

UNION POSTALE

décembre 2009

L'actualité qui fait bouger le secteur
postal depuis 1875



Union postale universelle,
institution spécialisée
des Nations Unies

4

Ruth Goldway
sur les vicissitudes
de USPS

L'inclusion
financière a
l'œuvre

Le mandat de poste
retrouve sa
compétitivité

Prendre
le virage
écologique

Domestique

International

Lettres

Colis

Logistique

Cargo/Fret

Express

*Nous utilisons la **RFID** pour élever vos affaires en temps réel*

Les 55 opérateurs postaux qui déplacent 80% du courrier du monde nous font confiance pour élever leurs logistiques

Contactez-nous pour un test chez vous

Tél: +45 29 632 932

E-mail: post@lyngsoesystems.com

www.lyngsoesystems.com

 **Lyngsoe
Systems**
elevating logistics

Sommaire



De plus en plus de postes explorent les véhicules alternatifs pour rouler plus écologique. Néanmoins, dans de nombreux pays, la bicyclette demeure un véhicule de prédilection.

En couverture

Les postes se mettent au vert 8
Le secteur veut réduire ses émissions de CO₂

Articles

Message livré à Copenhague 13
Le secteur postal soutient la campagne «Scellons l'accord»

Le mandat de poste retrouve sa compétitivité 14
Une nouvelle initiative séduit l'Amérique latine

Recettes pour assurer croissance et succès 18
Post-Expo 2009: tour d'horizon du Forum mondial des entreprises postales

L'inclusion financière sous toutes ses coutures 20
Les acteurs internationaux discutent du rôle des postes

La Journée mondiale de la poste célébrée 30
Gros plan sur le 9 octobre

Du chocolat et du travail décent 31
La lauréate du concours épistolaire de l'UPU se rend en Suisse

La campagne de prévention du VIH démarre 32
Point sur le lancement de la campagne dans six pays

Perspective

Offrir aux migrants un accès aux services financiers 22
Point de vue d'une universitaire: première partie

L'interview

Essuyer la tempête 24
Les vicissitudes de la poste américaine selon Ruth Goldway, présidente de la Commission de régulation postale

Visages

Au cœur de la communauté 28
La factrice Geneva Kubal explique pourquoi les clients lui font confiance

Rubriques

En bref 4

Avant-propos 5

Portrait 6

Tour d'horizon 34

décembre

2009

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

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

Rédactrice en chef: Faryal Mirza (FM)
Rédacteur adjoint: Rhéal LeBlanc (RL)
Secrétaire de rédaction: Gisèle Coron
Collaborateurs: Luisa Anderloni, Anne Césard, Sarra Daldoul (SD), Jérôme Deutschmann (JD), Monika Kugemann, Itziar Marañón
Traduction: Anne-Rebecca Deruelle, Xavier Perret, Nathalie Tomlinson
Graphisme: Die Gestalter, Saint-Gall (Suisse)
Impression: Gassmann AG, Bienne (Suisse)
Abonnements et publicité: faryal.mirza@upu.int

Les opinions exprimées dans les articles ne sont pas nécessairement celles de l'UPU. La reproduction d'extraits de la publication est autorisée pour autant qu'elle s'accompagne de la mention:
© *Union Postale* (UPU)

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

Téléphone:
+41 31 350 35 95
Téléfax:
+41 31 350 37 11
Courriel:
faryal.mirza@upu.int
Site Web: www.upu.int

Imprimé sur du papier certifié FSC

Bureau international

Un Conseil d'administration fructueux



A l'écoute Photo: Alexandre Plattet

Nom de domaine .post, inclusion financière, régulation postale et développement durable étaient au nombre des sujets discutés pendant la session 2009 du Conseil d'administration (CA), qui s'est tenue au siège de l'UPU en octobre et en novembre. Environ 950 délégués ont participé aux réunions de l'organe principal de l'UPU, dont les 41 pays-membres approuvent les travaux et les activités de l'Union. Quatre commissions et leurs groupes respectifs traitent de questions de gouvernance, de développement et de coopération, de finances et d'administration et de stratégie de l'UPU.

Selon le directeur général de l'UPU, le CA joue un rôle majeur pour préparer l'avenir de l'organisation. «Intégrer dans nos réflexions les nouveaux acteurs du secteur postal, les grandes tendances internationales et les éléments de conjoncture comme la crise actuelle sont autant de pistes nécessaires pour dessiner la future architecture de notre organisation», a déclaré Edouard Dayan en séance plénière. Effectivement, le CA discutera de questions de gouvernance concernant des projets innovants comme celui du nom de domaine de premier niveau .post (v. article à ce sujet).

Le CA a aussi étudié différents modèles de régulation postale et discuté du financement du service postal universel dans un contexte de crise et de libéralisation du marché lors d'une conférence d'une journée consacrée au sujet. De nombreux participants ont aussi suivi avec intérêt les discussions concernant le rôle du réseau postal pour garantir un meilleur accès aux services financiers à des millions de personnes lors d'un atelier de deux jours (v. article en page 20). Autre fait saillant: le Conseil a donné son soutien au développement d'un projet sur l'adressage. L'UPU veut sensibiliser les gouvernements, les régulateurs et les organisations onu-

siennes et internationales, entre autres, à l'importance de disposer de systèmes d'adressage complets afin de pouvoir proposer des services publics efficaces et de permettre aux citoyens de participer pleinement dans la société. L'UPU créera un groupe de travail pour traiter du sujet et veut tenir un sommet international en 2011.

International

Les dirigeants mondiaux réunis à Copenhague en décembre pour conclure un accord international visant à réduire les émissions de gaz à effet de serre ont discuté des méthodes de financement des mesures de réduction. Dans ce contexte, le CA a adopté une proposition visant à établir un groupe de projet pour étudier la faisabilité de la mise en place d'un dispositif de compensation carbone pour le secteur postal.

Le CA a enfin adopté une proposition visant à formaliser la relation entre l'UPU et l'Organisation internationale pour les migrations (OIM). L'UPU travaille actuellement avec l'OIM pour améliorer les services électroniques de transferts d'argent dans les bureaux de poste entre l'Ouganda et la Tanzanie. Les deux organisations souhaitent développer ce projet dans d'autres pays. D'autres projets visant à développer de tels services en Afrique rurale sont en cours avec le Fonds international pour le développement de l'agriculture, une institution des Nations Unies.

Selon Charles Prescott, président du Comité consultatif, l'intégration et la participation de l'UPU dans le système élargi des Nations Unies constituent «une brillante démarche». «En renforçant ses relations avec les Nations Unies et en établissant un réseau mondial de fournisseurs de services de messagerie électronique et de transferts d'argent proposés à des prix raisonnables, le système postal mondial a des chances de s'épanouir, et l'UPU est au centre de ces efforts de développement.» Le Comité consultatif se fait la voix des acteurs du secteur postal élargi. **RL**

Le chiffre

40 000 000

avant-propos

Ces trois derniers mois, l'UPU a connu une intense activité dans de nombreux domaines, comme le montre le présent numéro. L'inclusion financière, sujet brûlant, sera un thème phare d'*Union postale* en 2010. Au départ, il a été abordé lors de la première conférence conjointe avec l'Alliance pour l'inclusion financière, durant le Conseil d'administration, en novembre. Les discussions ont mis en lumière le fait que les postes peuvent sans contredit faciliter l'accès aux services financiers des couches les plus défavorisées de la

population. Mais un dialogue entre les parties intéressées est absolument nécessaire. Vous trouverez également dans ce numéro un aperçu des efforts écologiques entrepris par les postes, ainsi que les résultats de la première étude de l'UPU sur les émissions de gaz carboniques dans le secteur postal. Après vos lectures, n'oubliez pas de participer à notre concours, le premier depuis longtemps et le premier d'une longue série.

Faryal Mirza, rédactrice en chef

Suisse

Cent ans du monument



Photo: Daniel Rihs

L'année 2009 a marqué le centième anniversaire du monument de l'UPU – *Autour du monde* - situé dans le parc Kleine Schanze, à Berne. Des personnalités du monde entier ainsi que le personnel du Bureau international ont participé à la cérémonie, organisée autour du chef-d'œuvre du sculpteur français, René de Saint-Marceaux, et agrémentée de discours, de musique et de la mise en scène d'un acteur se faisant passer pour l'artiste. La Poste Suisse et La Poste française ont émis deux timbres commémoratifs. Ces timbres représentent la statue de bronze et de granit, ainsi que son auteur. Le timbre français peut affranchir le courrier international au départ de la France, alors que le timbre suisse en est un de service. Il ne peut être utilisé que pour l'envoi de courrier à partir du Bureau international de l'UPU. On peut se le procurer au Bureau international ou sur le site de la Poste Suisse, www.swisspost.ch/philashop, sous la rubrique «Centenaire du monument de l'UPU». De nombreux visiteurs ont également vu l'exposition historique et philatélique consacrée au monument du 9 au 11 octobre à l'Hôtel de gouvernement de Berne. **FM**

Union Postale

Sondage d'opinion: Et les gagnants sont...

Près de 300 lecteurs ayant répondu à notre récent sondage d'opinion ont demandé de participer au tirage au sort pour gagner un prix. Les gagnants sont les suivants:

Montre suisse de l'UPU

Marietta Kentistou	Grèce
Mansour Ben Motlak	Arabie saoudite
Ana Esperanza Lazo Alvarez	Nicaragua
Roger Higginson	Grande-Bretagne
Mahmoud Seguid Saleh	Egypte
Elise Goldoum	Tchad
Rebeca Portela	Costa-Rica

«SwissCard» Victorinox

Nicole Scherrer	Suisse
Ramon Blanco	Philippines
Atefeh Pashazadeh	Iran (Rép. islamique)
S.D. Mwangalika	Malawi
Allan Anchia Brenes	Costa-Rica

Clé USB Victorinox

Moussad Abdelghani	Egypte
Akimtayo Folusho	Nigéria
Abbas Hojati Nejad	Iran (Rép. islamique)

Epinglette et stylo de l'UPU

Arnaud Capliez	France
Robert Nesimi	Macédoine
Antoine Yoffo	Côte d'Ivoire
Richard Wepukhulu	Ouganda
Abdul Jamil	Pakistan
Olline Jane Mkandawire	Malawi
Moussa Cisse	Côte d'Ivoire
Kadidja Guissere Oumar	Tchad
Nnawuogo Bernard	Nigéria
John Katunga	Malawi

C'est le montant total en dollars américains envoyé en Afrique chaque année par des Africains vivant à l'étranger.

Portrait

Une adresse pour chacun

Nom Patricia Vivas

Département adressage et code postal

Nationalité espagnole

L'UPU vient de lancer une nouvelle initiative intitulée «Une adresse pour chacun, un message pour le monde». Objectif: fournir une adresse à chacun, avec l'aide d'autres organisations internationales et de bailleurs de fonds. Patricia Vivas est responsable de ce projet.

«Dans un grand nombre de pays, il paraît normal d'avoir une adresse. Or des milliards de personnes sans adresse sont exclues des services de base, tels que l'approvisionnement en eau et en électricité. De plus, sans adresse, il n'est pas possible de s'identifier de manière officielle, ce qui est indispensable, par exemple, pour ouvrir un compte bancaire ou faire une demande de passeport», explique Patricia Vivas.

L'adressage la passionne. Son travail, qui consiste à aider les pays à élaborer des adresses et des codes postaux, l'amène à entretenir des relations étroites avec les pays-membres de l'UPU: «Je participe à des projets aux quatre coins du monde, ce qui implique divers échanges culturels. Ce métier est très enrichissant, car il m'a permis d'apprendre à connaître les gens et de découvrir comment les choses sont organisées dans de nombreux pays.»

Enfin, le travail d'équipe est à l'ordre du jour: «Même si je travaille de manière autonome sur certains sujets, je collabore aussi avec d'autres services du Bureau international. Beaucoup de mes collègues ont besoin de bons systèmes d'adressage pour pouvoir faire leur travail. C'est notamment le cas de ceux qui travaillent à l'Unité EMS ou dans le groupe chargé du publipostage.»

FM



Passionnée de l'adressage Photo: Alexandre Plattet

International

L'UPU obtient le domaine de premier niveau «.post»



Le secteur postal mondial a obtenu un nom de domaine de premier niveau sur Internet – .post – grâce à la conclusion des négociations entre l'Union postale universelle et Internet Corporation for Assigned Names and Numbers (ICANN). Le conseil d'administration d'ICANN a approuvé l'attribution du nom de domaine le mercredi 9 décembre 2009.

L'UPU est la première institution spécialisée des Nations Unies à négocier un tel accord avec ICANN. Edouard Dayan, directeur général de l'UPU, a qualifié cet accord d'«historique», car il respecte le caractère unique de l'UPU en tant qu'organisation intergouvernementale soumise aux lois internationales. ICANN a déclaré qu'il s'agissait «d'une réalisation importante pour l'UPU, ICANN et la communauté Internet mondiale.» Selon Rod Beckstrom, président-directeur général d'ICANN, «l'UPU a tracé la voie pour d'autres organisations intergouvernementales.»

Innovation

Le nom de domaine .post permettra d'innover dans le domaine des services postaux à l'échelle mondiale. «Pour un secteur comme le nôtre, axé sur les services aux consommateurs, un nom de domaine nous permettra de développer un espace sécurisé sur Internet et d'interconnecter les services postaux physiques et électroniques», a déclaré Paul Donohoe, responsable du commerce électronique au siège de l'UPU et des négociations avec ICANN. «.post sera unique et très spécialisé. Il servira à mieux connecter la communauté postale mondiale avec ses clients. Il permettra aussi à l'UPU et à tous les membres du secteur postal de développer ensemble, dans le respect des normes UPU, des services postaux internationaux innovants comme le courrier hybride, les services d'identité électroniques, la communication électronique et la cyberadministration.»

De l'avis de Giovanni Brardinoni, de la poste italienne, .post représente l'avenir. «.post permettra aux opérateurs comme Poste Italiana de développer davantage leurs services électroniques sécurisés, par exemple le courrier recommandé électronique. Les possibilités sont innombrables», déclare celui qui préside la commission «Normes et technologies» de l'UPU. RL

Un ouvrage philatélique du tonnerre



La couverture du livre Photo: OMM

L'Organisation météorologique mondiale (OMM) et l'Union postale universelle (UPU) ont publié un ouvrage intitulé «From Weather Gods to Modern Meteorology – A Philatelic Journey» (Des divinités météorologiques à la météorologie moderne – Un voyage philatélique).

