 milliards de dollars US). En valeur réelle, cela représente une hausse de 1%

La poste aux lettres reste généralement la principale source de revenus (43,9% en moyenne) pour les postes en 2012, et ce malgré le déclin continu des volumes de courrier. Le volume mondial total d'envois de la poste aux lettres a chuté d'environ 3,5% pour être ramené à 350,9 milliards d'envois. Le courrier international, qui représente environ 1% de ce volume total, a diminué de 7,3%, passant ainsi à 3,7 milliards d'envois.

Mais ce recul masque un autre fait: le poids des envois de la poste aux lettres ne cesse de croître, car cette catégorie comprend les petits paquets jusqu'à deux kilos. «Avec le développement du commerce en ligne transfrontalier, de plus en plus de marchandises sont transportées via le flux international de la poste aux lettres», explique José Ansón, économiste à l'UPU. «D'après notre suivi en temps réel de l'évolution du marché, cela serait lié au choix du consommateur qui, en cette période d'incertitude économique, privilégierait les services de base de la poste aux lettres plutôt que les services haut de gamme onéreux», ajoute-t-il.

Des considérations de poids

Cette activité commerciale se reflète aussi dans la hausse soutenue du trafic mondial transfrontalier des colis postaux, qui a, selon les estimations, augmenté de 6,5%, atteignant ainsi presque 60 millions d'envois pour les opérateurs postaux en place. Cette croissance est large-

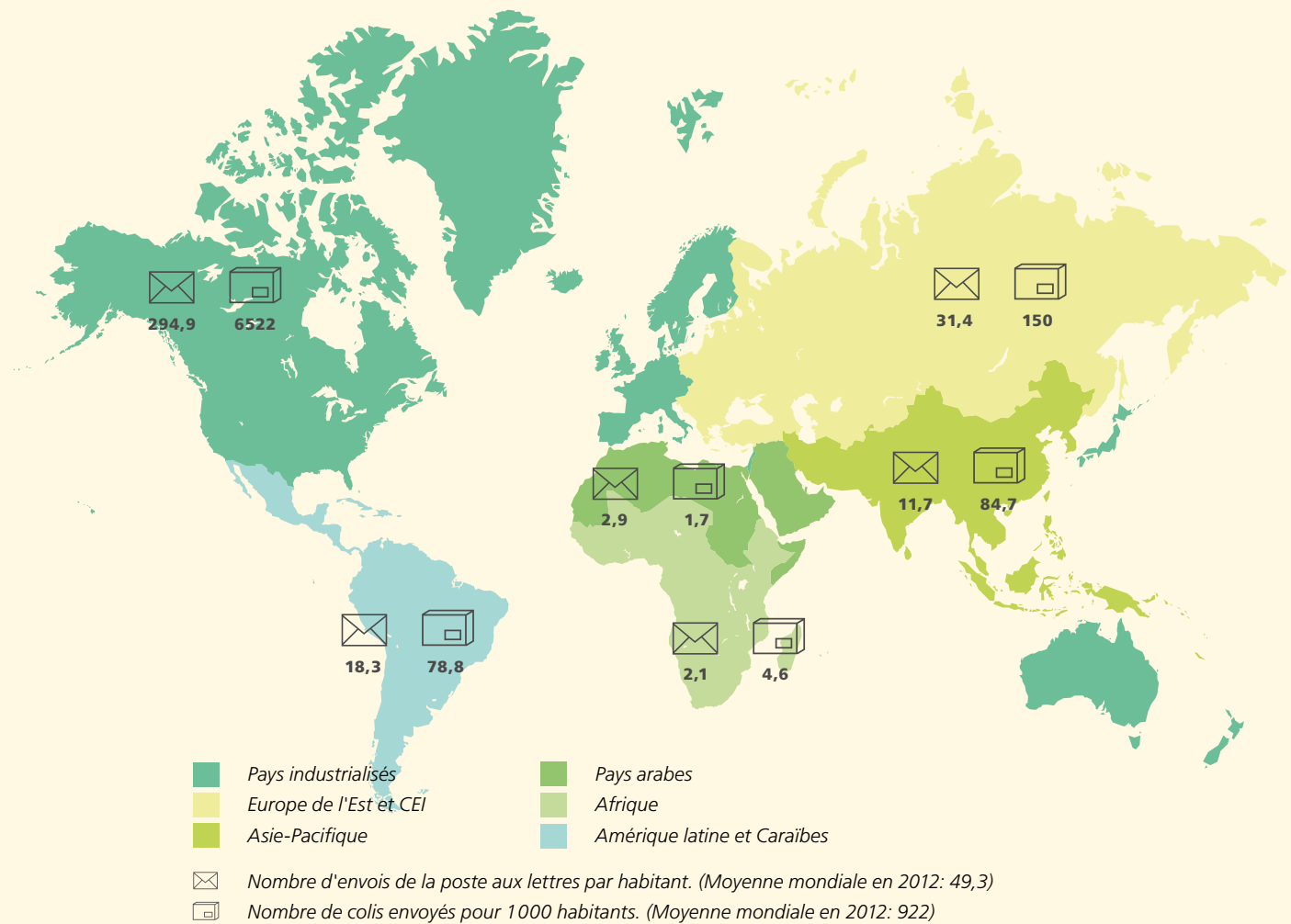
ment liée à l'essor économique que connaissent certains pays émergents.

Le volume de colis du régime intérieur a cependant connu une baisse de 1,5% pour tomber à 6,4 milliards d'envois en 2012, marquant la fin de vingt ans de croissance quasi-constante. Mais selon José Ansón, ce léger déclin n'est sans doute pas le signe d'une baisse prolongée du service intérieur des colis. Il attribue ce recul à la forte concurrence que se livrent les sociétés de messagerie et à l'incertitude économique en Europe. Avec la croissance exponentielle du commerce électronique et les restructurations dont font l'objet les postes pour s'adapter à l'évolution de la demande, il prédit une hausse rapide des volumes de colis du service intérieur.

Variations régionales

Les tendances mondiales de recul des volumes d'envois de la poste aux lettres et d'augmentation du trafic des colis reflètent dans une large mesure la situation des postes des pays industrialisés, dont la part de recettes générées par la poste aux lettres est passée de 65,7% en 2002 à tout juste 53% en 2012. Dans le même temps, les colis et la logistique ont connu un bond de 13,4%, pour représenter 22,1% des recettes.

L'origine de cette hausse du trafic des colis est à chercher en Asie-Pacifique, où les segments des colis et de la logistique ont augmenté de plus de 20 points depuis 2002 et représentent 32,5% des recettes en 2012. José Ansón explique que la progression dans ce domaine est liée à l'offre indispensable de services logistiques intérieurs dans un contexte de croissance économique rapide. Qui dit croissance économique rapide dit aussi que les pays d'Asie-Pacifique développent rapidement leur service de courrier express, ou EMS, appartenant à



la catégorie des colis et de la logistique, car les entreprises utilisent souvent ce service de messagerie pour leurs communications et leurs paquets.

