

UNION POSTALE

mars 2010

L'actualité qui fait bouger le secteur postal
depuis 1875



Union postale universelle,
institution spécialisée
des Nations Unies

1



Solidarité postale
en Haïti

post enfin à nous
Confier son argent
à la poste indienne



Le réseau postal

*Pour des transferts
d'argent internationaux
à un prix abordable*



Sommaire



Couverture: Sophia Paris
Les décombres de
l'immeuble qui abritait
le service EMS à Port-au-
Prince (Haïti)

mars
2010

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

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: Mridu Khullar, Monika Kugemann, Dick Rayori (DR), Itziar Marañón (IM)
Photographes: Axel Heimken, Sophia Paris, Alexandre Plattet, Simon de Trey-White, Martial Trezzini
Traduction: Anne-Rebecca Deruelle, Xavier Perret, Nathalie Thomlinson
Graphisme: Die Gestalter, Saint-Gall (Suisse)
Impression: Gassmann, Bienne (Suisse)
Abonnement: publications@upu.int

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

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

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

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

En couverture

Solidarité postale en Haïti

Des experts du monde entier aident la poste haïtienne à relancer ses services, paralysés depuis le séisme du 12 janvier

8

Articles

Un partenariat qui porte ses fruits

En Inde, les services financiers postaux vont de pair avec les mesures gouvernementales visant à encourager l'inclusion financière

13

Un bel exemple d'inclusion financière

Un agent de sécurité à New Delhi explique pourquoi il confie ses économies à la poste indienne

17

Connecter les réseaux avec .post

Un accord historique apporte au secteur postal son propre domaine de premier niveau sur Internet

22

L'interview

Répondre aux exigences financières et sociales

Kee-Deok Kim, chef de la poste sud-coréenne, s'exprime sur les responsabilités de son entreprise

19

Visages

Un maillon important de la chaîne

Travailler de nuit? La postière australienne Joanne Bowler en sait quelque chose

24

Perspective

Les migrants, une clientèle aux besoins spécifiques

Dans le deuxième volet de son dossier, Luisa Anderloni explique comment s'emparer du marché des migrants

26

Rubriques

En bref

4

Avant-propos

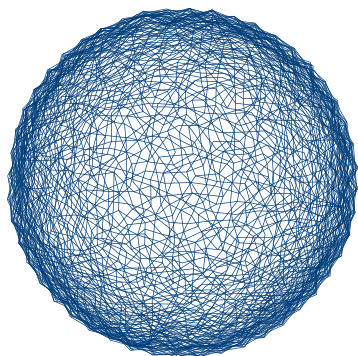
5

Portrait

6

Tour d'horizon

28



COP15
COPENHAGEN
UNITED NATIONS CLIMATE CHANGE CONFERENCE 2009

International

Sous les feux de la rampe à Copenhague

Continuer dans la voie actuelle n'étant pas une option, le secteur postal mondial s'efforcera de réduire ses émissions de gaz à effet de serre. C'est le message qu'a livré en décembre le directeur général de l'UPU lors de la conférence des Nations Unies sur les changements climatiques à Copenhague. Il a aussi participé à une conférence du Programme des Nations Unies pour l'environnement (PNUE) consacrée aux efforts déployés pour rendre les organisations onusiennes climatiquement neutres.

Edouard Dayan s'est joint aux dirigeants d'autres institutions spécialisées, programmes et fonds des Nations Unies pour discuter du soutien que peuvent apporter les Nations Unies aux pays désireux de lutter contre les changements climatiques. Que ce soit par le renforcement des capacités, le transfert des technologies, le financement ou d'autres moyens. Selon le secrétaire général de l'ONU, Ban Ki-moon, protéger l'environnement constitue «un impératif politique, moral et historique». Il a ajouté que les organisations des Nations Unies présentes dans la capitale danoise agissaient à l'unisson dans la lutte contre les changements climatiques.

Pour sa part, Yvo De Boer, le responsable de la conférence, a déclaré que les Nations Unies devaient soutenir les actions concrètes sur le terrain. «Notre réussite en dépend», a-t-il précisé.

L'UPU s'est engagée à réduire les émissions de dioxyde de carbone (CO₂) issues du secteur postal mondial. Le dirigeant du PNUE, Achim Steiner, a applaudi cette initiative. Il a ajouté qu'un énorme potentiel existait au sein du secteur postal afin de réduire son empreinte carbone. L'exploitation des bâtiments et véhicules postaux a généré 26 millions de tonnes de CO₂ en 2008, selon le premier inventaire mondial dressé par l'UPU. L'organisation étudie la possibilité de créer un dispositif de compensation carbone pour le secteur postal. **RL**

Moyen-Orient

Echanges directs de courrier: le service postal palestinien s'organise

La situation du service postal palestinien continue de s'améliorer en vue d'échanger directement du courrier avec les pays-membres de l'UPU depuis que cette dernière a attribué un code CTCI (centre de traitement du courrier international) au bureau d'échange de Ramallah. Le code est une norme UPU s'appliquant principalement aux centres de traitement du courrier qui reçoivent ou expédient les dépêches échangées selon les règles de l'organisation. Sans ce code, les pays ne peuvent pas échanger de dépêches avec la Palestine ou vice versa.

Pour l'instant, le courrier arrivant ou sortant de Palestine continue de passer par Israël. Mais les autorités postales d'Israël et de Palestine se sont engagées en 2008 à travailler ensemble afin de faciliter les échanges de courrier pour la Palestine en passant par Amman, en Jordanie.

L'UPU fournit une assistance technique à la poste palestinienne afin de l'aider à se moderniser, à améliorer le traitement du courrier et à former son personnel. **RL**

Appel aux nouvelles

Téléphone: +41 31 350 35 95
Courriel: faryal.mirza@upu.int
Union Postale
Union postale universelle
Case postale
3000 BERNE 15
SUISSE

Avant-propos

L'année 2010 marque le cent trente-cinquième anniversaire d'Union Postale. Depuis ses humbles débuts, la publication a changé de peau plusieurs fois – tout comme le secteur qu'elle sert – avant d'aboutir à sa présente mouture. D'autres changements sont d'ailleurs envisagés. Afin de mettre en avant les actualités régionales, nous travaillons de plus près avec nos coordonnateurs régionaux et les unions restreintes et nous collaborons davantage avec des pigistes et des photographes sur le terrain. L'article de Dick Rayori concernant le trentième anniversaire de l'Union postale panafricaine et l'article concernant l'un des clients de la poste indienne sont le fruit de cette nouvelle collaboration.