Cet ouvrage rétrospectif de 111 pages présente un ensemble impressionnant de timbres-poste et de documents philatéliques du monde entier. Agrémenté de textes et de légendes, il explique les différents phénomènes météorologiques et retrace, en six chapitres, l'évolution du climat au fil des âges, des dieux de la mythologie aux dernières catastrophes naturelles, en passant par la menace que repré-

sente le réchauffement climatique pour l'humanité.

Au sujet des timbres-poste, le directeur général de l'UPU, Edouard Dayan, a déclaré: «Ces petits ambassadeurs sur papier, ayant pour thèmes le climat et le changement climatique, voyagent aux quatre coins du monde et sensibilisent les populations aux problèmes de l'environnement dans leur vie de tous les jours».

Selon Michel Jarraud, secrétaire général de l'OMM, cette publication, fruit de la collaboration entre météorologistes et philatélistes, constitue «un voyage à travers la diversité culturelle». **SD**

Le Kenya et l'UPU signent une entente



Samuel Poghismo et Edouard Dayan Photo: Jérôme Deutschmann

Le ministre de l'information et de la communication du Kenya et le directeur général de l'Union postale universelle ont signé une entente concernant l'organisation de la Conférence stratégique de l'UPU à Nairobi en septembre 2010. Une brève cérémonie de signature s'est tenue au siège de l'UPU en marge de la session annuelle du Conseil d'administration (CA) en novembre. Le CA, composé de 41 pays-membres, contrôle les activités de l'Union. Le Kenya en est son président.

«La poste change très rapidement devant les nouveaux défis engendrés par l'évolution du marché et des nouvelles technologies», a déclaré le ministre, Samuel Poghismo «En tant que membres de l'UPU, nous devons nous assurer que la poste continue de jouer un rôle économique important. La Conférence stratégique de Nairobi nous permettra de discuter de l'avenir de ce secteur très utile.»

La Conférence stratégique se tiendra les 22 et 23 septembre 2010 au siège des Nations Unies à Nairobi. Quelque 800 délégués provenant des 191 pays-membres de l'UPU et d'autres organisations internationales sont attendus. Cette rencontre quadriennale se tient à mi-terme entre deux Congrès postaux universels afin de faire le point sur l'avancement de la stratégie postale mondiale de l'UPU. Le dernier Congrès postal universel s'est tenu à Genève en 2008.

Les participants de la Conférence stratégique discuteront des enjeux et des priorités relatifs au secteur postal mondial devant être pris en compte dans l'élaboration de la prochaine stratégie de l'UPU, qui sera adoptée lors du Congrès postal universel 2012 au Qatar. **RL**

Concours

Partagez vos pratiques exemplaires... et gagnez un prix

Disposez-vous d'une pratique exemplaire en matière d'exploitation dont vous souhaiteriez faire part à d'autres lecteurs? Si vous nous en informez avant le 5 février 2010, vous pourrez gagner l'un de cinq exemplaires de la publication *From Weather Gods to Modern Meteorology*. Votre article ne doit pas dépasser 1000 mots et doit être accompagné d'une photo appropriée. Veuillez l'envoyer à faryal.mirza@upu.int en mentionnant les éléments suivants: nom, fonction, organisation, adresse, numéro de téléphone et adresse de courrier électronique. Le tirage au sort aura lieu au mois de mars. L'éditeur se réserve le droit de publier les articles reçus. Toute décision de l'éditeur relative à la publication et au concours est sans appel.

Les postes se mettent au vert

.....
La conférence des Nations Unies se tenant à Copenhague en décembre a pour délicate mission de convaincre les dirigeants mondiaux de s'engager à lutter fermement contre le réchauffement climatique. Certaines postes, elles, sont déjà bien convaincues du besoin de se mettre au vert.

.....
Par
Anne Césard

L'UPU a soutenu activement la campagne onusienne «Scellons l'accord», visant à mobiliser un soutien mondial pour la conclusion d'un accord juste et efficace (v. article en page 13), et, en tant qu'institution spécialisée des Nations Unies, était présente au sommet à titre d'observateur. Elle a participé à plusieurs événements parallèles et y a présenté les résultats de son premier inventaire mondial des émissions de gaz à effet de serre produites par les postes de ses pays-membres.

L'UPU a clairement décidé d'accentuer sa démarche en faveur du développement durable lors de son 24^e Congrès postal universel l'an passé. Avec le plus vaste réseau de distribution physique au monde, les postes ont un impact évident, vu que les principales sources d'émission de gaz à effet de serre sont liées aux transports et à la consommation d'énergie dans les bâtiments.

Contrastes marqués

Reste que les efforts des postes nationales en matière d'environnement divergent fortement, reflet d'un niveau de développement et de sensibilités très variables. Seuls une poignée d'entre elles ont effectué leur bilan car-

bone, vu la complexité de l'exercice et notamment lorsqu'on y intègre les émissions indirectes. Les émissions indirectes proviennent principalement des voyages d'affaires, de la gestion des déchets ou des activités des sous-traitants. A titre d'exemple, Deutsche Post DHL évalue à environ 80% la proportion des émissions de carbone de ses sous-traitants. Les opérateurs postaux ayant fait cette évaluation ont pu établir des objectifs de réduction des émissions de dioxyde de carbone (CO₂). Même un géant comme la poste américaine (United States Postal Service ou USPS) – qui traite près de la moitié du courrier de la planète et compte 618 000 employés, 34 000 offices postaux et la plus grosse flotte civile au monde avec 220 000 véhicules – vient de publier, à la mi-octobre seulement, le premier recensement détaillé de ses émissions de CO₂ et de celles de ses sous-traitants. C'est, du reste, la première agence gouvernementale américaine à réaliser et à publier un tel inventaire.

Néanmoins, les initiatives «vertes» se multiplient, dans le cadre d'une réflexion globale engagée par les Etats. Dans les pays industrialisés surtout, qui ont la plus grande responsabilité historique dans l'accroissement de





.....
Toit végétalisé à Manhattan Photo: USPS

l'effet de serre, mais aussi dans les pays en développement. En Malaisie, en République de Corée et au Costa Rica (v. article en page 12), les postes ont pour stratégie de respecter les objectifs nationaux fixés par le gouvernement. La poste sud-coréenne a pris le train en marche en matière de protection de l'environnement en dévoilant, en juillet 2009, sa nouvelle politique «Poste verte 2020». La stratégie vise à mettre en œuvre la politique écologique du gouvernement appelée «faible empreinte carbone, croissance verte». A l'échelle mondiale, la poste espère réduire ses émissions de gaz à effet de serre de 20% et économiser 57 millions de dollars US sur ses coûts énergétiques d'ici à 2020. Afin d'atteindre cet objectif, il est prévu de construire, dans des matériaux respectueux de l'environnement, des postes peu gourmandes en énergie. Et de remplacer, toujours d'ici à 2020, tous les véhicules postaux par des voitures hybrides ou électriques. La poste constituera également un «fonds pour la croissance verte», dont le montant atteindra, à terme, 17 millions de dollars. Ce fonds soutiendra le développement des industries vertes et sera constitué grâce aux bénéfices réalisés par la poste sur ses ventes de produits d'épargne ou d'assurance.

D'autres pays, comme le Brésil, l'Ukraine et la Roumanie, participent à des campagnes de sensibilisation. Ces pays ont ainsi émis cette année des timbres sur les effets du

changement climatique. En outre, sur les 191 pays-membres de l'UPU, 153 ont désigné un correspondant national en charge du développement durable au sein de la poste.

Bénéfices à long terme

Si ces actions ont un coût, elles ont surtout un bénéfice social et économique évident: confrontés à la baisse des volumes de courrier, à des coûts croissants de l'énergie, à de nouvelles contraintes réglementaires et à la pression de l'opinion publique, de plus en plus d'opérateurs tentent d'intégrer le développement durable dans leur activité.

«La crise économique a croisé les préoccupations écologiques en aggravant la baisse des volumes de courrier, que la dématérialisation des échanges avait initiée», constate Stéphanie Scoupe, responsable du développement durable au Groupe La Poste en France. «La mise en place d'un plan d'action permet non seulement d'améliorer notre bilan énergétique, mais aussi de réduire nos coûts. Le programme, qui a démarré en 2003, fait partie intégrante de notre stratégie d'ensemble», note-t-elle.

«Nos efforts en la matière ont non seulement un impact positif sur l'environnement, mais aussi sur nos finances.

A eux seuls, les projets d'économies d'énergie sur l'exercice financier 2009 dégagent des économies de 37 millions de dollars par an», renchérit Darlene Casey, spécialiste en communication chez USPS. L'opérateur américain s'est fixé pour objectif de réduire ses émissions de gaz à effet de serre de 20% d'ici à 2020.

Même constat chez Deutsche Post DHL, qui estime que son programme «GoGreen» «joue un rôle central dans ce contexte économique difficile. Avec des technologies et des mesures d'économies d'énergie, nous réduisons nos coûts d'exploitation», note Stephan Schablinski, expert au sein du programme. En matière de développement durable, le budget du premier groupe logistique et postal du monde atteint plusieurs millions d'euros. L'entreprise, qui compte environ 500 000 collaborateurs, s'est donné pour objectif de réduire le volume d'émissions de CO₂ produit en 2007 de 10% d'ici à 2012 et, sous-traitants compris, de 30% avant 2020.

Plusieurs dimensions

Les efforts des opérateurs s'exercent sur plusieurs axes. Transports surtout, dans le sillage de la dynamique insufflée par les pays industrialisés, et bâtiments. Mais aussi dans le recyclage, les achats responsables ou l'offre de produits verts. Dans les transports, l'accent est mis sur les véhicules propres, la gestion du carburant et des parcours. Comme à La Poste française (dont les 100 000 facteurs parcourent 50 fois le tour du monde chaque matin) et qui développe massivement sa flotte verte. En 2012, 10 000 véhicules, 3 000 quads et 6 000 vélos électriques devraient ainsi circuler sur les routes de l'Hexagone. A cela s'ajoute un programme lancé en 2007 pour initier ses 60 000 conducteurs à l'écoconduite. Objectif: réduire de 15% les émissions de CO₂ d'ici à 2012.

En Allemagne, Deutsche Post DHL teste, depuis avril à Berlin, son projet «SmartTruck», où deux véhicules sont équipés d'une nouvelle technologie permettant d'optimiser leurs parcours. Résultat: un gain de temps, moins de coûts et moins d'émissions de CO₂.

Ailleurs dans le monde, de nouveaux principes s'intègrent à la gestion des bâtiments, en passant par l'application de normes environnementales pour les nouveaux projets et l'amélioration énergétique des bâtiments existants. Aux Etats-Unis, USPS a ainsi annoncé, en juillet, la mise en place d'un toit végétalisé sur l'un des ses principaux immeubles de Manhattan. Coût de l'opération: 4 millions de dollars. Mais la poste américaine a aussi calculé que sa dépense serait amortie par une meilleure isolation et réduirait la facture énergétique de 30 000 dollars par an. En outre, l'ouvrage devrait résister deux fois plus longtemps qu'un toit traditionnel et réduire l'écoulement des eaux de pluie jusqu'à 75% en été et 40% en hiver.

Pour sa part, Deutsche Post DHL exploite un entrepôt souterrain pour le compte d'un client du secteur alimentaire aux Etats-Unis. Par rapport à une installation de

stockage traditionnelle, cet entrepôt permet d'économiser 65% d'énergie (ou de réduire les émissions de CO₂ de 1800 tonnes).

Pas cher

Les postes entreprennent aussi de sensibiliser non seulement leur personnel au développement durable, mais aussi leurs clients. Ainsi, Australia Post a annoncé, en juillet, qu'elle renonçait à distribuer des sacs en plastique au guichet, ce qui représente une économie journalière de 30 500 pièces. En Grande-Bretagne, Royal Mail offre aux entreprises répondant à des critères écologiques un service de courrier moins cher.

Si certains programmes «verts» sont sophistiqués, d'autres sont nettement moins lourds à mettre en oeuvre. «Parmi nos initiatives, nombreuses sont celles qui n'engendrent pas de coûts ou ne reviennent pas cher, comme éteindre la lumière, régler les thermostats ou changer la configuration des imprimantes pour obtenir une impression en noir et blanc des documents recto verso. Rien que cela nous permet d'épargner quelque 1,05 million de dollars par an», souligne Darlene Casey. Et les efforts produisent aussi un revenu. Par exemple, USPS recycle plus de 200 000 tonnes de papier, plastiques ou autres, ce qui génère environ 10 millions de dollars par an.

Inventaire de l'UPU

L'UPU est parvenue au bout de la vaste enquête entreprise en 2008 pour recenser les émissions de carbone émises par les postes de ses pays-membres. Objectif de cette grande première: dresser une cartographie régionale des émissions de dioxyde de carbone (CO₂) afin de mieux connaître l'impact de ses membres dans le changement climatique et de réduire celui-ci par la suite.

Pour réaliser cet inventaire, qui s'appuie sur la méthodologie utilisée par le Programme des Nations Unies pour l'environnement (PNUE), l'UPU a dû tenir compte des niveaux de développement très contrastés de ses membres. Volontairement resserré pour des raisons de faisabilité, le questionnaire s'est uniquement concentré sur les émissions de CO₂, principal gaz à effet de serre, et sur les deux premières sources de pollution des opérateurs, soit la flotte de véhicules et les bâtiments. Pour ce premier état des lieux, l'enquête ne prend pas en compte les émissions indirectes, bien plus complexes à appréhender et qui englobent notamment l'activité des sous-traitants.

Résultats préliminaires

Au bout du compte, 99 des 191 pays-membres de l'UPU ont répondu à l'enquête, un taux de réponse considéré élevé. Les pays industrialisés ont participé en masse à ce recensement (82% de réponses). Les pays en développement, qui représentent environ la moitié des pays-membres, se sont montrés eux aussi actifs (54% de réponses). Bémol: les pays les moins avancés sont sous-représentés (29% d'entre eux ont répondu à l'enquête)

alors qu'ils constituent le quart des pays-membres et sont justement les Etats les plus touchés par le changement climatique.

D'après les calculs, les émissions des 99 pays ayant répondu à l'enquête s'élèvent, pour 2008, à 19,2 millions de tonnes. Rapportées à l'ensemble des pays-membres, ces émissions atteindraient 26 millions de tonnes, en ce qui concerne le transport et les bâtiments postaux. Les postes sont donc responsables à hauteur de 0,07% des émissions mondiales annuelles de gaz à effet de serre, qui sont de l'ordre de 38 000 millions de tonnes, selon le PNUE. Par zone géographique, ces 26 millions de tonnes se répartissent à hauteur de près de 39% pour l'Asie, 31% pour l'Europe, 25% pour les Amériques, 4% pour l'Afrique et environ 1,5% pour l'Océanie.