Dans la région arabe, le boom des colis est plus discret, avec une hausse de moins de 2% et une part des recettes de 6,1% en 2012. Mais cette région a connu la plus forte croissance des services financiers, qui représentaient l'an dernier 40% des recettes, contre 23,7% en 2002. José Ansón explique ces tendances par le caractère limité des services de distribution physique de certaines postes de la région. «Pour un certain nombre de ces postes, l'atout réside plus dans l'accès aux services financiers que dans la gestion de la logistique liée au commerce intérieur et international. Ces postes ont une utilisation stratégique différente des atouts de leurs réseaux.»

En Afrique, on constate des fluctuations des sources de revenus dans toutes les catégories de services, marquées par une forte croissance (21%) des recettes générées par les «autres services», soit 43% des revenus en 2012. Cette hausse peut s'expliquer par le fait que les postes jouent de plus en plus le rôle d'intermédiaires pour les entreprises de transfert de fonds privées et d'autres fournisseurs de services financiers. Les recettes générées par ces activités entrent dans la catégorie «autres services», car la poste fournit le service pour le compte d'un tiers. Pour cette région, les recettes générées par les colis et la logistique ont connu une modeste hausse de six points et correspondent à 14,4% des revenus totaux. En Europe de l'Est et dans la Communauté des Etats indépendants (CEI), les services financiers ont gagné près de 10 points pour atteindre 25,6% de

parts de revenus en 2012. L'une des raisons: depuis une dizaine d'années, les postes ne jouent plus seulement le rôle d'intermédiaire, mais ont aussi commencé à proposer leurs propres services financiers.

La faible hausse (trois points) des colis et de la logistique, qui représentent 10,4% des revenus en 2012, reflète la difficulté à entrer en concurrence avec les acteurs du secteur privé dans des pays comme la Russie. L'un des obstacles auxquels les postes sont confrontées à l'ère du commerce en ligne, dans cette région et ailleurs, est la nécessité de disposer d'équipements modernes pour assurer des opérations logistiques et de colis efficaces. Ces postes ont besoin d'investir massivement en capital pour faire face à l'accroissement du volume des colis, car leur infrastructure postale est largement dépassée. Il s'agit d'un défi de taille après «l'effondrement postal» qui a, selon José Ansón, accompagné la chute de l'Union soviétique en Europe de l'Est et dans la CEI. «Ces postes essaient de relancer la modernisation de leur infrastructure postale et de mobiliser des investissements dans ce but», ajoute-t-il.

Les postes en Amérique latine et dans les Caraïbes ont vu la part de la poste aux lettres diminuer de moins de un pour cent ces dix dernières années, bien que les colis et la logistique aient connu une croissance rapide. Dans cette région marquée par une croissance économique rapide, la part moyenne des recettes générées par les services de colis et de logistique est passé de 8,9% en 2002 à 19,9% en 2012. Mais l'Amérique latine doit une large part de sa croissance au Brésil, dont l'opérateur est bien positionné dans une région où le secteur postal sort

Monde

| | | | | |
|------|------|------|------|------|
| 23,3 | 9,2 | 51,8 | 15,7 | 2002 |
| 21,0 | 17,3 | 43,9 | 17,7 | 2012 |

Amérique latine et Caraïbes

| | | | | |
|------|------|------|-----|------|
| 18,1 | 8,9 | 65,3 | 7,7 | 2002 |
| 8,5 | 19,9 | 64,6 | 7,0 | 2012 |

Pays industrialisés

| | | | | |
|------|------|------|------|------|
| 9,6 | 13,4 | 65,7 | 11,3 | 2002 |
| 10,5 | 22,1 | 52,9 | 14,5 | 2012 |

Europe de l'Est et CEI

| | | | | |
|------|------|------|------|------|
| 38,2 | 7,4 | 38,5 | 15,8 | 2002 |
| 25,9 | 10,4 | 38,1 | 25,6 | 2012 |

Asie-Pacifique

| | | | | |
|------|------|------|------|------|
| 18,2 | 11,3 | 51,9 | 18,7 | 2002 |
| 18,2 | 32,5 | 28,8 | 20,4 | 2012 |

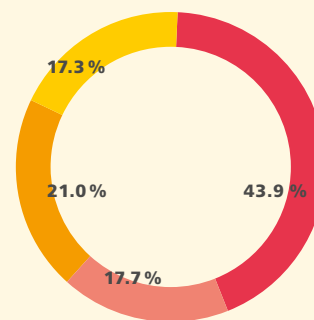
Pays arabes

| | | | | |
|------|-----|------|------|------|
| 33,5 | 4,2 | 38,5 | 23,7 | 2002 |
| 31,8 | 6,1 | 22,2 | 39,8 | 2012 |

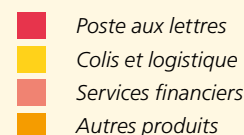
Afrique

| | | | | |
|------|------|------|------|------|
| 22,0 | 8,7 | 49,3 | 20,0 | 2002 |
| 43,0 | 14,4 | 30,9 | 11,7 | 2012 |

Revenu postal par segment: comparaison entre 2002 et 2012
(Moyenne simple des opérateurs désignés dans chaque région)



Consommation postale et diversification en pourcentage: estimation mondiale en 2012



tout juste d'une période de déréglementation radicale. José Ansón explique que cette libéralisation du marché a entraîné une forte fragmentation du secteur postal, rendant impossible la réalisation d'économies d'échelle intéressantes.

Accès au réseau

En 2012, on note des disparités régionales en matière d'accessibilité des bureaux de poste. A l'échelle mondiale, un bureau de poste dessert en moyenne 9 264 habitants. Ce chiffre est de 71 389 habitants pour l'Afrique subsaharienne et de 21 427 habitants pour l'Afrique du Nord. L'Europe de l'Est est en meilleure position, avec 4 470 habitants par bureau de poste.

Le réseau postal mondial comprend environ 642 000 bureaux de poste en 2012, soit 1,2% de moins qu'en 2011. Près de 55% des établissements postaux sont situés en Asie-Pacifique. José Ansón explique qu'à peine 1,5% des bureaux de poste du monde se trouvent en Afrique, où le réseau reste toutefois plus largement dispersé dans les zones peu développées de cette région que tout autre réseau comparable, y compris celui des banques et des entreprises de messagerie.

Le nombre d'employés postaux est également en déclin. On en compte 5,31 millions dans le monde en 2012, soit 1,2% de moins qu'en 2011. Le personnel postal en Amérique latine, dans les Caraïbes, en Afrique et dans la région arabe représente moins de 10% du total mondial. La grande majorité (environ 80%) des employés postaux dans le monde travaillent à plein temps, mais ce chiffre a connu un recul de près de 2,2%. Les employés à temps

partiel sont venus combler la brèche puisqu'ils ont augmenté de 3,2% pour atteindre 1,05 million en 2012.