Notre article-couverture porte sur un sujet moins heureux, mais nous tenions à présenter la solidarité exprimée par le secteur postal mondial envers Haïti, touché par une crise sans précédent. L'aide apportée est un exemple concret des efforts de coordination assurés par l'UPU pour que la poste haïtienne renaisse de ses cendres et entrevoie l'avenir avec espoir.

Depuis les tsunamis en Asie du sud en 2004, l'UPU a adopté une politique d'assistance pour les pays-membres frappés par des catastrophes naturelles. Suite au récent tremblement de terre au Chili, le Bureau international a contacté les autorités pour obtenir une évaluation des dommages causés à l'infrastructure postale et proposer son aide.

Faryal Mirza, rédactrice en chef

Amérique du sud

Sensibilisation au VIH: la poste brésilienne s'engage

Le Brésil est désormais le septième pays à participer à la campagne mondiale de sensibilisation au VIH organisée par l'UPU et des institutions partenaires. Plus de 12 000 bureaux de postes participent à cette campagne en diffusant le message au moyen de cartes postales, d'affiches et de prospectus. Pour la première fois au Brésil, la poste distribuera des informations relatives à la prévention du VIH à 800 000 ménages dans certaines régions.

Selon le Programme commun des Nations Unies sur le VIH/sida (ONUSIDA), partenaire clé de la campagne, environ 730 000 personnes vivent avec le VIH/sida au Brésil. Lors du lancement de la campagne en

février, à temps pour le célèbre Carnaval, Pedro Chequer, coordinateur de l'ONUSIDA au Brésil, a déclaré: «La poste, avec son réseau de distribution très étendu, constitue un point d'accès stratégique, qui permet de diffuser des messages de prévention à l'ensemble de la population ainsi qu'au personnel des bureaux de poste.» Au Brésil, le message de la campagne est direct: «La poste lutte contre le sida. Et vous? Protégez-vous: utilisez des préservatifs!».

Cette campagne mondiale a déjà été lancée au Burkina Faso, au Cameroun, en Chine, en Estonie, au Mali et au Nigéria. L'Organisation internationale du travail et UNI Global Union participent également



à cette campagne visant à sensibiliser la population au VIH via les 660 000 bureaux de poste dans le monde. **FM**

[L'UPU encourage tous ses pays-membres à se joindre à la campagne.](#)
[Contacter sust.dev@upu.int pour des renseignements.](mailto:sust.dev@upu.int)

Le chiffre

220 millions

C'est le nombre de comptes d'épargne gérés par la poste en Inde.

Portrait

Les services financiers postaux à l'ère numérique



Nom David Avsec

Fonction Chef du secteur «Développements informatiques»

Département Centre de technologies postales

Nationalité Française

En dix ans seulement, le monde de la technologie postale a radicalement changé et David Avsec a accompagné ce changement. Il y a douze ans, lorsqu'il est arrivé au Bureau international, l'échange de mandats de poste sur support papier était peu fiable et coûtait cher. Le Centre de technologies postales (CTP) a décidé de relever le défi de concevoir un nouveau produit pour le marché. En 2004, 10 pays-membres utilisaient l'application International Financial System (IFS) pour toutes les phases de traitement des mandats internationaux au moyen de l'échange de données informatisé.

«Aujourd'hui, plus de 40 pays exploitent IFS et 50 autres en sont aux stades de mise en œuvre et de mise en production de cette application», indique David Avsec.

Ici, il n'est pas uniquement question de technologie. David Avsec travaille aussi avec le département des services financiers et la direction des affaires juridiques de l'UPU pour assurer le succès d'IFS.

«IFS, c'est aussi du business. Pour les postes, c'est une solution pour atteindre une clientèle non bancarisée, telle que les migrants», explique-t-il.

L'idée est la suivante: une fois qu'il sera répondu aux besoins de ces clients pour des transferts d'argent, ils pourraient se tourner à nouveau vers la poste pour des produits plus sophistiqués, tels que des comptes d'épargne.

En plus d'IFS, David est responsable du développement d'autres applications du CTP et gère une trentaine de personnes.

«J'aime travailler dans les technologies de l'information pour l'aspect technique et surtout pour le contact avec des clients qui profiteront d'un produit qui améliorera la nature et l'efficacité de leur travail», conclut-il.



Afrique

L'UPAP célèbre ses 30 ans

L'Union panafricaine des postes (UPAP) a célébré avec succès son trentième anniversaire en présence de nombreux ministres responsables du secteur postal et décideurs issus d'organisations régionales et internationales. Des personnalités d'Afrique du Sud, d'Angola, du Burundi, du Cameroun, d'Ethiopie, du Ghana, du Kenya, du Malawi, du Mali, du Soudan, de Tanzanie et du Tchad ont participé à la cérémonie d'ouverture à Arusha (Tanzanie) le 18 janvier dernier. L'UPAP, une union restreinte de l'UPU, compte 43 pays-membres.

Le président d'honneur, le vice-président de Tanzanie, Mohammed Shein, a lancé une série d'activités, dont une exposition sur le secteur postal et un forum de trois jours. Les défis associés à la prestation du service postal universel, l'approche régionale de développement préconisée par l'UPU, la diversification des produits et services et le développement des services électroniques figuraient au nombre des sujets débattus. Le forum a mis en lumière l'importance de considérer l'infrastructure postale comme priorité nationale afin de favoriser le développement socioéconomique.

Elham Ibrahim, de la Commission de l'Union africaine (CUA), a félicité l'UPAP pour l'importance qu'elle

accorde au développement des services électroniques et à la réforme postale. Elle a assuré l'organisation du soutien de la CUA pour les efforts déployés par le secteur postal africain afin d'harmoniser les politiques et les règlements favorisant le développement durable du secteur.

Dans son message, le président de la Tanzanie, Jakaya Kikwete, a déclaré que son pays, en accueillant le siège de l'UPAP, se portait garant de l'objectif des pères fondateurs de l'Afrique, qui consistait à construire une Afrique développée et intégrée. Il a dit que son pays soutenait les efforts de l'Union en vue de développer les services postaux sur le continent. «Afin de réaliser cet objectif, il est important d'assurer des services postaux à prix abordable, fiables et efficaces», a-t-il déclaré.

Edouard Dayan, directeur général de l'UPU, a déclaré dans son message transmis par vidéo que le thème du trentième anniversaire de l'UPAP – comment combler l'écart numérique – constituait un défi pour les services postaux du monde entier. «Les services postaux sont réellement en mesure de combler cet écart, tout en étant un levier du développement économique et social en Afrique.»