Des secteurs connexes comme le transport aérien ou maritime ont également dressé leur inventaire. Selon l'Association internationale du transport aérien, ce secteur est responsable annuellement pour 705 millions de tonnes d'émissions carboniques, ou 2% du total mondial. Le transport maritime produit, quant à lui, 1020 millions de tonnes de CO₂ (3,3%), d'après l'Organisation maritime internationale. Il n'est toutefois pas possible de comparer ces chiffres à ceux de l'enquête de l'UPU, car les inventaires dressés pour les secteurs aérien et maritime tiennent compte des émissions indirectes. Par ailleurs, un certain pourcentage des émissions sont causées par le secteur postal, utilisateur du transport aérien et maritime pour l'acheminement du courrier.

Un premier pas important

Cet inventaire constitue une première étape de la démarche de l'UPU visant à apporter une aide technique à ses pays-membres. Le récent Conseil d'administration ayant décidé de renouveler l'exercice l'an prochain, il sera nécessaire de mobiliser davantage de pays-membres et d'élargir le périmètre des émissions pour préciser l'analyse. Une collaboration accrue avec les Unions restreintes pourrait encourager ce développement.

Pour l'aider à affiner ses résultats, l'UPU a réalisé un guide expliquant la méthode employée pour dresser l'inventaire. Cette méthodologie vise surtout les pays qui se lancent dans leur premier recensement. L'objectif consiste à les accompagner et à les guider afin de pouvoir mieux calculer leurs émissions, première étape nécessaire à la réduction de l'impact des activités postales sur l'environnement. Le guide est en français et en anglais sur le site de l'UPU.

De son côté, le Bureau international, siège de l'organisation à Berne, où travaillent quelque 250 employés, a lui-même chiffré sa propre empreinte carbone (1500 tonnes de CO₂ en 2008), dans le cadre de l'inventaire réalisé pour l'ensemble des agences des Nations Unies.

La poste du Bangladesh s'adapte au changement climatique

.....

Selon les scientifiques, le Bangladesh est un des pays qui sera le plus lourdement touché par le changement climatique en raison de sa vulnérabilité aux catastrophes naturelles. Depuis plusieurs décennies, le pays du monde le plus densément peuplé est régulièrement frappé par des cyclones, des inondations et des périodes de sécheresse. D'après Mobasherur Rahman, directeur général de la poste bangladaise, celle-ci s'est engagée dans un processus d'adaptation de son infrastructure.

«Nous ressentons déjà les effets du changement climatique. Lors du cyclone Aila, en mai 2009, certaines zones ont été inondées; les habitants ont constaté que le niveau d'eau n'était pas redescendu. Par conséquent, bon nombre de populations rurales et de basse altitude ne peuvent toujours pas rentrer chez elles», explique-t-il.

Il ajoute que la poste bangladaise envisage de moderniser ses bureaux de poste. Six cent petits bureaux de poste seront construits dans les zones de basse altitude ayant le plus souffert des inondations. Il s'agira d'immeubles à deux étages construits sur pilotis, qui feront office de bureau de poste et de refuge en cas de catastrophe. Le bureau de poste lui-même occupera le premier étage. Lors d'une catastrophe naturelle, la population locale pourra mettre son bétail à l'abri au rez-de-chaussée avant de se réfugier elle-même à l'étage supérieur. Ce projet, récemment approuvé par le gouvernement, devrait s'achever en juin 2010. **FM**



Photo: Deutsche Post DHL

La guerre au gaspillage



A côté d'un géant comme USPS (Service postal des Etats-Unis), Correos de Costa-Rica fait figure de toute petite entreprise: 1242 personnes – environ 500 fois moins que la poste américaine – 71 véhicules et 398 motos, pour un volume de 30 millions d'envois annuels.

Cela n'empêche pas toutefois la poste costaricaine d'être sensible aux questions écologiques. Et ses efforts reflètent ceux du gouvernement de ce pays d'Amérique centrale de 4,5 millions d'habitants. En 2007, l'Etat a annoncé un plan pour devenir, d'ici à 2021, le premier pays neutre au monde en termes d'émissions de carbone. A noter que sur l'indice de performance écologique 2008 publié par l'Université de Yale, le Costa-Rica se classe cinquième au monde et premier du continent américain.

Pour étoffer la question, *Union Postale* a recueilli les propos de Xinia Fallas Solano et de Franklin Barrantes Montero, du département de la planification à la poste costaricaine.

Dans un environnement économique difficile, les pré-

occupations écologiques font-elles sens pour votre entreprise?

Correos de Costa-Rica: Pour un pays en développement comme le nôtre, c'est précisément la situation économique difficile que nous traversons qui est l'une des raisons principales pour revoir notre politique et nos pratiques en matière d'environnement. Identifier le gaspillage de ressources telles que l'eau potable, le combustible, l'électricité, le papier ou les cartouches d'encre devient toujours plus nécessaire. C'est à la fois une question de responsabilité sociale et une question économique. Les deux choses sont étroitement liées.

Avez-vous un programme environnemental?

En tant qu'entreprise étatique, Correos de Costa-Rica joint ses efforts à ceux du secteur public dans son ensemble. Nous avons soumis aux autorités gouvernementales en 2008 un plan d'action, actuellement en cours d'exécution. De plus, une commission de gestion de l'environnement, composée de six personnes issues des différents secteurs d'activité de notre entreprise, a été mise sur pied.

Comment se traduisent vos efforts?

Tous les véhicules de notre flotte doivent répondre à des normes strictes de qualité en matière d'émissions de gaz et sont soumis au contrôle d'une entité technique dépendante du ministère des trans-

ports. Nous avons aussi, par exemple, lancé une politique pour économiser le papier et les cartouches d'encre ainsi qu'un plan de recyclage du papier, de l'aluminium ou encore du plastique. Et nous avons fait une importante campagne d'information pour sensibiliser notre personnel à ces questions.

Avez-vous pu en mesurer les effets concrets?

Les mesures de sensibilisation pour mettre frein aux dépenses inutiles nous ont permis d'économiser cette année environ 120 000 dollars US par rapport à 2008. Par mois, nous recyclons en moyenne 1,5 tonne de papier et de carton. Notre consommation d'eau a diminué de 17 mètres cubes en janvier et février 2009, par rapport à la même période en 2008.

Quels sont vos objectifs?

Définir une politique de responsabilité environnementale pour notre entreprise, applicable dans les différentes instances et niveaux de gestion de celle-ci.

Anne Césard est journaliste indépendante.

Le secteur postal envoie son message à Copenhague

L'ensemble du secteur postal a soutenu avec enthousiasme la campagne des Nations Unies encourageant les dirigeants de la planète à sceller l'accord sur les changements climatiques.

La campagne «Scellons l'accord» avait pour but de mobiliser les dirigeants du monde à conclure un accord juste et efficace lors de la Conférence de l'ONU sur les changements climatiques, qui s'est tenue à Copenhague du 7 au 18 décembre 2009. En tant qu'institution des Nations Unies représentant le secteur postal mondial – engagé à réduire ses propres émissions de gaz à effet de serre – l'UPU a mené cette campagne parmi les acteurs postaux et s'en est servie pour attirer leur attention sur la nécessité de passer à l'action.

L'UPU a invité les membres du secteur postal à signer non seulement la pétition en ligne (www.sealthe-deal2009.org), mais aussi deux banderoles de huit mètres de long qu'elle a créées pour soutenir cette campagne. Fabriquées en coton biologique, les banderoles, dont l'une porte un message en français et l'autre un message en anglais, ressemblent à de grandes lettres et sont adressées aux: DIRIGEANTS DU MONDE, COPENHAGUE, DANEMARK. Le message, SAUVONS LA PLANÈTE, apparaît également. Les noms de centaines d'acteurs postaux recouvrent les banderoles: opérateurs désignés, régulateurs, entreprises de publipostage, fournisseurs, responsables gouvernementaux et bien d'autres.

Des séances de signature étaient ouvertes au public à Hanovre, en Allemagne, lors de POST-EXPO 2009 (du 29 septembre au 1^{er} octobre 2009), et au siège de l'UPU, lors de la session 2009 du Conseil d'administration. Plusieurs personnalités ont signé ces banderoles, dont notamment les présidents-directeurs généraux des postes française, italienne et allemande, respectivement Jean-Paul Bailly, Massimo Sarmi et Frank Appel, la présidente de la Commission de régulation postale des Etats-Unis, Ruth Goldway, et le nouveau secrétaire général de PostEurop, Boton Szebeny.

Dorcas Scantlebury, vice-directrice générale des postes de la Barbade, n'a pas hésité à signer la banderole. «Nous habitons une petite île, une toute petite île. La

population se demande si la marée haute nous fera un jour disparaître», dit-elle. «Les petits Etats insulaires dépendent de leurs plages pour le tourisme, qui représente un important moteur économique. La conclusion d'un accord sur le changement climatique est, pour nous, une question socioéconomique. Nous espérons que l'issue de la conférence de Copenhague sera favorable et que cette dernière ira au-delà d'une simple déclaration.»

Wendy Eitan, directrice des affaires internationales de la poste israélienne, se réjouit de voir que les postes se penchent sur les questions environnementales et qu'elles souhaitent réduire leurs émissions de gaz à effet de serre. «Nous avons besoin d'un organisme tel que l'UPU pour faire circuler l'information et pour motiver les pays-membres et les opérateurs désignés à être plus respectueux de l'environnement. Tous n'ont pas la même conscience écologique. L'UPU peut contribuer à la développer», ajoute-t-elle.

L'une des banderoles a été exposée pendant la conférence des Nations Unies sur une des principales places de la capitale danoise. Un «labyrinthe climatique», mis en place par le Programme des Nations Unies pour l'environnement, a été formé par des centaines de banderoles en tissu signées par des citoyens soucieux de l'environnement. Les banderoles de l'UPU ont montré au monde que le secteur postal se préoccupe sérieusement des changements climatiques et qu'il s'engage à participer à la réduction des émissions de gaz à effet de serre (voir notre dossier principal).

Par
Rhéal LeBlanc

Photo: Marcel Bieri



Le mandat de poste retrouve sa compétitivité

Les postes de l'Espagne, du Chili et de l'Uruguay proposent, depuis un an, un nouveau service de transfert de fonds électronique qui ambitionne de révolutionner le marché. Signe incontestable de son succès, neuf autres pays d'Amérique latine s'y sont ralliés.

Par
Itziar Marañón

Un homme pénètre dans un bureau de poste de Castellón, sur la côte méditerranéenne de l'Espagne. Né au Chili, il a émigré il y a 10 ans. Il travaille en usine. Il est satisfait de sa vie dans le pays, où il est venu chercher avenir meilleur. Chaque mois, il envoie de l'argent à sa famille, au Chili, par la poste. «Sans argent, on ne peut pas vivre», explique-t-il. Malgré la crise, qui a fait grimper le taux de chômage jusqu'à presque 20% de la population active en Espagne, des centaines de milliers d'immigrés continuent d'envoyer l'argent qui leur reste à la fin du mois dans leur pays d'origine.

Pendant ce temps-là, dans plus de 2000 bureaux de poste espagnols, gérés par Correos de España (la poste espagnole), le même message s'affiche sur tous les écrans d'ordinateur du personnel au service de la clientèle. En lettres aux couleurs de l'arc-en-ciel, une petite phrase en fond d'écran leur rappelle d'informer les clients chiliens et uruguayens qu'ils peuvent désormais envoyer de l'argent au pays grâce à *Correogiros*. Non seulement le prix de ce nouveau service de transfert électronique de fonds est très compétitif, mais les fonds transférés arrivent à destination en 15 minutes.

Inspiré de l'application IFS conçue par le Centre de technologies postales de l'UPU, *Correogiros* est le fer de lance d'un projet élaboré conjointement par l'Union

postale universelle (UPU) et l'Union postale des Amériques, de l'Espagne et du Portugal (UPAEP). Ce projet ambitionne de moderniser le système de transfert existant de longue date et de le rendre compétitif. «Ce projet est vital pour nous», explique Rudy Cuadra, chef du programme Amérique latine et Caraïbes de l'UPU. «Il a de profondes répercussions sociales, car il permet aux émigrés d'envoyer de l'argent à leur famille à des tarifs abordables.»

Daniel Caserta est l'un d'entre eux. Il y a 13 ans, il a émigré vers l'Espagne pour y vivre une vie meilleure. Il a quitté son Uruguay natal sans rien, en promettant à ses parents de leur envoyer un peu d'argent tous les mois. «Je me suis essayé à tout», raconte-t-il. «J'ai été cuisinier, opérateur téléphonique, j'ai tout fait. Au pays, ils s'imaginent qu'il suffit, ici, de se baisser pour ramasser de l'argent, mais les choses ne sont pas si faciles, surtout par les temps qui courent. Les gens sont durement touchés par la crise.» Même ainsi, chaque mois, Daniel Caserta met un peu d'argent de côté, qu'il envoie à ses parents et ses beaux-parents. «Ça les aide», dit-il.

Commencements

Les bases de *Correogiros* ont été posées avec la signature d'un accord lors du 24^e Congrès postal universel, à Genève, en août 2008. Ce document visait à actualiser

les services de paiement de la poste tout en veillant à ce que les transferts d'argent se fassent multilatéralement. Le projet UPU-UPAEP entre l'Espagne et l'Amérique latine a été conçu comme un modèle que les pays d'autres régions pourront adopter plus tard. Le projet a commencé à prendre tournure avec l'engagement du Chili, de l'Espagne et de l'Uruguay en septembre 2007. Ces pays ont été choisis pour mettre le système en route et essayer les plâtres. «Le directeur général de l'UPU s'est d'abord assuré du soutien du gouvernement espagnol», déclare Serrana Bassini, secrétaire générale de l'UPAEP. «Puis, nous avons choisi les postes à même de participer à un projet pilote de notre côté de l'Atlantique. Nous devons veiller à son bon fonctionnement avant de l'étendre à d'autres pays.»

