

# UNION POSTALE



UPU UNION  
POSTALE  
UNIVERSELLE

145 ANS

LIVRER LA CROISSANCE

Été 2019

## À la conquête de la fracture numérique

14

Instaurer  
la confiance avec  
PosTransfer

16


En couverture

24

Encourager  
les postes à sortir  
de leur zone  
de confort

#UPU145





# Le système mondial de numérotation de l'AMDP (WNS)

## **Les timbres-poste, les vrais de vrai**

Vous y trouverez tous les timbres-poste légaux des autorités postales émettrices avec un accès rapide aux boutiques philatéliques en ligne dans le monde.

## **Collectionnez en toute confiance !**

Le WNS est géré par l'Association mondiale pour le développement de la philatélie (AMDP), au sein de l'Union postale universelle.

Plus d'informations :

**[www.wnsstamps.post](http://www.wnsstamps.post)**



# DIX RAISONS D'ÊTRE DE L'UPU

## #1 GARANTIR LE TERRITOIRE POSTAL UNIQUE

Les 192 pays-membres de l'UPU et les réseaux postaux qu'ils gèrent représentent le plus grand réseau de distribution à l'échelle mondiale. La liberté de transit des envois postaux est garantie sur un territoire unique et les membres de l'UPU se sont engagés à respecter les règles concernant les échanges postaux internationaux.

## #2 RELIER LES RÉSEAUX

L'interconnexion des réseaux postaux est essentielle à une exploitation efficace des services postaux internationaux. L'UPU joue un rôle prépondérant dans la normalisation et la création de solutions techniques pour les échanges de données informatiques, de paquets et d'autres informations.

## #3 AMÉLIORER LA QUALITÉ DE SERVICE

Sans la qualité de service, il est impossible de développer les marchés et gagner la confiance des clients. L'UPU a mis en place toute une série de systèmes de solutions et d'initiatives de diffusion d'informations pour aider les postes à améliorer leur qualité de service.

## #4 PROMOUVOIR LE DÉVELOPPEMENT SOCIOÉCONOMIQUE

Le réseau postal est un moteur de l'économie nationale facilitant chaque jour des millions de transactions physiques, électroniques et financières. L'UPU assiste ses Pays-membres dans la mise en place du développement de services financiers inclusifs et durables.

## #5 FACILITER LE COMMERCE

À l'ère de la mondialisation et de la croissance du commerce électronique, les postes sont des partenaires idéaux pour faciliter le commerce, notamment aux microentreprises et petites et moyennes entreprises (MPME). L'UPU fournit un cadre juridique réglementaire et technique pour appuyer le développement des MPME par le biais de l'infrastructure postale.

## #6 AMÉLIORER L'ACCÈS AUX SERVICES POSTAUX

La notion de service postal universel est fondamentale pour l'UPU. Le droit aux services postaux de base de qualité couvrant l'ensemble du territoire national et accessibles à un prix abordable est plus important que jamais. Par ses ateliers et missions d'experts, l'UPU aide les pays à définir leur service postal universel et à introduire un cadre réglementaire dans le secteur.

## #7 ŒUVRER POUR RÉFORMER LE SECTEUR

La réforme du secteur postal demeure une priorité majeure pour la coopération au développement pour la période. L'UPU œuvre dans de nombreux domaines pour offrir aux pays une assistance structurée dans la réforme : relever le profil de la réforme postale parmi les institutions financières internationales, faciliter l'échange de bonnes pratiques et élaborer des guides pour le suivi, le soutien et l'évaluation de la réforme.

## #8 DÉVELOPPER LES MARCHÉS

Le marché postal évolue rapidement en s'adaptant à l'ouverture à la concurrence et aux avancées technologiques. L'UPU analyse ces changements et publie des études économiques et autres pour assurer que les Pays-membres et les principaux acteurs du secteur aient une vision claire des tendances régionales et mondiales et identifient les facteurs qui favorisent ou entravent le développement des services postaux.

## #9 SOUTENIR LE DÉVELOPPEMENT DURABLE

Profondément insérés dans le tissu socioéconomique de leur pays, les services postaux jouent leur rôle dans le développement durable au bénéfice tant du secteur que de la planète. L'UPU appuie les opérateurs postaux dans les efforts qu'ils déploient pour intégrer le développement durable dans leurs activités.

## #10 COORDONNER AVEC LES PARTENAIRES INTERNATIONAUX

Organisation intergouvernementale et institution spécialisée des Nations Unies, l'UPU est le seul organisme représentant le secteur postal dans son ensemble et négociant en son nom. Elle répond à bon nombre de problèmes mondiaux, en coopération avec d'autres institutions spécialisées.



## 6 AVANT-PROPOS Choisir la bonne voie

## 7 NOTE DE LA RÉDACTION Dynamique du numérique

## 8 EN BREF Les premiers services de l'UPU rendus accessibles aux acteurs du secteur postal élargi

### Qui fait quoi à l'UPU

Montserrat Weinig,  
Réceptionniste, téléphoniste

**L'UPU va tenir un troisième  
Congrès extraordinaire**

## 23 Mécanisme d'assistance technique pour l'inclusion financière (FITAF)

## 32 TOUR D'HORIZON An Post offre aux SDF une adresse bien à eux

**Le café de la poste turque  
marie nouveau look et  
hospitalité traditionnelle  
dans les bureaux de poste**

## 39 ÉVÉNEMENTS IMPORTANTES

## 40 FLASH INFO



### EN BREF

## L'UPU lance les célébrations de son 145<sup>e</sup> anniversaire

Le 9 octobre 1874, 22 pays signaient le Traité de Berne, visant à créer un organe intergouvernemental engagé dans le développement d'un territoire postal unique pour servir le monde entier: ainsi naquit l'Union postale universelle. En 2019, forte de 192 Pays-membres, l'organisation célèbre cent quarante-cinq années passées à apporter le développement au secteur postal.

14

### SOLUTION SOUS LES PROJECTEURS

## Instaurer la confiance avec PosTransfer

Reconnaissant le rôle des opérateurs postaux dans la promotion de l'inclusion financière et la réduction de la pauvreté, l'UPU a lancé en 2015 la marque PosTransfer pour les services postaux de paiement comme moyen d'instaurer la confiance, notamment chez les travailleurs migrants à la recherche de services de transfert d'argent fiables et abordables pour envoyer de l'argent à leur famille. PosTransfer vise également à rendre le profil des opérateurs postaux plus attractif sur le marché concurrentiel des transferts d'argent électroniques.



### ENTRETIEN

## Encourager les postes à sortir de leur zone de confort

À la suite du forum de l'UPU sur les services financiers postaux, intitulé «Adapter les services financiers postaux à l'économie numérique», UNION POSTALE a rencontré Moses Ma, conférencier principal au forum et partenaire associé, Directeur de FutureLab Consulting, pour savoir comment la poste pourrait faire un bond technologique et obtenir des effets favorables non seulement sur les activités postales, mais aussi sur la société entière.



# À la conquête de la fracture numérique

Des milliards d'habitants à l'échelle planétaire n'ayant toujours pas accès à Internet ou à d'autres technologies de l'information et de la communication (TIC) essentielles, gouvernements, organisations internationales et sociétés privées s'efforcent de répondre à l'une des questions clés de notre monde moderne: comment éliminer la fracture numérique? L'UPU travaille pour encourager les postes à donner la priorité à la transformation numérique pour faire partie de la réponse.



## 29

### RUBRIQUES

## Un changement indispensable

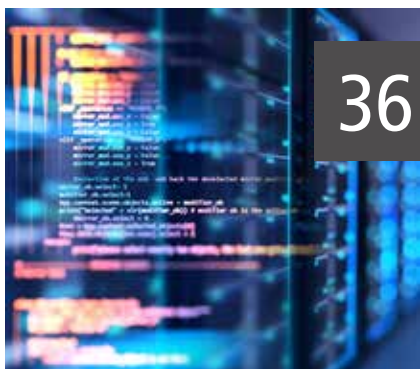
Fort de plus de trente années d'expérience dans le secteur postal international, Derek Osborn est coach en affaires à Whatnext4u. Son rôle consiste à faciliter les événements liés au secteur postal et à transmettre ses connaissances du secteur lors de cours magistraux. En qualité de consultant pour l'UPU, M. Osborn conseille également sur la manière d'apporter des idées nouvelles et des innovations lors du Forum mondial des entreprises postales à l'occasion de Parcel+Post Expo.

## 30

### RUBRIQUES

## Le nouveau visage de la philatélie

Grâce aux innovations et à la dématérialisation, de nouvelles possibilités s'offrent aux programmes philatéliques des postes sur un marché désormais évalué à plusieurs milliards de dollars des États-Unis.



## 36

### DONNÉES DE MASSE

## Données de masse de l'UPU – Fonctionnement et orientation

Chaque année, des milliards de lettres et de colis parcourent la planète. Pour ce faire, les postes échangent des données électroniques sur absolument tout (localisation, coût d'expédition, etc.). L'UPU trouve de nouveaux moyens d'exploiter cette mine d'informations.

## UNION POSTALE

UNION POSTALE est la revue 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 distribué 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 précieuse source d'information.

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 déclarations de ces derniers. Les opinions exprimées dans les articles ne sont pas nécessairement celles de l'UPU.

Il est explicitement interdit de reproduire tout contenu du magazine UNION POSTALE (notamment les textes, images ou illustrations) sans autorisation préalable.

## Été 2019

Saison du pays de publication.

### RÉDACTRICE EN CHEF:

Kayla Redstone (KR)

AUTEURS: David Dadge (DD),  
Olena Muravyova (OM),

### GRAPHISME:

Sonja Denovski

### SOUSCRIPTIONS:

publications@upu.int

### PUBLICITÉ:

kayla.redstone@upu.int

### CONTACT:

UNION POSTALE  
Bureau international  
Union postale universelle  
Case postale 312  
3000 BERNE 15  
SUISSE

TÉLÉPHONE: +41 31 350 31 11

### ADRESSE ÉLECTRONIQUE:

kayla.redstone@upu.int

### SITE WEB:

[news.upu.int/magazine](https://news.upu.int/magazine)





# Choisir la bonne voie

et d'optimiser ce système à chaque Congrès. Lors du Congrès d'Istanbul 2016, je pensais que nous avions enfin trouvé une solution satisfaisante pour tous. Ce n'était pas le cas. Malheureusement, les nouveaux taux ne sont pas intervenus suffisamment tôt pour convaincre les États-Unis d'Amérique de changer leur position.

Lors du troisième Congrès extraordinaire, qui s'ouvrira le 24 septembre à Genève, nous allons tenter de régler ce problème pour pouvoir nous concentrer sur les nombreux autres défis auxquels nous devons faire face. En tant que Directeur général du Bureau international, il ne m'appartient pas d'influer sur ce processus ni sur les réflexions menées par les Pays-membres. Ces questions relèvent de la souveraineté des Pays-membres, et nous avons toujours respecté leur droit de poursuivre leurs propres objectifs. Toutefois, j'estime aussi qu'il m'incombe, de par ma fonction, de mettre en évidence les menaces existentielles qui pèsent sur l'Union ainsi que la nécessité de prendre des mesures correctives adéquates.

Résoudre la question des taux de rémunération, en espérant pouvoir compter sur la participation continue des États-Unis d'Amérique, constitue un pas dans la bonne direction. Ce point est fondamental, car une coopération et un partenariat étroits sont essentiels pour surmonter les nombreuses difficultés auxquelles le secteur doit faire face. Atteindre le seuil de rentabilité est l'objectif de tout opérateur postal. Certains opérateurs postaux ont réussi à atteindre ce but, alors que d'autres n'y sont pas parvenus.

Il me semble que l'UPU fait figure d'exception dans la lutte pour la transformation et le renouveau du secteur, œuvrant sans relâche en faveur de la numérisation, du commerce électronique et des services financiers.

Il me semble que l'UPU fait figure d'exception dans la lutte pour la transformation et le renouveau du secteur, œuvrant sans relâche en faveur de la numérisation, du commerce électronique et des services financiers. Sans la contribution du secteur dans son ensemble, la rentabilité est un objectif d'autant plus difficile à atteindre. La solution est à portée de main, encore faut-il la mettre en œuvre. L'UPU réalise des avancées au niveau mondial, mais il reste beaucoup à faire.

Par ailleurs, l'UPU œuvre à la concrétisation d'un principe fondamental: **un monde, un réseau postal** – un réseau unifié capable d'intégrer les dernières technologies et d'améliorer nos services au profit des clients. Dans cette optique, nous étudions le lancement d'une nouvelle vision postale dans toutes les régions – une nouvelle démarche visant à bien préparer l'UPU pour le XXI<sup>e</sup> siècle. Cette approche comprend quatre grands axes: encourager les gouvernements à réduire les écarts en matière de développement postal, harmoniser les réglementations, améliorer les résultats opérationnels et favoriser une meilleure intégration du secteur privé et des institutions publiques au sein du secteur postal international.

On peut espérer que ces mesures constitueront le fondement de la Stratégie postale d'Abidjan, et je reste fermement convaincu qu'elles peuvent faire progresser les travaux de l'UPU ainsi que le secteur dans son ensemble. Mais il faut avant tout que le secteur postal international ait le courage de choisir la bonne voie.

On se souviendra que, dans l'histoire de Lewis Carroll, Alice dit au Chat du Cheshire qu'elle veut aller «quelque part». En ma qualité de Directeur général du Bureau international de l'UPU, je dirais respectueusement que le secteur postal ne peut pas se permettre de prendre n'importe quel chemin; il doit choisir le bon.

**Bishar A. Hussein**, Directeur général du Bureau international de l'Union postale universelle

Lorsqu'Alice rencontre le Chat du Cheshire à un croisement, dans *Alice au pays des merveilles*, elle déclare que le chemin qu'elle prend n'a pas grande importance. «Alors il est inutile de vous tourmenter. Un chemin vaut l'autre», lui répond le Chat. Si l'absence d'orientation peut être acceptable pour un personnage de fiction, les périodes d'incertitude ne sont pas une base solide pour une institution spécialisée des Nations Unies qui dirige le secteur postal international depuis cent quarante-cinq ans.

Tout comme Alice, l'Union postale universelle (UPU) se trouve actuellement à la croisée des chemins, dans l'attente d'une décision qui pourrait avoir un impact majeur sur sa future orientation. Depuis que le Gouvernement des États-Unis d'Amérique a annoncé son intention de se retirer de l'Union (une première dans la longue histoire de l'UPU), l'équipe de direction du Bureau international et moi-même avons tout mis en œuvre pour que les Pays-membres puissent s'exprimer et parvenir à un consensus sur la question.

Nous savons depuis longtemps que le système de rémunération n'est pas adapté aux objectifs visés, mais aussi qu'il s'agit d'une question complexe qui ne se résout pas du jour au lendemain. C'est pourquoi, depuis la création du système de rémunération lors du Congrès de Tokyo 1969, nous nous efforçons d'améliorer



## NOTE DE LA RÉDACTION

# DYNAMIQUE DU NUMÉRIQUE

Les lecteurs noteront sans doute un fil conducteur dans ce numéro.

Notre article de couverture donne le ton en décrivant le rôle que la poste peut jouer dans la réduction de la fracture numérique et en présentant des études de cas d'opérateurs postaux qui montrent déjà la voie dans ce domaine. Dans un entretien avec Moses Ma, consultant en innovation, celui-ci prodigue des encouragements et des conseils pour accélérer le rythme de l'innovation.

Des articles sur les activités de l'UPU dans le domaine des données de masse, les effets d'Internet sur le marché philatélique ainsi que la mise en lumière de la solution PosTransfer de l'UPU pour les services postaux de paiement servent à illustrer l'importance accordée à l'innovation.

Enfin, les lecteurs auront un aperçu des sujets qui devraient être débattus pendant le Forum mondial des entreprises postales organisé par l'UPU en septembre prochain, lors duquel l'accent sera mis sur l'importance de la transition numérique pour l'avenir de la poste.

Dans ce numéro, on retrouvera aussi l'enquête annuelle auprès des lecteurs, délaissée depuis trop longtemps. Nous aimerions savoir ce qui vous plaît dans notre revue, mais aussi ce qui, selon vous, pourrait être amélioré. Nous attendons avec intérêt vos commentaires pour pouvoir continuer à produire une publication intéressante et utile pour nos lecteurs.

**Bonne lecture!**

**Kayla Redstone**, rédactrice en chef





# Les premiers services de l'UPU rendus accessibles aux acteurs du secteur postal élargi

TEXTE: Kayla Redstone

À l'occasion des sessions du Conseil d'exploitation postale (CEP) et du Conseil d'administration (CA) d'avril 2019, les Pays-membres de l'UPU ont fait un pas vers l'octroi aux acteurs du secteur postal élargi de l'accès aux produits et services de l'Union.

Durant ces sessions, ils ont soutenu une proposition autorisant les partenaires prioritaires tels que les douanes et les compagnies aériennes à accéder aux services informatiques de l'organisation ayant trait à la chaîne logistique. Cette démarche contribuera à améliorer le dédouanement, le transport et la sécurité sur l'ensemble du réseau postal. Jusqu'à présent, ces services étaient fournis uniquement aux opérateurs postaux des Pays-membres de l'UPU. Elle permettra également à l'UPU de développer une plate-forme centralisée sur laquelle les acteurs de la chaîne logistique pourront accéder à ce dont ils ont besoin, quand ils en ont besoin.