Timbres égyptiens consacrés aux lauréats de prix Nobel

La secrétaire générale de l'UPAP, Rodah Masaviru, a encouragé les pays-membres de renforcer l'union restreinte afin de mieux la positionner sur le plan international en tant qu'organisation capable de représenter, d'une seule voix, les intérêts de l'Afrique et de construire des ponts avec des partenaires internationaux afin d'accélérer le développement de la poste sur le continent.

«En cette ère numérique, les services postaux sont d'importants agents de changement, notamment au sein des communautés mal desservies en milieux ruraux et urbains», a-t-elle déclaré.

A l'occasion de ce trentième anniversaire de l'UPAP, plusieurs pays-membres ont émis des timbres rendant hommage aux Nobels africains. Le Nobel de la paix, l'environnementaliste kényenne Wangari Maathai, et le fils du Nigérien Wole Soyinka, Nobel de littérature, étaient présents à la cérémonie d'ouverture. **DR**

Erratum: Dans le dernier numéro d'*Union postale*, le pays d'origine d'un des gagnants du tirage au sort relatif à notre sondage d'opinion provenait de l'ex-République yougoslave de Macédoine et non de la Macédoine.

Réglementation

Alerte aux articles contrefaits

Depuis le 1^{er} janvier, le Règlement de la poste aux lettres de l'UPU inclut les articles contrefaits et piratés dans la liste des envois interdits de distribution par voie postale. Le Congrès postal universel de 2008 en a décidé ainsi. Connus surtout pour leurs méfaits sur le marché du luxe, la contrefaçon et le piratage prennent de plus en plus d'importance, notamment avec l'essor du commerce en ligne. D'autres secteurs sont touchés (médicaments, jouets, textile) avec un impact direct sur la santé publique, l'emploi et l'économie. Les postes sont elles aussi victimes de la contrefaçon de leurs produits, dont les timbres par exemple.

Pour approfondir les connaissances des opérateurs postaux et sensibiliser les différents acteurs sur la réalité et les contraintes postales en matière de contrefaçon, La Poste française, qui co-préside le groupe «Douanes» de l'UPU, a organisé, à Paris en novembre dernier, la première conférence internationale sur le fret postal et la contrefaçon. Une quarantaine d'opérateurs postaux, d'organismes internationaux comme l'Union postale universelle et l'Organisation mondiale du commerce, et d'administrations des douanes y ont participé.

En France, La Poste a lancé plusieurs activités de sensibilisation afin de réduire l'envoi d'objets contrefaits par la poste. Elle a diffusé un

film sur les écrans télé de 1600 bureaux et la présence d'agents des douanes dans les centres de tri postaux, associé à un nouvel outil informatique, a permis d'augmenter de 155% le nombre d'articles saisis: 623 028 en 2008 contre 244 095 en 2007.

Du côté de l'UPU, les discussions se poursuivent au sein du Conseil d'exploitation postale quant aux activités de sensibilisation possibles sur le plan mondial pour mieux lutter contre la contrefaçon. Les groupes «Sécurité postale» et «Douanes» ont mené, en 2009, un projet pilote à l'aéroport de Milan afin de définir le rôle des services postaux dans la lutte contre les contrefaçons et les articles piratés. Les résultats ont démontré, entre autres, que les douanes et les détenteurs des droits de propriété intellectuelle sont les entités effectivement habilitées à déclarer qu'un envoi est contrefait ou piraté; la poste ne peut que fournir les données recueillies au comptoir pour aider les douanes avec leur appréciation du risque. Par ailleurs, les postes pourraient exploiter les données des formules CN 15 (déclarations nécessaires au dédouanement) pour identifier les pays d'origine qui ne respectent pas les interdictions et les restrictions en vigueur dans les pays de destination et qui doivent progresser. **RL avec informations fournies par La Poste (France)**



.....
Fritzner Bernadel, directeur des finances, Marie-Claudine Gaston, secrétaire, et Margarete Emile, directrice générale de l'Office des postes, au milieu des ruines du bureau de poste principal de Port-au-Prince

Solidarité postale en Haïti

.....
Une équipe d'experts postaux se rendra à Haïti pour aider la poste à relancer ses services de courrier, paralysés depuis le 12 janvier 2010 à la suite d'un tremblement de terre dévastateur de magnitude 7 sur l'échelle de Richter.



«Les Haïtiens ont besoin de nous. Le simple fait de mettre en place un moyen de communication avec le monde extérieur ferait une grande différence pour les habitants», explique Jimmy Ortiz, le coordonnateur régional de l'UPU qui s'est rendu en Haïti au début de février au sein d'une équipe internationale. Cette équipe, dépêchée sur place par l'Union postale universelle, le service postal des Etats-Unis d'Amérique et l'Union postale des Amériques, de l'Espagne et du Portugal (UPAEP), a été chargée d'évaluer comment relancer les services postaux au plus vite.

Le lien entre Haïti et le reste du monde sera bientôt rétabli grâce à la reprise des services postaux. Des spécialistes du Canada, de la France, du Sénégal et des Etats-Unis se rendront, début avril, dans la capitale Port-au-Prince où, pendant un mois, ils aideront la poste haïtienne à reprendre ses activités quotidiennes plus ou moins normalement.

Une structure mobile de 600m², offerte par l'UPU, a été installée sur un terrain de 6000m² que le gouvernement a mis à la disposition de la poste haïtienne près de l'aéroport. Ce dernier accueille à nouveau les vols commerciaux, ce qui facilite la réception et la distribution du courrier bloqué en Haïti et dans différents pays depuis la catastrophe. Pour l'instant, cette structure solide fait office de bureau d'échange principal du pays. Elle servira de point de transit pour le courrier arrivant et partant. Des boîtes postales ont également été installées pour que le gouvernement et les nombreuses organisations des Nations Unies et humanitaires sur place puissent recevoir du courrier. En outre, un service de poste restante sera fourni à la population. Enfin, les autorités transmettront par les ondes des informations sur la reprise des services postaux.

Le tremblement de terre a complètement paralysé le réseau postal. A Port-au-Prince, le bureau de poste principal, le bâtiment qui abritait le service EMS et cinq autres bureaux se sont effondrés. Trois bureaux de postes isolés ont également été endommagés, mais ils sont toujours opérationnels. La flotte de véhicules – quatre fourgonnettes, plus de 20 motos et autant de vélos – a été perdue. Le matériel qui n'a pas été détruit dans la catastrophe a été vandalisé ou volé lors d'actes de pillage.