Ces tendances, similaires à celles de ces dernières années, reflètent les efforts déployés par les postes pour réduire les dépenses en recherchant une main-d'œuvre plus flexible. Le recours à des travailleurs à temps partiel, en plus de la réduction du temps de travail, permet aux opérateurs de diminuer les dépenses, y compris celles liées aux avantages sociaux du personnel. «Pour l'instant, il faut des gens pour assurer la distribution, que ce soit des colis ou des lettres», explique José Ansón, qui souligne que les services postaux demandent beaucoup de main-d'œuvre en raison du modèle économique actuellement adopté. Il ajoute: «La maîtrise des coûts est essentielle dans un contexte de recul des volumes de courrier.»

Diversifier ou intégrer?

Malgré la diversification des services postaux au cours des dernières décennies, les revenus postaux, ajustés à l'inflation, restent peu ou prou inchangés, ce qui conduit les dirigeants postaux à trouver des solutions d'économies. Pour résoudre ce problème, José Ansón estime que les postes devraient proposer des services intégrés, combinant des plate-formes de communication fiables et de confiance, des systèmes de paiement et des services de distribution physique des marchandises achetées en ligne. «L'intégration de tous ces éléments et la facilitation des échanges postaux pour toutes les parties pourrait inverser la tendance», affirme-t-il. **DK**

David Koch est journaliste indépendant.



Partenaires clés pour faciliter l'inclusion

TEXTE:
KAYLA
REDSTONE
PHOTOS:
PIERRE
ALBOUY/
KEYSTONE

Des experts participant à un colloque de l'UPU affirment que les postes facilitent l'accès aux services financiers, mais elles doivent continuer à se moderniser et à innover.

Quelque 200 représentants des postes, des gouvernements, des banques centrales, d'organisations onusiennes et non gouvernementales ainsi que des donateurs et des spécialistes de l'inclusion financière se sont réunis en octobre dernier à Genève (Suisse) pour analyser le rôle des postes en tant qu'acteurs clés de l'inclusion financière. «Cela ne fait peut-être que dix ans que le concept d'inclusion financière intéresse la communauté internationale, mais cela fait cent quarante ans qu'il est au premier rang des préoccupations du secteur postal», a déclaré Bishar Hussein, directeur général de l'UPU, à l'ouverture du colloque mondial sur l'inclusion financière pour le développement, organisé conjointement par l'UPU, le gouvernement suisse et l'Organisation internationale de la Francophonie.

Tous les participants s'accordaient à dire que la longue expérience des postes dans le domaine des services financiers et leur réseau étendu de plus de 600 000 bureaux faisaient de la poste le partenaire idéal pour bancariser les 2,7 milliards de personnes exclues du système bancaire. Plus d'un milliard de personnes détient environ 1,6 milliard de comptes postaux, mais ce chiffre peut encore augmenter si les postes exploitent leurs atouts, innovent et forment des partenariats stratégiques, leur a-t-on laissé entendre.

Exploiter les atouts

Avec 230 millions de migrants dans le monde – dont au moins la moitié est active économiquement, selon

l'Organisation internationale du travail – réduire les frais des transferts de fonds est un grand pas en avant en faveur des pays en développement. Selon la Banque mondiale, les postes sont déjà le prestataire le moins cher de ces services. L'étendue du réseau signifie, selon Stéphane Gallet, du ministère français des affaires étrangères, que «les postes jouent un rôle important dans la réduction des coûts sur le dernier kilomètre de distribution». Quelque 30 à 40% des transferts d'argent sont destinés aux zones rurales, selon le Fonds international de développement agricole.

Le vice-directeur général de l'UPU, Pascal Clivaz, a appelé les postes à profiter de l'atout que représente la vaste étendue de leur réseau pour moderniser les systèmes de paiement et toucher ainsi plus de migrants, et ce, à moindre coût. Il a rappelé que les projets de l'UPU pour moderniser les réseaux de paiement de plusieurs opérateurs postaux africains avaient entraîné une baisse généralisée des tarifs des transferts, de 30 à 50% dans certains cas. Les intervenants ont mis les postes en garde contre la conclusion d'accords d'exclusivité avec les prestataires privés de transferts de fonds, car de tels accords réduisent la concurrence et font grimper les prix.

Régulateurs

Selon José Ansón, économiste à l'UPU, à mesure que les pays se développent, leurs besoins en services financiers augmentent. «Au cours des dix dernières années, nous avons vu de plus en plus de pays en développement se



«L'éradication de la pauvreté et l'inclusion financière sont interconnectées. Elles constituent des défis majeurs pour les objectifs du Millénaire pour le développement des Nations unies et continueront à figurer au rang des priorités du développement et des migrations internationales après 2015.»
Bishar A. Hussein, directeur général de l'UPU



«Nous devons reconnaître la richesse que représentent les migrants, tant du point de vue du capital social que monétaire.»
William Lacy Swing, directeur général, Organisation internationale pour les migrations



Plus de 200 délégués issus de 70 pays ont participé à la conférence de Genève.

moderniser et atteindre un niveau comparable aux pays à haut revenu. Toutefois, les services financiers postaux sont encore très limités dans certains de ces pays.» Les participants au colloque ont appris comment les banques centrales peuvent changer la donne. «La banque centrale doit souvent actualiser sa réglementation pour ne pas freiner l'innovation», a indiqué Innocent Ndarushimana, de la banque centrale du Burundi.

La banque postale d'Afrique du Sud a déjà bancarisé 6,3 millions de personnes grâce à ses comptes d'épargne. Elle n'a toutefois pas atteint son plein potentiel d'inclusion financière, car elle ne peut proposer autant de services qu'une banque postale à part entière, a expliqué Roelof Goosen, du ministère des finances. Selon lui, une fois licenciée, la banque postale devrait fonctionner à l'instar des banques commerciales. «L'inclusion financière doit être viable pour le prestataire de service et doit profiter et continuer de profiter au client», a-t-il souligné.

Les attentes des banques centrales envers les postes dépendront du degré effectif d'inclusion financière du pays, a expliqué José Ansón, qui demeure optimiste. «Il

y a une volonté institutionnelle de la part des banques centrales de faire entrer le réseau postal dans le système financier afin de profiter de ce réseau pour faciliter l'inclusion financière», a-t-il ajouté. «Les banques centrales se rendent compte que leurs cadres doivent être plus flexibles pour faciliter l'innovation tout en restant rigoureux pour éviter le risque économique.» Il a donc exhorté les postes à profiter de la flexibilité des banques centrales tant qu'elles voient encore les opérateurs postaux comme des partenaires potentiels.