Les chiffres sont éloquentes: les deux minuscules communautés uruguayenne et chilienne vivant en Espagne ont envoyé chez elles quelque quatre millions d'euros (six millions de dollars US) en tout juste huit mois, selon les chiffres de la poste et de l'UPU. «C'est pour cette raison même que l'Uruguay et le Chili ont été choisis, explique Daniel Casis, chef de projet chargé des transferts de fonds à la poste espagnole. Nous avons choisi d'expérimenter à petite échelle, afin de pouvoir redresser la barre en cas de problème avec un minimum de dégâts. Nous avons gagné en expérience, identifié les points où les plus gros obstacles sont susceptibles de surgir et trouvé les moyens de les surmonter.»

Un réseau en pleine expansion

La réussite du programme pilote a donné le coup d'envoi de l'extension du service à toute l'Amérique latine. Comme le fait remarquer Rudy Cuadra, cela pourrait se traduire par une nette augmentation des recettes des postes concernées: «Quand on considère qu'il y a près d'un quart de million d'Équatoriens, 250 000 Colombiens et 300 000 Dominicains en Espagne, les choses prennent une tout autre dimension.»

En septembre 2009, un projet similaire à celui de 2008 a vu le jour en Amérique latine. Un atelier, organisé au Costa-Rica, a réuni l'Espagne, le Chili, l'Uruguay, l'UPU, l'UPAEP et les neuf autres pays latino-américains intéressés qui remplissaient les conditions de participation à la deuxième phase de déploiement. Il s'agissait de l'Argentine, de la Colombie, du Costa-Rica, de Cuba, de la République dominicaine, de l'Équateur, du Mexique, du Nicaragua et du Pérou. Ces pays ont tous un large nombre de ressortissants vivant en Espagne ou dans d'autres pays d'Amérique latine. «Tellement d'émigrants équatoriens se sont installés en Espagne ces dix

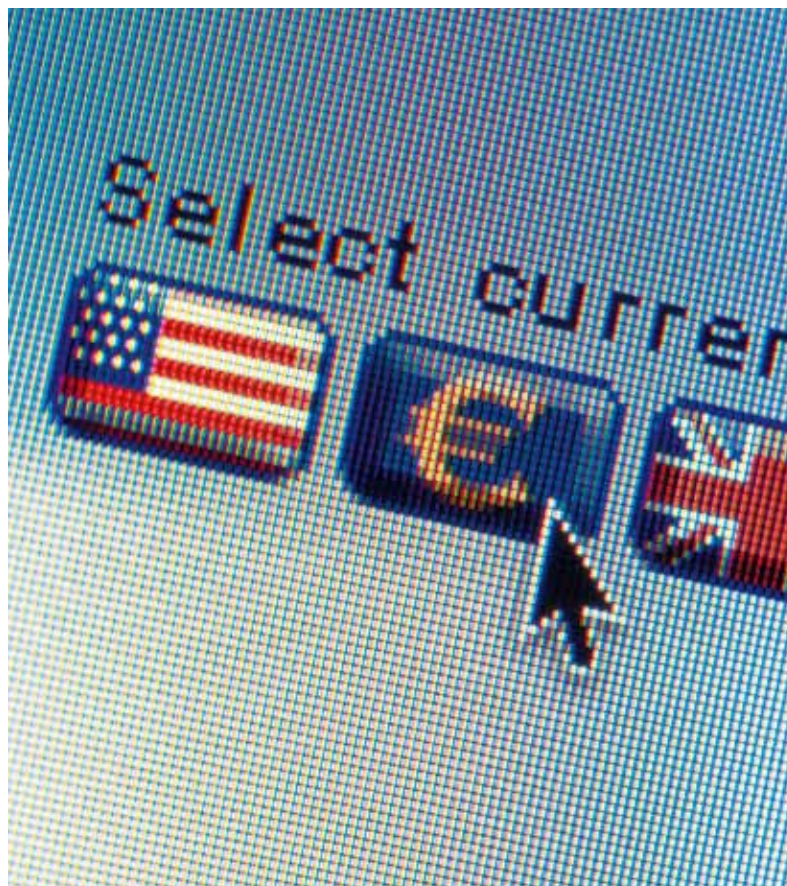


Photo: Gettyimages

Correogiros en Uruguay



.....

Quelques chiffres suffisent parfois à juger du succès d'une entreprise. C'est le cas de ceux des envois d'argent entre l'Espagne et l'Uruguay d'août 2008 à octobre 2009. «Nous avons largement dépassé nos objectifs, à la fois en termes de chiffres purs et de confiance des clients. Même durant sa phase pilote, le système a donné des résultats et l'entreprise génère déjà des bénéfices», explique avec satisfaction Cristina González, directrice de la poste de l'Uruguay.

..... Total des montants traités

Payés en Uruguay	2 181 754 euros
Payés en Espagne	310 078 euros (12.5% du total)

Le taux d'accroissement mensuel moyen est d'environ 20% pour les transferts payés en Uruguay et de 24% pour ceux payés en Espagne.

Le montant moyen transféré était de 260 euros (390 dollars US), tandis que le montant maximal payé pour un seul transfert a été de 3000 euros (dans 93 cas), soit 1% du total. Le montant moyen des transferts d'Uruguay vers l'Espagne était de 340 euros.

dernières années, que c'était une occasion à ne pas rater», explique Víctor Mora, responsable de la planification à la poste équatorienne. «A en croire toutes les études menées, ce projet va être un franc succès.»

Le nouveau système reliera tous les pays d'Amérique latine en un seul réseau, d'autant que la région connaît d'importants flux migratoires intérieurs et extérieurs. Début 2010, le Nicaragua et le Costa-Rica voisin commenceront à utiliser le système, de sorte que les ressortissants du Nicaragua vivant au Costa-Rica (près d'un tiers de la population du pays) pourront envoyer de l'argent à leurs parents en toute sûreté et à des prix abordables. «Le projet présente un certain nombre d'avantages. Nos opérateurs peuvent diversifier leurs activités postales, ce qui, en temps de crise économique, peut aider les postes à survivre et même à augmenter leurs recettes. Il y a également une dimension sociale au fait d'envoyer de l'argent par la poste, parce que c'est bon marché, c'est assez sûr et le service est rapide et flexible», explique Antonio Yock, responsable du projet au Costa-Rica. Il attend beaucoup de *Correogiros*: «Des rapatriements d'argent au Costa-Rica, 4% partent d'Espagne et du Chili. Des rapatriements hors du Costa-Rica, 9% sont effectués par des Colombiens et pas moins de 74% par des Nicaraguayens.»

L'exemple du Chili montre bien toute l'utilité de ce système pour canaliser les rapatriements d'argent des émigrés latino-américains sur leur propre continent. «Comme l'Espagne, notre pays est plus expéditeur que destinataire. La plupart de nos transferts d'argent sont à destination de l'Argentine, de l'Equateur et du Pérou. Et les opérateurs de ces trois pays vont se joindre au projet», déclare Pedro Riquelme, responsable du développement commercial international à la poste du Chili. Ce nouveau monde de possibilités est cependant observé d'un œil circonspect. «Le nombre de pays qui vont rejoindre le projet en 2010 nous inquiète moins que la manière dont ils vont y être incorporés», déclare Serrana Bassini. «Nous devons veiller à ce que la transition se fasse en douceur, sans laisser de problèmes en souffrance, par exemple de réserves ou de compensation.»

Communiquer et faire connaître

Mettre en place un projet de cette ampleur ne va pas sans difficultés. Selon Pedro Riquelme, du Chili, quand il a fallu étendre le système au pays tout entier, la plus grosse difficulté rencontrée a été la formation du personnel. L'Espagne avait commencé par effectuer des transferts d'argent vers neuf bureaux de poste, puis le service a été étendu à 90 autres. «Nous avons découvert que nous pouvions toucher 80% de la population avec seulement quelques bureaux de poste, raconte Daniel Casis. Mais le système mis en place par le Chili a très bien fonctionné: le pays a suivi un plan de formation et le service y a été étendu progressivement. C'est pour cela que nous voulons appliquer ce modèle à d'autres opérateurs.»

Un problème à résoudre était celui des réserves de liquidités. En Uruguay, une étude de marché a été réalisée afin de déterminer où les plus grosses réserves de liquidités seraient nécessaires. Un accord a ensuite été conclu avec la banque nationale pour instaurer un système rapide et flexible d'alimentation des succursales en liquidités. Les besoins sont constamment réévalués et un plan d'urgence est en place pour y répondre à n'importe quel moment.

Essentielles également à la réussite de cette entreprise sur un marché concurrentiel sont la communication autour de *Correogiros* et la sensibilisation du public visé. «Quand le service sera étendu, nous ferons des campagnes dans les médias appropriés», explique Daniel Casis. «Notre objectif principal n'est pas de voir les clients passer d'un service à l'autre, mais d'attirer de nouveaux clients. Aussi les dépenses de communication doivent-elles être à la mesure des bénéfices attendus.»

Vaste marché

Correogiros doit affronter une forte concurrence sur un marché où les offres avantageuses et les grosses campagnes publicitaires n'ont rien d'inhabituel. Avant la crise, les banques espagnoles proposaient d'envoyer de l'argent à très bas prix, parfois même gratuitement, pour attirer de nouveaux clients au sein de la communauté immigrée. Néanmoins, Rudy Cuadra, de l'UPU, estime qu'il n'y a pas de quoi s'inquiéter. «Le marché est

si vaste qu'il y a de la place pour tout le monde. Plus de la moitié des rapatriements d'argent empruntent des canaux informels; *Correogiros* offre à ces immigrants une solution de remplacement valable», explique-t-il. «Quand nous avons commencé à proposer ce service entre l'Espagne et le Chili, d'autres opérateurs ont baissé leurs prix, ce qui est tout à l'avantage des immigrants.» Les postes ont également l'avantage de leur présence physique sur la concurrence. «Environ 60% des envois d'argent effectués depuis l'Espagne ne sont pas à destination de notre capitale, Montevideo, mais de coins reculés du pays», déclare Cristina González, directrice de la poste de l'Uruguay. «L'étendue de notre réseau national fait de la poste l'intermédiaire idéal pour offrir ce service.»

Un des premiers Chiliens arrivés en Espagne, Hernán Olmedo, se félicite de la mise en place de *Correogiros*. Il connaît la communauté latino-américaine immigrée de Madrid et travaille avec elle depuis des années. «Beaucoup de gens n'avaient encore jamais envoyé d'argent parce qu'ils pensaient que les prestataires n'étaient pas fiables. Ils avaient besoin d'envoyer de l'argent, mais craignaient qu'il n'arrive pas à bon port. Si les postes peuvent offrir un service bon marché, rapide et sûr, alors je suis sûr que ça va marcher», affirme-t-il.

Itziar Marañón est une journaliste indépendante.

Comment participer

.....
Conditions d'exploitation: définir les mesures logistiques et opérationnelles à prendre pour que le service puisse fonctionner.

Conditions juridiques: veillez à ce que toutes les conditions juridiques internes soient réunies pour que la poste puisse proposer un service de transfert de fonds électronique (c'est-à-dire entrer sur le marché financier national en question) et que les précautions contre le blanchiment d'argent aient été prises.

Conditions technologiques: remplir les critères minimaux en matière d'accès à Internet, de matériel informatique et de connexion à haut débit pour la transmission des données.

Conditions financières: les opérateurs doivent s'assurer de disposer des liquidités suffisantes dans leurs bureaux de poste pour payer les destinataires se présentant au guichet pour toucher leur argent.



Photo: Itziar Marañón

Plus d'une recette pour assurer croissance et succès

Le forum mondial des entreprises postales a attiré cette année des participants de très haut niveau. L'UPU en a profité pour révéler la deuxième tranche des résultats de son étude sur la résistance des postes à la crise économique.

Par
Faryal Mirza
et
Rhéal LeBlanc

Photos:
Axel Heimken



Frank Appel, Deutsche Post DHL

Le dirigeant de la poste allemande-DHL et ceux des postes italienne, coréenne, suisse et indienne comp- taient parmi les orateurs du forum mondial des entre- prises postales, organisé par l'UPU durant Post-Expo 2009. Dans son discours d'ouverture, le directeur gé- neral de l'UPU a déclaré que la diversification des produits et services et l'innovation étaient indispensables pour traverser la crise économique: «Nous ne pouvons plus concentrer notre attention et nos ressources sur un seul segment de notre activité», a déclaré Edouard Dayan. «Pour réussir, nous devons veiller à l'interconnexion et à l'intégration des dimensions physique, électronique et financière du réseau postal mondial.»

Pour sa part, le dirigeant de Deutsche Post DHL, Frank Appel, a clairement exprimé l'engagement de son entreprise à faire de la responsabilité sociale un élément clé de sa stratégie pour demeurer un des premiers pre- stataires mondiaux de services postaux et logistiques. Il en a profité pour exposer la vision d'avenir de l'opéra- teur allemand. «Le marché mondial de la logistique a un bel avenir devant lui», a-t-il déclaré. «L'UPU est un atout précieux, car elle détient une expertise unique et dis- pose d'un grand potentiel pour faciliter le commerce et la croissance mondiaux.» Par ailleurs, selon celui qui dirige la plus grosse entreprise de logistique au monde, la protection de l'environnement, les régions de crois- sance comme l'Asie, l'omniprésence d'Internet et un besoin accru de confort vont désormais occuper l'esprit du consommateur et régir les priorités du secteur.

Le président-directeur général de la poste italienne, Massimo Sarmi, a expliqué le positionnement de l'opé- rateur italien en ces temps de crise: «Poste Italiana est entrée dans le secteur des télécommunications en tant qu'opérateur de réseau virtuel de téléphone portable non seulement pour diversifier son activité, mais égale- ment pour enrichir sa gamme de services», a-t-il déclaré. Pour sa part, Radhika Doraiswamy, directrice générale de la poste de l'Inde, a décrit les transformations du plus grand réseau de bureaux de poste du monde. Pro- duits, services et processus ont changé; l'accent est sur la qualité de service et la formation des employés. Claude Béglé, président de La Poste Suisse, a parlé des objectifs stratégiques de l'opérateur helvète. «Nous voulons continuer à fonctionner comme une horloge – suisse, bien sûr – dans un marché intérieur traditionnel et réglementé, mais nous voulons aussi nous dévelop-

per comme Google sur les nouveaux segments non réglementés», a-t-il déclaré. Enfin, Jean-Paul Bailly, de La Poste française, et Andreas Taprantzis, des postes helléniques, ont tous deux souligné la nécessité pour les postes de se concentrer sur la confiance et d'en faire un atout stratégique.