Environ 600 employés postaux, dont 350 dans la capitale, attendent de pouvoir retourner travailler. Au moins quatre employés sont décédés; beaucoup d'autres ont perdu des membres de leurs familles ou des amis.

Priorité du gouvernement

L'équipe internationale de l'UPU supervise l'installation de la tente et coordonne les nouvelles opérations postales avec le personnel de la poste haïtienne. Des spécialistes aident également les membres du personnel à préparer le lancement des opérations postales et leur dis-

pensent une formation adéquate. Ils espèrent aussi mettre en place au moins deux bureaux de poste supplémentaires dans la capitale, qui serviraient de points de remise et de distribution du courrier et permettraient la fourniture de services de guichets de base, tels que la vente de timbres. Un transport sera organisé entre le centre de traitement de l'aéroport et ces points de contact.

La priorité du gouvernement haïtien est de rétablir les services publics le plus rapidement possible. La réponse rapide de la communauté postale internationale à la suite du tremblement de terre a été très bien accueillie. Selon Rudy Cuadra, chef du programme «Caraïbes et Amérique latine» à l'UPU, qui était également en Haïti au début de février, la ministre haïtienne du commerce, Josseline Colimon Féthière, a déclaré qu'elle avait été étonnée de la réponse si rapide de la communauté postale.

Répondre à l'appel

Dans les jours qui ont suivi la catastrophe, la priorité a été naturellement accordée à l'aide aux victimes. Choquée par la tragédie qui se déroulait sous ses yeux, la communauté postale a répondu promptement.

Le service DHL de Deutsche Post a dépêché son équipe d'intervention en cas d'urgence à Saint-Domingue puis à Port-au-Prince afin d'aider à décharger, à inventorier et à charger les camions d'aide humanitaire. Les postes américaine et canadienne ont proposé d'envoyer une douzaine de camions et de fourgonnettes en Haïti ainsi que des casiers de tri, des bureaux de poste mobiles et d'autres équipements. La Poste française a émis un timbre au profit de la Croix-Rouge afin de venir en aide au pays dévasté. D'autres postes, dont celles d'Espagne et de l'Ile Maurice, ont également récolté des fonds en faveur de la Croix-Rouge de leurs pays respectifs. La poste de la République dominicaine, dont le directeur général, Modesto Guzmán, fut le premier à visiter la poste haïtienne après le séisme, a reçu près de 800 kilos de denrées non périssables de la part de la poste colombienne.

D'autres postes ainsi que l'Union postale des Caraïbes ont généreusement offert du matériel ou des dons financiers. Au moment de mettre sous presse, la poste de la République de Corée et l'Iran ont fait des dons de 100 000 et de 50 000 dollars respectivement, prélevés sur leurs ressources du Fonds pour l'amélioration de la qualité de service de l'UPU. Ces dons permettront d'acheter des véhicules qui serviront à rétablir un réseau de transport de base en Haïti. L'UPAEP ainsi que les postes argentine, belge, française, italienne, japonaise et portugaise ont également versé des sommes totalisant plus de 175 000 dollars.

Une équipe ad hoc composée de représentants du Bureau international de l'UPU, des postes dominicaine,

.....
Par
Rhéal LeBlanc

.....
Photos:
Sophia Paris



Des employés postaux vendent des timbres et proposent d'autres services de base depuis le domicile de la directrice générale. A côté, un camion recouvert d'une toile est rempli de courrier récupéré des décombres

haïtienne, américaine, canadienne, française et espagnole, de l'UPAEP et de l'Union postale des Caraïbes coordonne cette chaîne mondiale de solidarité.

Grâce à ces dons et à des fonds provenant de son propre budget, UPU a élaboré un vaste projet d'environ 300 000 dollars au travers duquel la poste haïtienne recevra de nouveaux véhicules et du nouveau matériel d'exploitation nécessaire pour relancer les opérations. Effectivement, des bureaux aux postes de tri en passant par les caissettes, les sacs à courrier, les sacoches et les piles, la poste haïtienne manque de tout. Le matériel acheté et reçu sera distribué sur place par le Programme des Nations Unies pour le développement, organisation sœur de l'UPU.

De plus, la Coopérative télématique de l'UPU annule la dette d'Haïti et, pendant les cinq prochaines années, fournira à la poste haïtienne l'application International Financial System, permettant d'optimiser les services financiers postaux, notamment les transferts d'argent électroniques.

Modernisation des services

Les volumes de courrier en Haïti ont toujours été modestes. Avant le tremblement de terre, la poste traitait environ 1000 envois postaux par semaine. Aujourd'hui, suite à la tragédie, la communauté postale internationale espère aider le pays à améliorer considérablement son service postal, afin que celui-ci puisse mieux répondre aux besoins de la population et contribuer à la reprise économique.

«Nous avons la possibilité d'aider la poste haïtienne à reconstruire et à moderniser ses opérations et ses activités de manière à ce qu'elle joue un rôle important dans la reprise économique», explique Edouard Dayan, le directeur général de l'UPU. «Près d'un million

d'Haïtiens vivent aux Etats-Unis, 130 000 au Canada, 80 000 en France et nombre d'entre eux dans d'autres pays. La mise en place de services postaux efficaces en Haïti contribuera donc à stimuler l'économie et à amoindrir les difficultés des habitants.»

Frank Silva, l'un des inspecteurs postaux des Etats-Unis d'Amérique qui s'est rendu en Haïti avec cinq de ses collègues afin d'évaluer la situation postale, note que son équipe a parfois dû faire face à une certaine incompréhension sur place à un moment où l'aide humanitaire s'imposait comme une priorité absolue. Cependant, il a expliqué que la poste jouait un rôle important dans la reconstruction du pays.

«La restauration des services postaux est tout aussi importante que la réouverture des banques et le retour de l'électricité», explique-t-il. «Peu de personnes se rendent compte de l'importance de la poste, en particulier dans les zones rurales où les survivants dépendent de cette dernière pour recevoir des denrées de l'étranger.»

Selon les membres de cette même équipe, le gouvernement souhaite rétablir les services de colis le plus rapidement possible en raison du nombre d'Haïtiens vivant à l'étranger qui souhaitent venir en aide à leurs familles en leur envoyant des paquets.

Alors que les préparatifs avancent en vue de la deuxième conférence internationale sur la reconstruction d'Haïti, qui se tiendra fin mars à New York, l'UPU fera tout son possible pour que l'on n'oublie pas l'infrastructure postale.