Partenariats

L'innovation exige des investissements et des savoir-faire spécialisés; c'est là que les donateurs et autres partenaires entrent en jeu. Mais les spécialistes avertissent que, si les postes disposent d'un atout avec leur réseau, elles peuvent aussi paraître archaïques et faire fuir d'éventuels partenaires.

«Laissez-moi vous dire, Mesdames les Postes, tout le monde vous veut, vous êtes partout, mais personne ne vous comprend», a expliqué Tillman Bruett, responsable

«Nous sommes face à une mobilité sans précédent. Une personne sur sept est un migrant.»

William Lacy Swing, directeur général, Organisation internationale pour les migrations

du programme «Argent mobile pour les pauvres» au Fonds d'équipement des Nations Unies. «Vous devez vous moderniser et vous faire belles pour les donateurs et d'autres partenaires plus distants.»

Tillman Bruett suggère aux postes de se pencher sur leurs faiblesses et de se faire aider pour exploiter leurs atouts. «Choisissez un ou deux services que vous savez vraiment bien faire, dans l'état actuel des choses, et concentrez-vous dessus», a-t-il préconisé. «Ne soyez pas juste l'endroit où les gens veulent aller chercher leur argent; soyez l'endroit où ils veulent l'investir!»

Megan Oxman, spécialiste de programme à la Fondation Bill and Melinda Gates, estime, elle, que les postes ont encore du mal à trouver les moyens les plus renta-

bles, à toucher les clients les plus pauvres. Son conseil: «Formez des partenariats stratégiques, que ce soit avec des opérateurs de téléphonie mobile ou des banques; travaillez avec eux et matérialisez enfin votre offre de services.»

Enfin, Pascal Clivaz a salué l'enthousiasme et les idées des participants au colloque. «Ensemble, poursuivons le dialogue et mettons en place des actions concrètes et ambitieuses pour réduire de façon significative les frais des transferts, en associant service et accès pour ces populations exclues du système bancaire», a conclu le vice-directeur général de l'UPU. **KR**

Kayla Redstone est journaliste indépendante.

ETUDE DE CAS

Offre d'assurance innovante au Mali

Lors du colloque mondial sur l'inclusion financière pour le développement, les participants sont convenus que les postes devaient mettre en place des services financiers plus innovants. Un exemple de réussite est celui de la poste du Mali, qui capte aujourd'hui un marché inexploité par les banques. Selon son directeur général, Wandé Diakité, la poste du Mali détenait dans les années 80 un monopole virtuel sur les chèques et les comptes d'épargne, mais une modification de la réglementation l'a contrainte à cesser d'exploiter ses services financiers pendant vingt ans.

En 2011, l'opérateur désigné a reçu l'autorisation de proposer à nouveau des services financiers et fonctionne actuellement en partenariat avec la compagnie d'assurance NSIA Mali. «Avec la perte des services financiers postaux, nous avons vu croître la concurrence», indique Wandé Diakité. «Avec la reprise de ces services, nous avons dû réfléchir à la façon de leur redonner vie.»

La poste du Mali propose aujourd'hui une police d'assurance unique pour les veuves musulmanes, qui ne peuvent travailler durant leur deuil, soit pendant

quatre mois et dix jours. «Nous avons dû évaluer ce qui existait déjà sur le marché et concevoir un produit qui compensait les insuffisances des autres», explique le directeur général de NSIA, Basile Worou. «Si vous proposez au client un produit de confiance, il faut que ce produit réponde à ses besoins et qu'il solutionne un problème spécifique de la vie courante», ajoute-t-il.

Il précise aussi que NSIA et la poste ont consulté les chefs de village pour développer le produit, car ils incarnent l'autorité morale dans les communautés. Les partenaires commerciaux peuvent ainsi résoudre tout type de problème soulevé par les produits financiers avant que ceux-ci ne soient proposés au public, conclut-il.

La compagnie d'assurance voudrait aussi développer avec la poste un produit d'assurance-rapatriement qui s'adresserait à la diaspora nationale. Selon Basile Worou, le produit apporterait aux familles les fonds nécessaires pour rapatrier le corps de leurs proches décédés à l'étranger et pour permettre aux migrants de faire le voyage du Mali pour assister aux funérailles de leurs proches. **KR**

Sortir des sentiers battus

TEXTE:
ANDRÁS
PATAI

L'innovation – développer des services et produits postaux inédits – est essentielle pour l'avenir du réseau physique. Magyar Posta, la poste hongroise, en fait l'expérience. Avec la mondialisation, les postes doivent s'adapter à ces changements, innover, chercher de nouvelles idées et trouver de nouveaux créneaux.

La révolution numérique et le déclin des volumes de courrier incitent les entreprises postales à prendre de nouvelles orientations. Les opérateurs proposant des services bancaires et financiers ou de la vente de détail peuvent transformer leurs établissements en agences bancaires ou commerciales. D'autres renforcent leur division des colis et de la logistique et se concentrent sur le développement de leur propre réseau de boutiques ou de commerce en ligne. Certains opérateurs proposent plus de services publics et administratifs. Ils basent leurs services sur leur réseau national de bureaux de poste, leurs données d'adresses et les relations économiques exceptionnelles qu'ils entretiennent avec le secteur public (l'administration publique nationale et locale).

Bien que le tableau semble très attrayant, lorsqu'on se penche sur les initiatives des différents opérateurs nationaux, on s'aperçoit que «passer au numérique» n'est pas chose facile, et encore moins une décision simple à prendre. Créer une gamme de services numériques ne suffit tout simplement pas.

Pour passer au numérique, la poste hongroise a dû tenir compte des obstacles suivants: la structure organisationnelle et la hiérarchie ralentissent la prise de décision; durant la longue phase de développement, le marché peut s'écarter des tendances identifiées à l'origine; et les concepts élaborés en interne sur une période longue peuvent ne plus refléter les besoins des clients.