Nouveaux résultats

L'UPU a dévoilé de nouvelles données concernant l'impact de la crise sur le secteur postal mondial. Si les activités relatives aux colis postaux résistent assez bien et les entreprises semblent même y faire leur beurre, les volumes et les recettes de la poste aux lettres ont enregistré une forte diminution dans la foulée de la crise économique mondiale. Une comparaison des chiffres par trimestre d'une année sur l'autre a permis aux postes s'étant prêtés à l'étude de constater que ces volumes et recettes avaient diminué de 6 à 14% au deuxième trimestre 2009. Une telle diminution n'avait pas été vue depuis la Grande Crise des années 30.

L'UPU a collecté des données auprès de 15 des plus grandes postes du monde, dont la poste des Etats-Unis (USPS), et d'entreprises de messagerie privées.

Selon José Ansón, économiste à l'UPU, le recul du publipostage contribue largement à la baisse des volumes et des recettes de la poste aux lettres, tandis que la réduction des dépenses de consommation, ajoutée à la substitution progressive du courrier électronique au courrier traditionnel, en aggravent la chute. Les volumes de courrier ne semblent pas, d'autre part, profiter beaucoup des politiques de relance et de desserrement du crédit. «La capacité des personnes à réduire leurs dettes prendra du temps. Comme les gens dépensent moins, les entreprises font moins de campagnes de publipostage, alors que ce type d'envois entre habituellement pour une bonne part dans la composition des volumes de la poste aux lettres, explique José Ansón. Les publiposteurs et les postes pourraient fouetter le sang de ce

segment en se concentrant sur la valeur plutôt que sur les quantités et en permettant aux bons expéditeurs de cibler les bons clients au bon moment avec le bon message», ajoute-t-il.

Croissance du marché des colis

Les postes, par ailleurs, enregistrent en ces temps de crise une croissance de leur activité concernant les colis et les services financiers postaux. L'augmentation du nombre de colis est attribuée au développement impressionnant du commerce électronique durant la crise. En France, par exemple, La Poste indique avoir distribué, au premier semestre 2009, 22% de plus de colis liés à des commandes en ligne que durant la même période en 2008. Selon la Fédération du e-commerce et de la vente à distance (FEVAD), les ventes en ligne ont progressé de 28% au cours de l'année passée, et un pourcentage analogue de nouveaux sites de commerce électronique a vu le jour sur Internet durant la même période. Selon José Ansón, le phénomène semble indiquer une tendance à l'œuvre dans tous les pays industrialisés, où l'Internet à haut débit est largement répandu.

Les volumes de courrier express ont aussi diminué au cours des trois premiers trimestres de 2009 par rapport à la même période en 2008. Les recettes ont nettement baissé (de 20% au deuxième trimestre) à cause des ajustements pour tenir compte de la surtaxe des carburants. Mais, tous les indicateurs ne sont pas dans le rouge, là encore en raison de la croissance du commerce électronique. Il y a, par ailleurs, des signes de reprise des échanges mondiaux.



.....
Massimo Sarmi, Poste Italiane



.....
Claude Béglé, Poste Suisse



.....
Kee Deok Kim, Korea Post

L'inclusion financière examinée sous toutes ses coutures

Les 9 et 10 novembre dernier, l'UPU a accueilli environ 150 participants à une conférence organisée pour mieux comprendre comment le secteur postal peut proposer des services financiers à prix abordables aux populations pauvres.

Décideurs, autorités de réglementation financière, représentants des banques centrales et opérateurs postaux actifs s'intéressant à l'inclusion financière se sont réunis avec le soutien financier du réseau Alliance for Financial Inclusion-AFI (Alliance pour l'inclusion financière). Les participants venus de toutes les régions du monde comptaient dans leurs rangs des représentants des postes, de la Banque mondiale, de l'Agence française de développement (AFD), de l'Association allemande pour la coopération technique, de la direction du développement et de la coopération (DDC) de la Confédération suisse, et de la Fondation Bill and Melinda Gates.

Par
**Monika
Kugemann**

Malgré la baisse des volumes de courrier et la concurrence des nouvelles technologies de l'information et de la communication, les postes peuvent envisager un avenir dans lequel les services financiers viendront compléter utilement les activités postales traditionnelles. Cela a été établi par des études récentes réalisées par le groupe de projet «Economie postale» de l'UPU. Sa présidente, Joëlle Toledano – également modératrice de la conférence –, a rappelé le rôle des réseaux postaux dans l'histoire du progrès économique en Europe et a dit sa conviction que les postes d'aujourd'hui pouvaient jouer un rôle similaire dans les pays en développement. «Que ce soit aux petites et moyennes entreprises ou aux millions d'exclus du système bancaire traditionnel, les postes offrent – bien plus qu'on ne l'imagine – un premier accès aux marchés, aux services financiers et parfois même à Internet», a-t-elle déclaré. Offrir des services financiers reviendrait donc non seulement à assurer la viabilité économique du secteur postal, mais également à inclure des personnes traditionnellement exclues des services financiers.

Le directeur général de l'UPU, Edouard Dayan, a souligné le rôle pionnier de l'Union dans la promotion de l'inclusion financière. En effet, les postes, présentes,

grâce à leur vaste réseau, jusque dans les zones rurales les plus reculées, facilitent déjà activement l'inclusion financière: «Plus d'un milliard de personnes parmi les plus pauvres se sont déjà rendues cette année, parfois même plusieurs fois par mois, dans l'un des 660 000 bureaux de poste qui existent dans le monde entier», a-t-il déclaré. «Elles y ont effectué des paiements, envoyé de l'argent, perçu leur pension de retraite, acheté une carte de téléphone prépayée ou déposé leurs économies, si modestes soient-elles.» Dans cette optique, le réseau postal ne devrait pas être tenu à l'écart des politiques d'inclusion financière, a conclu Edouard Dayan. Jacques Attali, économiste français et président de PlaNet Finance (une organisation à but non lucratif), a également fait l'éloge de l'UPU pour avoir abordé de front la question du rôle essentiel que les postes peuvent et doivent jouer dans le processus d'intégration financière au sein de l'économie mondiale. «Nous sommes très honorés, à PlaNet Finance, de collaborer activement avec les postes en France et dans d'autres pays afin d'accélérer ce processus d'intégration», a-t-il déclaré.

Partenaire de conférence

Sponsor de l'atelier, l'AFI est un nouveau réseau de décideurs du monde en développement qui mettent en commun leurs meilleures pratiques en matière de stratégies d'inclusion financière. Spécialiste attiré en régulation financière, Ernesto Aguirre voit dans les postes, avec leurs réseaux étendus, des partenaires intéressants pour les banques. Plus généralement, il explique que l'inclusion financière peut se faire par l'adoption, par les pouvoirs publics, de mesures réglementaires équilibrées et la coordination des intervenants institutionnels, dans une conjoncture propice, où coexistent le secteur public et le secteur privé. «La possibilité se présente aujourd'hui d'effectuer un saut qualitatif en matière de prestation des services financiers auprès des segments les plus pauvres de la population, et il est très probable, à mon



.....
Des milliards de pauvres n'ont pas de comptes bancaires. Photo: Gettyimages

avis, que les réseaux postaux contribueront largement à la réalisation de ce saut», a-t-il déclaré.

Au cours d'une série d'exposés, plusieurs pays ont présenté leur modèle d'activité pour les services financiers postaux. Parmi ceux-ci: un projet de la Banque mondiale sur les paiements électroniques et les services bancaires sur Internet en Azerbaïdjan, les activités de correspondant bancaire au Brésil et en Inde, et les produits d'épargne et d'investissement ciblés en Afrique du Sud. Le Cameroun a également présenté ses activités de microcrédit et d'assurance, la Chine ses programmes de microcrédit et la Russie les avantages de collaborer avec des établissements de monnaie électronique.

Dialogue

La conférence, pendant laquelle différentes voix se sont fait entendre, a montré qu'il y avait un véritable besoin de communication de la part des divers protagonistes. La mission d'inclusion financière des postes était perçue comme double: d'une part, promouvoir l'inclusion financière grâce à leur réseau et à la confiance dont elles jouissent au sein de la collectivité (dans le droit fil de l'obligation de service universel); d'autre part, élaborer des modèles d'activité futurs pour contrecarrer la baisse des recettes par la prestation de services financiers aux personnes défavorisées. Mais, avant que ces buts ne soient atteints, bien des questions devront encore trouver une réponse, souligne Tamara Cook, de la Fondation Bill and Melinda Gates: «Comment trouver, pour chaque pays, le bon modèle, celui qui incite les parties prenantes à fournir des services appropriés – et abordables – aux pauvres du quartier et à les aider à améliorer leur vie quotidienne?» a-t-elle demandé. Hans Ramm, de la DCC suisse, a souligné la nécessité de donner davantage de publicité aux «modèles d'activités très convaincants présentés durant la réunion, ce afin d'éviter de gaspiller l'argent trop rare des donateurs sur des modèles beaucoup moins prometteurs conçus par des organisations non gouvernementales».

Les diverses expériences des postes étaient autant d'exemples tangibles attestant du dynamisme du secteur postal dans le domaine financier, a déclaré Andreas Taprantzis, président du Conseil d'exploitation postale de l'UPU. «L'inclusion financière est une formidable opportunité pour la société et les opérateurs postaux», a-t-il déclaré. De par leur structure et leur nature, les postes pourraient contribuer à résoudre le problème d'inclusion financière dans le monde. «Et pour avancer vers ce but, les postes peuvent s'autoriser du crédit de confiance record que la société lui accorde, surtout en ces temps de crise économique», a-t-il ajouté.

Cherchant à lancer de nouvelles pistes de discussion plutôt qu'à clore le débat par des conclusions définitives, Joëlle Toledano a présenté, à la fin de l'atelier, quelques éléments clés de ce que pourraient être des modèles d'inclusion financière efficaces: la volonté politique comme condition sine qua non; un modèle d'entreprise adapté à la situation socioéconomique de l'individu et aux structures administratives du pays; un cadre juridique; un marketing adapté; et la coordination des activités avec le reste du secteur. Pour finir, l'inclusion financière implique des questions d'organisation interne pour les postes, au centre desquelles le rôle fondamental des systèmes informatiques appropriés, de la formation du personnel et des alliances stratégiques.

Une nouvelle conférence, axée cette fois sur les questions techniques et opérationnelles, est prévue en 2010.

Monika Kugemann est une journaliste indépendante.

› Union Postale publiera une série d'articles sur les postes et l'inclusion financière dans chaque numéro en 2010.

Offrir aux migrants un accès aux services financiers

.....

La fourniture de services financiers aux migrants s'est déjà avérée lucrative pour certaines postes. Dans le premier volet de ce dossier, le professeur Luisa Anderloni nous explique qui sont les migrants, ce segment de la clientèle largement inexploité.

.....

Par
Luisa Anderloni

La migration est un phénomène ancien, qui présente depuis peu de nouvelles caractéristiques. En effet, les flux migratoires actuels sont uniques de par leur taille et leur complexité. Ils sont également un produit et un moteur de la mondialisation. Ce phénomène soulève diverses questions, notamment celle de l'accès des migrants aux services financiers et au secteur financier général, et celle de l'offre de services financiers adaptés à leurs besoins. Depuis quelques années, ces questions suscitent davantage d'intérêt, notamment en raison du rôle des transferts d'argent et du potentiel commercial perçu par certaines postes. Afin de pouvoir offrir des produits à ces clients, les postes devraient s'y intéresser de plus près.

L'examen du cycle de vie des migrants et de leur projet de migration, ainsi que de certaines variables concernant leur pays d'origine, leur situation particulière et le groupe ethnique dont ils relèvent, devrait aider les prestataires de services financiers, dont les postes, à élaborer des stratégies adaptées à ce segment largement inexploité. Au départ, les migrants s'intéresseront aux services de base, puis ils s'orienteront vers des produits plus sophistiqués et vers une relation plus rentable avec leur établissement financier.

L'univers des migrants est complexe et composé de groupes ethniques très différents les uns des autres. Les groupes d'immigrants présentent souvent des caractéristiques et des attitudes propres à d'autres groupes socialement exclus. Ils comprennent des personnes à faibles revenus et à faible niveau de compétences, qui manquent de connaissances linguistiques et techniques (notamment dans les domaines juridique et financier), éprouvent de la méfiance envers les fournisseurs de services et doivent surmonter des barrières psychologiques (comme le manque de confiance). Ces caractéristiques varient notamment en fonction de la phase considérée du processus de migration, du niveau d'intégration des personnes concernées dans le pays d'accueil, de leur situation économique et sociale et de leur niveau de formation.

Etablissement initial

La mise en œuvre du projet des migrants de passer d'un pays à un autre peut comprendre plusieurs phases, dont chacune est assortie à un ensemble de priorités concernant leurs besoins de base et leurs besoins financiers. La première phase (arrivée des immigrants dans le pays d'accueil) correspond à l'établissement initial. Les nouveaux arrivants tentent de trouver un emploi, un loge-

ment et une formation linguistique. Leurs besoins financiers sont principalement liés à l'utilisation de leur argent aux fins de survie. Il convient tout d'abord de déterminer si les migrants sont entrés dans le pays légalement ou illégalement; en effet, la réponse à cette question influe considérablement sur leur mode de vie et sur la visibilité de leurs activités. Généralement, les immigrants illégaux n'ont pas officiellement accès aux services fournis par les établissements financiers.

Durant cette phase d'instabilité économique, il est pratiquement impossible, pour les migrants, d'économiser de l'argent. Leurs problèmes de logement peuvent se traduire par des besoins financiers, liés notamment à la nécessité d'obtenir une garantie bancaire pour conclure un contrat de location; cette question se pose lorsque les immigrants peuvent choisir l'approche légale et ne pas dépendre du marché parallèle de la location. En outre, l'entrée illégale dans un pays sous-entend souvent que les migrants ont dû contracter des dettes importantes pour financer leur voyage.

Besoins de base

La deuxième phase du processus de migration se caractérise par les besoins ci-après: pour les immigrants illégaux, obtention d'un permis de séjour; obtention d'un emploi régulier; réalisation de démarches en vue du rassemblement familial. Ces besoins influent sur les choix des migrants, en fonction de l'objectif fixé dans le cadre de leur projet de migration. Si cet objectif est de s'installer de façon permanente dans le pays d'accueil, les immigrants tentent souvent d'y faire venir d'autres membres de leur famille. En revanche, s'ils souhaitent uniquement s'y installer de façon temporaire, ils préfèrent aider leurs proches depuis le pays d'accueil et leur envoyer de l'argent pour leur nourriture, leur logement, leurs études et les services médicaux d'urgence. Les besoins financiers consistent principalement à économiser de l'argent et à en envoyer une partie à l'étranger par transfert de fonds. La régularité des transferts effectués dépend de leur degré d'importance pour la survie de la famille dans le pays d'origine. En outre, le montant des transferts dépend de la capacité d'épargne du migrant, compte tenu de son faible salaire et de ses dépenses élevées.