Vers la fin mars, les membres de l'équipe ad hoc de l'UPU prévoient également de se rendre en République dominicaine, à l'invitation du directeur de la poste, Modesto Guzmán, afin de poursuivre les discussions sur les efforts de modernisation de la poste haïtienne.



Viviane Vincent, 78 ans, habite chez Margarete Emile depuis qu'elle a perdu sa fille dans la tragédie



Des employés postaux sans domicile se sont établis dans la cour de la directrice générale



Des représentants de l'UPU et des inspecteurs postaux des E.-U. ont effectué une première visite en Haïti en février



Emplacement du bureau d'échange qui sera établi près de l'aéroport



«La poste renaîtra de ses cendres»

Margarete Emile, directrice générale, Office des postes

Par
Rhéal LeBlanc

Photos:
Sophia Paris

C'est par un jour ensoleillé et chaud à la fin février, comme on en trouve beaucoup en Haïti, qu'*Union Postale* s'est entretenu avec Margarete Emile, la directrice générale de la poste haïtienne. Ce jour là, on sentait aussi le soleil dans sa voix. Car, après plusieurs semaines éprouvantes, elle commençait enfin à voir une lueur d'espoir au bout du tunnel. Elle avait reçu les semaines précédentes la visite d'experts postaux venus du monde entier et un plan de reprise des services postaux prenait forme.

De l'avis de tous, Margarete Emile a été un véritable pilier. Devant l'ampleur de la situation, elle a fait preuve d'une grande force de caractère et d'une détermination hors pair. La poussière agitée par le séisme n'était pas encore tombée qu'elle récupérait tant bien que mal le courrier des décombres et accueillait chez elle une douzaine d'employés postaux touchés par la catastrophe, dont une jeune employée qui a perdu sa mère et sa sœur dans l'effondrement de leur maison. L'inspecteur postal des Etats-Unis, Frank Silva, lui a rendu visite et a été touché par sa générosité. «Cette femme a un très grand cœur. Malgré le désastre, elle était debout à l'aube et habillée impeccablement tous les matins, prête pour le travail et s'occupant des gens qu'elle accueillait dans sa maison.»

Union Postale a voulu savoir comment elle avait vécu la situation.



Margarette Emile prend en note les noms d'employés de la poste cherchant du travail

Comment qualifiez-vous le soutien reçu jusqu'à présent de la communauté postale internationale?

Je n'ai pas de mots pour qualifier cette solidarité. Personne ne pensait que la poste était une telle famille. Aucune institution publique [dans la capitale] n'a reçu un tel soutien, et c'est une ville qui crève les yeux. Avant le secteur postal était méprisé. Aujourd'hui, les autorités voient la poste d'un autre œil et commencent à comprendre le rôle important qu'elle joue. Nous sommes à un tournant décisif dans la vie postale haïtienne.

Ressentez-vous de l'espoir pour la poste?

J'y crois fermement. Avant, on ne voyait pas le bout du tunnel. Aujourd'hui, tous les employés de la poste voient une issue heureuse [à cette tragédie].

En attendant que la structure qui fera office de bureau d'échange arrive et que le service redémarre, comment se déroule la vie au quotidien?

On ne chôme pas [rires]. Aujourd'hui [19 février], par exemple, les travaux vont commencer sur le terrain que le gouvernement a réservé pour la poste dans le parc industriel SONAPI. Dans une trentaine de minutes, je

vais m'y rendre car une entreprise va ériger une clôture de sécurité autour du terrain destiné à accueillir la structure dans laquelle nous allons démarrer les opérations postales.

Avec 350 employés de la poste à Port-au-Prince, comment allez-vous progressivement les ramener au travail?

Nous travaillerons d'abord avec un effectif réduit au bureau d'échange installé dans le parc SONAPI. Nous établirons une rotation afin que le plus grand nombre d'employés puissent revenir progressivement au travail. Ensuite, quelques bureaux en périphérie de la capitale sont restés relativement intacts. Une fois que nous aurons fait faire une expertise afin de nous assurer de la sécurité des immeubles, ceux-ci reprendront du service et nous pourrons y affecter des employés.

Vous avez reçu la visite de Modesto Guzmán, le responsable de la poste dominicaine, seulement quelques jours après le tremblement de terre. Qu'avez-vous ressenti?

C'est un frère. Il a été d'un grand secours. Il n'a pas de prix. Le tremblement de terre est survenu le mardi 12 janvier, et le samedi suivant il était là. Il m'a apporté des produits de première nécessité

comme des vêtements, de l'eau et des médicaments. Une semaine plus tard il dépêchait une équipe qui apportait de l'aide plus considérable pour subvenir aux besoins. Je ne l'oublierai jamais.

Comment voyez-vous l'avenir de la poste?

Je suis vraiment confiante dans l'avenir de la poste et je veux dire aux utilisateurs postaux haïtiens que la poste n'est pas morte. Cette population aura des services à la mesure de leur solidarité. Il a fallu ce moment pour que tout le monde sache le rôle prépondérant que joue le service postal. Dans la rue, on me demande où on peut trouver les services postaux ou quand ils vont redémarrer. La poste va renaître de ses cendres et va se moderniser. C'est une attente que nous devons vraiment combler.

Un partenariat qui porte ses fruits



.....
Bharat Tiwari confie ses économies
à la poste indienne

.....
Par
Monika
Kugemann

.....
Photos:
Simon de Trey-
White

.....
En Inde, les services financiers postaux vont de pair avec les mesures gouvernementales visant à encourager l'inclusion financière. Cette complémentarité permet de garantir aux pauvres l'accès aux produits de base, tels que les comptes d'épargne.

L'exclusion financière n'est pas seulement un symptôme de pauvreté, elle peut aussi en être la cause. Les individus sans compte bancaire n'ont pas la possibilité d'épargner. Ils sont dès lors susceptibles d'être victimes de prêteurs informels et, bien souvent, ils ne peuvent pas recevoir de salaire régulier ou de rentes. La bonne nouvelle, c'est que la poste peut proposer des solutions efficaces aux populations exclues du système bancaire. L'Inde en est un exemple.

Depuis quatre ans, la banque centrale utilise les services de la poste pour verser les prestations sociales et crédite les salaires et les pensions directement sur des comptes postaux. Cette démarche évite que des sommes d'argent ne disparaissent lors du transfert entre le payeur et le destinataire en raison de la corruption. «En Inde, pour la première fois, les fonds sont intégralement versés aux destinataires», explique Sandip Ghose, directeur régional pour l'Inde du Nord de la *Reserve Bank of India*.