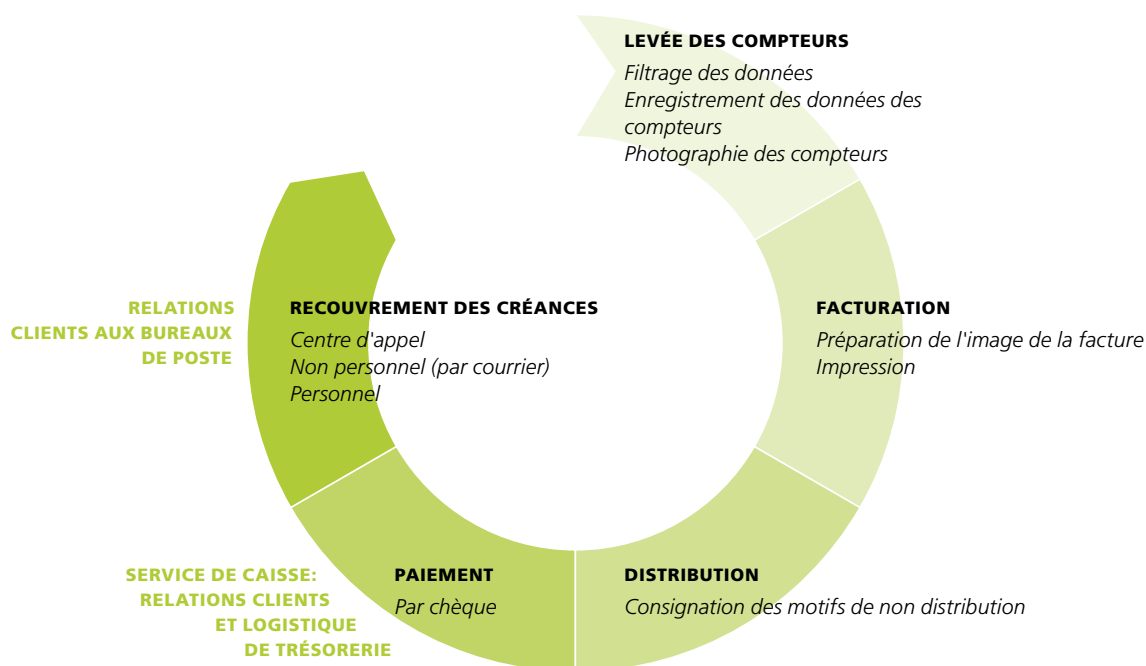
Sur cette base, Magyar Posta a créé en 2012, dans le cadre d'une restructuration de l'entreprise, une nouvelle unité baptisée «direction des activités non traditionnelles». Elle réunit six spécialistes du développement et de la gestion des produits, chargés de préparer, d'élaborer et de mettre en œuvre de nouveaux projets.

Démarche stratégique

Comme première mesure, la poste hongroise a dressé un tableau de sa clientèle afin de déterminer les segments les plus à risque de disparaître et, par conséquent, à protéger. Il ressort de ses conclusions que la cible la plus concurrentielle est le secteur des services publics. Ces



Un facteur effectuant la levée des compteurs de gaz et d'électricité
(Photo: Magyar Posta)



Résultats de l'analyse de la chaîne logistique. Source: Magyar Posta 2013

services jouent un rôle important dans la croissance économique du pays et la stabilité financière de la poste. Elles sont une source importante de revenus pour les services postaux traditionnels: en 2012, les recettes de la poste hongroise générées par les entreprises de services publics représentaient 4% de ses revenus.

La poste hongroise a ensuite identifié ses valeurs essentielles: un réseau national de bureaux de poste apparentés à des bureaux de relation avec les clients; un personnel actif sur le terrain, avec beaucoup de facteurs s'occupant de distribuer le courrier, de proposer des services financiers lors du versement des retraites ou de vendre des produits postaux au domicile des clients; et une gamme étendue de services à intégrer dans les processus des entreprises de services publics. A titre d'exemple, Magyar Posta a installé la plus grande imprimerie d'Europe centrale et de l'Est, équipée d'une technologie de pointe.

En connaissant bien vos atouts et en les comparant à la chaîne logistique d'une entreprise du point de vue de l'opérateur postal, vous pouvez trouver de nombreuses nouvelles façons de coopérer.

En examinant les activités traditionnelles de ces entreprises de services publics, la poste hongroise est arrivée à la conclusion que son réseau de bureaux de poste et de facteurs s'intégrerait très bien dans ces processus, et que

ces nouveaux services pouvaient être proposés conjointement avec les services postaux traditionnels.

Processus de développement

Pour commencer par un pli facile, le développement le moins coûteux en temps a été le lancement de services de levée des compteurs. En Hongrie, les fournisseurs de gaz et d'électricité doivent, de par la loi, relever les compteurs des clients au moins une fois par an. Des levées supplémentaires doivent être effectuées à chaque fois qu'un client change de prestataire.

Ce travail exige un réseau à grande échelle de personnes sur place relevant régulièrement ou occasionnellement les compteurs de gaz et d'électricité. Afin de répondre rapidement à ce type de besoin urgent des clients, Magyar Posta a commencé à tester le processus à l'aide de projets pilotes avec le fournisseur de gaz dans des zones bien circonscrites et a réalisé l'opération là où des facteurs importants de réussite avaient été recensés.

A l'aide d'un tableau prédéfini, la poste hongroise récupère les données sur le serveur du client aux fins de sa mission, puis les importe dans sa base de données. Un logiciel de nettoyage et de réparation des données réduit le nombre d'adresses problématiques. S'il en reste, ou si le format de fichier ne répond pas aux besoins, les données sont renvoyées au client.

Après avoir procédé au contrôle de la qualité, les identifiants et les adresses des compteurs sont répartis entre tous les smartphones affectés. Chaque smartphone est relié à un bureau de poste de coordination qui couvre plusieurs localités. Avec l'identifiant du compteur pré-enregistré dans leur smartphone, les facteurs peuvent effectuer leur tournée et relever les compteurs aux adresses indiquées.

Grâce à ce projet pilote, la poste hongroise a redéfini ses processus opérationnels. Un concept informatique complet du système de levée des compteurs a été développé. Le système comporte deux éléments: un logiciel central servant à la saisie des données, la répartition des tâches, le tri par adresses, la production des rapports et l'extrapolation des données statistiques, et une application mobile pour les smartphones.

Outre l'infrastructure technologique, le capital humain joue un rôle important. La supervision du projet revient à la direction des activités non traditionnelles, mais les tâches de suivi quotidiennes sont déléguées au niveau opérationnel. Le service de levée des compteurs est supervisé par des coordonnateurs régionaux chargés de

contrôler la répartition des tâches, suivre les résultats et appuyer les processus administratifs du personnel affecté à la mission.

Penser à l'avenir

Tournés vers un avenir plus lointain, les opérateurs postaux ne peuvent pas se reposer sur leurs lauriers. La concurrence ne tardera pas à réagir, car n'importe quel type de société de messagerie peut découvrir le potentiel économique de ce nouveau créneau. Les opérateurs postaux doivent recenser les futures tendances des marchés électroniques et numériques et définir les voies à suivre pour découvrir de nouveaux segments. Il est encore plus important d'analyser les référentiels non postaux pour découvrir des activités et des services novateurs permettant à l'opérateur – une fois ces services devenus rentables – de maintenir ses valeurs, son réseau physique national, son réseau logistique et son capital humain. **AP**

András Patai est chef des produits à la direction du développement des activités de la poste hongroise.