Etablissement stable

La troisième phase – dite phase de l'établissement stable – sous-entend un degré supérieur d'intégration dans le pays d'accueil. Les priorités peuvent changer et viser la création d'une entreprise ou d'activités commerciales, ou encore l'achat de marchandises et de services liés à d'autres besoins que la simple survie (comme, dans certains cas, l'achat d'une maison). L'épargne vise des objectifs à moyen terme et les immigrants s'orientent vers des produits d'épargne de base. Le montant et la régularité des transferts effectués tendent à diminuer



puisque les immigrants ont généralement, à cette étape, une famille à charge dans le pays d'accueil et préfèrent investir la plupart de leurs ressources dans l'amélioration de leurs conditions de vie dans ce pays.

Consolidation

Les caractéristiques exactes de la quatrième phase – dite phase de consolidation – dépendront du plan d'origine ou du modèle de migration suivi. Si l'objectif du migrant est de travailler à l'étranger durant une période donnée, d'épargner de l'argent pour sa famille restée au pays, ou d'être en mesure d'acheter, de construire ou de rénover une maison puis de rentrer au pays, ses besoins sont analogues à ceux de la phase précédente. Pour ces immigrants, un domaine demeure inexploité: celui de l'épargne, du transfert des fonds de pension et de la formation d'annuités différées. Si le migrant décide de s'établir définitivement dans le pays d'accueil et s'il est suivi par une descendance, ses besoins financiers se complexifient et s'apparentent à ceux des citoyens du pays d'accueil, avec lesquels ils partagent des caractéristiques communes. Les services de transferts sont moins importants que lors des phases précédentes. Toutefois, durant toutes ces phases, les transferts d'argent constituent un service essentiel pour les populations migrantes, bien que leur importance relative tende à diminuer à mesure que d'autres besoins se forment.

Le deuxième volet de ce dossier, portant sur l'offre de produits novateurs aux migrants, figurera dans le prochain numéro d'Union Postale.

› Luisa Anderloni est professeur en finance d'entreprise à l'Université de Milan, en Italie.

.....
Une employée de la poste chinoise compte des billets afin d'aider des travailleurs migrants à envoyer de l'argent à leurs familles.
Photo: Gettyimages

Essuyer la tempête

Le Service postal des Etats-Unis (USPS) est en proie à bien des maux, notamment en raison du déclin des volumes de courrier et de la crise financière. En ces moments difficiles, Ruth Goldway, présidente de la Commission de régulation postale, discute de l'avenir de l'un des principaux opérateurs postaux de la planète.

Par
Faryal Mirza

Photos:
Lukas Lehmann

Quels sont les principaux problèmes rencontrés par USPS à ce jour?
Ruth Goldway: Notre service postal a connu une baisse considérable de ses volumes de courrier. A son niveau le plus haut, en 2006, le système traitait environ 213 milliards d'envois et, durant l'exercice 2009, ce chiffre est tombé à 177 milliards. En outre, la composition du courrier a changé et le courrier prioritaire – qui génère les recettes les plus élevées – constitue désormais une moindre part de l'ensemble du courrier. Le premier défi que doit relever USPS est lié à une loi vieille de trois ans, qui stipule que la poste doit fournir une contribution de quelque 5,5 milliards de dollars par an au titre du fonds pour les prestations de santé de ses futurs retraités. La poste est ainsi devenue la seule institution gouvernementale finançant totalement le système de soins de ses retraités. Toutefois, si la poste a pu assumer cette charge durant la première année de la crise, elle a dû

cesser de le faire lorsque la récession économique est apparue. Aux Etats-Unis, elle a d'abord touché les secteurs mêmes du courrier publicitaire pour lesquels USPS avait enregistré une croissance importante, à savoir les secteurs touchant la bulle du logement, comme le marché de l'habitation et la finance, y compris les cartes de crédit et les achats de mobilier. Enfin, il a fallu tenir compte du phénomène de substitution par Internet, auquel toutes les postes du monde doivent faire face.

Sans la crise financière, USPS serait-elle mieux en point?

Nous sommes aujourd'hui en pleine tempête, à la confluence de trois problèmes distincts. Nous avons récemment débattu des efforts d'USPS au Congrès (l'organe législatif du gouvernement américain), et nous avons conclu que l'opérateur se portait plutôt bien compte tenu de la situation économique; en outre, nous sommes convenus que sans la

conjonction de son importante charge financière et du déclin des recettes publicitaires, l'opérateur aurait pu encore mieux faire, voire trouver de nouvelles sources de recettes. Nous espérons qu'il en aura la possibilité lorsque la situation économique se sera rétablie.

La Commission de régulation postale s'intéresse uniquement à USPS, alors que le marché compte de nombreux opérateurs privés. Comment cela s'explique-t-il?

La poste correspond à une fonction gouvernementale inscrite dans notre constitution nationale, qui stipule que le gouvernement est responsable des bureaux de poste et des routes postales. La poste demeure le seul monopole relevant du gouvernement national. Jusqu'en 1971, la poste n'était qu'un organe administratif du gouvernement, et le Postmaster General était membre du cabinet présidentiel. Dans les années 60, la poste enregistrait un déficit considérable et s'adressait fréquemment



au Congrès pour faire augmenter les taxes d'affranchissement. A ces occasions, le Congrès devait procéder à un vote; toutefois, il a finalement décidé de s'éloigner de cette pression politique. C'est alors que la législature a élaboré un nouveau modèle, en avance sur son temps: une agence de type commercial distincte, qui appartiendrait toutefois totalement au gouvernement. L'objectif du nouvel USPS était d'atteindre son seuil de rentabilité sans le dépasser, de manière à ne pas exploiter sa situation de monopole.

En 1971, notre prédécesseur, la Commission sur les tarifs postaux, a été conçu et doté de pouvoirs restreints pour établir les taxes d'affranchissement d'USPS. Les pouvoirs de la Commission de régulation postale sont encore plus restreints lorsqu'il s'agit de l'établissement des taxes, mais ils sont plus étendus pour ce qui touche à la définition de l'obligation de service universel (OSU), par exemple. Nous avons finalement acquis une structure de régulation plus large,

comme d'autres organismes de régulation dans le pays, mais notre héritage reste inchangé: superviser la poste, et non les opérateurs privés présents sur le marché.

Que fait le régulateur?

Il élabore et met en œuvre des règles pour la fixation des tarifs par USPS. Nous établissons également des normes de service pour toutes les catégories de courrier et procédons à l'évaluation de ces normes. Par ailleurs, nous avons élaboré nos propres normes d'exploitation, afin de pouvoir présenter au public les documents fournis tout en préservant leur confidentialité. Nous avons aussi établi une procédure de traitement des demandes de renseignements. En outre, les affaires internationales, notamment les frais terminaux et leur effet sur la couverture des coûts, nous intéressent. Ainsi, nous craignons que le faible taux de remboursement des frais terminaux aux Etats-Unis force l'expéditeur américain à subventionner les expéditeurs du reste de

la planète.

Notre tâche la plus intéressante nous a été confiée par le Congrès: définir l'obligation de service universel, puis garantir son maintien par les postes. Le Congrès et le grand public nous considèrent comme des spécialistes du domaine postal, et nous jouissons d'une reconnaissance internationale grâce à nos compétences déjà anciennes en matière d'évaluation des coûts d'exploitation. Depuis mes premiers jours à la Commission, je m'exprime sur des questions postales relevant ou non de notre ressort direct et concernant le public et l'obligation de service universel; mes efforts ont connu un certain succès. J'ai écrit un article afin d'encourager USPS à étendre la portée du vote par correspondance, et mes conseils ont été suivis. Actuellement, nous travaillons à une simplification de la législation nationale. J'ai également présenté mon avis sur le timbre à validité permanente (qui peut être utilisé pour l'expédition d'une lettre de



20 grammes indépendamment de sa date d'achat ou d'utilisation, et quelle que soit la fluctuation des prix à l'avenir), et la poste l'a adopté. Ce timbre est devenu le timbre le plus acheté par nos citoyens.

Bien que le régulateur ne puisse pas forcer USPS à agir, ses avis ont-ils une force quelconque?

Nous sommes dans une position unique. Nous faisons partie du système postal d'Etat, mais, en tant que régulateur, nous disposons d'une vision objective. Nous parlons au public, qui nous inspire souvent des idées nouvelles et novatrices. La poste peut être à l'origine d'idées analogues, mais ses tâches quotidiennes sont telles qu'elle n'a pas le temps de les évaluer. Toute suggestion venant de l'extérieur peut donc s'avérer utile, et c'est là que je me situe: en tant que représentante et porte-parole de nos expéditeurs.

Toutefois, certaines dispositions juridiques prévoient que notre service postal nous demande un avis consultatif concernant ses opérations s'il prévoit de modifier considérablement ses services. Ainsi, lorsqu'il a envisagé de réorganiser ses installations de tri postal, le service postal américain s'est adressé à nous. Nous lui avons indiqué qu'avant tout changement à long terme, il lui fallait tenir compte de certains coûts et de certaines incidences et informer le public afin de justifier ses décisions. Finalement,

USPS a abandonné sa proposition initiale et en a présenté une autre tenant compte de la plupart de nos recommandations. A présent, USPS envisage de fermer des certaines de bureaux de poste. Nous avons largement consulté le public sur ce qu'il pense être le rôle de la poste. Nous publierons bientôt un rapport afin de fournir à la poste des conseils sur la marche à suivre – conseils qu'elle compte suivre. J'espère que ce rapport mentionnera plus précisément les incidences de tout changement pour le public. Nous souhaitons que notre contribution soit utile, mais, à la fois, j'estime que notre rôle est de compliquer la tâche d'USPS lorsqu'il veut réduire le niveau existant de service universel, du moins jusqu'à ce que l'obligation soit clairement définie.

USPS compte réduire le nombre de jours de distribution par semaine, le faisant passer de six à cinq. Une décision formelle a-t-elle été prise?

La principale obligation imposée par le Congrès à la poste est liée à la distribution du courrier six jours par semaine. De ce fait, si la poste souhaite changer cela, elle doit non seulement nous consulter, mais aussi s'adresser au Congrès puisqu'il s'agit d'une modification de la loi. Ici, la poste a décidé qu'elle nous consulterait en premier lieu, afin d'établir auprès de nous le bien-fondé de sa démarche. Il est peu probable que le Congrès modi-

fie la loi sans tenir compte de l'avis de la Commission. Le public, lui, semble accorder moins d'importance à la réduction du nombre de jours de distribution qu'à celle du nombre de bureaux de poste.

Quelles incidences la réduction du nombre de jours de distribution aurait-elle sur l'obligation de service universel?

Depuis toujours, cette obligation correspond à un concept flou aux Etats-Unis. Contrairement à l'Europe, nous n'avons aucun point de référence clair. En revanche, nous avons autorisé USPS à faire preuve de souplesse. Selon notre étude préliminaire, la poste pourrait épargner environ 1,9 milliard de dollars si la semaine ne comptait plus que cinq jours de distribution. La poste, quant à elle, estime que l'économie réalisée pourrait être de 3,5 milliards de dollars, soit une énorme différence. Pour disposer d'un chiffre réel, il convient de savoir exactement quelles sont les propositions de la poste et quels services elle compte supprimer le samedi (ou le jour de la semaine finalement choisi).

Comment le public considère-t-il la poste?

Nous avons essayé d'évaluer la perception de la poste par le public. Notre sondage indique que les bureaux de poste – et le service postal en général – bénéficient d'un large soutien. Le public est attaché à ses

facteurs et accorde une grande importance à leur travail, jour après jour. D'une manière générale, il ne souhaite aucune réduction des services. Environ un quart des personnes interrogées préféreraient payer des frais supplémentaires pour que leurs bureaux de poste restent ouverts. Certaines études suggèrent que, d'un point de vue démographique, les jeunes s'intéressent moins aux postes. Toutefois, selon un récent sondage Gallup, ce sont les jeunes qui témoignent le plus d'intérêt pour le maintien des distributions le samedi. Selon nous, leur intérêt porte particulièrement sur le service des colis: en effet, ces personnes travaillent toute la semaine et souhaitent donc que leurs colis soient distribués le samedi. Pour préserver le soutien des jeunes, il serait donc judicieux de ne pas supprimer les distributions du samedi. Toutefois, il est impossible de prendre des décisions d'ordre opérationnel en se basant uniquement sur un sondage, et la poste ne peut pas être prisonnière du statu quo simplement pour faire plaisir au public. Les gens ont tendance à éviter les changements s'ils le peuvent, mais ils sont tout à fait capables de s'adapter.

Quelle est la valeur du courrier aux Etats-Unis?

Il s'agit là d'une question centrale. Puisque la proportion de courrier à caractère personnel ou concernant des transactions financières continue de diminuer, on peut se demander quelle est la valeur du courrier. Il semble constituer un outil de marketing efficace et, tandis que bon nombre de personnes se plaignent de cet aspect, nombreux sont ceux qui apprécient ce service adapté à leurs besoins particuliers. Le vote par correspondance est de plus en plus largement admis et apprécié. Fait intéressant: pendant la récession économique, les ventes de magazines en kiosque ont baissé d'au moins 30%, tandis que les abonnements ont seulement chuté de 2 ou 3%. Ainsi, les clients continuent de recevoir leurs magazines par la poste.

Quelle est votre vision de l'avenir?

La croissance va reprendre. Toutefois, elle n'atteindra certainement pas les niveaux d'avant, et il semble nécessaire de réexaminer l'offre des produits postaux. La capacité de la poste à traiter les colis et la distribution des envois express sera suffisante, dans une certaine mesure. Il pourrait également être utile de disposer d'accords personnalisés avec les gros expéditeurs. Quoi qu'il en soit, la poste doit diversifier son offre. Cette démarche est peut-être plus difficile à entreprendre aux Etats-Unis que dans d'autres pays, car le secteur privé ne souhaite pas qu'une entreprise d'Etat intervienne dans ses activités, comme l'extension des services financiers et le système bancaire. La poste bénéficie certainement d'un large soutien de la part du gouvernement. Il reconnaît en elle l'aide qu'elle peut apporter à d'autres institutions gouvernementales. La poste devrait se concentrer sur cet aspect afin de générer des recettes supplémentaires. Ainsi, USPS traite actuellement les deux tiers de toutes les demandes de passeport aux Etats-Unis et fait payer ce service.