La proposition comprenait plusieurs principes d'orientation et conditions opérationnelles pour l'octroi de l'accès. Par exemple, il faut contribuer à la mission de l'UPU en simplifiant l'interconnexion des opérateurs postaux avec les acteurs du secteur postal élargi jouant un rôle essentiel sur la chaîne logistique postale, tels que les compagnies aériennes, les douanes, les agents de traitement au sol et des entreprises de transport.

Cette mesure est le fruit de deux années d'étude et représente la première étape de la mise en application du mandat donné par le Congrès d'Istanbul 2016.

En élaborant une politique d'accès pour les acteurs du secteur postal élargi, l'UPU espère améliorer la coopération et l'interaction entre les partenaires pour veiller à ce que le secteur postal suive le rythme de l'évolution des besoins de la clientèle.

Depuis 2016, les commissions du CEP et du CA travaillent à la mise au point d'une politique pour atteindre cet objectif basée sur des principes généraux importants tels que l'équité, la qualité, la transparence, l'ouverture et la protection des données, tout en maintenant l'intégrité et l'indépendance de l'UPU, en définissant les rôles et les besoins justifiés d'accès des différents acteurs et en développant les conditions juridiques, financières et opérationnelles de l'accès.

Les conseils continueront d'examiner la possibilité d'ouvrir aux acteurs du secteur postal élargi l'accès à d'autres produits et services de l'UPU, tels que les services postaux de paiement, la plate-forme de formation et la solution en ligne d'analyse et de production de bilans sur les émissions de carbone (OSCAR). Cela pourrait inclure l'octroi de l'accès à des entités telles que des organisations de clients, des fournisseurs postaux et des opérateurs non désignés participant aux activités de l'UPU et ayant un lien avec les services postaux internationaux. **KR**



# L'UPU lance les célébrations de son 145<sup>e</sup> anniversaire

Le 9 octobre 1874, 22 pays signaient le Traité de Berne visant à créer un organe intergouvernemental engagé dans le développement d'un territoire postal unique pour servir le monde entier: ainsi naquit l'Union postale universelle. En 2019, forte de 192 Pays-membres, l'organisation célèbre cent quarante-cinq années passées à apporter le développement au secteur postal.

TEXTE: Kayla Redstone

Bien que l'anniversaire officiel de l'organisation – connu sous le nom de Journée mondiale de la poste – soit célébré le 9 octobre, l'UPU a déjà lancé une série d'activités pour célébrer son 145<sup>e</sup> anniversaire en tant que facteur du multilatéralisme pour la coopération postale internationale.

Dans son discours officiel de célébration de l'anniversaire, Bishar A. Hussein, Directeur général du Bureau international de l'UPU, a décrit l'organisation comme étant synonyme d'innovation et de créativité pour le secteur postal.

Il a noté que les activités et les programmes de l'UPU visaient à aider aussi bien les pays industrialisés que ceux en développement à se transformer en suivant le rythme effréné de l'innovation technologique.

«Dans ce contexte, le thème que nous avons choisi pour notre 145<sup>e</sup> anniversaire et qui illustre le mieux notre engagement envers nos Pays-membres et leurs opérateurs postaux est <apporter le développement>», a ajouté Bishar A. Hussein.

«Cette expression reflète nos efforts incessants pour trouver des moyens innovants de valoriser le secteur postal international.»





## Portée

Reconnaissant son rôle en tant qu'institution spécialisée des Nations Unies, l'UPU a lancé ses célébrations le 1<sup>er</sup> mai dernier en inaugurant une fresque à son siège à Berne en l'honneur des 17 objectifs du Programme de développement durable à l'horizon 2030 des Nations Unies.

À l'ouverture de la cérémonie, à laquelle a participé le personnel du Bureau international, Pascal Clivaz, Vice-Directeur général de l'UPU, a souligné l'engagement de l'UPU dans la réalisation des objectifs de développement durable.

«Chaque jour, le réseau postal soutient les entreprises et les consommateurs, répond aux besoins en matière d'infrastructure et de développement dans les zones rurales, et permet aux travailleurs sanitaires d'apporter de l'aide aux personnes handicapées. Toutes ces activités contribuent à réaliser le Programme à l'horizon 2030», a-t-il déclaré.

L'UPU a rejoint la famille des Nations Unies en 1948.

Plus tard en mai, des membres du corps diplomatique suisse et du Gouvernement local, des dirigeants d'organisations intergouvernementales ainsi que des membres du personnel de l'UPU se sont rassemblés à l'occasion de la cérémonie de plantation d'un tilleul dans le jardin de l'UPU. Le tilleul a été choisi car son écorce était traditionnellement employée comme support pour écrire des lettres.

«Un tel arbre illustre parfaitement les cent quarante-cinq années d'histoire de l'UPU ainsi que l'importance que nous accordons à la communication et au renforcement de la coopération au niveau mondial», a ajouté le Vice-Directeur général de l'UPU.

Durant la cérémonie, le musicien Felix Peijnenborgh, de la Haute école des arts de Berne, a offert aux invités une interprétation au cor postal, un instrument qui était traditionnellement employé par les postes du monde entier pour annoncer l'arrivée et le départ d'une malle-poste.

Pour celles et ceux qui sont inscrits sur les réseaux sociaux, l'UPU a lancé une campagne de cent quarante-cinq jours devant se conclure lors de la Journée mondiale de la poste. Chaque jour de la campagne est l'occasion d'apprendre un fait marquant de chacune de ces cent quarante-cinq années d'existence de l'organisation. Vous pouvez suivre cette campagne sur Twitter, Facebook et LinkedIn via le hashtag #UPU145. **KR**



Les directeurs du Bureau international posent devant le nouveau mur dédié aux Objectifs de développement durable

«Chaque jour, le réseau postal soutient les entreprises et les consommateurs, répond aux besoins en matière d'infrastructure et de développement dans les zones rurales, et permet aux travailleurs sanitaires d'apporter de l'aide aux personnes handicapées. Toutes ces activités contribuent à réaliser le Programme à l'horizon 2030»



Felix Peijnenborgh a séduit le public avec son cor postal.

**#UPU145**





Nom

**Montserrat Weinig**

Direction

**Logistique**

Fonction

**Réceptionniste,  
téléphoniste**

Nationalité

**Suisse, avec des racines  
espagnoles et françaises**

Montserrat Weinig a commencé à travailler à l'UPU il y a quinze ans. Elle avait fait ses débuts professionnels à 18 ans en qualité de téléphoniste à La Poste Suisse pour passer ensuite douze ans comme réceptionniste à la Radio suisse internationale (RSI). Durant le temps passé à la RSI, M<sup>me</sup> Weinig a beaucoup aimé travailler avec des gens provenant de différents pays. Elle a donc étudié le tourisme et travaillé pour une agence locale de tourisme. La tâche d'élever seule deux enfants a toutefois été un grand défi qui l'a obligée à chercher un emploi plus stable. Ainsi, elle s'est chargée de tâches de gestion au sein du service d'ambulance d'un hôpital suisse à Berthoud.

«Durant toute ma carrière, j'ai travaillé avec des gens. J'ai beaucoup appris grâce à leurs différentes histoires pendant mon temps à l'hôpital.» M<sup>me</sup> Weinig a été très contente de rentrer à Berne quand elle a trouvé un emploi au Bureau international de l'UPU, où elle travaille dans le contexte international qu'elle aime tant.

«Chaque jour, je viens au travail avec plaisir. Je l'adore: ce n'est jamais de la routine.» Et d'ajouter que les gens qu'elle rencontre au Bureau international ont des mentalités et des modes de vie différents, ce qui l'inspire et lui permet de garder son ouverture d'esprit. «J'aimerais qu'ils se sentent comme chez eux, qu'ils ne se sentent pas étrangers.» Elle considère que les hôtes du Bureau international sont très importants et les accueille avec hospitalité. «Je ne fais jamais un faux sourire», dit-elle avec sincérité.

M<sup>me</sup> Weinig adore communiquer avec les gens, et sa maîtrise de nombreuses langues est à cet égard un atout. Hormis le catalan, qu'elle considère comme sa langue maternelle, elle parle espagnol, anglais, allemand, français, italien et portugais. Elle pense que les gens

se sentent plus détendus et mieux compris s'ils entendent leur langue.

Le rôle de «gardienne» de l'UPU est certainement un défi. Il y a trois réceptionnistes au Bureau international mais, normalement, une seule personne est présente à la fois. «Cela veut dire qu'il faut traiter soi-même des problèmes très variés.» On doit par exemple remplir des fonctions de sûreté et avoir un sixième sens pour la sécurité.

«Il faut toujours être très diplomate, poli et professionnel», affirme M<sup>me</sup> Weinig. Vu le grand nombre de clients qui passent tous les jours par les portes du Bureau international, rendre tout le monde heureux est un vrai défi. «Je ne dis jamais: «Je ne sais pas», car ce n'est pas professionnel. Je dis plutôt: «laissez-moi demander», et je fais le nécessaire pour répondre aux attentes des gens», explique M<sup>me</sup> Weinig. Il en va de même pour ses collègues au Bureau international.

Quand elle travaillait à la RSI, elle a suivi une formation de psychologue et appris à gérer le stress. «Souvent, je ne sais pas ce qui m'attend au travail, mais je suis toujours mentalement prête à toute éventualité», affirme-t-elle.

«C'est comme si vous étiez sur une scène et deviez projeter la confiance et la positivité indépendamment de ce que vous ressentez parce que les gens qui arrivent ont différentes émotions. Vous voyez plus que ce qu'ils vous disent.» Et d'ajouter que la réceptionniste est souvent la première personne avec qui les gens interagissent, le matin et ce premier contact doit être positif. «D'une certaine manière, c'est comme si l'on était psychologue», explique-t-elle.

M<sup>me</sup> Weinig est très reconnaissante de travailler pour l'UPU. «C'est une porte ouverte sur le monde entier. J'ai beaucoup appris ici et je pense que je suis à la bonne place. Je me sens très heureuse.»

M<sup>me</sup> Weinig prévoit de prendre sa retraite dans quelques années et de poursuivre sa passion artistique. L'aquarelle, la poterie, le design intérieur fait main, les voyages et l'étude de langues étrangères ne sont que quelques-uns des projets sur sa liste. Environnementaliste engagée, elle veut se concentrer davantage sur la mode recyclée. Elle aimerait aussi se consacrer au volontariat et aider les gens en Amérique du Sud et en Afrique.

«Il y a beaucoup de gens remarquables, comme Mahatma Gandhi, qui m'inspirent, mais il y a aussi beaucoup de gens ordinaires que j'admire pour leur gentillesse. Je pense qu'ils comprennent la vie. Ma plus grande inspiration a toujours été ma grand-mère. Elle m'a appris l'humilité. J'aimerais suivre son exemple et contribuer modestement à rendre ce monde plus heureux.» **OM**



# L'UPU va tenir un troisième Congrès extraordinaire .....

Les Pays-membres de l'UPU ont décidé par vote postal de convoquer en septembre à Genève un troisième Congrès extraordinaire pour débattre des révisions à apporter au système international de rémunération postale.

**TEXTE:** Kayla Redstone

«Cette décision souligne l'importance que les Pays-membres accordent au fait de garder l'UPU intacte et réactive pour répondre aux besoins de tous. Je suis persuadé que, comme toujours, l'UPU sera guidée par l'esprit de dialogue et de coopération pour trouver les solutions nécessaires à Genève», a déclaré Bishar A. Hussein, Directeur général du Bureau international de l'UPU, au sujet de l'annonce du Congrès extraordinaire.

En avril, le Conseil d'administration (CA) de l'UPU a recommandé que les pays tiennent un Congrès extraordinaire pour faciliter la discussion et accélérer les changements possibles du système de rémunération de la distribution des lettres et des petits paquets, aussi connu sous le nom de «système de frais terminaux». C'était la réponse aux inquiétudes au sujet de la couverture des coûts et des distorsions du marché exprimées par plusieurs pays, notamment par les États-Unis d'Amérique, qui ont cité la rémunération des petits paquets comme motif principal de leur intention de quitter l'UPU en octobre 2019.

## Trois options

Le Congrès extraordinaire examinera trois options concernant l'avenir du système de frais terminaux, soumises par proposition conjointe du CA et du Conseil d'exploitation postale (CEP).

Le système actuel est entré en vigueur en janvier 2018, après la modification adoptée par le Congrès d'Istanbul 2016. Il applique une méthode fondée sur les indices de développement postal afin de faire passer tous les pays dans un système unique à mesure que la qualité des réseaux postaux s'améliore.

**L'option A** prévoit de maintenir la méthode et les paramètres actuels décidés à Istanbul, mais d'accélérer la mise en œuvre en avançant l'augmentation des frais terminaux des lettres de format encombrant et des petits paquets à 2020 au lieu de 2021 et de faire passer tous les pays dans le même groupe en ce qui concerne l'application du système de frais terminaux.

**L'option B** permettrait à tous les pays d'autodéclarer leurs taux à titre facultatif à partir de 2020. Des taux plafonds propres au pays éviteraient des frais terminaux trop élevés.

**L'option C**, dite «proposition de convergence», prévoit aussi d'introduire l'autodéclaration des frais terminaux, mais de procéder par étapes, à commencer par une application facultative dès 2021. Elle combine des caractéristiques importantes des options A et B. Dans un premier temps, elle prévoit d'avancer l'augmentation des taux pour les lettres de format encombrant et les petits paquets à 2020 au lieu de 2021;

en outre, cette augmentation serait plus importante que dans l'option A. Tous les pays passeraient également en 2020 dans le même groupe en ce qui concerne l'application du système de frais terminaux. Dans un second temps, l'option C prévoit d'introduire l'autodéclaration des taux comme l'option B, mais de l'assortir d'une protection supplémentaire fondée sur l'augmentation maximale du revenu durant la période de 2021 à 2025 afin d'éviter les hausses des prix et de garantir la prévisibilité des activités aux pays expéditeurs.

Le troisième Congrès extraordinaire se tiendra les 24 et 25 septembre prochains au Centre international de conférences de Genève. Le Congrès extraordinaire sera invité à voter sur la possibilité de prolonger la réunion au 26 septembre pour permettre aux Pays-membres d'approuver et de signer tout Protocole additionnel nécessaire à la Convention postale universelle. Le CEP se réunira en session extraordinaire dans l'après-midi du 26 septembre pour examiner et approuver les modifications requises des normes de l'UPU découlant des décisions du Congrès extraordinaire.

Pour de plus amples renseignements et mises à jour au sujet du troisième Congrès extraordinaire, veuillez visiter [www.upu.int/fr/lupu/congres](http://www.upu.int/fr/lupu/congres). **KR**

## Que sont les frais terminaux?

Le système de frais terminaux a été établi par le Congrès de Tokyo 1969 pour rémunérer les pays de destination au titre des frais de traitement, de transport et de distribution des envois de la poste aux lettres au-delà des frontières. La méthode de calcul fait généralement l'objet d'une révision et d'une amélioration lors de chaque Congrès postal universel quadriennal.

**17 octobre 2018**

Le Directeur général de l'UPU reçoit la lettre du Gouvernement des États-Unis d'Amérique informant l'UPU de son intention de se retirer des traités de l'organisation avec effet une année après la date de réception.

**25 octobre 2018**

Le CA décide du programme de travail visant à accélérer les discussions sur le système de rémunération au sein du CEP et du CA et convient de présenter des propositions à la session du CA d'avril 2019.

**11 décembre 2018**

L'UPU ouvre une consultation publique sur son système de rémunération et lance l'appel de contributions sur le sujet en vue de la publication phare à paraître en 2019.

**22 février 2019**

Le Groupe «Intégration des systèmes de rémunération» du CEP et l'équipe d'experts du CA sur la rémunération se réunissent à Berne pour débattre des propositions concernant le système de rémunération et proposer des options en vue de la décision sur ces propositions avant le prochain Congrès.

**9 avril 2019**

L'UPU tient une Conférence sur la régulation postale sur le thème «Systèmes de rémunération de l'UPU – De nouvelles frontières pour l'ancien monde?». La publication des travaux de la conférence est prévue.

**10 avril 2019**

Le CA choisit trois options pour l'avenir des systèmes de rémunération de l'UPU et invite les Pays-membres à se prononcer par vote postal sur la question de savoir s'ils souhaitent trancher sur ces options par vote postal ou lors d'un Congrès extraordinaire.

**7 juin 2019**

L'UPU reçoit le nombre requis de bulletins de vote valables pour annoncer la décision des Pays-membres de tenir un Congrès extraordinaire.



# Instaurer la confiance avec PosTransfer

Reconnaissant le rôle des opérateurs postaux dans la promotion de l'inclusion financière et la réduction de la pauvreté, l'UPU a lancé, en 2015, la marque PosTransfer pour les services postaux de paiement comme moyen d'instaurer la confiance, notamment chez les travailleurs migrants à la recherche de services de transfert d'argent fiables et abordables pour envoyer de l'argent à leur famille. PosTransfer vise également à rendre le profil des opérateurs postaux plus attractif sur le marché concurrentiel des transferts d'argent électroniques.