BON À SAVOIR

La direction des activités non traditionnelles prodigue quelques conseils

- ☐ Être proactif et réagir vite. Améliorer le temps de réaction aux besoins stratégiquement importants des clients et établir des relations commerciales plus fortes avec eux.
- ☐ Définir la clientèle importante stratégiquement. Analyser ses processus et identifier les besoins auxquels vous pouvez répondre.
- ☐ Approcher le client. Dès qu'une nouvelle idée surgit, entamer des négociations avec un client et tester l'idée de nouveau service. Essayer d'obtenir autant d'informations et de réactions que possible.
- ☐ Lancer des projets pilotes. En plus de calculer le retour sur investissement et de préparer le terrain pour des investissements à grande échelle, mettre en place un mini-projet pilote pour savoir si l'idée est commercialisable ou non.
- ☐ Déployer vite. Dans certaines situations, il vaut mieux surgir sur le marché avec une solution au problème «presque prête», plutôt que d'attendre d'avoir l'application parfaite. L'auteur Eric Ries appelle cela le «produit à viabilité minimale»: «Un nouveau produit qui permet à une équipe de maximiser les informations sur les clients moyennant un minimum

d'efforts.» Le but de ce produit est de tester des hypothèses commerciales fondamentales (des suppositions fondées sur l'intuition) et d'aider les entrepreneurs à lancer le processus le plus rapidement possible.

- ☐ Trouver les bons interlocuteurs. Il est capital d'impliquer les professionnels compétents et la direction à certaines étapes du développement. Il est toujours plus facile de présenter à la direction un projet en partie concrétisé que de leur faire lire une étude de faisabilité.
- ☐ Créer de nouveaux produits et services fondés sur les valeurs postales traditionnelles. Ces valeurs sont:

La confiance et la cote d'estime

Selon une étude réalisée par GfK Research en 2011 sur les indices de confiance liés à diverses professions, les opérateurs postaux arrivent en deuxième position des prestataires de services inspirant le plus confiance. Seuls les pompiers devancent les postiers, les enseignants arrivant en troisième position.

La couverture nationale

Magyar Posta est présente dans toutes les localités du pays. Elle possède le plus grand nombre d'établissements: plus de 2 700.



Nos lecteurs nous font confiance

TEXTE:
FARYAL
MIRZA

Les résultats du sondage mené en 2013 auprès des lecteurs d'*Union Postale* révèlent que le magazine remplit bien sa mission et donnent des indications sur comment l'améliorer.

Le magazine *Union Postale* est considéré par ses lecteurs comme une source fiable d'informations. Non seulement les notes relatives à son contenu sont élevées, mais près de 90% des lecteurs interrogés déclarent aussi que les sujets abordés concernent directement leur métier.

La quasi-totalité des participants s'accordent à dire que la stratégie et les activités de l'UPU sont bien couvertes et que le contenu et le style rédactionnel sont de grande qualité. La conception graphique et la mise en page ont été évaluées très positivement. «Comparé aux autres supports d'informations postales, le magazine est attrayant», commente un lecteur. Les répondants estiment que le magazine couvre bien les activités et les

évolutions du secteur postal. Fait intéressant, *Union Postale* constitue une source de motivation en encourageant les employés à croire en leur secteur et à créer un esprit de solidarité au sein de la communauté postale.

Près de 40% des répondants indiquent qu'*Union Postale* est leur seule source d'actualités postales. Près de 85% disent lire toujours ou souvent l'article de couverture, puis En bref, Tour d'horizon et d'autres articles.

Il ressort des résultats que 75% des lecteurs lisent régulièrement la version papier d'*Union Postale* et une large majorité souhaite continuer ainsi. Il est intéressant de constater que ces lecteurs se trouvent des deux côtés du fossé numérique. Pour beaucoup d'entre eux, lire le

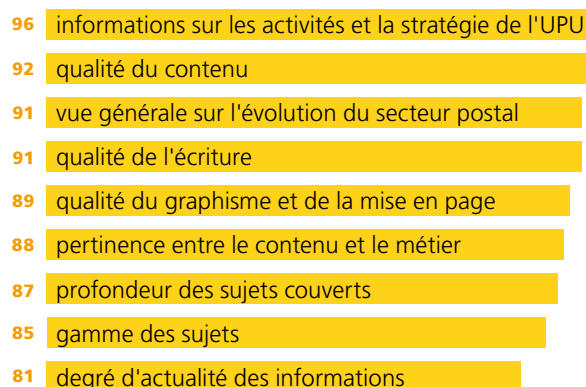
Contenu

% des sujets lus par les répondants
«souvent à toujours»



Qualité

% de la note attribuée par les lecteurs
«très bon à excellent»



magazine au format papier signifie ne pas être obligé de dépendre de l'électricité ou d'un ordinateur. «Je lis la version papier d'*Union postale*, car il y a parfois des coupures d'électricité ou des problèmes de connexion Internet dans notre pays», indique un lecteur. «J'aime la version papier, car je peux l'emporter partout avec moi et lire où bon me semble, dans les transports publics ou dans mon jardin», écrit un autre répondant.

De l'autre côté du fossé numérique

Dans les pays dotés d'une bonne connectivité et de sources solides d'énergie, les lecteurs préfèrent aussi la version papier du magazine. «Il est beaucoup plus simple de lire sur papier et je n'ai pas besoin d'avoir mon iPad chargé en permanence pour accéder au contenu», explique un répondant. «Je préfère reposer mes yeux autant que possible», écrit un autre lecteur.

La diffusion du magazine est bonne. Près de 15% des répondant ont indiqué que chaque exemplaire est lu en moyenne par 10 à 30 personnes. Dans une poste, la revue est lue par pas moins de 60 personnes.

Concernant l'intérêt des lecteurs pour une application mobile d'*Union Postale*, deux tiers des répondants ont dit posséder un smartphone ou une tablette, mais plus de la moitié de ces lecteurs disent ne pas être intéressés par la lecture du magazine sur un appareil mobile.

Ces résultats, précieux, nous aident à peaufiner *Union Postale* pour conserver notre bonne réputation sur le long terme. «Gardez le cap, mais ne vous reposez pas sur vos lauriers», nous a conseillé l'un de nos lecteurs, et nous ferons de notre mieux pour nous montrer à la hauteur. **FM**

Support

75 % lisent la version papier, 25 % la version en ligne



Origine des répondants



Ce que les lecteurs pensent d'*Union Postale*?