Quelles sont les possibilités concernant les services financiers?

Au cours de notre enquête, nous avons appris que les pauvres sans compte-chèques – et ils sont nombreux aux Etats-Unis – utilisent les mandats pour payer leurs factures. De nos jours, ce service ne constitue pas une réelle source de recettes pour les postes, mais je pense qu'elles pourraient réorganiser leur offre, la développer, ajuster leurs tarifs et commencer à fournir un service utile à une clientèle ne disposant d'aucune alternative. Si le service postal des Etats-Unis enregistre de bons résultats, il pourra ainsi développer son offre. C'est d'ailleurs ce que je souhaite: que le service postal des Etats-Unis examine les possibilités que lui offre la loi en vigueur et qu'il en tire le meilleur parti.

Personnellement, quel utilisation faites-vous du courrier?

Dans les années 90, j'ai vécu en Finlande, où les chèques n'exis-

taient plus depuis des années et où tout devait être réglé par transfert. J'insistais pour conserver un récépissé de chacune de mes transactions, car le système ne me plaisait pas. Ici, j'écris des chèques et je les envoie par la poste. Pour moi, il est très satisfaisant de pouvoir m'occuper de mes finances. Avant, je passais des commandes dans des catalogues de vente par correspondance, mais, aujourd'hui, j'achète en ligne; j'ai donc un peu modifié mes habitudes pour laisser la place aux nouvelles technologies. Toutefois, je suis une habituée des services de la poste et cela me convient. Parfois, je découpe même un article de journal pour l'envoyer à un ami par la poste.

Ruth Goldway en bref

- Au sein de l'organe exécutif du gouvernement américain, il s'agit de la personne désignée par le président (et dont la désignation est confirmée par le Sénat) ayant les plus longs états de service, à plein temps.
- D'abord nommée par Bill Clinton en avril 1998 à la Commission sur les tarifs postaux, puis nommée à deux reprises par George W. Bush.
- Nommée présidente de la Commission de régulation postale par Barack Obama le 6 août 2009.
- A commencé sa carrière en tant que représentante des intérêts des consommateurs, dans le domaine alimentaire.
- A contribué à la fondation, en Californie, du système de marché des producteurs et a étendu la représentation des citoyens au sein des organismes de réglementation dans les différents Etats.
- A été maire de la ville de Santa Monica, en Californie.
- Fondatrice de «Women in Logistics and Delivery Services», une organisation professionnelle pour les femmes dans le secteur de la poste et des services de distribution.

Au cœur de la communauté

Geneva Kubal est factrice depuis vingt-deux ans aux Etats-Unis. Durant sa carrière, son travail a évolué. Mais un aspect n'a pas changé: la gentillesse des clients à son égard. Agée de 48 ans et mère de deux jeunes adultes, elle se passionne pour la photographie et le ski nautique. Elle gagne près de 54 000 dollars par an, soit le salaire maximum pour une factrice en ville.

Par
Faryal Mirza

Photos:
Geneva Kubal

Pourquoi avez-vous décidé de devenir factrice?

Geneva Kubal: Mon père estimait qu'il fallait que je trouve un travail dans le service public, qui me permette d'être à l'extérieur et de rencontrer des gens. Il pensait que la poste était digne de confiance. Si j'avais été un garçon, il m'aurait peut-être encouragée à travailler dans la construction, son domaine. Cela étant dit, il y a vingt ans, les factrices étaient plutôt rares. Mais il a pensé que j'étais suffisamment sûre de moi pour faire ce travail. J'ai donc passé l'examen et je l'ai réussi.

Si vous n'étiez pas devenue factrice, qu'auriez-vous fait?

A l'école, je voulais devenir médecin ou ingénieur, mais je me suis mariée jeune et j'ai eu des enfants. Je savais que les médecins avaient des horaires de travail très chargés et je ne pouvais pas imposer ça à mes enfants. Quand je suis entrée au service de la poste, ça faisait déjà longtemps que je ne pensais plus à ces professions.

Avez-vous travaillé dans d'autres secteurs de la poste?

J'ai surtout été factrice. Pendant

une année j'ai travaillé dans le département informatique. Ce n'était pas un travail très glamour. Bien qu'il n'y ait rien de bien glamour à être factrice [rires]. En fait, j'ai eu un moment glamour, il y a quelques années, lorsque, avec cinq de mes collègues féminines, nous avons envoyé des photos de nous en uniformes à une chaîne de télévision locale pour un relookage. J'ai été choisie. Je n'étais pas très à l'aise, mais ça m'a fait réfléchir à mon apparence et je me suis dit: «Tu pourrais aller plus souvent chez le coiffeur...».

Qu'aimez-vous dans votre travail?

J'aime son côté physique et le fait de sortir dans la rue. C'est l'occasion de rencontrer les personnes sur mon parcours. Les relations sont parfois très personnelles – vous savez qui est malade ou décédé. Et si vous avez un peu de temps, les gens se confient volontiers, ils ne vous considèrent pas comme une étrangère. Je me souviendrai toujours de cet homme, atteint d'Alzheimer. Sa femme m'a dit que ma présence le faisait réagir, car il avait été facteur et, quand il me voyait, cela lui rappelait cette page de sa vie. J'avais l'habitude de



lui rendre visite afin de soulager un peu son épouse. Le jour de son enterrement, j'ai rencontré toute la famille et ils m'ont considérée comme l'une des leurs.

Pourquoi la population fait-elle confiance aux facteurs?

Il s'agit d'un travail de service public. La dimension humaine entre en ligne de compte, c'est donc plus qu'un simple travail. Nous, les facteurs, ne sommes pas différents des autres. Mais nous sommes peut-être plus accessibles et nous percevons les besoins de la communauté. Par exemple, nous récoltons de l'argent pour offrir des repas aux familles dans le besoin, car nous savons qui elles sont et où elles habitent.

Comment commence votre journée de travail?

Je commence à 7 h 30. Je rassemble moi-même environ 25% de mon courrier et l'ajoute aux envois préparés par la machine. Je le distribue en voiture et à pied. Il me faut environ six heures pour terminer ma tournée à pied parce qu'elle couvre un territoire assez vaste, celui de Franconia/Springfield, en Virginie du Nord.

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

Avant, nous avions l'habitude de trier notre courrier nous-mêmes; aujourd'hui ce sont les machines qui s'en chargent. Les machines font des paquets de lettres et de magazines mélangés et ce n'est pas aussi bien fait que lorsqu'on le fait soi-même à la main. La distribution du courrier nous prend alors plus de temps parce que l'on ne découvre ce qu'il y a dans le paquet que peu de temps avant de le distribuer. Nous devons donc nous concentrer davantage lorsque nous allons vers les boîtes aux lettres et utiliser notre vision périphérique pour faire attention aux marches, aux voitures et aux enfants, tout en cherchant le courrier dans notre sacochette. Il y a cinq ans, je passais quatre heures au bureau et quatre heures en tournée. Aujourd'hui, je passe une heure à l'intérieur et sept heures à l'extérieur.

Quelles sont vos inquiétudes?

L'économie en général, savoir si je devrai peut-être travailler huit heures à l'extérieur. J'ai tout de même 48 ans.

Quels sont les avantages offerts par votre employeur?

Il participe à hauteur d'environ

70% aux frais d'assurance-maladie et verse 5% du salaire de base dans la caisse de pension; l'employé doit également verser 5%. Il existe également des possibilités de promotion et de formation continue, dont certaines peuvent être suivies en cours d'emploi.

Qu'en est-il des congés?

J'ai droit à 208 heures de vacances par année, le maximum après quinze ans de service. J'ai aussi droit à 104 heures de congés de maladie par année. Une partie de ces heures (80) peut être utilisée pour s'occuper de personnes à charge. Ces heures s'accumulent et elles peuvent aussi être décomptées en faveur d'un départ à la retraite anticipé. La loi autorise les employés à prendre jusqu'à 12 semaines de congé pour s'occuper d'un membre malade de leur famille.

Regrettez-vous de n'être pas devenu médecin ou ingénieur?

Je n'ai aucun regret. Le conseil de mon père de travailler pour la poste s'est révélé être le meilleur que j'ai reçu. Avec le recul, je ne vois pas quelle autre profession j'aurais préféré exercer. J'aime énormément mon travail.

USPS

Le premier Postmaster General a été nommé en 1775. C'était Benjamin Franklin, un des pères fondateurs de la nation. La poste compte aujourd'hui 150,1 millions de points de distribution, quelque 36 000 bureaux de postes, succursales et unités postales contractuelles et emploie 623 128 collaborateurs. Ses activités se concentrent essentiellement aux Etats-Unis.

USPS offre des services de préparation de courrier (pour les lettres), de distribution de périodiques et de mandats jusqu'à un montant de 1000 dollars. Elle offre des services d'expédition de colis, ainsi que des services de courrier express et prioritaire. Sa clientèle est variée; aucun de ses clients ne représente plus de 3% de ses recettes d'exploitation. Plus de la moitié de ses recettes proviennent du courrier publicitaire. Son chiffre d'affaire international représente environ 4% de ses recettes totales.

Chiffres et données

Etats-Unis

Capitale	Washington DC
Langue officielle	anglais
Nombre d'habitants	307 212 123 (estimation juillet 2009)
Superficie	9 826 675 km ²
Monnaie	le dollar (USD)
PIB par habitant	47 500 USD
Principales industries	Pétrole, métallurgie, automobile, aérospatiale, télécommunications, chimie, électronique, transformation alimentaire, biens de consommation, bois, mines

Produits de base

Coca-Cola	2,99 USD (12 cannettes)
Lait	2,19 USD (env. 2 litres)
Bœuf haché	4,99 USD (env. 500 g)
Steak	12,99 USD (env. 500 g)
Bananes	0,49 USD (env. 500 g)
Riz	1,50 USD (env. 500 g)

La Journée mondiale de la poste célébrée avec enthousiasme

Plus de 30 pays ont fêté cet événement annuel en organisant des activités spéciales. L'UPU, quant à elle, a souligné l'importance du respect de l'environnement.

.....
Par Faryal Mirza
Cette année, le 9 octobre a été célébré avec beaucoup d'enthousiasme par de nombreux pays-membres. Les postes du Nigéria et du Mali ont lancé leur campagne de prévention du VIH/sida. La poste de Hongkong a permis à chaque citoyen d'envoyer une lettre gratuitement dans sa région. La poste bélizienne a planté des acajous dans tout le pays, tandis que la poste pakistanaise a distribué une brochure commémorative.

Certains pays ont publié ce jour-là les noms des gagnants du concours épistolaire de l'UPU ou de leur propre concours. L'île de Samoa était l'un d'eux, mais la cérémonie de remise des prix a été empreinte de tristesse: Moanalei Long, la jeune gagnante de 9 ans, avait péri durant le tsunami qui a balayé l'île le 29 septembre. Les ministres d'autres pays, comme le Monténégro, la Hongrie, le Bélarus et l'Azerbaïdjan, ont participé à des réunions officielles pour marquer l'événement. En

.....
Hongkong: service gratuit
Photo: Hongkong Post



.....
Russie: origami Photo: Poste russe



.....
Souvenirs d'antan en Russie Photo: Poste russe

Ukraine, le premier ministre, Julia Timoschenko, a honoré de sa présence le forum des employés postaux ukrainiens, organisé le même jour.

Respect de l'environnement

Le directeur général de l'UPU, Edouard Dayan, a axé son discours sur l'importance de rendre la poste plus respectueuse de l'environnement. Le respect de l'environnement représente un atout commercial. Il a donc vivement encouragé les postes à hisser le pavillon écologique et à participer à la lutte contre les changements climatiques. Les activités postales mondiales émettent leur part de gaz à effet de serre. De nombreuses postes, principalement dans les pays industrialisés, ont pris des mesures visant à réduire les effets de leurs activités sur l'environnement, mais il reste encore beaucoup à faire, estime Edouard Dayan. «En ces temps de crise économique et financière, une gestion saine des questions environnementales peut être un des moteurs de la croissance», ajoute-t-il.

.....
Pakistan: geste pour l'environnement Photo: Poste du Pakistan



Du chocolat et du travail décent

.....

La lauréate du concours international de compositions épistolaires 2009 de l'UPU s'est rendue en Suisse pour recevoir son prix.

«Lorsque la maîtresse d'école nous a parlé de ce concours de lettres destiné aux jeunes, ce qui a captivé mon attention, c'était le sujet. D'après moi, les conditions de travail décentes sont très importantes pour une vie heureuse», répond Dominika Koflerová, 14 ans, à ceux qui la questionnent sur sa participation.

Si la lettre de cette jeune élève du collège Lískovec, à Frýdek-Místek en République tchèque, a emporté l'adhésion du jury de la 38^e édition du concours de l'UPU, c'est notamment par son approche originale. Ce qui débute comme une lettre de remerciement à sa sœur pour une friandise se transforme rapidement en un récit nous plongeant au cœur du travail décent, thème choisi conjointement avec l'Organisation internationale du travail (OIT): «Le chocolat que je savourais n'était pas un chocolat ordinaire. Pour sa fabrication, le producteur de Zambie reçoit une somme convenable pour faire vivre décemment sa famille et lui-même», écrit-elle dans sa missive. «C'est le commerce équitable qui m'est venu à l'esprit. Du chocolat et du café, voilà peut-être des produits plus courants pour le commerce équitable, mais, comme je ne bois pas de café, je pensais que le chocolat était une meilleure idée», ajoute Dominika.

Séjour suisse

La lauréate est arrivée en Suisse le 4 novembre. «Lorsque la poste tchèque m'a contactée pour m'annoncer la nouvelle, je n'arrivais pas à y croire», dit-elle. «Et, en plus, la radio est venue m'interviewer. Aujourd'hui, je suis au pays des montres, des couteaux suisses et du chocolat pour recevoir mon prix, c'est incroyable.»

Premier rendez-vous: Genève, au siège de l'OIT. Après avoir lu la lettre devant un parterre constitué de personnalités liées au travail décent et de diplomates tchèques, elle répond, avec aisance, aux questions des invités et des journalistes. Puis, elle voit une exposition consacrée

au 90^e anniversaire de l'organisation, créée en 1919, et découvre que son pays, la Tchécoslovaquie, était l'un des neuf pays fondateurs de l'OIT. L'après-midi, elle visite le Palais des Nations. «J'ai été impressionnée par cette instance et j'ai appris des tas de choses sur l'ONU. Puis, je suis allée au Mont Salève, et de tout là-haut, j'ai pu voir la ville et les Alpes», raconte-t-elle encore émue.