**TEXTE:** programme «Services financiers et inclusion financière» de l'UPU

Reconnaissant le rôle des opérateurs postaux dans la promotion de l'inclusion financière et la réduction de la pauvreté, l'UPU a lancé, en 2015, la marque PosTransfer pour les services postaux de paiement comme moyen d'instaurer la confiance, notamment chez les travailleurs migrants à la recherche de services de transfert d'argent fiables et abordables pour envoyer de l'argent à leur famille. PosTransfer vise également à rendre le profil des opérateurs postaux plus attractif sur le marché concurrentiel des transferts d'argent électroniques.

Cette marque postale redynamisée est aujourd'hui déposée dans plus de 110 pays. Elle repose sur une technologie en temps réel et des normes de haute qualité grâce à une plate-forme d'interconnexion reliant les opérateurs postaux à International Financial System de l'UPU, un logiciel conçu pour l'échange en temps réel des mandats postaux électroniques internationaux.

Une fois déployée par l'opérateur, la technologie utilisée par la marque PosTransfer lui permet de fournir un service de transfert d'argent très novateur à toute sa clientèle sur la base d'un dispositif de tarification avantageux. De plus, son

adoption facilite les accords multilatéraux avec d'autres opérateurs utilisant la marque, accélérant ainsi l'extension de sa couverture géographique.

L'adoption de PosTransfer signifie que les postes doivent se conformer à des normes approuvées de qualité de service et transmettre les mandats dans un délai garanti – un facteur attrayant pour les clients qui veulent savoir que leur argent arrive lorsque leur famille en a besoin.

Le recours à PosTransfer permet également aux opérateurs d'accéder à des supports de campagne publicitaire convaincants pour attirer les clients vers ce service. Récemment, l'UPU a finalisé une série de supports promotionnels comprenant des slogans, des dépliants, des affiches, des présentoirs roulants, du matériel publicitaire, un logo animé PosTransfer et des publicités en ligne.

Neuf pays (Arménie, Bélarus, Cambodge, République de Côte d'Ivoire, Djibouti, France, République islamique d'Iran, Madagascar et Maroc) sont actuellement dans la phase finale d'adoption de la marque PosTransfer pour leurs opérations, sur la base d'une approche régionale. Le réseau a maintenant établi une couverture à travers la Communauté des États indépendants et

l'Europe de l'Est, l'Afrique et le Moyen-Orient, et il continue à se développer.

Si vous souhaitez en savoir plus sur PosTransfer, veuillez contacter Sergey Dukelskiy, coordonnateur des services financiers et de l'inclusion financière ([sergey.dukelskiy@upu.int](mailto:sergey.dukelskiy@upu.int)).

Cette marque postale redynamisée est aujourd'hui déposée dans plus de 110 pays. Elle repose sur une technologie en temps réel et des normes de haute qualité grâce à une plate-forme d'interconnexion qui relie les opérateurs postaux à International Financial System de l'UPU, un logiciel conçu pour l'échange en temps réel des mandats postaux électroniques internationaux.



## Témoignage: Haik Avagyan, Président-Directeur général de HayPost

**L'Arménie a été l'un des premiers pays à s'engager dans l'initiative PosTransfer. Qu'est-ce qui vous a motivé à adopter le nouveau service si rapidement?**

HayPost CJSC, l'opérateur postal national de l'Arménie, est toujours ouvert aux nouvelles opportunités et aux nouveaux défis. Nous avons apprécié l'initiative de lancer un nouveau service de transfert d'argent modernisé parmi les opérateurs postaux sous la marque commune PosTransfer, compte tenu de la forte demande de nos clients pour un tel dispositif. Nous avons des clients fidèles aux transferts d'argent postaux et, bien qu'il y ait de nombreux concurrents dont les frais sont moins élevés, ils préfèrent envoyer et recevoir des transferts d'argent dans les bureaux de poste. Nous sommes sûrs que la demande sera plus forte si nous proposons un service de transfert d'argent plus rapide, plus sûr et plus abordable. Selon HayPost, PosTransfer représente une nouvelle ère pour le secteur des transferts d'argent – c'est la raison pour laquelle nous n'avons pas hésité à adopter ce service.

**Comment pensez-vous que la marque PosTransfer aidera à instaurer la confiance chez vos clients?**

Comme nous l'avons déjà mentionné, nous avons une clientèle fidèle aux services postaux.

HayPost assure sa présence avec 886 bureaux de poste travaillant six jours par semaine sur tout le territoire arménien, dont 752 bureaux de poste disposant d'une connexion à Internet et les autres fonctionnant hors ligne. De plus, HayPost améliore activement son infrastructure, et de nombreux autres bureaux feront partie de la plate-forme en ligne conformément à nos plans de développement.

Notre vaste réseau nous permet d'atteindre nos clients depuis les zones urbaines jusqu'aux territoires ruraux les plus reculés, garantissant ainsi un accès maximal à tous nos services. Environ 36% de nos habitants vivent dans les zones rurales, et ce sont eux qui sont les principaux bénéficiaires des flux de trésorerie envoyés de l'étranger vers l'Arménie.

Ces statistiques garantissent l'existence d'une demande et l'acceptation du produit. Sur cette base, nous affirmons notre volonté et notre capacité à mettre en place PosTransfer afin de continuer à renforcer notre relation de confiance avec nos clients.

**Comment l'utilisation de PosTransfer permettra-t-elle de coopérer avec d'autres postes du monde entier?**

PosTransfer envisage la collecte et le paiement des transferts d'argent par le biais des réseaux des opérateurs postaux, à l'aide des systèmes de télécommunication les plus modernes. L'argent pourra être disponible pour le destinataire en ligne, conformément aux normes opérationnelles et technologiques communes élaborées par l'UPU. Les postes coopéreront entre elles pour élaborer des normes uniques et aideront à organiser l'ensemble du processus d'envoi et de réception des transferts d'argent. Les postes lanceront aussi des initiatives et des campagnes de marketing pour attirer des clients et promouvoir PosTransfer.

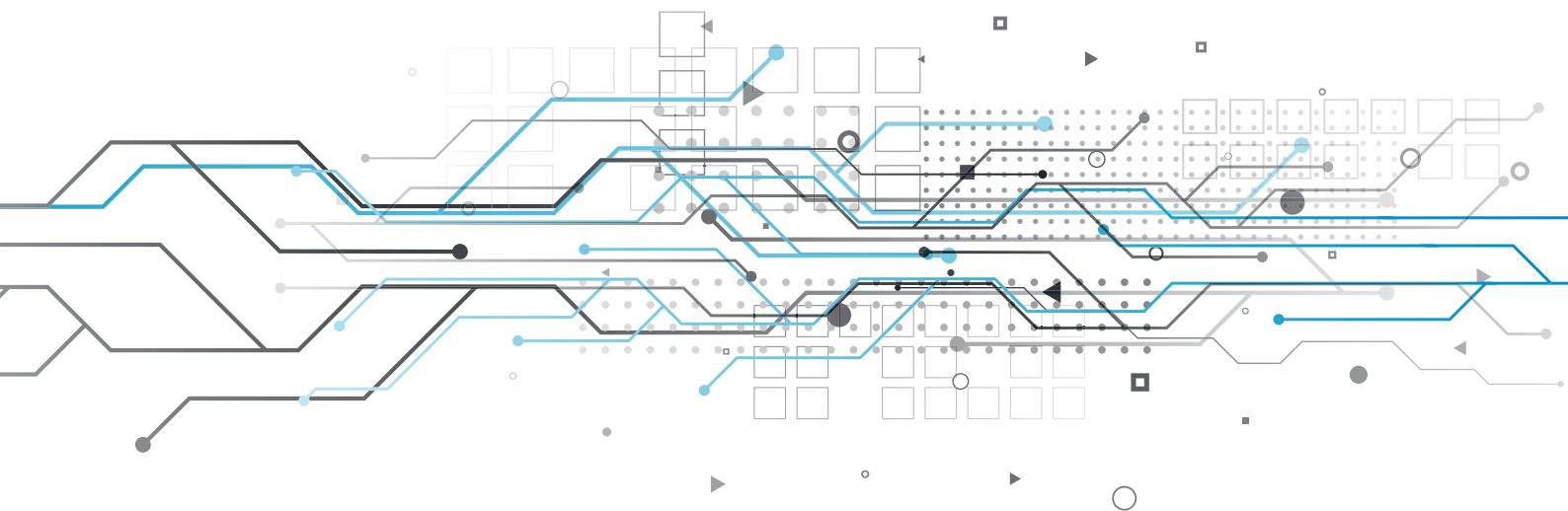
**Que diriez-vous pour encourager d'autres opérateurs postaux à utiliser la marque?**

Nous recommandons vivement l'utilisation de la marque, car plus les Pays-membres seront nombreux à soutenir cette initiative, plus le réseau se développera et plus les bénéfices seront importants, tant pour les Pays-membres que pour les clients. Nous pensons que la marque se fera connaître dans le monde entier et qu'elle se fera une place aux côtés des principaux concurrents de transfert d'argent.



# À la conquête de la fracture numérique

TEXTE: Kayla Redstone



Des milliards d'habitants à l'échelle planétaire n'ayant toujours pas accès à Internet ou à d'autres technologies de l'information et de la communication (TIC) essentielles, gouvernements, organisations internationales et sociétés privées s'efforcent de répondre à l'une des questions clés de notre monde moderne: comment éliminer la fracture numérique? L'UPU travaille pour encourager les postes à donner la priorité à la transformation numérique pour faire partie de la réponse.

Vers la fin de 2018, l'Union internationale des télécommunications (UIT) a publié ses dernières statistiques sur la situation mondiale et régionale des TIC en estimant que 51,2% de la population, soit 3,9 milliards de personnes, utilisaient Internet. Si ce chiffre met en évidence une amélioration du taux de connectivité à l'échelle mondiale, il montre que la moitié de la population est toujours laissée pour compte.

Afin de trouver des moyens innovants de rendre inclusive la «quatrième révolution industrielle», António Guterres, Secrétaire général des Nations Unies, a chargé le Groupe de haut niveau sur la coopération numérique d'étudier la manière d'utiliser les technologies pour réaliser le Programme de développement durable à l'horizon 2030. Le groupe, placé sous la direction de Melinda Gates, de la Fondation Bill & Melinda Gates, et de Jack Ma, fondateur d'Alibaba, a publié en juin 2019 son rapport intitulé «L'ère de l'interdépendance numérique».

Il y a esquissé cinq domaines prioritaires: économie et société numériques inclusives; capacités humaines et institutionnelles; droits de la personne et contrôle humain; confiance, sécurité et stabilité; coopération numérique mondiale. Le groupe a même suggéré qu'il était nécessaire de fixer un 18<sup>e</sup> Objectif de développement durable des Nations Unies axé sur la numérisation.

### Imaginer l'inclusion

Impatientes d'apporter leur contribution, les institutions des Nations Unies à Genève ont convoqué une réunion peu de temps après la parution du rapport afin de déterminer les mesures à prendre pour contribuer à relever ces défis. Paul Donohoe,



Chef du programme «Commerce, économie numérique et commerce électronique» de l'UPU, a participé à cette réunion pour présenter la contribution que l'institution spécialisée pourrait apporter, notamment à l'édification d'une économie et d'une société numériques inclusives. Lors des débats, il a relevé deux domaines d'intérêt où le réseau postal pourrait se révéler d'une valeur inestimable.

«Il s'agit de trouver une manière d'utiliser l'infrastructure existante et des initiatives pour réaliser les recommandations, d'une part, et de développer des solutions informatiques nationales, d'autre part. Le secteur postal est déjà présent dans ces domaines et possède une forte capacité à promouvoir l'inclusion», affirme M. Donohoe.

Forte d'un réseau de plus de 660 000 bureaux de poste dans le monde entier, y compris dans les régions rurales et isolées, et employant plus de cinq millions de personnes, le secteur postal a un accès unique à la population mondiale. En outre, il a l'obligation de lui fournir une série de services publics. Sa présence quotidienne dans les communautés et son expérience de prestataire de services publics ont aussi permis à la poste de gagner la confiance de ses clients.

Ces trois dimensions – accès, service universel et confiance – font de la poste un moteur pour faire avancer l'inclusion dans de nombreux domaines et l'UPU travaille sans relâche pour promouvoir la poste en tant que partenaire. L'inclusion est l'un des trois piliers de la Vision 2020 de l'UPU, qui fonde une grande partie du travail de l'Union sur la transformation numérique.

Forte d'un réseau de plus de 660 000 bureaux de poste dans le monde entier, y compris dans les régions rurales et isolées, et employant plus de cinq millions de personnes, le secteur postal a un accès unique à la population mondiale.

Les postes ont déjà fait leurs preuves en tant que chefs de file dans le domaine de l'accès universel à la communication physique et aux services logistiques. Plus de deux milliards de personnes ayant déjà accès à des services financiers par l'intermédiaire de la poste, les gouvernements ont commencé durant ces dernières années à reconnaître son rôle dans l'inclusion financière. Le numérique est la prochaine étape de la mission de l'UPU consistant à connecter les populations non desservies aux services publics essentiels.

### Point sur la situation

Depuis 2012, le Bureau international de l'UPU suit de près le développement des services numériques dans le secteur postal. Son rapport phare publié récemment, intitulé «The digital economy report and postal digital activities – a global panorama» (Rapport sur l'économie numérique et activités postales numériques – Panorama mondial), montre que la poste commence à jouer sérieusement son rôle d'agent d'inclusion numérique.

Les études de cas présentées dans ce rapport montrent les relations entre la transformation numérique du secteur postal et sa contribution à la réalisation du Programme de développement durable à l'horizon 2030 en reliant les initiatives prises par les opérateurs postaux aux 10 des 17 Objectifs de développement durable.

Le rapport, qui repose sur les données recueillies auprès de 125 opérateurs postaux ayant répondu au questionnaire de l'UPU sur les services postaux numériques, montre que 93% des opérateurs postaux fournissent actuellement des services numériques, soit eux-mêmes, soit en partenariat avec d'autres acteurs. En outre, près de trois quarts des répondants ont augmenté leurs investissements dans les services postaux numériques.

Les gouvernements eux aussi sont dorénavant sensibilisés au rôle que la poste peut jouer en donnant accès aux services électroniques essentiels: 62% des opérateurs postaux indiquent que les postes se voient attribuer un rôle dans la fourniture de services électroniques aux citoyens dans le cadre de politiques publiques.

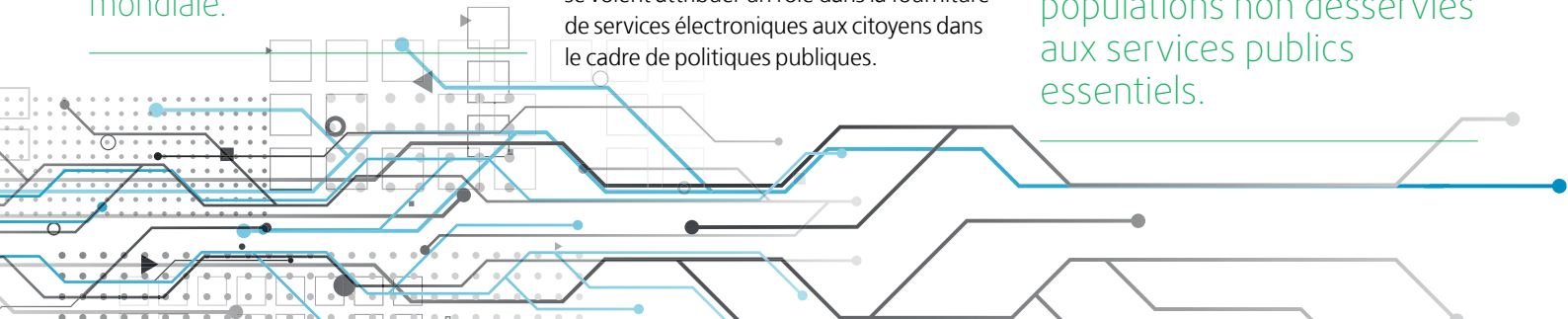
**L'ère de l'interdépendance numérique** esquisse des recommandations dans cinq domaines prioritaires:

1. Économie et société numériques inclusives
2. Capacités humaines et institutionnelles
3. Droits de la personne et contrôle humain
4. Confiance, sécurité et stabilité
5. Coopération numérique mondiale

Selon le rapport, plus de la moitié des postes qui ont répondu au questionnaire estiment toutefois que les investissements actuels ne sont pas suffisants pour assurer le déploiement complet des services numériques. L'avertissement est clair: si les postes n'accélèrent pas d'urgence leurs efforts de numérisation, elles risquent d'être dépassées en tant que prestataires de services administratifs, commerciaux et financiers électroniques.

Il est donc aussi impératif d'inciter les postes à devenir des organisations numériques et à connecter leurs services postaux traditionnels à des plates-formes numériques pour qu'elles restent utiles aux clients connectés. Grâce à la disponibilité des services postaux dans des bureaux de poste numériquement évolués et sur les dispositifs mobiles, les gens peuvent utiliser la poste partout.

Le numérique est la prochaine étape de la mission de l'UPU consistant à connecter les populations non desservies aux services publics essentiels.



## Trois dimensions – accès, service universel et confiance – font de la poste un moteur pour faire avancer l’inclusion dans de nombreux domaines

L’UPU répète ce message depuis des années, après avoir intégré la numérisation dans son deuxième objectif de la Stratégie postale mondiale d’Istanbul pour 2017–2020. C’est aussi une question qui surgit lors de presque tous les événements majeurs de l’UPU, le plus récemment au forum d’avril sur les services financiers postaux, intitulé «Adapter les services financiers postaux à l’économie numérique».