INFORMATIF

«J'aime ce magazine, car il me donne des idées et m'informe des dernières actualités du secteur.» *Argentine*

«*Union Postale* couvre une grande variété de sujets intéressants, avec une touche personnelle.» *Suriname*

«La revue est très représentative de l'environnement postal actuel.» *Canada*

«A travers *Union Postale*, je trouve des réponses aux défis auquel doit faire face le secteur.» *Hongrie*



INTÉRESSANT

«Les articles sont captivants, même pour ceux qui ont peu de temps à consacrer à la lecture.» *Malaisie*

«J'apprécie *Union Postale* parce qu'il reflète la réalité du marché postal mondial. Les questions opérationnelles y sont traitées de manière très professionnelle.» *Kenya*

«C'est une source d'informations enrichissante qui s'intéresse à l'évolution du secteur postal dans le monde et facilite l'échange d'information avec tous les acteurs du secteur.» *Maroc*



INSTRUCTIF

«J'apprécie *Union Postale*, car je suis encore nouveau ... et j'essaie d'apprendre un maximum en peu de temps. Il me donne des idées sur la manière d'améliorer le service postal de notre pays.» *Bermudes*

«Pour moi, c'est un magazine destiné aux dirigeants qui veulent apprendre les uns des autres. Les études de cas et les questions juridiques et de gestion sont importantes.» *Aruba*

«Le magazine m'instruit et me sert de plate-forme pour découvrir les activités postales d'autres pays.» *Nigéria*



CRÉE UN ESPRIT DE SOLIDARITÉ

«*Union Postale* me donne le sentiment de faire partie de la famille UPU.» *Pays-Bas*

«C'est un magazine qui couvre tous les sujets postaux de façon indépendante. Il donne l'occasion à tous les acteurs postaux de s'exprimer, sans discrimination aucune.» *Maurice*



PUBLICATION FIABLE

«J'apprécie le magazine, car il m'inspire confiance.» *Iran*



SOURCE DE MOTIVATION

«C'est un lien avec les postes du monde entier, qui m'informe sur les tendances et les personnes qui font bouger le secteur, ce qui facilite mon travail.» *Espagne*

«*Union Postale* me permet de recueillir des informations sur les autres organisations postales, d'avoir de nouveaux horizons. Et tout cela me motive beaucoup dans l'exercice de mes fonctions.» *Madagascar*



Le premier timbre vidéo du monde est australien

TEXTE:
CATHERINE
MCLEAN

Juste à temps pour Noël, la poste australienne lance le timbre vidéo: l'équivalent au 21^e siècle du télégramme chantant en son temps. Les gens ne pouvant passer les fêtes de fin d'année en famille utilisent ce timbre pour envoyer à leurs proches une vidéo d'eux-mêmes, de quinze secondes, en train de chanter, de parler ou de danser. Le service est gratuit pour les clients des services Express Post et Express Courier International. Le talent, par contre, n'est pas inclus.

La facilité d'utilisation est naturellement cruciale pour un nouveau service. L'opérateur postal associe la vidéo au timbre à l'aide d'un code matriciel QR. Les clients reçoivent le timbre gratuitement pour l'envoi d'un colis Express Post ou Express Courier International. Ils doivent coller le timbre sur le colis et utiliser une application spéciale de la poste australienne pour scanner le timbre et enregistrer une vidéo avec leur smartphone. Les clients ont douze heures pour enregistrer leur message après avoir déposé le colis à la poste. Les clients doivent respecter les conditions d'utilisation, qui comprennent une longue liste de contenus défendus, notamment les enregistrements illégaux, frauduleux ou obscènes.

90 jours

Lorsque le destinataire reçoit le paquet, il lui suffit de télécharger l'application «Video Stamp» de la poste australienne pour scanner le timbre et visionner la vidéo sur son smartphone. Il peut aussi saisir le code du timbre sur le site Web de la poste australienne pour visionner la vidéo sur un ordinateur. Le contenu enregistré est disponible pendant quatre-vingt-dix jours, et les clients peuvent télécharger les timbres vidéo pour les garder plus longtemps.

La poste australienne a lancé cette première mondiale le 11 novembre, afin de «mettre un terme à la tyrannie

des distances» lors des fêtes de fin d'année. Michelle Skehan, conseillère pour les affaires extérieures, recommande aux clients de considérer les timbres vidéo comme des cartes postales: c'est un message qui peut être vu par d'autres tout au long du parcours de l'envoi.

Innovation

C'est là un nouvel exemple d'innovation technologique que les postes adoptent pour améliorer le service à la clientèle et se distinguer sur un marché où la concurrence est rude. La poste australienne était si emballée par l'idée du timbre vidéo qu'il ne lui a fallu que cinq mois pour passer de l'étude de projet au lancement du produit final. «Nous savions que nous voulions quelque chose de différent pour la campagne de Noël, explique Michelle Skehan. Le concept du timbre vidéo nous a paru tout à fait logique à l'ère numérique, et il répond entièrement à notre objectif d'aider, avec nos produits, à connecter les gens entre eux.»

Les timbres vidéo inédits de la poste australienne sont disponibles jusqu'au 24 décembre. S'il est encore trop tôt pour estimer l'ampleur de la demande, Michelle Skehan a qualifié l'accueil de «phénoménal». **CM**

Catherine McLean est journaliste indépendante.

TIMBRE VIDÉO:



<http://auspost.com.au/parcels-mail/video-stamp.html>



AUSTRALIE

AUSTRALIA POST a dégagé un bénéfice net d'impôts de 293 millions de dollars US en 2012-13, soit une augmentation de 10,9%. Ce succès s'explique par les profits générés par les colis postaux (hausse de 29,1%), qui couvrent les pertes enregistrées par la poste aux lettres (195 millions de dollars US). Selon son directeur général, la gestion des coûts et les investissements dans le segment de la logistique ne suffiraient bientôt plus à compenser les pertes.

BELGIQUE

BPOST a généré 44,9 millions d'euros de profits nets au troisième trimestre 2013, soit une augmentation de 39,7% par rapport à la même période en 2012. La poste explique ces bons chiffres par les volumes accrus des colis. En effet, grâce à une augmentation de 7,7% des quantités des colis du régime intérieur, ce segment a augmenté ses revenus de 9,8 millions d'euros.

DANEMARK

POS DANMARK a reconduit son accord avec la fédération des marchands pour deux années. Les clients peuvent ainsi continuer à collecter leur courrier dans les commerces de proximité et les supermarchés appartenant à la fédération. Ses membres représentent environ un tiers des 700 agents travaillant pour le compte de la poste. Grâce à cet accord, la poste prévoit une forte augmentation des volumes de colis, car les clients sont de plus en plus nombreux à préférer aller chercher leurs colis eux-mêmes, pour éviter de manquer la livraison à domicile.

ALLEMAGNE

DEUTSCHE POST DHL a annoncé une croissance de ses revenus de 7% au troisième trimestre, soit 646 millions d'euros, grâce aux colis et aux envois exprès performants. L'opérateur affiche cette croissance malgré la baisse de 2,5% due aux taux de change et à d'autres facteurs extérieurs. Or, même ajustés, les résultats montrent une augmentation des revenus de 3,4% par rapport à la même période en 2012.

IRLANDE

Le ministère irlandais des communications a annoncé l'adoption du plan de développement d'un système national de codes postaux d'ici au printemps 2015. Il s'agit d'une combinaison

alphanumérique à sept éléments. L'Irlande est actuellement le seul pays de l'OCDE dépourvu de codes postaux.