.....
Juan Somavia, Dominika, sa mère et Edouard Dayan

Le lendemain, c'est au siège de l'UPU, à Berne, que Dominika reçoit sa médaille et son certificat des mains d'Edouard Dayan, le directeur général. «Ce séjour est un beau cadeau. Je n'aurais jamais imaginé pouvoir séjourner dans la capitale suisse tellement chargée d'histoire.»

A une question d'un représentant d'une poste africaine sur sa motivation, elle répond: «Le travail des enfants ne devrait pas exister. Les enfants doivent aller à l'école pour améliorer leurs conditions de vie plus tard». A une autre question sur

son avenir: «Je souhaite poursuivre mes études, pour devenir journaliste ou médecin, j'hésite encore. Ce prix m'encourage à m'adonner à l'écriture et même si, c'est vrai, j'écris souvent des courriels, je continuerai à envoyer des lettres. D'ailleurs, je vais envoyer une carte postale à mes amis restés à Frýdek-Místek», s'exclame-t-elle, les yeux pétillants de joie.

Désormais, à l'instar de ce que disait le jury du concours lors de ses délibérations, nous ne mangerons plus une barre chocolatée sans penser au travail décent et à la lettre de Dominika.

Thème en 2010

Pour l'édition 2010, les jeunes auteurs du monde entier sont invités à écrire une lettre sur l'importance d'être sensibilisés au VIH/sida et aux moyens de s'en protéger. A vos stylos...

.....
Par Jérôme Deutschmann
.....
Photo: OIT

La campagne de prévention du VIH démarre

.....

Depuis juillet, six pays ont lancé, dans leurs bureaux de poste, la campagne de sensibilisation à la prévention du VIH. L'initiative, fruit des efforts conjugués de l'UPU, de l'ONUSIDA, de l'Organisation internationale du travail (OIT) et d'UNI Global, a été bien accueillie tant par les postes que par la population.

.....
**Par
Rhéal LeBlanc**

La campagne visant à sensibiliser l'opinion sur l'importance de se protéger du VIH, le virus responsable du syndrome d'immunodéficience acquise (SIDA), a démarré. Les réactions ont été favorables à tous points de vue. Bien que le traitement de cette maladie se soit amélioré, le sida demeure incurable et on compte 7400 nouveaux cas d'infection chaque jour.

Le Burkina Faso, le Sénégal, la Chine et l'Estonie ont lancé leur campagne le jour où les principaux partenaires ont annoncé cette initiative mondiale à Genève, au mois de juillet, ou peu de temps après. Le Mali et le Nigéria ont choisi le 9 octobre, Journée mondiale de la poste, pour lancer la leur.

Les postes ont votre santé à cœur

Les postes africaines, en particulier, ont déployé des efforts considérables pour faire participer leurs employés à cette campagne. Elles ont utilisé des moyens traditionnels et créatifs pour attirer l'attention de la population sur le message de prévention. Au Nigéria, la campagne a changé l'image que la population se faisait des services postaux. Selon Maayen Ujong, directrice de l'exploitation à NIPOST, qui a dirigé l'équipe de lancement de la campagne, la poste est désormais un organisme qui transmet non seulement du courrier mais également un message sanitaire. Il faut dire que NIPOST a soigneusement préparé le lancement de cette campagne. Elle a collaboré avec son propre comité VIH/sida et avec l'agence nationale de lutte contre le sida, un

organisme gouvernemental chargé de diffuser l'information relative au virus et à la maladie.

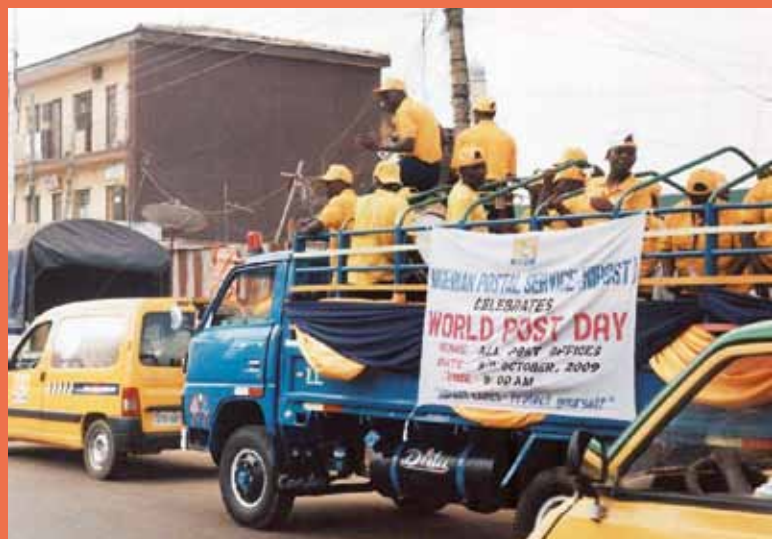
La poste nigérienne a mis l'accent sur la sensibilisation des cadres et du personnel en contact avec la clientèle. La poste a organisé des ateliers d'orientation destinés aux agents de guichet, aux cadres et aux directeurs d'exploitation des postes de chacun des 36 États de la fédération. Le personnel a ensuite diffusé l'information auprès d'autres employés et du public. Les membres de l'équipe étaient chargés de diffuser les affiches dans les bureaux de poste de leur région et de rendre l'information accessible au public.

Le jour du lancement de la campagne, NIPOST a organisé des cérémonies dans plusieurs États et les employés portaient des T-shirts colorés arborant le slogan «NIPOST a votre santé à cœur. Protégez-vous.». A Abuja, cadres et employés de NIPOST se sont joints au ministre de la communication et à d'autres personnalités pour le lancement officiel de la campagne.

«L'utilisation du slogan 'NIPOST a votre santé à cœur. Protégez-vous' a donné un visage à la campagne et permis de montrer à la population que la poste se préoccupe de sa santé», explique Maayen Ujong, dont le pays compte environ trois millions de personnes atteintes du sida. Selon elle, la campagne a suscité beaucoup d'intérêt car l'UPU et les Nations Unies y étaient associées. Et le fait que cette campagne s'inscrive dans le cadre des



.....
Bureau de poste au Cameroun Photo: Campost



.....
Diffusion du message au Nigéria Photo: NIPOST

objectifs du Millénaire pour le développement fixés par les Nations Unies a vraiment contribué à attirer l'attention du public et des médias.

Maayen Ujong se sent très concernée par la question. «Le sida est une question de santé publique. C'est un problème de sang», dit-elle. Au Nigéria, la prévention revêt une importance telle que les autorités sanitaires recommandent à la population d'apporter leur propre rasoir chez le barbier ou leurs propres trousse de manucure. Les Nigériens sont également encouragés à respecter trois règles de base: abstinence, fidélité, préservatif.

La deuxième phase de la campagne, s'adressant aux 10 000 employés de NIPOST, sera très importante, ajoute Maayen Ujong. «Si une personne est en bonne santé, alors elle est en mesure de travailler», dit-elle. NIPOST projette d'élaborer une politique concernant le VIH/sida sur le lieu de travail afin que les employés porteurs du virus ne soient pas stigmatisés et qu'ils aient plus facilement accès à des médicaments, par exemple. Les employés pourront également effectuer gratuitement le test de dépistage du sida. «Sans avoir fait le test, nul ne peut être sûr de ne pas être infecté», conclut Maayen Ujong.

Au Cameroun, le matériel de la campagne est vu par les 36 000 personnes qui se rendent quotidiennement dans l'un des 258 bureaux de poste du pays. La poste a orga-

nisé des tournées afin d'informer les employés au sujet de la campagne avant son lancement et, le jour prévu, les employés portaient des T-shirts spécialement conçus pour l'occasion. De grandes banderoles déployées devant les principaux bureaux de poste continuent de faire la promotion de cette campagne, et le comité national de lutte contre le sida a fourni des affiches supplémentaires, des brochures et des préservatifs féminins pour distribution.

La poste du Cameroun (Campost) a aussi mis sur pied, durant deux jours au début du mois d'août, des unités mobiles dans les bureaux de poste de Yaoundé, Douala et Bafoussam offrant un dépistage gratuit du sida. Sur les 630 personnes testées, neuf étaient infectées. Au Cameroun, à l'instar d'autres pays, la campagne a bénéficié d'une large couverture médiatique, ce qui a permis de relayer les informations de prévention destinées à la population.

Deuxième phase

L'UPU travaille actuellement avec ses partenaires à l'extension de cette campagne à d'autres pays et au lancement de la deuxième phase de l'initiative d'ici à juin 2010, initiative qui visera surtout à sensibiliser les employés postaux. L'OIT et UNI Global sont à la tête de cette phase. Une mallette pédagogique est en train d'être créée afin d'aider les employeurs à élaborer une politique concernant le VIH/sida sur le lieu de travail.

Flash info

Australie

L'assurance-automobile fait désormais partie des services financiers de la poste australienne. Cette dernière propose, par téléphone ou en ligne, des tarifs concurrentiels et fait la promotion de ses produits au travers de son réseau de vente au détail, le plus vaste du pays. La poste a aussi annoncé avoir réalisé, lors de l'exercice financier 2008-2009, un bénéfice net de 250,6 millions de dollars (AUD), soit 0,5% de plus par rapport à l'année précédente.

Canada

Le gouvernement canadien vient de publier un nouveau protocole du service postal, qui précise ses attentes par rapport aux services de Postes Canada. Il traite du service universel, des tarifs, de la distribution, de l'accès aux services postaux, de la sûreté de la distribution et du traitement des plaintes. Postes Canada rendra compte chaque année de son rendement. Le gouvernement du Canada examinera le protocole tous les cinq ans.

Croatie

Hrvatska pošta a annoncé des revenus d'exploitation de 128 millions de kuna (26,2 millions d'USD). Pour l'exercice financier 2008, l'opérateur a enregistré une perte de 50 millions de kuna.



Siège de la poste croate

Islande

Íslandspóstur, l'opérateur désigné d'Islande, utilisera bientôt l'application epost de Postes Canada, qui propose des solutions électroniques pour factures et paiements. Selon l'accord convenu, la poste canadienne fournira le logiciel et la formation nécessaires en fonction des besoins du pays. Selon son propriétaire, epost est le premier bureau de

poste électronique dans le monde. Au Canada, il fournit plus de 250 types de documents et d'états de compte pour plus de cinq millions d'utilisateurs enregistrés, dans un environnement virtuel sécurisé.

Singapour

Au deuxième trimestre, les revenus de SingPost ont atteint 130,3 millions de dollars (SGD) (94 millions d'USD) en consolidant les revenus de sa filiale à part entière, Quantum Solutions Group. Sans cette consolidation, les revenus auraient chuté de 4,5% par rapport au même trimestre de l'année précédente. Les revenus de la poste aux lettres ont aussi baissé de 4,4% pour atteindre 87,6 millions de SGD. Ceux provenant des activités logistiques ont augmenté de 142,6%. **FM**

La poste de la Sierra Leone renaît de ses cendres

Le Plan intégral de réforme et de développement postal lancé cette année en Sierra Leone commence à porter ses fruits. Le plan fournit des directives et une feuille de route pour transformer un secteur détruit par onze années de conflit ayant pris fin en 2002.

Grâce à une subvention de l'UPU, SALPOST, l'opérateur désigné, a pu consacrer 100 000 dollars US à l'achat de véhicules et améliorer ses délais de distribution. Depuis août dernier, ces véhicules sont utilisés deux fois par semaine pour distribuer en province le courrier en provenance de la capitale de Freetown. Avant, le courrier n'était distribué qu'une fois par semaine.

«Après plus d'une décennie de conflit, il ne restait pratiquement rien du pays, et notamment de son infrastructure postale», constate Mohamed Kanneh, directeur général par intérim de SALPOST. Environ 10% des bureaux de postes ont été entièrement détruits pendant la guerre et 80% l'ont été en partie.

De par leur emplacement central, les bureaux de postes ont été pris d'assaut par les

rebelles. Ces derniers les utilisaient comme quartier général puis les pillaient et les détruisaient avant de quitter la ville», raconte Mohamed Kanneh. Il ajoute que le gouvernement aussi est responsable de certains dégâts, ses troupes ayant dû attaquer les bureaux afin d'en faire sortir les rebelles. Lors de la reconstruction post-conflit, les bailleurs de fonds internationaux ont laissé la poste de côté. «Il est désormais fréquent d'apercevoir un vieux bureau de poste, criblé de balles, coincé entre deux nouveaux bâtiments», explique-t-il.

Avant le conflit, 38 bureaux de poste fonctionnaient à plein temps; la poste offrait également un service de distribution à domicile, car tous les habitants du pays avaient une adresse physique. Ce service est, depuis peu, à nouveau partiellement rétabli, principalement en province et dans les districts, mais aussi dans certains établissements humains. A ce jour, 13 bureaux de postes fournissant des services postaux traditionnels ont rouvert leurs portes dans les villes.

Une des priorités de SALPOST est de réta-

blir la confiance des clients dans ses services. «La population pense que la poste est morte. Après le conflit, elle s'est tournée vers la concurrence, car les bureaux de poste ne montraient aucun signe de vie. Par exemple, on ne voyait pas de facteurs en uniforme, aucun véhicule ne transportait le courrier et les bureaux de poste étaient délabrés», explique Mohamed Kanneh, avant d'ajouter: «Aujourd'hui, la présence de la poste est tangible et l'on voit de nouveau des agents postaux en uniforme.»

Le directeur général admet que la poste a encore du pain sur la planche. «Nous devons revaloriser notre image. Une partie de la clientèle perdue durant le conflit n'est pas revenue vers la poste, car cette dernière ne répond pas encore tout à fait aux demandes des clients. Lorsqu'elle y répondra, les affaires reprendront». Les attentes de la clientèle – telles qu'identifiées par une récente étude de marché – comprennent la rapidité de distribution, la régularité, et les informations sur les services. **FM**



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

Augmenter votre compétitivité.



Photo: Graphic Obsession

SOLYSTIC, PARTENAIRE DES SERVICES POSTAUX DEPUIS 60 ANS.

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

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

www.solystic.com



Des solutions postales d'avenir

bb&b

L'UPU remercie les acteurs du secteur postal de leur soutien à la campagne «Scellons l'accord»