En ouvrant les discussions du forum, Bishar A. Hussein, Directeur général de l’UPU, a souligné l’importance la technologie de chaîne de blocs pour accélérer l’inclusion.

«Nous vivons à l’époque de changements technologiques exceptionnels. Le contexte actuel offre une chance unique d’apporter des changements significatifs au secteur et nous devons nous efforcer de maximiser les répercussions positives que ces changements peuvent avoir», a déclaré M. Hussein. Le potentiel est là, mais comment le secteur peut-il en tirer le profit maximal?

«Allons un peu plus vite que ne le permet notre zone de confort», affirme Moses Ma, partenaire fondateur de FutureLab Consulting, qui a prononcé le discours d’introduction du forum.

Selon le discours de M. Ma, l’«appli de chaîne de blocs géniale», ou l’appli virale utilisant la technologie de chaîne de blocs, n’a pas encore été inventée en raison des difficultés liées à la livraison du dernier kilomètre et de la technologie dont les gens ont besoin pour l’utiliser.

«Les postes sont le dernier kilomètre pour les personnes non bancarisées ou sans identité officielle. Elles peuvent utiliser cette position pour collaborer avec d’autres sociétés de chaîne de blocs et d’achever ainsi la révolution numérique», a-t-il affirmé. «Si nous donnons des téléphones portables aux facteurs, nous serons tout de suite en mesure de mettre en œuvre certaines de ces initiatives», a-t-il ajouté.

Selon lui, les postes pourront résoudre le problème du dernier kilomètre et même faire un bond permettant de devancer la concurrence si elles accélèrent juste un petit peu.

### Faire des bonds pour combler les lacunes

M. Donohoe et son équipe s’emploient à promouvoir une évolution par bonds, notamment dans les pays en développement, où des investissements importants sont nécessaires pour mettre à jour l’infrastructure traditionnelle. Il affirme que le manque d’infrastructures peut motiver les pays à repenser le rôle de la poste et à accélérer l’innovation.

Cela a déjà incité certains pays en développement à innover plus rapidement que leurs pairs industrialisés, selon Daniel Nieto, expert en inclusion et en politiques numériques à l’UPU et co-auteur du «Rapport sur l’économie numérique et activités postales numériques – Panorama mondial».

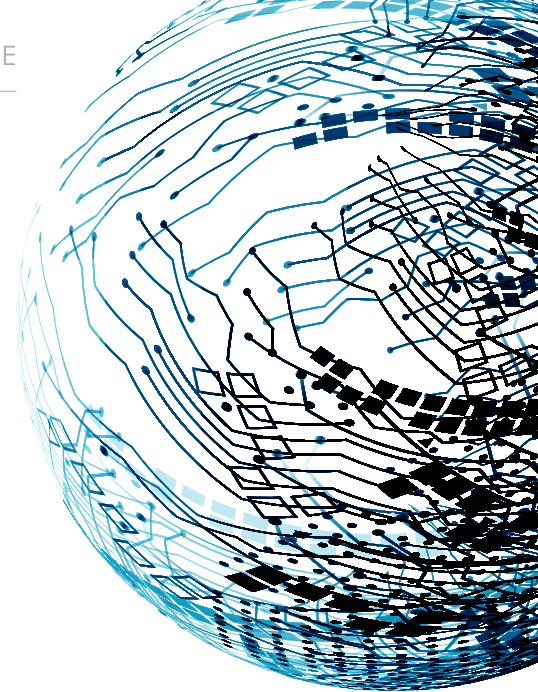
«Les postes des pays industrialisés tendent à avoir de grands systèmes informatiques hérités du passé et doivent donc équilibrer la maintenance et l’investissement dans de nouvelles technologies numériques. Les pays en développement ont l’avantage de ne pas être liés par une solution en place», déclare M. Nieto.

Les deux experts recommandent aux opérateurs postaux de lancer des partenariats avec des start-up afin de trouver des moyens de combler rapidement les lacunes en matière d’infrastructures.

«Les start-up apportent l’agilité, mais n’ont pas accès aux marchés, qui est un atout des postes», affirme M. Donohoe.

Selon les deux experts, l’agilité demandera un changement de culture d’entreprise porté

Si les postes n’accélèrent pas d’urgence leurs efforts de numérisation, elles risquent d’être dépassées en tant que prestataires de services administratifs, commerciaux et financiers électroniques.



par des leaders forts ayant un goût pour l’innovation et pour de nouveaux modèles commerciaux.

«Les compétences numériques des employés et la culture d’entreprise de la poste sont identifiées dans le rapport comme des obstacles majeurs à l’innovation», déclare M. Nieto.

Ceux qui élaborent leur stratégie de numérisation peuvent s’inspirer de plusieurs postes qui se sont aventurées avec succès hors des sentiers battus.

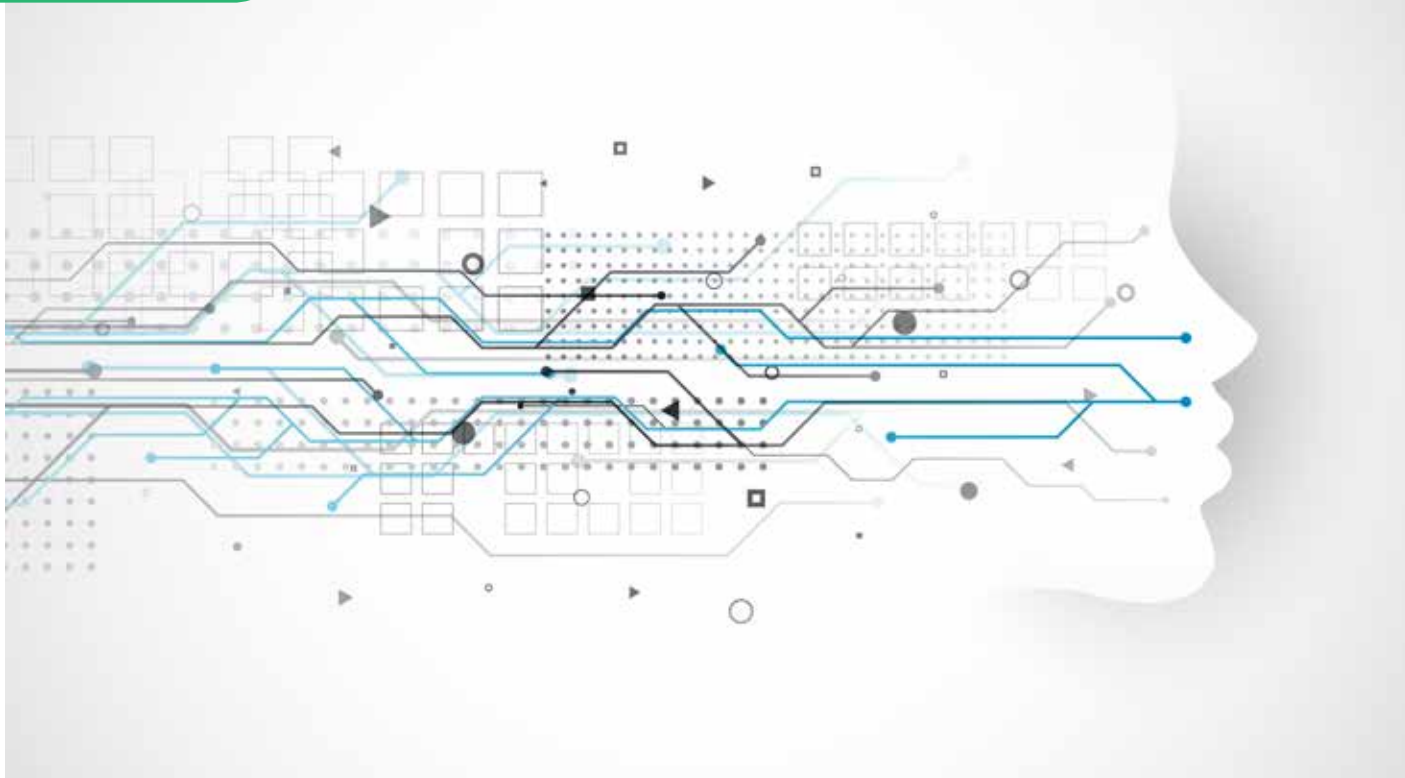
### Tunisie

En Tunisie, par exemple, La Poste est devenue le levier de l’inclusion financière nationale du Gouvernement et de la stratégie de démonétisation. La Poste Tunisienne a été la première institution du pays à lancer des paiements électroniques en 2000 au moyen de sa monnaie numérique, l’e-DINAR. Ensuite, en 2010, elle a



introduit sa plate-forme de paiements mobiles, qui détient actuellement une part du marché de 95%. La Poste collabore maintenant avec une start-up pour intégrer





la chaîne de blocs dans cette plate-forme.

Housseem Gharbi, chargé des relations internationales à La Poste Tunisienne, a présenté ces réalisations au forum sur les services financiers en encourageant les autres opérateurs à conclure des partenariats public-privé pour accélérer l'application des technologies numériques. Il a fait savoir que La Poste se considère dorénavant comme un incubateur de start-up.

«Nous nous voyons comme un lieu où les start-up peuvent prendre leurs marques», a-t-il déclaré.

La Poste Tunisienne est non seulement un prestataire exemplaire de services numériques, mais aussi un cas d'école de la modernisation des opérations postales. M. Donohoe explique que l'opérateur œuvre à équiper tous ses employés postaux de téléphones portables pour se défaire des processus inefficaces basés sur le papier et fournir des services postaux à la porte de ses clients.

### République de Côte d'Ivoire

La Poste de la Côte d'Ivoire a aussi progressé à pas de géant dans la transformation de son approche des activités en axant sa modernisation sur l'innovation et les technologies numériques.



«Pour ceux qui connaissent les services de La Poste, le simple fait de repenser notre stratégie pour placer le numérique en son centre a été une grande innovation», indique Isaac Gnamba Yao, Président-Directeur général de l'opérateur.

La Poste est passée du manuel au numérique complet dans les deux domaines du front-office et du back-office, y compris l'automatisation de certains procédés. En 2017, l'opérateur a introduit un

département spécial chargé d'appuyer la transformation numérique de l'organisation.

M. Gnamba Yao note que la gestion du changement est aussi une priorité de La Poste, qui a mis en place des programmes pour guider son personnel dans le passage à un environnement de travail numérique.

Elle a récemment établi des services de cyberadministration via sa plate-forme documents.ci et développé une plate-forme de commerce électronique, sanlishop.ci, afin de permettre aux Ivoiriens de vendre leurs produits en ligne. La Poste a

Pour promouvoir la transformation numérique au sein de ses 192 Pays-membres, l'UPU propose aux postes qui se mettent à la numérisation différents types d'assistance technique et des initiatives de renforcement des capacités.

adopté une approche hybride de son infrastructure de technologies de l'information et de la communication en hébergeant une partie de ses applications en nuage pour assurer leur disponibilité.

Elle travaille avec des start-up sur son application de distribution au dernier kilomètre en ce qui concerne notamment un projet visant à faciliter la connectivité gratuite à Internet par le réseau 2G et une plate-forme permettant des paiements postaux sûrs.

«La Poste de Côte d'Ivoire est ouverte à toute proposition de solutions innovantes. À cette fin, elle conclut des partenariats avec des start-up qui trouvent des solutions répondant à ses besoins», affirme M. Gnamba Yao.

## Suisse

La Poste Suisse, qui a obtenu pendant deux années consécutives le meilleur score au classement de l'indice intégré pour le développement postal de l'UPU, est un pionnier connu d'innovation postale. Elle a adopté une approche ascendante de l'échange d'idées et encourage le personnel à essayer de nouvelles choses.

Un porte-parole a présenté la culture d'entreprise de La Poste Suisse, axée sur l'innovation et fondée sur l'ouverture, la collaboration, le réseautage et la responsabilité personnelle.

L'organisation y incite par un programme bisannuel d'innovation où les employés peuvent soumettre des idées d'activités et recevoir un soutien professionnel dans leur réalisation, par des camps où ils peuvent tester leurs idées avec les clients, par un programme résidentiel leur permettant de travailler sur des projets dans d'autres sociétés de

pointe et par une plate-forme en ligne où ils peuvent en tout temps soumettre des idées.

Elle n'est pas étrangère au partenariat public-privé dans le domaine de l'innovation. L'année passée, elle a lancé, avec la start-up Matternet, un projet pilote sur le transport par drone d'échantillons de laboratoire pour des hôpitaux de



différentes villes. Le projet a connu un tel succès qu'il a suscité l'intérêt du transporteur privé UPS, qui vient de lancer son propre projet avec une start-up aux États-Unis d'Amérique.

Dans ses conseils pour les partenariats avec des start-up, La Poste Suisse recommande notamment de garantir que les équipes travaillant avec ces petites entreprises les comprennent bien et qu'elles aient une autonomie suffisante pour faire avancer rapidement les choses avec leurs partenaires. Des retards pris dans les projets peuvent nuire aux start-up, qui ont besoin de succès pour attirer de nouveaux investisseurs.

La Poste recommande aussi aux opérateurs postaux d'effectuer d'abord une évaluation minutieuse des risques avant de conclure des partenariats. Après l'établissement des conditions, une relation de travail honnête et transparente sera la clé du succès.

En ce moment, PostFinance, la société financière de La Poste Suisse,

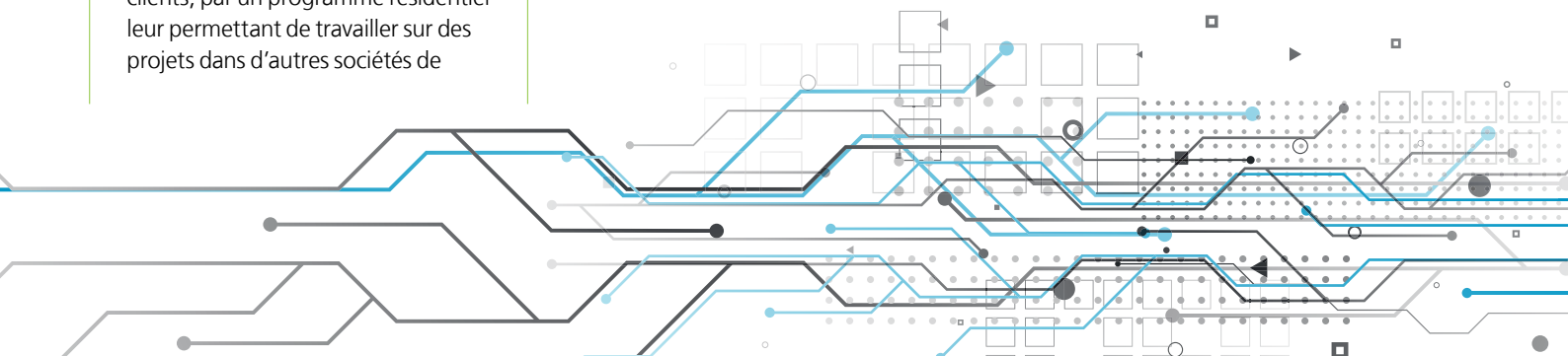
travaille sur une nouvelle solution de chaîne de blocs pour permettre aux propriétaires immobiliers de produire du courant solaire pour approvisionner les bâtiments et de facturer l'énergie à leurs locataires. La solution, appelée «Blockchain for Utility», est une réponse à la nouvelle législation suisse selon laquelle les propriétaires immobiliers peuvent utiliser directement l'énergie durable qu'ils génèrent. Elle est réalisée en collaboration avec la compagnie d'électricité locale.

## Appui de l'UPU

Pour promouvoir la transformation numérique au sein de ses 192 Pays-membres, l'UPU propose aux postes qui se mettent à la numérisation différents types d'assistance technique et des initiatives de renforcement des capacités.

Membre de la famille onusienne et institution intergouvernementale, l'UPU se trouve dans une position unique pour rassembler tous les acteurs postaux vers le but commun de l'inclusion numérique. MM. Donohoe et Nieto voyagent dans le monde entier et organisent dans toutes les régions des ateliers consacrés à la transformation numérique et à la diversification. Les rencontres réunissent postes, régulateurs et ministres pour sensibiliser les pays au rôle que les réseaux postaux peuvent jouer dans leurs programmes nationaux de transformation numérique.

Les pays ont également la possibilité de bénéficier de nombreux programmes tels que le mécanisme d'assistance technique pour l'inclusion financière (FITAF) – une initiative menée par l'UPU qui





encourage les postes à promouvoir l'inclusion financière grâce à la fourniture de services financiers numériques accessibles via le réseau postal.

Le FITAF permet déjà de réaliser des projets dans neuf pays d'Afrique et d'Asie/Pacifique avec des fonds fournis par Visa Inc. et par la Fondation Bill & Melinda Gates. Des partenariats avec d'autres institutions des Nations Unies et la participation au Sommet mondial des Nations Unies sur la société de l'information garantissent que l'UPU et ses membres font partie du mouvement mondial pour l'inclusion numérique.