La banque centrale a choisi la poste comme partenaire privilégié pour diverses raisons. D'une part, la poste indienne propose l'épargne depuis 1882 et, d'autre part, avec 155 000 bureaux de poste, dont 139 173 en zones rurales, elle joint facilement des populations exclues du système financier, notamment des agriculteurs. En Inde, les 33 800 succursales bancaires rurales sont surtout situées dans des zones choisies et ne couvrent que 5,2% des 650 000 villages. La poste indienne, en revanche, est présente partout et souvent la seule à proposer des comptes d'épargne, en particulier aux personnes à faibles revenus. Ces deux dernières années, la poste a ouvert 35 millions de comptes d'épargne pour des personnes exclues du système financier, sans exiger de fonds propres.

Le gouvernement passe également par les succursales postales pour acheminer de l'argent dans les zones rurales, où 85% des transactions se font encore en argent comptant. «Notre partenariat avec la poste indienne a débuté il y a sept ans, alors que nous faisons face à une pénurie d'argent liquide dans les zones rurales», note Sandip Ghose. «Les bureaux de poste recevaient une commission pour la distribution de monnaie et de nouveaux billets.»

La banque centrale s'est également tournée vers la poste indienne, car celle-ci est proche des clients. «Les responsables des bureaux de poste viennent du même village et connaissent tout le monde», explique Shukadev Samant, membre du conseil de la poste indienne. «Notre poste encourage l'embauche locale, adapte ses horaires de travail en fonction des besoins de la communauté et organise des campagnes promotionnelles durant les festivals.» Certains responsables travaillent dans le même bureau entre quinze et

vingt ans et peuvent coopérer avec le gouvernement pour vérifier les identités, condition préalable à l'ouverture d'un compte.

Rencontrer la population

La banque centrale s'intéresse activement à l'inclusion financière depuis 2005 et a déjà permis à 70 millions d'Indiens dépourvus de compte bancaire d'accéder au système financier. Étant donné le taux de pauvreté très élevé dans les zones rurales, la *Reserve Bank* s'est efforcée d'y promouvoir l'accès financier. Elle propose des comptes offrant un service sans superflu et des cartes de crédit destinées spécialement aux agriculteurs. «Il a d'abord fallu que les mentalités changent: chacun pouvait désormais ouvrir un compte sans argent. Ensuite, nous voulions élargir l'accès aux cartes de crédit», se souvient Sandip Ghose.

Les populations rurales n'ont pas l'habitude d'effectuer des opérations bancaires proprement dites et s'adressent à des bailleurs locaux quand elles ont besoin d'argent. Cela pose un sérieux problème dans les zones rurales. «Les bailleurs de fonds prêtent n'importe quelle somme, pour autant que celle-ci soit garantie par un terrain, une maison, des bijoux ou même du bétail. Et, bien évidemment, les intérêts perçus sont extrêmement élevés», explique Sandip Ghose. Craignant de perdre leurs moyens de subsistance, les agriculteurs s'adressent à des bailleurs de fonds uniquement lors d'urgences médicales, du mariage de leurs enfants ou encore de cérémonies religieuses. Puisque les banques traditionnelles n'octroient pas de crédits pour ce genre d'occasions, la banque centrale a émis une carte de crédit leur permettant d'emprunter de l'argent dans ces circonstances particulières.

Cependant, deux ans après le lancement de ces comptes, la banque centrale s'est aperçue que le solde de plusieurs d'entre eux était toujours à zéro, car leurs titulaires continuaient d'effectuer leurs transactions en argent comptant. Se déplacer avec de l'argent sur soi ou le garder à la maison est non seulement risqué mais empêche aussi de réaliser des économies, lesquelles représentent un facteur important d'inclusion financière, comme nous l'explique Sandip Ghose: «Pour une personne exclue du système financier, l'épargne représente la meilleure façon de se protéger. Par ailleurs, nous encourageons la poste à intégrer le système de paiement et de règlement, afin que la population n'ait plus besoin d'effectuer des transactions en liquide uniquement, mais qu'elle puisse utiliser d'autres instruments, tels que les chèques, les lettres de change et les cartes de crédit», note-t-il.

Approche régionale

A ce jour, le compte-épargne de la poste connaît un grand succès, car il offre une grande flexibilité, explique

A.S. Prasad, sous-directeur général des services financiers. «Nous proposons des plans d'épargne pour les personnes âgées, des comptes pour les versements mensuels ainsi que des produits d'investissement à court et à long termes». La poste veut faire passer le nombre de comptes de 220 à 350 millions en deux ans. Shukadev Samant, du conseil d'administration de la poste indienne, précise: «Nous encourageons le concept de «Bachat Village» (caisse d'épargne villageoise), consistant à ouvrir un compte-épargne par famille.»

De nombreux villages y sont déjà parvenus et servent de modèles pour d'autres. La poste veut aussi proposer aux populations rurales d'autres services financiers de base tels que ceux d'un correspondant bancaire. Enfin, elle a pour but de permettre à ses clients d'avoir une situation financière viable. Selon A.S. Prasad, cela est possible si l'on répond premièrement aux besoins essentiels – par exemple, en fournissant un accès aux services d'envois de fonds et aux paiements de la sécurité sociale – puis, plus tard, en proposant des solutions d'épargne et d'assurance.

Fournir aux populations rurales un premier accès aux prestations financières présente des avantages pour la poste indienne. «Proposer des produits d'épargne et d'assurance est avantageux pour la poste», note Shukadev Samant. «Dans les zones rurales, les activités économiques augmentent et il y a plus de possibilités de développer des activités d'épargne, d'assurances et de gestion des biens. La poste joue un rôle important dans le développement de ces services sur le marché.»

Salaires et microcrédit

La poste indienne constitue un maillon pour que la population rurale puisse bénéficier des prestations sociales. «La poste représente le partenaire gouvernemental le plus important dans le cadre du Programme national pour la garantie de l'emploi rural», note Sandip Ghose. Depuis 2006, ce programme garantit au minimum 100 jours de salaire par an à chaque ménage dont les membres adultes se portent volontaires pour effectuer des travaux manuels ne nécessitant pas de qualifications. Le programme couvre tous les districts indiens ruraux et verse les salaires sur des comptes bancaires ou postaux.