ITALIE

POSTE ITALIANE a lancé un nouveau service d'identification numérique, *postelD*, grâce auquel les paiements et les services administratifs en ligne se feront en toute sécurité sur des sites Web affiliés, notamment depuis des appareils mobiles. Pour ce faire, les clients doivent s'enregistrer sur le site Web de la poste et télécharger l'application depuis l'iTunes AppStore ou Google Play pour créer leur code personnel à six chiffres.

PAYS-BAS

POSTNL a augmenté ses revenus d'exploitation de 22%, soit 60 millions d'euros, au troisième trimestre, malgré une baisse de 12,2% des volumes du courrier adressé. La poste attribue ce résultat aux mesures de réduction des coûts et à la croissance des colis et du courrier international pour compenser les pertes dans le secteur du courrier traditionnel. Les revenus des colis et du courrier international ont ainsi augmenté respectivement de 5% et de 2%.

NOUVELLE-ZÉLANDE

Le gouvernement néo-zélandais a accordé à **NEW ZEALAND POST** le droit de réduire ses services de distribution du courrier à trois jours par semaine dans les zones urbaines à partir de juillet 2015. Toutefois, la distribution dans les zones rurales sera encore assurée au moins cinq jours par semaine, et les services de courrier haut de gamme six jours par semaine. La réduction du nombre de tournées permet de faire face à la baisse continue des volumes des lettres.

Dans la même lancée, la poste a annoncé son plan de restructuration, supprimant 18% de sa main-d'œuvre, soit 2000 agents, au cours des trois prochaines années. C'est l'une des mesures de sa stratégie de compensation de la baisse de 30% des volumes de la poste aux lettres depuis 2006. La majorité des emplois supprimés concernent l'administration, le traitement, la vente et la distribution.

POLOGNE

Pour compenser la baisse des quantités de courrier, **POCZTA POLSKA** a lancé sa plate-

forme de courrier numérique, *envelo.pl*. Les clients ont accès aux services hybrides de cartes postales et de lettres ainsi qu'à des timbres imprimables. La poste espère étendre sa plate-forme, en proposant des services numériques sécurisés, tels que la tarification en ligne, le scannage de lettres, les signatures et les contrats électroniques.

PORTUGAL

ANACOM, l'autorité de régulation portugaise, a annoncé au deuxième trimestre 2013 une baisse des volumes du courrier national de 9% par rapport à 2012. Les envois autres que les envois exprès, représentant 95,4% du total des volumes de courrier, ont chuté de 9,7% par rapport à la même période en 2012, alors que le volume du courrier exprès a progressé de 9,9%.

SCANDINAVIE

POSTNORD prévoit un déclin de ses volumes de la poste aux lettres de 10% au Danemark et de 4% en Suède en 2013, comparé à ses estimations respectives de 12% et de 6%. Grâce à de nouvelles acquisitions, la poste a vu ses ventes nettes augmenter de 4% au troisième trimestre, mais déclare vouloir poursuivre ses efforts de réduction des dépenses, afin de compenser les pertes.

SINGAPOUR

SINGPOST a annoncé investir 80 millions de dollars US en services, innovation et productivité, et notamment pour le commerce électronique transfrontalier, alors que l'augmentation des coûts dépasse celle des revenus. Les revenus ont augmenté de 32,7% (322 millions de dollars US) au premier semestre 2013, soit un bénéfice net de 2,9%, totalisant 58 millions de dollars US.

SUISSE

Les clients de **LA POSTE SUISSE** pourront bientôt choisir de recevoir du courrier physique ou électronique. L'opérateur teste actuellement sa plate-forme numérique sécurisée, *ePostOffice*, dans le cadre d'un projet pilote mené en interne. Cette plate-forme permettra aux clients de choisir le support de leur courrier selon les différents expéditeurs. Les clients pourront aussi y archiver leur courrier et payer leurs factures.

ROYAUME-UNI

Les clients de **JERSEY POST** peuvent désormais recevoir les notifications de distribution via SMS grâce au nouveau service Text & Collect. Ainsi, ils reçoivent un SMS leur indiquant que leur colis est arrivé au point de collecte désigné. Le client ne devra plus attendre 24 heures, s'il manque sa livraison à domicile, pour aller chercher son colis.

ROYAL MAIL a étendu son service de petits colis, en acceptant des paquets plus profonds (dimensions jusqu'à 35cm/25cm/16cm). Ce changement reflète la croissance des volumes de colis et pourrait réduire de moitié les frais d'expédition des entreprises du commerce en ligne.

DIVERS

Le géant américain du commerce en ligne, **EBAY**, a annoncé le rachat de Shutl, un service

de messagerie britannique assurant une livraison locale le jour même en moins de 90 minutes. Cette acquisition fait partie du plan d'extension de son service de livraison locale rapide, eBay Now, à travers les Etats-Unis et certaines zones du marché international. Ce service, lancé à San Francisco en 2012, permet aux détaillants de faire livrer leurs marchandises à leurs clients en moins d'une heure sur le plan local.

L'entreprise de distribution transfrontalière **ASENDIA**, du groupe La Poste France et de La Poste Suisse, a lancé une nouvelle gamme de produits de commerce électronique localisables. L'entreprise proposera trois niveaux de localisation: notifications de base lorsqu'un petit paquet quitte un pays ou y entre; suivi de l'envoi à chaque étape, assurance, et distribution avec ou sans signature pour les plus petits paquets; et plusieurs notifications par jour et

assurance plus élevée pour les objets plus chers ou plus lourds (jusqu'à 30 kg).

ASENDIA a également annoncé sa participation, à hauteur de 40% des actifs, dans eShop-World. Cette entreprise irlandaise de logiciels, qui propose des solutions de commerce électronique, offre aux détaillants différents services, tels que la conversion de devises, le calcul de droits et de taxes ainsi que le traitement des ordres postaux de paiement. Selon Asendia, le logiciel aide les commerçants à rendre l'achat en ligne plus transparent.

Textes de Kayla Redstone, journaliste indépendante.

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://www.tinyurl.com/gmsfilm>
ou contacter gms@upu.int.



UPU | UNION
POSTALE
UNIVERSELLE



**Garantir
la performance
de votre outil industriel
dans la durée,
c'est son métier.**

Patricia ROUGON
Chargée d'Affaires Technique

C O N S E I L L E R | C O N C E V O I R | R É A L I S E R | A C C O M P A G N E R | V A L O R I S E R

Avec son offre de maintenance complète, SOLYSTIC s'engage à maintenir l'efficacité et la productivité de votre outil industriel. Configurée et adaptée à votre organisation, elle est basée sur des indicateurs de performance, qualité et disponibilité. Elle va au-delà de l'entretien de votre seul parc machines et couvre également tout au long de leur cycle de vie, les interventions sur vos matériels périphériques et bâtiments.

Avec SOLYSTIC, changez pour progresser.

www.solystic.com

 **SOLYSTIC**
a NORTHROP GRUMMAN company

Des solutions postales et logistiques