À la suite de la réunion de Genève consacrée au rapport des Nations Unies, il est également prévu d'organiser un événement de sensibilisation pour montrer aux organisations internationales, à la communauté diplomatique et à d'autres acteurs internationaux à Genève que la poste peut être un partenaire dans la réduction de la fracture numérique. **KR**

**93%**  
des opérateurs  
postaux fournissent  
actuellement  
des services  
numériques.

**62%**  
des opérateurs  
postaux répondent  
que la poste joue  
un rôle dans  
la fourniture  
de services  
électroniques aux  
citoyens dans le cadre  
de politiques de leur  
gouvernement.

**2 milliards**  
de personnes ont  
déjà accès aux  
services financiers  
par l'intermédiaire  
de la poste.



Pour de plus amples informations, veuillez consulter «The digital economy report and postal digital activities – a global panorama», sur la contribution de la poste à la réduction de la fracture numérique

(<http://www.upu.int/fr/DigitalPanorama>)



Veuillez consulter «L'ère de l'interdépendance numérique»

([https://www.un.org/sites/www.un.org/files/uploads/files/Ere\\_Interdependance\\_numerique.pdf](https://www.un.org/sites/www.un.org/files/uploads/files/Ere_Interdependance_numerique.pdf)).

# 5 motifs pour l'action du FITAF

## 1 Malgré une certaine amélioration de la situation, des centaines de millions de personnes demeurent encore exclues des services financiers.

Selon la Banque mondiale, 1,7 milliard d'adultes n'ont toujours pas accès à des services financiers formels. Les populations rurales, les femmes et les jeunes constituent un nombre disproportionné de personnes exclues des services financiers. Le FITAF contribue à les intégrer dans la sphère financière.

## 2 Les postes relient les diverses communautés avec la société.

Avec un réseau de plus de 670 000 établissements, la poste dispose d'un réseau dense même dans les régions les plus reculées. Elle est ainsi un partenaire idéal pour améliorer l'inclusion financière. En renforçant la capacité du réseau postal à offrir des services financiers numériques, le FITAF relie les communautés rurales au monde, autonomise les femmes grâce à l'accès aux prestations financières et permet aux petites entreprises d'avoir le financement nécessaire pour se développer.

## 3 La poste est un acteur qui compte sur le marché des services financiers.

Des études montrent que les postes jouent un rôle important sur ce marché:

- Quatre-vingt-onze pour cent des opérateurs postaux offrent des services financiers.
- Deux milliards de personnes ont accès aux services financiers fournis par l'intermédiaire de la poste.
- Les opérateurs postaux disposent toujours d'un des réseaux physiques les plus étendus.

## 4 Grâce à la transformation numérique et à la diversification, les postes peuvent accroître leur contribution aux économies nationales.

Les services financiers offerts par la poste sont efficaces et financièrement abordables. En développant l'offre de services financiers numériques, les postes seront en mesure de servir n'importe qui, n'importe quand et n'importe où et de permettre ainsi aux petites entreprises d'élargir leurs horizons et d'apporter une meilleure valeur ajoutée à l'économie nationale.

## 5 L'inclusion financière peut contribuer à la réalisation de l'Agenda 2030 pour le développement durable.

Le FITAF ouvre la voie vers une meilleure santé, une meilleure éducation et une meilleure existence. Les postes constituent un moteur du développement durable grâce à l'étendue de leur réseau et à leur rôle en tant que prestataires du service public. Le FITAF travaille avec les postes afin de les aider à devenir un guichet unique non seulement pour les services financiers, mais aussi pour des services publics liés à la santé et aux paiements issus des assurances sociales.

## Qu'est-ce que le mécanisme d'assistance technique pour l'inclusion financière?

Le mécanisme d'assistance technique pour l'inclusion financière (FITAF) est une initiative menée par l'UPU pour promouvoir l'inclusion financière à travers l'offre de services financiers numériques via le réseau postal.

Avec l'appui de Visa Inc. et de la Fondation Bill & Melinda Gates, l'UPU a lancé le FITAF en 2017 pour renforcer les capacités des postes à offrir des services financiers numériques aux particuliers et aux petites entreprises.

Le FITAF soutient les postes dans plusieurs domaines en relation avec la finance numérique, y compris:



Étude de marché/faisabilité pour mieux comprendre enjeux et opportunités de la finance numérique



Acquisition de logiciels



Développement de nouveaux produits



Formation

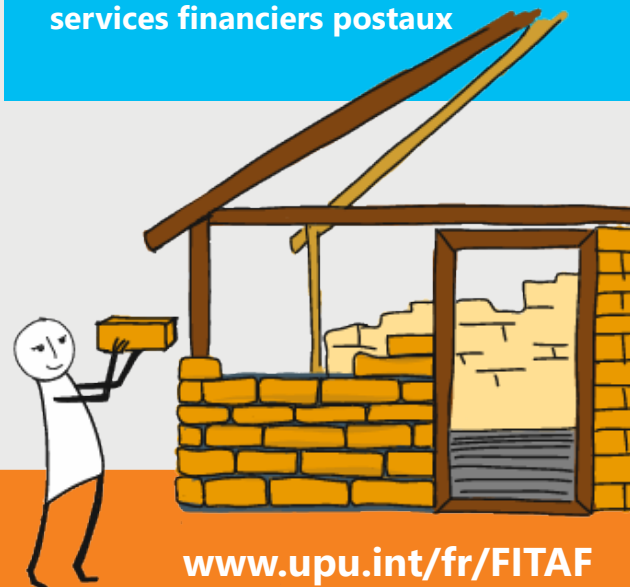
### Objectifs

Accélérer l'inclusion financière

Promouvoir la numérisation des services financiers postaux



Ajouter de la **VALEUR**  
à l'économie de chaque pays



[www.upu.int/fr/FITAF](http://www.upu.int/fr/FITAF)



# Encourager les postes à sortir de leur zone de confort

La chaîne de blocs est depuis quelques années une notion à la mode dans tous les secteurs. À la suite du forum de l'UPU sur les services financiers postaux, intitulé «Adapter les services financiers postaux à l'économie numérique», UNION POSTALE a rencontré Moses Ma, conférencier principal au forum et partenaire associé, Directeur de FutureLab Consulting, pour savoir comment la poste pourrait faire un bond technologique et obtenir des effets favorables non seulement sur les activités postales, mais aussi sur la société entière.

**ENTRETIEN:** Kayla Redstone

*Dans votre discours liminaire au forum, vous avez indiqué que la poste pourrait contribuer à «résoudre le problème du dernier kilomètre». Pourriez-vous expliquer ce problème et la manière dont la poste pourrait aider?*

Une compagnie type de téléphonie mobile vend à des clients qui peuvent se permettre d'acheter un téléphone portable; or ce marché est pratiquement saturé en ce moment. Le nouveau défi consiste à vendre des téléphones portables aux gens qui n'en ont pas. Il s'agit probablement d'un débouché pour plus d'un milliard de smartphones d'un prix se situant dans une fourchette de 200 à 300 USD.

Le problème, c'est que ces clients sont pour l'instant inaccessibles. On ne peut pas les atteindre par la publicité et il n'y a pas de réseau de vente. Notre distributeur type de téléphonie mobile peut toucher les gens qu'il a déjà atteint, mais le coût du réoutillage nécessaire pour aller dans chaque village en Afrique ou en Inde serait prohibitif. Je crois que le meilleur et peut-être le seul accès aux gens non bancarisés et sans papiers passe par la poste.

À moins que les postes ne travaillent avec les compagnies de téléphonie mobile, elles ne seront pas capables d'atteindre le milliard de personnes de l'autre côté de la fracture numérique. Ces gens doivent être connectés au réseau pour que l'humanité puisse franchir l'étape suivante. Or les postes sont depuis longtemps fidèles au principe du service universel.

*Je crois que le meilleur et peut-être le seul accès aux gens non bancarisés et sans papiers passe par la poste.*

C'est pourquoi le réseau postal a une capacité unique de couvrir le dernier kilomètre pour les personnes non bancarisées. Leur nombre dépasse un milliard à l'échelle mondiale. Imaginons que les postes connectent les gens non seulement aux outils nécessaires pour accéder aux services financiers numériques modernes, c'est-à-dire aux téléphones portables, mais qu'elles développent aussi ces services financiers en utilisant les technologies de chaîne de blocs et de cryptomonnaie et les diffusent dans les régions qui sont toujours non desservies par les institutions financières traditionnelles.

Le réseau postal a en fait été le premier Internet et les postes ont passé des décennies à le développer et à atteindre tout le monde. C'est le cœur de métier même des postes et elles doivent pouvoir l'utiliser pour gagner nettement en importance à l'avenir.

*Est-ce précisément cet aspect-là qui vous intéresse dans le travail avec la poste?*

Oui, mon projet favori est de faire bouger les choses pour les postes. Dans le film «Une équipe d'enfer», une équipe de baseball de la petite ligue au Canada se qualifie en dernière position aux championnats. Il est beaucoup plus satisfaisant de relever le défi d'aider un secteur connu pour sa lenteur à faire non seulement de petits changements, mais à le propulser à la tête du classement. Ce sont de telles histoires à retournements qui inspirent et élèvent l'humanité.

Mais le défi est en l'occurrence énorme. J'ai discuté récemment avec le chef des technologies d'une grande poste. Il a dit qu'ils avaient arrêté leurs partenariats avec de jeunes sociétés innovantes. Quand j'ai demandé pourquoi, il a répondu qu'ils avaient tué 100 start-up par le partenariat. Cette grande poste a fixé des exigences très difficiles à la collaboration. Les start-up devaient s'endetter lourdement pour obtenir un certificat d'assurance, faire face à des lenteurs et à une bureaucratie incroyables et, en fin de compte, n'ont jamais expédié de produits. Résultat: 100 start-up ont été détruites par cette poste, qui a alors décidé d'arrêter les partenariats après avoir remarqué qu'elle faisait plus de mal que de bien.

À moins que les postes ne se rendent compte qu'elles font plus de mal que de bien si elles n'accélèrent pas un peu, ce sera l'un des obstacles majeurs à la croissance. Le chef de l'innovation d'une grande banque des États-Unis d'Amérique m'a dit que l'innovation ressemble beaucoup à la pratique du snowboard ou à l'apprentissage de la moto. Il est en fait plus sûr d'aller un peu plus vite que ne le permet notre zone de confort. Si l'on essaie de le faire dans la zone de confort, on tombe beaucoup plus souvent. L'innovation fonctionne de la même manière. Lorsqu'on force tout le monde à rester à la vitesse confortable, les initiatives d'innovation échouent et les cadres disent: «Vous voyez? Nous avons essayé, mais l'innovation ne marche pas.» Il faut un changement majeur de culture pour que les postes soient prêtes à s'aventurer un peu hors de la zone de confort.

*Avez-vous des conseils pratiques pour aider les postes à changer de mentalité lorsqu'il s'agit d'innovation?*

Il y a deux manières de changer de culture. L'une d'entre elles est une formation sérieuse en innovation. La formation que nous proposons s'appelle «design sprint». Notre manière de concevoir des chaînes de blocs repose sur ce processus de «design sprint» agile, qui est l'arme secrète des entreprises de la Silicon Valley, de Google à Apple. Google Ventures a même publié un livre sur sa manière de le faire. Mis en œuvre correctement, ce processus aboutit à une nouvelle manière de voir les choses, axée sur la clientèle et sur les résultats. Notre première recommandation est que les postes apprennent à faire des «design sprints» agiles et disséminent ensuite ce changement de culture dans l'organisation entière. Elles doivent aussi commencer à s'impliquer davantage dans la formation sur la pensée décentralisée, l'intelligence artificielle, l'optimisation et d'autres choses du genre.

Le deuxième élément consiste à trouver la bonne technologie à intégrer dans l'organisation en vue d'une culture plus agile et plus souple. Ce qui suit est une longue histoire, mais c'est un bon exemple de l'influence inattendue des technologies sur les entreprises: une grande société plutôt lente m'a une fois confié un mandat de conseil. Elle prenait même des mois à fixer une première réunion avec des porteurs d'idées innovantes. J'ai réussi à accélérer le processus avec l'aide du Président-Directeur général et j'ai eu une réunion en un mois. Lors de cette réunion, j'ai commencé à expliquer le projet, qui doit être approuvé par le département informatique, mais le responsable m'a interrompu: «Attendez! Vous ne pouvez pas présenter votre projet maintenant. C'est la réunion pour fixer la réunion.» Lorsque j'ai raconté cette histoire au Président-Directeur général, il a soupiré: «Bienvenu dans mon monde!»

Résultat: on m'a aussi demandé d'analyser les raisons des lenteurs. J'ai donc demandé à quelques responsables depuis quand cela arrivait et ils ont répondu qu'ils étaient débordés depuis deux ou trois ans en raison de l'impact de la technologie sur le monde. J'ai alors demandé de jeter un coup d'œil sur leurs agendas en ligne et j'ai remarqué quelque chose de bizarre. Chaque cadre moyen avait huit réunions par jour tout au long de la semaine. Ils arrivaient à six heures du matin pour liquider leur courrier électronique durant les deux heures avant la première réunion. Or il y a en moyenne trois



Il est en fait plus sûr d'aller un peu plus vite que ne le permet notre zone de confort. Si l'on essaie de le faire dans la zone de confort, on tombe beaucoup plus souvent. L'innovation fonctionne de la même manière.

réunions par jour aux États-Unis d'Amérique; ce n'était donc pas normal.

Selon mon analyse, le problème est apparu après l'introduction de Microsoft Outlook, qui a une option permettant à tout collègue de voir votre agenda et de demander le temps qui est libre.

Auparavant, les gens défendaient des fenêtres de temps libre pour la réflexion, le courrier électronique et d'autres activités, mais les agendas sont devenus une proie facile avec Outlook, et une explosion des réunions a suivi. Voici la réaction de mes interlocuteurs aux résultats de mon analyse:





«Oh! mon Dieu, vous avez raison. Quand nous sommes passés à Outlook, nous n'avions aucune idée de l'impact que cela aurait sur notre culture.»

Tout s'est bien terminé lorsque cette société a apporté des restrictions à Outlook et a développé l'idée de réunions «SMART», qui ont les caractéristiques suivantes: 1° stop: réfléchir à la nécessité de la réunion, 2° ménager le temps, 3° analyser la participation et garantir que ce sont les bonnes personnes qui sont convoquées, 4° respecter les gens en arrivant à l'heure et en terminant la réunion après cinquante minutes au lieu d'une heure pour que les participants aient le temps d'aller à la prochaine réunion et d'arriver à temps et 5° traquer les progrès en transformant les décisions en actions, ce qui devrait commencer après quarante-cinq minutes.

Dans ce cas, l'installation irréfléchie d'une technologie a eu des effets négatifs sur les processus opérationnels et a réduit l'efficacité, mais une technologie installée avec sagesse peut avoir des effets positifs sur ces processus, permettant ainsi d'augmenter non seulement l'efficacité, mais aussi l'innovation. C'est tout à fait possible grâce à un logiciel de gestion de l'innovation, à l'instar de logiciels de gestion des projets ou de la comptabilité.

Combinées, la formation à l'innovation et la technologie collaborative constituent la clé d'une innovation sérieuse. Il faut toutefois une approche plus globale suffisamment puissante pour reprogrammer l'ADN culturel et pour faire de l'innovation une compétence fondamentale. J'ai un pense-bête que j'appelle les «huit C» pour une approche

## La formation à l'innovation et la technologie collaborative constituent la clé d'une innovation sérieuse.

globale: conception axée sur la clientèle, communication suggestive au niveau de la direction, technologies de collaboration, compensations repensées pour rémunérer la créativité, libération de la créativité fondamentale, leadership constructif, apprentissage continu ainsi que courage. L'élément principal, c'est le courage de sortir de la zone de confort.

Il est difficile de comprendre comment des postes qui n'ont même pas de connectivité de base pourraient faire un bond technologique permettant d'atteindre le niveau avancé de la chaîne de blocs. Existe-t-il un niveau de base permettant de faire des bonds pour dépasser des étapes de développement? L'idée des bonds technologiques vient de la République de Corée. Ce pays ne disposait pas d'infrastructure filaire de téléphonie, mais il a transformé un inconvénient en avantage, car il n'y avait pas d'opérateurs de téléphonie établis, freinant le passage à la téléphonie mobile. Grâce à des investissements et à une formation réfléchis, il a ainsi fait un bond de la dernière place à celle d'un des pays le plus innovants du monde. C'est l'objectif des pays «lents» ou émergents et des secteurs lents comme la poste.

Quelques opérateurs postaux prêts à ouvrir la voie permettraient de changer de perception et d'amener les postes à accélérer. Grâce à quelques succès rapides pas trop ambitieux, les postes pourraient se repositionner et se donner une nouvelle image de marque en tant que leaders technologiques, d'autant plus qu'en réalité de nombreuses postes sont déjà des leaders technologiques.

En ce qui concerne la chaîne de blocs, il est prioritaire que les postes sortent de la zone de confort. Il serait confortable de construire une chaîne de blocs facile de première génération à bas risque, alors que les leaders du marché travaillent déjà sur la deuxième génération. Je pense qu'il faut partir des attentes de la clientèle et engager ensuite les bonnes personnes pour imaginer une application de chaîne de blocs de troisième génération.