En 2009, la poste indienne détenait 46,13% de tous ces comptes, soit 35,46 millions, et 93 301 bureaux de poste ont versé plus de 35,3 milliards de roupies (765 millions de dollars) dans le cadre de ce programme. «Chaque employé dispose d'un compte sur lequel son salaire lui est versé», explique A.S. Prasad. «Le salarié peut ensuite retirer de l'argent dans un bureau de poste proche de chez lui.» Comme les fonds sont crédités directement sur les comptes postaux, leurs bénéficiaires y ont accès facilement. Le gouvernement indien se sert

également des comptes postaux pour verser d'autres prestations sociales comme les pensions de vieillesse. La poste considère le versement des prestations sociales comme un moyen d'exploiter son réseau de façon optimale, tout en remplissant son mandat de service public.

Le microcrédit représente aussi un instrument important d'inclusion financière. L'Inde a ainsi signé un accord avec la Banque nationale pour l'agriculture et le développement rural afin de pouvoir verser de petits crédits à des groupes d'entraide dans les régions rurales. Près de 2000 bureaux de poste ont mis en œuvre ce programme dans neuf districts de l'Etat de Tamil Nadu depuis 2006, avec un fonds renouvelable de 10 millions de roupies.

Les microcrédits octroyés par la banque sont particulièrement importants pour les femmes qui, dans un milieu patriarcal, n'ont souvent aucune ressource pour gérer leurs propres petites entreprises. A ce jour, quelque 54 000 femmes participent au programme, ce qui leur a permis d'identifier leurs besoins financiers, de gérer leurs économies et de trouver d'autres moyens de générer des revenus. La poste indienne a octroyé 26,4 millions de roupies sous forme de crédits à 2842 groupes d'entraide; 115 d'entre eux ont déjà entièrement remboursé leur emprunt.

Education financière

La poste peut agir davantage en faveur de l'inclusion financière. Comme le montre l'expérience de la banque centrale, la seule fourniture de produits financiers à des agriculteurs ciblés ne suffit pas. «Nous devons aussi offrir une formation de base», explique Sandip Ghose. En plus des Centres de conseil axés sur l'éducation financière et des petites structures pour les entrepreneurs ruraux, le gouvernement a désigné les bureaux de poste comme endroits privilégiés pour assurer l'éducation financière. «La poste peut devenir la plus grande organisation dispensant une formation financière», note-t-il.

L'aide personnalisée fournie aux clients, qui viennent effectuer des transactions sans aucune connaissance préalable, leur permet de mieux comprendre le fonctionnement des différents services financiers. «Ces clients ont toujours plus de difficultés à accéder aux produits financiers, car ils ne comprennent pas leur utilité», fait remarquer Sandip Ghose. Les banques ont très rarement des contacts directs avec leurs clients, alors que les employés des bureaux de poste prennent le temps de présenter les différents produits, ajoute-t-il. «Contrairement aux transactions bancaires virtuelles, les postes offrent un visage, une personne à qui l'on peut parler et avec qui l'on peut clarifier certaines doutes.»



Les employés de la poste, souvent les seuls alphabètes du village, sont les mieux placés pour assurer l'éducation financière aux villageois. Cependant, certains n'ont pas une formation suffisante. «Au sein même de la poste, les connaissances se limitent aux produits qu'elle propose», explique Sandip Ghose, qui, pendant longtemps, a formé les cadres des banques commerciales du secteur public en Inde.

Atelier de l'UPU

Pour la poste indienne, qui tente actuellement de résoudre ce problème de formation, quelques pistes de réflexion sont issues d'un atelier organisé à Berne en novembre dernier par l'Union postale universelle et l'Alliance pour l'inclusion financière. Effectivement, suite à cet atelier, la poste indienne a demandé à la banque centrale de s'associer à elle pour élaborer une formation complète destinée à son personnel. La banque est en train de mettre sur pied des modules de formation pour les employés postaux, tandis que la poste indienne a développé la formation dans les zones rurales. «Nous misons sur le perfectionnement professionnel à grande échelle des maîtres de poste des zones rurales tant sur le plan professionnel que celui des compétences interpersonnelles», explique Shukadev Samant.

En plus d'encourager la poste indienne à améliorer l'éducation financière, cet atelier a aussi encouragé la banque centrale à s'engager davantage en faveur de l'inclusion financière. «Personnellement, la rencontre à

l'UPU m'a permis d'obtenir des informations de première main sur la situation d'autres pays», note Sandip Ghose. «A notre retour en Inde, nous avons discuté des modèles présentés afin de déterminer comment mettre en œuvre le meilleur d'entre eux dans notre système.»

Entre temps, la poste indienne envisage d'offrir des solutions bancaires de base dans 4000 succursales d'ici à 2011. «Notre projet de devenir une banque en est encore à l'étape conceptuelle», note A.S. Prasad. Les bureaux de poste doivent d'abord être entièrement informatisés et reliés entre eux via un réseau virtuel, explique-t-il. D'après Sandip Ghose, une fois les obstacles technologiques levés et les employés formés, les perspectives de la poste dans le secteur financier seront favorables. «Actuellement, aucune banque en Inde ne détient autant de comptes d'épargne que la poste». Sa crédibilité et son réseau, le soutien qu'elle reçoit du gouvernement, sa longue histoire institutionnelle ainsi que son champ d'activité sont autant d'éléments qui l'encouragent à mettre en place, à l'avenir, une banque solide.»

Monika Kugemann est une journaliste indépendante basée en Suisse.

Simon de Trey-White est un photographe indépendant basé en Inde.

Un bel exemple d'inclusion financière



.....
Bharat Tiwari travaille comme agent de sécurité non loin de la capitale indienne, New Delhi. Il explique pourquoi il a placé ses économies à la poste indienne.

.....
Par
Mridu Khullar
Photos:
Simon de Trey-White

Chaque jour, Bharat Tiwari et sa femme se lèvent à l'aube et prennent leur première tasse de thé. Bharat est le premier à partir de la maison. Il travaille depuis dix ans dans un établissement secondaire public pour filles, situé à Saket, un quartier chic au sud de Delhi. Agé de 50 ans, il prend un premier bus qui l'emmène à mi-parcours, puis il attend un quart d'heure le second bus qui l'emmènera à l'école avant l'ouverture des portes, à 7 h 30.