*Qu'entendez-vous par chaîne de blocs de troisième génération?*

La troisième génération comprend des éléments tels que l'identité décentralisée, des enregistrements infalsifiables, des services de réputation, un apprentissage automatique et une optimisation. Leur intégration dans la chaîne de blocs permet de rendre l'utilisation de cette technologie plus efficace; en effet, la chaîne de blocs n'est qu'une base de données que l'on aurait glorifiée et rien de plus. Or une simple base de données n'est pas si intéressante comme application. Un saut cognitif en matière de pensée décentralisée s'impose en revanche pour imaginer le potentiel d'une chaîne de blocs de troisième génération.

Comparons les chaînes de blocs aux sites Web. Quand les banques ont vu les premiers sites Web, elles étaient assez intimidées et ont payé les premiers développeurs des millions de dollars pour construire des sites Web que chacun peut répliquer aujourd'hui avec Wordpress. Après avoir construit les premiers sites Web, les mêmes cadres supérieurs des banques savaient d'une

La troisième génération [blockchain] comprend des éléments tels que l'identité décentralisée, des enregistrements infalsifiables, des services de réputation, un apprentissage automatique et une optimisation.

## Réunion «SMART»

1. **Stop**: réfléchir à la nécessité de la réunion.
2. **Ménager le temps**.
3. **Analyser la participation** et garantir que ce sont les bonnes personnes qui sont convoquées.
4. **Respecter les gens** en arrivant à l'heure et en terminant la réunion après cinquante minutes au lieu d'une heure pour que les participants aient le temps d'aller à la prochaine réunion et d'arriver à temps.
5. **Traquer les progrès** en transformant les décisions en actions, ce qui devrait commencer après quarante-cinq minutes.

certaine manière ce qu'ils faisaient et n'avaient plus besoin d'engager personne. En effet, l'apprentissage ne peut passer que par la pratique. Je pense qu'il en va de même pour la chaîne de blocs. En ce moment, il faut peut-être dépenser des centaines de milliers de dollars pour en construire une, mais des solutions de Microsoft, d'IBM et d'autres arrivent. À l'avenir, vous pourrez utiliser votre carte de crédit sur le site en nuage et payer 50 USD par mois pour avoir votre première chaîne de blocs. Une fois que les gens auront acquis une maîtrise intuitive de cette technologie, les applications vraiment intéressantes deviendront évidentes. Par exemple, si un animal de compagnie se perd, il devra y avoir une chaîne de blocs pour les animaux perdus et les gens devront être rémunérés pour les rendre. Il serait utile d'avoir un site Web central à cette fin, n'est-ce pas ?

*Quels sont les obstacles principaux à l'utilisation de chaînes de blocs ?*

Le principal obstacle est la crainte de sortir de la zone de confort. À la différence d'autres entreprises, les postes sont habituées à une très grande zone de confort en raison de leur monopole. Mais à un certain point, le monopole ne peut pas protéger contre l'avenir. Si l'on ne veut pas rester un dinosaure à l'Âge de glace, on doit bouger vers des régions plus chaudes. Comme je l'ai déjà dit, on n'a pas besoin de se déplacer à la vitesse de la lumière ou de prendre des risques inconsidérés, mais on doit juste aller un peu plus vite que ne le permet la zone de confort, ce qui est en fait plus sûr que de forcer tout le monde à entrer dans votre zone de confort.

En outre, les chaînes de blocs n'ont un sens qu'entre sociétés. L'installation d'une chaîne de blocs au sein d'une entreprise n'a pas de sens; ce serait comme si l'on se disait: «Je ne me fais pas confiance à moi-même.» Je pense que l'application géniale de chaînes de blocs postales fonctionnera entre les postes, et c'est la raison pour laquelle l'UPU est le partenaire idéal dans les efforts déployés en la matière. Les chaînes de blocs sont des logiciels adaptés aux consortiums. À mon sens, les postes occupent une position très prometteuse de succès, mais, pour réussir, elles doivent agir et pas seulement en parler.

*Pourriez-vous parler un peu de votre travail pour l'UPU ?*

En ce moment, nous nous trouvons à un stade très précoce du processus, mais la vision consiste à construire avec l'UPU un consortium mondial de chaîne de blocs pour le secteur postal.

Pratiquement tous les autres secteurs en disposent déjà, pour ne citer que les banques, les compagnies d'assurance ou les compagnies maritimes. Il est temps que les postes s'y mettent.

L'astuce pour faire un dépassement consiste à avoir l'intelligence de ne pas faire comme tout le monde. Il faut trouver les points de levier permettant d'utiliser les atouts des postes. Les postes savent faire les yeux fermés certaines choses qui rendraient folles d'autres sociétés, pour ne citer que le service universel ou les normes internationales. Enfin, je pense que le gagnant sera celui qui dispose des meilleures données. La poste a une énorme quantité de données permettant d'alimenter l'intelligence artificielle et les systèmes d'apprentissage automatique pour optimiser les opérations. Il faut trouver les moyens de rendre ces données plus accessibles aux chercheurs pour augmenter l'efficacité des systèmes de distribution postale.

Enfin, il y a une question que j'aime poser aux clients: «Qu'est-ce que l'iPhone dans votre secteur? De quoi raffolent vos clients?» La réponse des postes doit être: «Nous livrons à temps. On nous fait confiance. Nos services financiers sont les moins coûteux. Je suis heureux avec la poste.» Cela dit, il faut se concentrer sur les éléments tels que l'efficacité du réseau, de nouveaux produits axés sur la clientèle et la réduction des cas où il faut encore trouver une solution technologique. Face aux technologies de pointe, on se pose souvent la question du domaine d'application au lieu de penser aux besoins réels de la clientèle et de chercher

J'ai un pense-bête que j'appelle les «huit C» pour une approche globale: conception axée sur la clientèle, communication suggestive au niveau de la direction, technologies de collaboration, compensations repensées pour rémunérer la créativité, libération de la créativité fondamentale, leadership constructif, apprentissage continu ainsi que courage.

ensuite la technologie adaptée et le vendeur qu'il faut. L'approche doit être beaucoup plus axée sur la clientèle.

*Quel est le rôle de l'UPU en ce qui concerne les bonds technologiques ?*

Pour le dire simplement, le rôle de l'UPU consiste non seulement à négocier des contrats, mais aussi à repérer des technologies permettant aux postes membres de devenir plus efficaces et plus profitables. C'est ce que permettent les technologies de chaîne de blocs. Les cadres postaux doivent absolument comprendre que les postes ont besoin de les adopter et de les maîtriser pour survivre. La chaîne de blocs a aussi besoin des postes pour surmonter le défi le plus difficile, qui est de diffuser la révolution de l'information au-delà de la fracture numérique en garantissant un service numérique universel dans le monde entier. Les postes pourraient être le facteur clé de succès vu qu'elles ont des possibilités très prometteuses de propager la transformation et la prospérité à l'échelle planétaire. **KR**

*Cet entretien a été édité par souci de clarté et de concision.*

*Pour en savoir plus sur cette vision, veuillez contacter Sergey Dukelskiy ([sergey.dukelskiy@upu.int](mailto:sergey.dukelskiy@upu.int)) ou Moses Ma ([moses.ma@futurelabconsulting.com](mailto:moses.ma@futurelabconsulting.com)).*

**Le discours liminaire entier est disponible sur le site Web**  
<https://youtu.be/d3OT-8zsUus>





**PARCEL+POSTEXPO**  
POSTAL • COURIER • EXPRESS

# BE THE SOLUTION

WORLD POSTAL BUSINESS FORUM

30 September 2019  
Amsterdam, Netherlands

#postaldialogue



# Un changement indispensable

Fort de plus de trente années d'expérience dans le secteur postal international, Derek Osborn est coach en affaires à Whatnext4u. Son rôle consiste à faciliter les événements liés au secteur postal et à transmettre ses connaissances du secteur lors de cours magistraux. En qualité de consultant pour l'UPU, M. Osborn conseille également sur la manière d'apporter des idées nouvelles et des innovations lors du Forum mondial des entreprises postales à l'occasion de Parcel+Post Expo.

**TEXT:** David Dadge

Cette année, Parcel+Post Expo, la rencontre internationale majeure consacrée aux colis et à la logistique, ouvrira ses portes du 30 septembre au 3 octobre à Amsterdam RAI (Pays-Bas). Dans un entretien accordé à notre magazine, M. Osborn présente Parcel+Post Expo comme «le seul événement véritablement mondial du secteur permettant aux experts et aux cadres supérieurs de découvrir les dernières avancées technologiques et de débattre de l'évolution et des tendances futures».

Quant au Forum mondial des entreprises postales de l'UPU, son importance réside selon lui dans l'éclairage essentiel qu'il apporte aux experts du numérique, des colis et de la poste, des transports, de la logistique et autres sur le positionnement futur du secteur postal. «L'événement annuel de l'UPU est un forum crucial pour dégager des stratégies postales et clarifier ce que les leaders devraient faire pour induire un changement bénéfique au secteur», déclare-t-il.

Aux yeux du conseiller expérimenté, la transformation numérique est prioritaire pour tout opérateur postal. M. Osborn relève que les opérateurs postaux sont en prise avec deux problèmes connexes: comment se transformer et comment garantir à la clientèle l'accès à des services numériques. «Le changement et la capacité numérique ne sont simplement pas des options dans l'environnement actuel, souligne-t-il. Ils sont un impératif.»

Le forum de 2019, consacré à la durabilité à l'ère de l'innovation postale, approfondit ces questions et se propose de susciter un débat tout en abordant les nombreux défis et opportunités du secteur. Au cours de la première réunion, la manière dont la rupture numérique et l'innovation stimulent la croissance du secteur postal sera examinée. M. Osborn tient à souligner que, dans le domaine du commerce électronique, les opérateurs postaux sont en mesure de fournir non seulement une plate-forme numérique digne de confiance, mais aussi l'une des plus grandes infrastructures mondiales.

Lors de la deuxième réunion, participants et panélistes débattront de nombreux défis liés tant aux mégapoles qu'aux régions rurales isolées. Selon M. Osborn, les postes ont un rôle essentiel à jouer dans la réduction des émissions, le respect des normes environnementales et le maintien de l'obligation de service universel.

Les participants à la réunion finale discuteront de la cybercriminalité, qui menace directement la confiance dont bénéficient les postes et qui est un pilier clé dans la distribution des colis issus du commerce électronique. «Nous connaissons tous les faiblesses du système de sécurité, l'impact de la fraude financière et les dégâts désastreux que peut entraîner une cyberattaque», note M. Osborn. Et d'ajouter qu'une réponse solide est indispensable pour défendre la position de confiance des postes aux yeux de leurs clients.

M. Osborn souhaite renforcer l'interaction lors des réunions du forum. À son sens, les participants devraient quitter le forum enrichis de nouvelles expériences et convaincus qu'ils ont été entendus.

«Des experts déclencheront des conversations entre les participants, qui seront encouragés à contribuer au débat sur la base de leur expérience et d'acquérir de nouveaux contacts, connaissances et informations pouvant les aider à résoudre les grands problèmes du secteur.»

Interrogé sur les synergies entre Parcel+Post Expo et le forum, M. Osborn indique que les leaders peuvent ainsi procéder à un échange d'idées tout en découvrant des opportunités exceptionnelles en matière de nouvelles technologies comprenant l'intelligence artificielle, la robotique, les équipements de pointe et les plates-formes numériques.

«La gamme est presque infinie, affirme M. Osborn. Chaque année, il y a de nouveaux sujets de discussion.» **DD**



# Le nouveau visage de la philatélie

Grâce aux innovations et à la dématérialisation, de nouvelles possibilités s'offrent aux programmes philatéliques des postes sur un marché désormais évalué à plusieurs milliards de dollars des États-Unis.

**TEXTE:** Kayla Redstone

L'invention des timbres-poste a révolutionné le service postal en simplifiant les tarifs afin de couvrir les coûts du service de courrier et de réduire les pertes pour les opérateurs postaux. Le «Penny Black» (nommé ainsi en raison de sa couleur et de son prix), premier timbre-poste adhésif au monde, a été émis au Royaume-Uni en 1840.

Aujourd'hui, les timbres sont devenus bien plus qu'un support de paiement pour un service: ils sont au cœur d'un marché international composé de nombreux acteurs différents.

Selon les statistiques de l'UPU, le chiffre d'affaires lié aux activités philatéliques des opérateurs postaux a atteint 1,8 milliard de DTS (2,5 milliards d'USD) en 2016. En 2004, ce chiffre s'élevait à un peu moins de 1 milliard de DTS (1,4 milliard d'USD). La valeur du marché secondaire, occupé par les négociants, les revendeurs, les collectionneurs et autres acteurs achetant des produits philatéliques de seconde main, est estimée entre 3 milliards de DTS (4,2 milliards d'USD) et 10 milliards de DTS (13,8 milliards d'USD).

Olfa Mokaddem, Chef du programme «Philatélie et coupons-réponse internationaux» à l'UPU, explique que l'arrivée d'Internet et du commerce électronique a contribué à la hausse de l'intérêt pour les produits philatéliques.

«Les activités en ligne ont ouvert le marché et accéléré la croissance. La philatélie est devenue une activité commerciale rentable et les postes commencent à en tirer parti», déclare M<sup>me</sup> Mokaddem.

Le commerce électronique a permis aux collectionneurs du monde entier d'acheter en toute simplicité des timbres-poste internationaux qui étaient auparavant difficilement trouvables chez des revendeurs traditionnels.

Si les collectionneurs classiques étaient des philatélistes passionnés par la valeur historique et culturelle des timbres-poste, M<sup>me</sup> Mokaddem explique que le commerce électronique a permis l'avènement de nouveaux types de collectionneurs. Par exemple, un collectionneur intéressé par

un sujet spécifique pourra, au moyen d'une recherche en ligne, trouver tous types de produits sur ce sujet disponibles à l'achat, y compris des timbres-poste.

Sur les 95 postes ayant répondu à une récente enquête de l'UPU, 65% d'entre elles gèrent une boutique en ligne. Ce pourcentage indique que les opérateurs postaux tentent de toucher les collectionneurs. Les postes ont également accru leurs efforts en matière de marketing et de communication en ligne pour atteindre de nouveaux consommateurs. En effet, 69% des répondants utilisent désormais les réseaux sociaux pour promouvoir leurs produits.

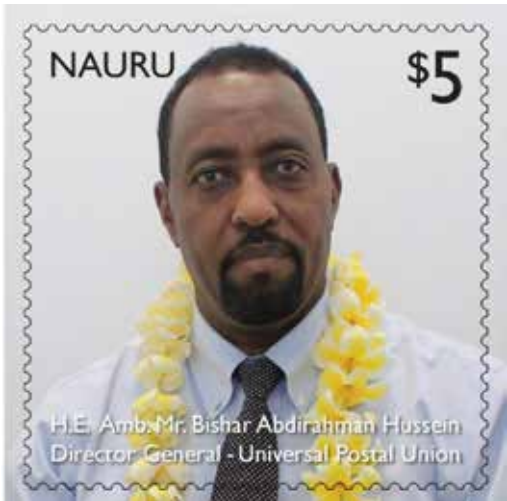
Bien que les postes aient le monopole sur le marché primaire, Mme Mokaddem souligne l'importance de savoir ce que deviennent les produits après leur vente.

«Les postes ont un rôle indirect à jouer sur le marché secondaire. De plus en plus d'opérateurs postaux commencent à suivre les activités des revendeurs, collectionneurs et autres pour connaître la deuxième vie de leurs timbres-poste», explique-t-elle.

Un nombre croissant d'opérateurs postaux entreprennent ainsi d'améliorer leurs programmes philatéliques afin d'augmenter la qualité de leurs timbres-poste avec des innovations en matière d'impression, de matériaux et de technologies.

L'Association mondiale pour le développement de la philatélie (AMDP), dirigée par l'UPU, simplifie les relations entre tous les acteurs du secteur philatélique au moyen de conférences et de forums afin que les marchés primaire et secondaire continuent de se développer et de se stimuler mutuellement. **KR**

Consultez le système mondial de numérotation des timbres-poste (WNS) de l'AMDP à l'adresse **[www.wnsstamps.post](http://www.wnsstamps.post)** pour découvrir plus de 95 000 timbres-poste du monde entier.



La poste de Nauru a émis un timbre pour célébrer la première visite de son histoire du Directeur général de l'UPU sur son île.



La Poste Suisse innove avec un timbre qui joue l'hymne national du pays.



La Poste autrichienne célèbre son patrimoine avec un timbre brodé à l'effigie du chapeau de Styrie.



La Poste des Îles Féroé utilise de la peau de morue pour décorer ses timbres.

## Étude de cas: Autriche

Österreichische Post est un excellent exemple de poste ayant réussi à étudier le marché et à s'y adapter.

Cet opérateur postal a lancé sa boutique en ligne en 2012 après avoir constaté l'importance des activités en ligne. Selon Ingeborg Gratzner, porte-parole de la poste autrichienne, cette boutique en ligne a généré 2 millions d'EUR (2,2 millions d'USD) de recettes en 2018. M<sup>me</sup> Gratzner ajoute que les produits philatéliques constituent 99% des produits présents sur la plate-forme.

Pour attirer la clientèle, l'opérateur postal a pris plusieurs mesures en matière de production et de marketing. La première mesure a été que le programme philatélique soit à l'origine d'une innovation technique par an. L'innovation la plus récente est un timbre-poste chiffré numériquement. Parmi les autres innovations, on compte un timbre orné d'une broderie représentant un chapeau styrien (la Styrie est un Land d'Autriche), un timbre en bois de chêne ou encore un timbre contenant quelques grammes de poussière d'une météorite de plus de 4,5 milliards d'années. La création de nouveaux types de produits, tels que des carnets de timbres, fait partie des autres priorités de l'opérateur postal.

«Ces produits ont un impact important sur l'image de notre entreprise et attirent beaucoup l'attention médiatique», selon M<sup>me</sup> Gratzner.

Elle déclare également que la poste coopère avec l'un des principaux journaux d'Autriche pour organiser des concours de création de timbres-poste.

L'opérateur postal se réjouit par ailleurs de l'importance croissante des collectionneurs, ces derniers constituant le public cible central de la poste. Pour les atteindre, Österreichische Post travaille activement afin d'équilibrer son programme philatélique pour faire le bonheur des collectionneurs, des clients en bureau de poste et même des petits philatélistes en herbe. **KR**

# An Post offre aux SDF une adresse bien à eux



Photo: Shutterstock

La poste irlandaise a lancé un nouveau service permettant aux sans-abri d'obtenir leur propre adresse postale.

**TEXTE:** Olena Muravyova

Le Point d'adresse est une solution simple et pratique qui offre aux personnes sans domicile fixe (SDF) une adresse postale constante. En coopération avec des associations caritatives et des prestataires de services irlandais, une adresse personnelle est immédiatement générée selon le bureau de poste choisi par la personne concernée. L'expression «bureau de poste» n'apparaît pas dans ces adresses pour éviter la stigmatisation sociale.

Le bureau de poste concerné devient aussi le centre de collecte des lettres pour les clients. Il leur suffit de présenter leur pièce d'identité pour récupérer leur courrier. Celui-ci doit avoir un poids de 100 grammes au plus et sera conservé vingt jours au bureau de poste. Si le client va vivre ailleurs, il peut obtenir une nouvelle adresse liée au bureau de poste de son nouveau lieu de séjour.

Selon l'opérateur postal, c'est le premier service de ce type en Europe, et 200 de ses 950 bureaux de poste le proposent déjà dans le pays entier.

Une adresse postale est normalement considérée comme acquise. Cependant, elle est essentielle, car elle constitue un aspect de l'identité. Elle donne accès aux services sociaux de base tels que les soins médicaux, la correspondance scolaire, les offres d'emploi, l'indemnité de logement, l'ouverture d'un compte en banque ou tout simplement la possibilité de lire dans une bibliothèque. Une adresse postale permet également de rester en contact avec la famille et les amis.

Grâce au Point d'adresse, l'opérateur peut maintenant aider les personnes en détresse à se remettre sur pieds.

«Nous sommes très conscients des difficultés qui peuvent résulter de l'absence d'une adresse postale fiable et sûre ou d'un endroit pour récupérer le courrier... Or nous sommes une grande société irlandaise dotée d'une expertise de niveau mondial et une équipe avec une conscience sociale; dans toute la mesure possible, nous devons donc être une force du bien», a déclaré Debbie Byrne, Directrice d'An Post Retail, dans un communiqué de presse annonçant le service.



Dans le même communiqué, Francis Doherty, Chef de la communication de Peter McVerry Trust, une des plus grandes associations caritatives qui soutiennent les SDF en Irlande, a déclaré: «C'est un service personnel et pratique qui fera la différence dans la vie des gens... Une adresse sûre peut sembler être un détail, mais elle apporte d'énormes avantages aux personnes sans-abri ou vivant en hébergement provisoire.»

An Post propose des dépliants d'information sur le Point d'adresse à toutes les institutions travaillant au bénéfice des sans-abri à l'échelle nationale pour faire mieux connaître le nouveau service et les aider à l'expliquer à leurs clients.

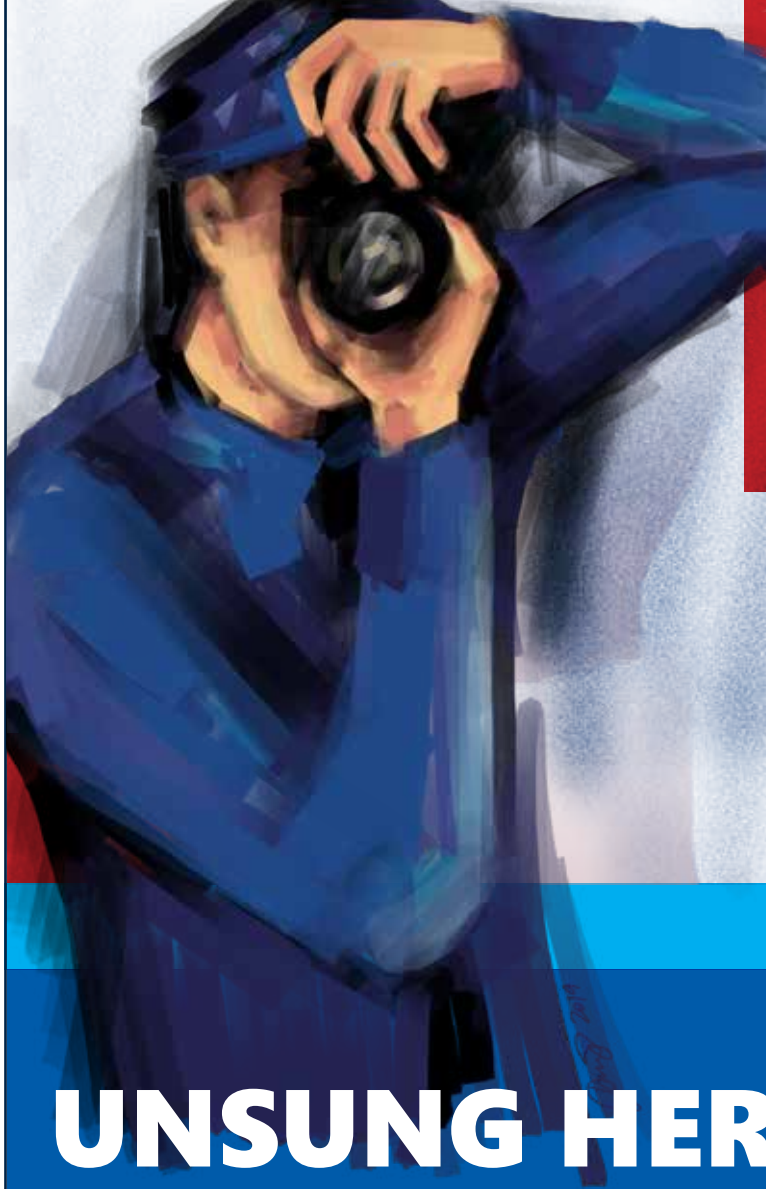
[Une adresse postale] donne accès aux services sociaux de base tels que les soins médicaux, la correspondance scolaire, les offres d'emploi, l'indemnité de logement, l'ouverture d'un compte en banque ou tout simplement la possibilité de lire dans une bibliothèque.

Les associations caritatives concernées ont été invitées à participer à la nouvelle initiative en raison de l'effet positif sur la vie de plus de 10 000 personnes vivant sans abri en Irlande, dont un tiers sont des enfants. Depuis son lancement, en avril, plus de 1000 personnes ont utilisé le dispositif en ligne pour créer leur adresse postale unique.

Dans une vidéo présentant le Point d'adresse, Mike Allen, Directeur d'Advocacy Focus Ireland, explique que «le service fera une grande différence pour la capacité de survivre (de ces personnes) lorsqu'elles sont sans abri et pour leur capacité de s'en sortir. En ce sens, il donne aux gens un point d'ancrage.»

Selon Sam McGuinness, Président-Directeur général de Dublin Simon Community, le Point d'adresse d'An Post a donné aux personnes en détresse «un sentiment d'identité qu'elles n'ont plus connu depuis longtemps».

Grâce à ce service, elles ont aussi un sentiment de dignité, car elles ont un lieu bien à elles. **OM**



# CONCOURS PHOTOGRAPHIQUE

## UNSUNG HEROES

Hidden corners of the global postal service

En célébrant le 145<sup>e</sup> anniversaire de l'UPU et le jubilé de la Journée mondiale de la poste, instituée par les Nations Unies pour sensibiliser les citoyens au rôle de la poste, l'UPU invite les participants du monde entier à soumettre leurs meilleures photos en lien avec la poste pour le calendrier de 2020 de l'UPU.

Pour en savoir plus, suivez l'UPU dans les médias sociaux et consultez **news.upu.int**



universalpostalunion



UPU\_UN

### #UPUPhotos



1969-2019

# JOURNÉE MONDIALE DE LA POSTE

9 octobre



UPU UNION  
POSTALE  
UNIVERSELLE

145 ANS

LIVRER LA CROISSANCE



Photo: Turkish Post

# Le café de la poste turque marie nouveau look et hospitalité traditionnelle dans les bureaux de poste

TEXTE: Olena Muravyova

La poste turque a lancé «Post Café», une innovation qui fait partie de la nouvelle conception des bureaux de poste de l'opérateur et représente une étape importante dans le processus de modernisation. L'initiative vise à améliorer la satisfaction de la clientèle.

Depuis quelques années, la poste turque met à jour ses produits et services pour répondre aux exigences modernes, améliorer la valeur de sa marque et renforcer ainsi sa position sur le marché. Elle a développé son idée de Post Café après avoir mené des enquêtes sur la satisfaction des clients.

Pour commencer, l'opérateur a prévu d'inaugurer des cafés dans les principaux bureaux de poste très fréquentés et proposant une large gamme de produits et services. Le premier café a été ouvert en 2017 dans un des principaux bureaux de poste à Bursa. L'opérateur a depuis étendu le projet en ouvrant en 2018 un Post Café sur le campus de l'Université Gazi, à Ankara.

«En tant que poste turque, nous resterons présents dans tous les domaines des services facilitant la vie des jeunes gens», a déclaré Kenan Bozgeyik, Directeur général de la poste turque lors de l'ouverture du deuxième café. M. Bozgeyik a également affirmé que la poste turque, organisation à la fois locale et nationale, souhaite fournir des services aux étudiants à des conditions favorables. «Nous continuerons à proposer

nos services de distribution des lettres et colis ainsi que les services bancaires et mobiles par des moyens beaucoup plus pratiques.»

Les Post Café devraient bientôt apparaître sur tous les campus universitaires dans le pays entier et offrir aux visiteurs un environnement convivial. En faisant la queue, les clients profitent de l'ambiance accueillante et le nouveau look insufflé au bureau de poste l'esprit chaleureux bien connu de l'hospitalité turque.

La poste turque a réalisé un certain nombre d'autres projets sociaux intéressants, qui ont renforcé le rôle de l'opérateur au sein de la communauté internationale. Par exemple, en 2018 et 2019, elle a fait don de 40 motos et accessoires à plusieurs autres opérateurs postaux pour les aider à améliorer la distribution du courrier et pour développer la coopération.

Dans le cadre du projet caritatif «Ne jetez pas!», lancé en 2017 en collaboration avec le philanthrope Muammer Kavazoğlu, la poste turque distribue gratuitement des colis avec des jouets réparés et remis à neuf dans des hôpitaux, écoles, centres de réhabilitation et autres institutions sociales de tous les coins du pays. Quelque 3500 jouets ont déjà été distribués, et l'opérateur souhaite atteindre un million d'enfants en détresse. **OM**



# Données de masse de l'UPU – Fonctionnement et orientation

Chaque année, des milliards de lettres et de colis parcourent la planète. Pour ce faire, les postes échangent des données électroniques sur absolument tout (localisation, coût d'expédition, etc.). L'UPU trouve de nouveaux moyens d'exploiter cette mine d'informations.

**TEXTE:** Kayla Redstone

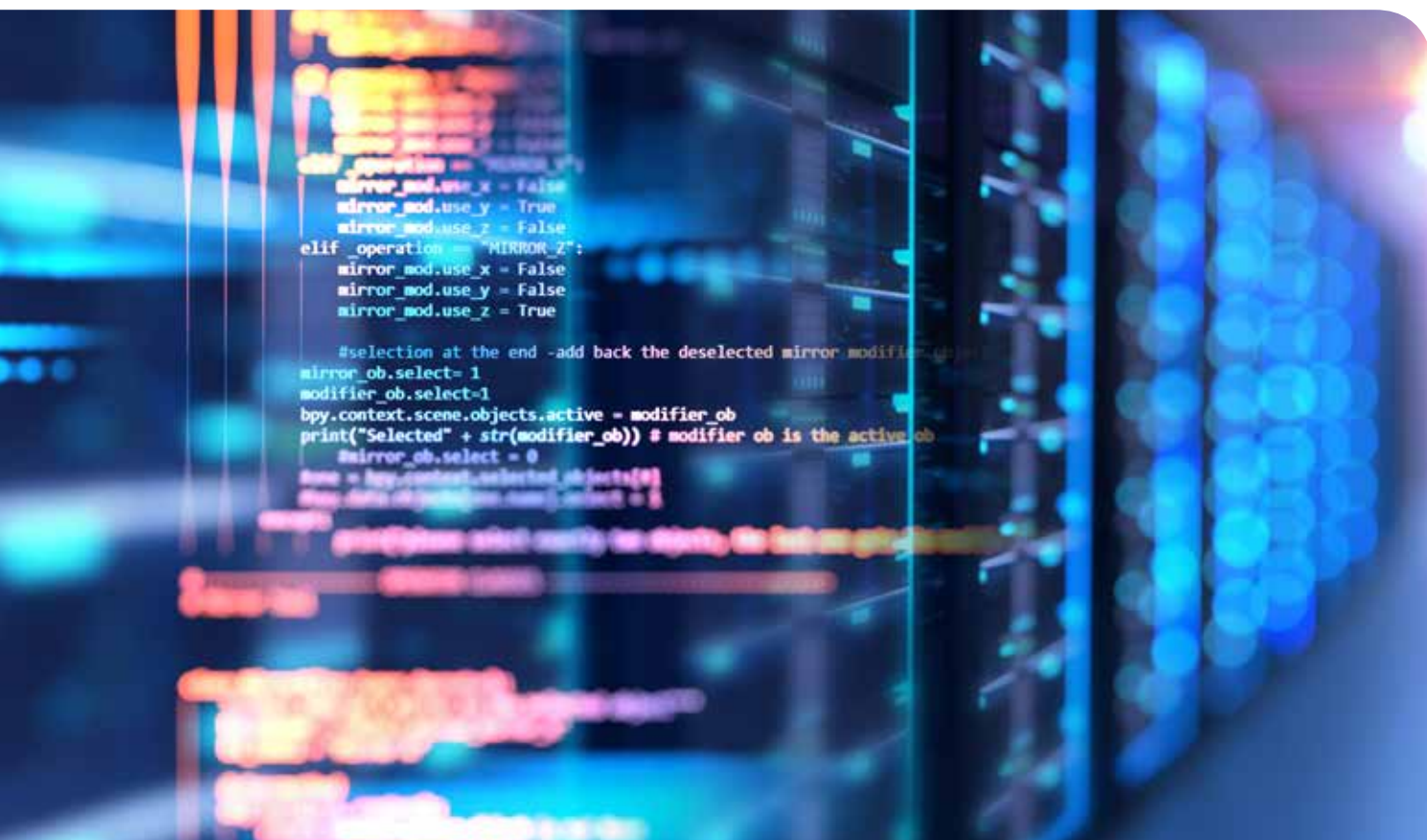


Photo: Shutterstock

Les organisations utilisent aujourd'hui les données pour tout, des statistiques à l'apprentissage automatique en passant par la science des données, selon Silviu Lita, architecte logiciel chevronné au Centre de technologies postales (CTP) de l'UPU. M. Lita travaille avec quatre collègues dans l'équipe chargée des données de masse de l'UPU. «Dans les bases données «vieux jeu», on devait alimenter en données un outil de calcul mais, dans les systèmes de données de masse, on peut injecter la logique de calcul, dans les données pour effectuer des analyses», dit-il. Et d'ajouter: «Cela nous permet de traiter des volumes de données plus importants.»

Pour répondre à la pression croissante sur les bases de données traditionnelles de l'UPU, le CTP a mis en place il y a plusieurs années le premier outil de traitement des données de masse de l'Union, QCS BigData, fondé sur les échanges de données informatisés (EDI) sur POST\*Net. Le nouveau système stocke des centaines de milliers de messages EDI sur la géolocalisation, le suivi postal, les douanes, l'aviation, les transports et les finances qui sont échangés avec les différentes solutions informatiques de l'UPU. Toute cette information est stockée sur l'infrastructure de l'UPU. POST\*Net contient des données mondiales sur les échanges postaux entre les opérateurs des Pays-membres et les partenaires de la chaîne logistique, y compris les enregistrements historiques datant de plusieurs années. Cette information est actuellement utilisée pour établir les rapports sur la qualité des échanges de courrier ou des services de transfert et de paiement postaux,

la performance des opérateurs et le développement postal – ZIPD – et pour développer des outils permettant de contrôler les échanges postaux ou financiers en temps réel.

### Intégration des données

La valeur potentielle des données postales de masse est énorme, mais il faut avoir les bons partenaires, intégrer les sources de données et, chose importante, disposer des ressources requises.

Mauro Boffa, économiste à l'UPU, évoque des cas de réussite où la combinaison avec d'autres ensembles de données a été riche d'enseignements sur des tendances socioéconomiques plus générales. Par exemple, les données postales ont servi à déterminer les répercussions des fluctuations des prix sur les flux des échanges dans le domaine du commerce électronique et à mettre en évidence les possibilités d'utilisation des flux postaux pour estimer le bien-être socioéconomique. Selon M. Boffa, l'UPU mène actuellement, en collaboration avec l'Organisation de l'aviation civile internationale (OACI), des recherches combinant les données postales de masse et celles sur les horaires d'avion pour détecter les possibilités d'améliorer l'efficacité logistique.

«En croisant les données de masse de l'UPU et celles de l'OACI, nous pouvons voir combien de temps les envois postaux passent à l'aéroport, définir les moyens d'améliorer l'efficacité de la chaîne logistique et faciliter ainsi le commerce électronique international», affirme M. Boffa.

Il relève que l'UPU a déjà établi des partenariats de recherche avec d'autres organisations internationales telles que la Banque mondiale, la Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement ainsi que l'initiative «Global Pulse» des Nations Unies.

Selon M. Lita, l'intelligence artificielle et l'apprentissage automatique sont les prochaines étapes que l'UPU cherchera à atteindre avec des outils de traitement de données de masse. «Les machines sont à même de détecter des structures qui échappent à l'être humain», dit-il.

M. Boffa et ses collègues du programme «Recherche et stratégie» de l'UPU développent actuellement un prototype de tableau de bord prédictif capable d'analyser les messages EDI de l'UPU et d'établir en temps réel une comparaison avec d'autres tendances, permettant ainsi aux Pays-membres de prévoir par exemple les délais de distribution ou les volumes postaux.

Les avancées technologiques en matière de données de masse et une meilleure communication entre les postes et les douanes pourraient rendre possible un bond technologique majeur vers l'utilisation de l'intelligence artificielle pour garantir la sécurité des clients et des employés postaux. «Ce qui est fascinant, avec les données de masse, c'est que, lorsqu'on se met à additionner différents types de données, les questions et possibilités se multiplient», conclut M. Boffa. **KR**

## 4 V pour comprendre les données de masse de l'UPU en un coup d'œil

### Volume

L'UPU a enregistré 17 milliards d'événements de 2013 à 2018. Elle estime que cette quantité doublera d'ici à 2025

### Variété

Combinaison de différentes normes, de données textuelles, de volumes postaux et d'informations de distribution

### Vitesse

Les nouveaux messages suivis font l'objet de mises à jour horaires

### Valeur

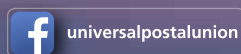
Nouveaux produits, informations sur le marché, meilleurs services pour les membres

# Conférence mondiale de l'UPU sur la coopération transfrontalière dans un monde de commerce électronique

**26–28 novembre 2019**

**Xiamen International Conference Centre Hotel  
Xiamen (Rép. pop. de Chine)**

**#postaldialogue**



**中华人民共和国国家邮政局**

State Post Bureau of The People's Republic of China



## Q3

**3/4 juillet**

Colloque EMS pour la région arabe  
*Beyrouth (Liban)*

**8–12 juillet**

Atelier sur la préparation opérationnelle au commerce électronique pour les pays francophones  
*Lomé (Togo)*

**9/10 juillet**

Forum stratégique régional pour l'Europe  
*Minsk (Biélorus)*

**22–26 juillet**

Atelier sur la préparation opérationnelle au commerce électronique pour les pays anglophones  
*Le Caire (Égypte)*

**23/24 juillet**

Forum stratégique régional pour la région arabe  
*Le Caire*

**12/13 août**

Forum stratégique régional pour la région des Amériques  
*San José (Costa-Rica)*

**20/21 août**

Colloque EMS pour l'Asie/Pacifique  
*Oulan-Bator (Mongolie)*

**2–5 septembre**

Atelier conjoint OMD–UPU sur le renforcement des capacités de sécurité postale  
*Montevideo (Uruguay)*

**2–6 septembre**

Réunion du Conseil exécutif de l'Union postale de l'Asie et du Pacifique  
*Tokyo (Japon)*

**9–12 septembre**

ITU Telecom World 2019  
*Budapest (Hongrie)*

**9–12 septembre**

Atelier sur la réforme et la régulation postales 2019  
*Montevideo*

**10 septembre**

Émission du timbre commémoratif pour le vingtième anniversaire de la Coopérative EMS  
*Berne (Suisse)*

**16–20 septembre**

Atelier sur la préparation opérationnelle au commerce électronique consacré aux petits paquets et aux services supplémentaires  
*Tunis (Tunisie)*

**24/25 septembre**

**Troisième Congrès extraordinaire de l'UPU**  
*Genève (Suisse)*

**26 septembre**

**Troisième Congrès extraordinaire de l'UPU – prolongation d'une demi-journée à décider par le Congrès**  
*Genève*

**26 septembre**

**Session extraordinaire du Conseil d'exploitation postale**  
*Genève*

**26–29 septembre**

Atelier conjoint OMD–UPU sur le renforcement des capacités de sécurité postale  
*Tunis*

**30 septembre**

**Forum mondial des entreprises postales de l'UPU**  
*Amsterdam (Pays-Bas)*

## Q4

**1<sup>er</sup>–3 octobre**

Parcel+Post Expo  
*Amsterdam*

**9 octobre**

**Célébration de la Journée mondiale de la poste**  
*Berne*

**10/11 octobre**

Atelier mondial EMS  
*Berne*

**10/11 octobre**

Assemblée plénière de PostEurop et Forum d'innovation commerciale  
*Jersey (Royaume-Uni)*

**14–18 octobre**

**Conseil d'exploitation postale**  
*Berne*

**21–25 octobre**

**CA (session S6)**  
*Berne*

**Session S6 du CA**

Conférence de l'UPU sur la régulation postale «Nouvelles technologies pour fournir des services financiers postaux – Considérations réglementaires et politiques»  
*Berne*

**4–8 novembre**

Quatrième atelier sur la préparation opérationnelle au commerce électronique pour l'Asie  
*Bangkok*

**5 novembre**

Forum Rémunération de PostEurop, réunion du Groupe «Douanes»  
*Vienne*

**6 novembre**

Journée de l'intégration des données de PostEurop  
*Vienne*

**7 novembre**

Réunion des Groupes de travail «Qualité de service et opérations» de PostEurop  
*Vienne*

**11–13 novembre**

Atelier sur la gestion des risques liés aux catastrophes  
*Bangkok*

**18–22 novembre**

Atelier EMS sur l'amélioration des performances  
*Bangkok*

**18–22 novembre**

Réunion du Conseil exécutif de l'UPAEP  
*Montevideo*

**26–28 novembre**

**Conférence mondiale de l'UPU sur la coopération transfrontalière dans un monde de commerce électronique**  
*Xiamen, (Rép. pop. de Chine)*

## Australie

**AUSTRALIA POST** a lancé une campagne de prévention routière dans le cadre d'un partenariat de quatre ans avec Australian Trucking Association (ATA) afin de réduire le nombre d'accidents de la circulation. L'opérateur a pris part au Volvo ATA Safety Truck, une exposition sur la sécurité routière visant tout particulièrement les jeunes conducteurs inexpérimentés. Lors de cette manifestation, grâce à l'utilisation de technologies de réalité virtuelle et aux conseils de divers intervenants, les conducteurs ont appris comment partager la route avec les poids lourds en toute sécurité. L'opérateur compte investir 200 000 AUD (140 000 USD) pour changer l'image de Volvo ATA Safety Truck. La nouvelle version de l'exposition sera lancée en octobre 2019. [om](#)

## Autriche

**ÖSTERREICHISCHE POST** a émis un cybertimbre de collection, le premier timbre au monde à être authentifié via la technologie de la chaîne de blocs. Ce timbre a deux fonctions. Le côté gauche, sur lequel apparaît une licorne multicolore, symbole de la chaîne de blocs Ethereum, fonctionne comme un timbre normal et peut être utilisé pour envoyer du courrier. Le côté droit comprend la partie numérique stockée dans la chaîne de blocs. L'opérateur postal a émis 150 000 timbres à 6,90 EUR pièce. Ils peuvent être obtenus dans les bureaux de poste à travers le pays et via la boutique en ligne de la poste. [om](#)

## Barbade

**LE MINISTÈRE DE L'INTÉRIEUR DE LA BARBADE** et **BARBADOS POSTAL SERVICE** travaillent avec l'UPU pour réformer le service postal du pays. Dans le cadre de ce projet, l'obligation de service universel de la poste sera repensée, une politique du secteur postal sera élaborée et la législation mise à jour. La réforme devrait conduire à la création d'une banque postale, améliorer l'adressage et permettre une meilleure réglementation du secteur. [kr](#)

## Canada

En réponse à une forte augmentation du volume des petits paquets, **POSTES CANADA** a installé de nouvelles machines de tri pour les colis à Vancouver et Toronto, où se trouvent les principaux centres de dépôt du courrier national et international du pays. L'opérateur postal prévoit en outre d'équiper le troisième plus grand centre de dépôt, situé à Montréal, d'une nouvelle machine pour le tri des paquets. Afin de continuer à satisfaire les besoins des clients, l'opérateur prévoit d'investir 2,3 milliards de CAD (1,8 milliard d'USD) dans le développement de son infrastructure au cours des dix prochaines années pour renforcer les capacités en matière de tri des colis dans ses principaux centres de dépôt. [om](#)

## Croatie

**HRVATSKA POŠTA** a acheté 20 nouveaux quadricycles pour la distribution des envois postaux. Ces véhicules, produits par Ducati Energia S.p.A, sont conçus pour circuler dans les rues étroites. Leur aspect pratique et leur facilité d'utilisation en font un moyen particulièrement adapté à la distribution du courrier dans les centres-villes. Ces nouveaux véhicules permettront de réduire la pollution de l'air et le bruit de la circulation urbaine et d'améliorer l'efficacité énergétique des transports. Ils permettront aussi de réduire les émissions de CO<sub>2</sub> de 7,5 tonnes par an. [om](#)

## Allemagne

**DEUTSCHE POST** a passé un contrat avec Siemens Logistics en vue de l'intégration d'une machine de tri à convoyeur VarioSort dans l'infrastructure de son centre de tri de l'aéroport de Francfort. Cette nouvelle machine peut trier 18 000 paquets par heure, y compris les envois légers de 20 grammes. De plus, le logiciel de reconnaissance des adresses ARTread, produit par Siemens, constitue un outil innovant et fiable pour la lecture des adresses et des étiquettes qui aidera l'opérateur à faire face à l'accroissement du volume des envois arrivants et partants. [om](#)

## Ghana

**GHANA POST** soutient les entreprises locales au moyen de sa nouvelle plateforme de commerce électronique en ligne. Contrairement à d'autres sites de vente en ligne, la boutique postshop.com.gh propose des tarifs abordables pour la distribution des envois postaux, ce qui a notamment pour effet d'attirer les clients étrangers. Cette innovation a pour objet d'attirer les entreprises de vente au détail locales et étrangères et d'accroître la visibilité des produits ghanéens au niveau mondial. Les clients peuvent retirer leurs commandes au bureau de poste le plus proche. [om](#)

## République de Corée

**KOREA POST** prévoit d'associer la technologie de la chaîne de blocs à son service postal de paiement. Le nouveau service sera aussi simple à utiliser que les services existants, mais les données des clients seront conservées dans une chaîne de blocs lorsqu'ils scannent leur code QR pour effectuer un paiement. Le projet pilote débutera dans la «ville novatrice» coréenne de Naju et visera en premier lieu les petits restaurants. Dans l'avenir, la poste prévoit d'étendre le projet aux institutions publiques et aux entreprises locales. Grâce à cette nouvelle plateforme, l'opérateur prévoit aussi d'accéder au marché des envois de fonds internationaux. [om](#)

## Kirghizistan

**KYRGYZ POST** a reçu 18 véhicules de la part de l'UPU pour améliorer la qualité de la distribution postale. Selon Mars Naspakov, Directeur général de Kyrgyz Post, «Kyrgyz Post est la seule entreprise au Kirghizistan dont les véhicules peuvent atteindre la ville chinoise de Kashgar». Les nouveaux véhicules contribueront à réduire de quinze à vingt jours les délais de distribution des marchandises commandées en ligne. **om**

## Pologne

**POCZTA POLSKA** assurera la distribution des colis au moyen d'un nouveau réseau de casiers à colis créé par le fournisseur danois de casiers à colis et de logiciels SwipBox. Près de 150 casiers ont déjà été installés dans les magasins Biedronka, la plus grande chaîne de supermarchés discount du pays, et les clients peuvent maintenant les utiliser pour retirer leurs colis pendant qu'ils font leurs courses. Poczta Polska est la seule entreprise polonaise de services de messagerie et de logistique présente en Europe centrale et orientale. Son potentiel commercial pour la distribution sur le dernier kilomètre représente près de 1 milliard de PLN (267,3 millions d'USD) par an. Le nouveau mode de distribution devrait aider l'opérateur à atteindre son objectif visant à doubler ses revenus d'ici à 2023. **om**

## Suisse

**LA POSTE SUISSE** a conclu un partenariat avec Migros, la principale entreprise de vente au détail en Suisse. Les clients de La Poste Suisse possédant un compte en ligne auprès de l'opérateur postal peuvent désormais retirer leurs commandes effectuées en ligne dans plus de 300 succursales Migros dans toute la Suisse. Après s'être connectés à leur compte, ils peuvent choisir la succursale qu'ils souhaitent utiliser pour envoyer ou recevoir leurs colis ou lettres recommandées. Les clients pourront aussi profiter du service «PickMup» de Migros pour acheter des produits des marques commercialisées par Migros et retirer leurs achats en magasin. **om**

## Ukraine

En 2019, **JSC UKRPOSHTA** a remporté deux prix «World Post & Parcel Awards» dans les catégories «Responsabilité sociale des entreprises» et «Commerce électronique postal». Le programme de soutien de l'école de formation à l'exportation en ligne d'Ukrposhta, retenu dans les deux catégories précitées, permet aux petites et moyennes entreprises locales de bénéficier de tarifs spéciaux et d'un système de rabais cumulables pour la distribution de leurs articles vendus en ligne. Plus de 20 000 personnes à travers le pays ont participé aux ateliers de l'école, et plus de 100 000 ont suivi ses cours en ligne. **om**

## Émirats arabes unis

**EMIRATES POST GROUP (EPG)** a conclu un partenariat avec la plate-forme logistique FarEye et l'organisation de vente au détail Landmark Group afin d'améliorer la distribution des envois postaux dans les pays du Conseil de coopération du Golfe. FarEye créera une plate-forme de distribution intelligente permettant de garantir une distribution dans les délais à des tarifs plus abordables. Grâce au nouveau plan d'acheminement d'EPG fondé sur les données, le nombre de distributions par heure pourra être accru et les clients pourront suivre leurs envois en temps réel. **om**

## Royaume-Uni

**ROYAL MAIL** compte installer des cases postales adaptées aux colis, les premières du genre au Royaume-Uni. Cette année, dès août, quelque 1400 cases postales pour les colis seront mises en service un peu partout dans le pays, y compris à Birmingham, Leeds, Aberdeen et Cardiff. L'ensemble des cases postales prévues seront installées dans un délai de six mois. Elles permettront aux clients d'expédier des colis prépayés ou de renvoyer des colis munis de codes à barres, comme c'est déjà le cas pour les lettres. **om**

## Ouzbékistan

**LA POSTE OUZBÈKE** a signé un protocole d'accord avec Samsung Electronics en vue de la modernisation de son infrastructure postale. Samsung numérisera l'infrastructure postale existante et créera des systèmes de postes de travail mobiles pour les employés postaux. Cette initiative constitue une étape importante vers la numérisation des processus d'exécution des tâches de la poste et contribuera à améliorer son système de gestion en le rendant plus efficace et plus transparent. **om**





Rejoignez maintenant les milliers de lecteurs satisfaits. Abonnez-vous pour recevoir quatre numéros par an de notre magazine phare dans l'une des sept langues.

Les particuliers partout dans le monde peuvent s'abonner pour 50 CHF par an. Des tarifs réduits spéciaux s'appliquent aux Pays-membres de l'UPU.

Envoyez-nous dès maintenant votre commande par télécopie **(+4131350 37 11)** ou par courrier électronique **(publications@upu.int)** en fournissant les informations ci-après →



## S'ABONNER MAINTENANT

PRÉNOM ET NOM

FONCTION

ORGANISATION/OPÉRATEUR

ADRESSE POSTALE COMPLÈTE

ADRESSE ÉLECTRONIQUE

TÉLÉPHONE

TÉLÉCOPIE

LANGUE SOUHAITÉE

☐ ANGLAIS

☐ ARABE

☐ ALLEMAND

☐ ESPAGNOL

☐ FRANÇAIS

☐ CHINOIS

☐ RUSSE



# 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 utilisant l'identification par radiofréquence (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 de RFID passif.

Pour de plus amples informations, voir le film  
<http://tinyurl.com/gmsfilm>  
ou contacter [gms@upu.int](mailto:gms@upu.int).



**UPU** UNION  
POSTALE  
UNIVERSELLE

**SUIVEZ-NOUS**

**Nous sommes  
SOCIAUX !**