Il y a quinze ans, lorsqu'il travaillait dans un autre établissement public, beaucoup de ses collègues parlaient du placement de leurs économies. Bharat Tiwari a commencé à s'intéresser à leur discussion et, après quelques conseils, il a souscrit un plan de placement proposé par la poste indienne, appelé *Postal Life Insurance* (PLI), dans lequel il a investi 30 000 roupies indiennes (652 dollars US). Dix de ses collègues y ont également placé leur argent. «Il paraît que la *Postal Life Insurance* est très intéressante, qu'elle est même meilleure que la *Life Insurance Corporation of India*, qui est plus populaire en Inde», explique-t-il. «Les employés d'entreprises privées ne peuvent pas placer leur argent

à la poste, car ce plan de placement est spécialement destiné aux employés du gouvernement.»

La *Postal Life Insurance* a été créée en 1884 pour les employés des organismes gouvernementaux, notamment l'administration centrale ou publique, les services de défense, les départements de la poste et des télécommunications, les banques nationalisées, les organismes municipaux et locaux ainsi que les établissements d'enseignement public, tels que l'école pour laquelle Bharat Tiwari travaille.

Bon retour sur investissement

Notre agent de sécurité ne regrette pas son investissement. «Dans un an ou deux je devrai marier ma fille et l'argent que m'a rapporté ce plan d'investissement me sera très utile», confie-t-il. «Je peux désormais lui offrir de belles choses.»

Durant quinze ans, Bharat Tiwari a versé 155 roupies chaque mois à la poste, soit 30 000 roupies au total. L'an passé, en novembre 2009, son plan est arrivé à échéance et il a reçu 65 130 roupies de la part de la poste. «Vous ne vous rendez pas compte que vous économisez 155 roupies chaque mois, car cela représente une petite somme», dit-il. «Mais, lorsque vous recevez un chèque de 65 000 roupies, cela représente une si grande somme que vous ne savez même pas comment la dépenser.»

Ses deux fils et sa fille sont encore étudiants, et le montant destiné à leur éducation représente la plus grande partie du budget familial. Le père dépense chaque mois entre 8 000 et 9 000 roupies pour son fils aîné, qui fait un master en administration des affaires. Son autre fils suit des cours à distance à l'Indira Gandhi National Open University et, tous les six mois, il doit payer ses frais de scolarité. Sa fille, quant à elle, est toujours à l'école secondaire. Comme les études ne l'intéressent



.....
Bharat Tiwari, au bureau de poste et à l'école où il travaille

pas vraiment, il aimerait qu'elle fasse un apprentissage après l'école obligatoire. Une autre grande dépense potentielle.

«Ce n'est pas facile pour un travailleur comme moi de vivre à Delhi», dit-il. «Les prix augmentent sans cesse, nous n'avons pas les moyens d'acheter une maison et, si nous voulons offrir une bonne éducation à nos enfants, nous devons les inscrire dans des établissements privés. Pour cela il faut de l'argent.» L'argent placé lui a été très utile. Il a, dit-il, investi dans plusieurs plans d'épargne, la plupart étant proposés par le gouvernement. Parmi ces différents produits, les plans de la poste indienne, en particulier la *Postal Life Insurance*, étaient les plus solides et rentables.

«Si j'avais eu une police d'assurance pour 100 000 roupies, j'aurais aujourd'hui reçu 250 000 roupies», explique-t-il. «A l'époque, je ne comprenais pas vraiment comment cela fonctionnait et je n'avais pas les moyens d'économiser de si grosses sommes. Mais, aujourd'hui, je vais réinvestir cet argent non seulement pour ma femme et moi, mais aussi pour nos enfants.» Comme son salaire a récemment augmenté, Bharat Tiwari investira beaucoup plus dans le futur. A côté de son travail à l'école, il fait des petits travaux pour gagner plus par mois. En dépit de ses efforts, il n'arrive pas à économiser sur sa paie. Néanmoins, il a décidé, coûte que coûte, d'économiser un peu d'argent chaque mois. Il met donc de côté tout l'argent provenant de ces petits travaux ou de la part du terrain familial dans son village natal, dans l'Etat de Bihar.

La confiance est primordiale

Bharat Tiwari explique que l'intérêt de 8,5% offert par la *Postal Life Insurance* était le plus élevé qu'on pouvait obtenir auprès du gouvernement ou des établissements privés. Ensuite, il s'agit d'une question de confiance. Si une entreprise privée lui proposait une meilleure offre, quitte à doubler le taux d'intérêt, il ne lui confierait pas son argent. «Les entreprises privées ne sont pas fiables», dit-il. Elles n'offrent aucune garantie et je n'arrive pas à leur faire confiance. On entend sans cesse parler d'entreprises en faillite, et je ne veux pas placer l'argent que j'ai durement gagné dans ces entreprises.» Bharat Tiwari fait confiance à la *Postal Life Insurance* depuis qu'elle est gérée par la poste indienne. «L'autre jour, je me suis renseigné auprès d'une banque multinationale très connue et j'ai reçu des informations sur différents plans d'épargne, mais je ne peux pas me permettre de courir des risques.»

Bien sûr, des problèmes doivent encore être résolus. «Comme dans la plupart des organismes gouvernementaux, on constate une certaine inefficacité», déplore-t-il. «Ce n'est pas pire que dans d'autres services publics.» Un jour, Bharat Tiwari a voulu ouvrir un nouveau compte à la poste, mais on lui a demandé de revenir le lendemain. Le lendemain, il a de nouveau été prié de revenir le jour suivant. «J'aurais ouvert un compte tout de suite, mais ce n'était pas possible. J'aurais pu verser entre 500 et 1000 roupies sur ce compte chaque mois. Par contre, je n'ai eu aucun problème avec la *Postal Life Insurance*. Je l'ai recommandée à beaucoup de gens et, pas plus tard que le mois passé, suivant mes conseils, mon neveu a ouvert un compte.»

Mridu Khullar est une journaliste indépendante basée en Inde.

Répondre aux exigences financières et sociales

.....

La poste de la République de Corée a récemment consacré beaucoup de temps à créer de nouveaux partenariats avec d'autres opérateurs postaux nationaux et mis l'accent sur ses opérations d'assurance. Son directeur général, Kee-Deok Kim, nous parle de ces initiatives.

.....

Par
Faryal Mirza

.....

Photo:
Korea Post

Pourquoi créer des partenariats avec d'autres opérateurs postaux?

La demande en matière de courrier international est toujours plus forte, car elle va de pair avec la croissance économique de la Corée. Les quantités de courrier international augmentent parce que de plus en plus de Coréens s'établissent ailleurs et les entreprises locales étendent leurs activités commerciales à l'étranger. La qualité de nos prestations sociales dépend aussi des postes partenaires. Si nous voulons améliorer notre service postal international, nos partenaires postaux doivent disposer d'infrastructures modernes et bénéficier des technologies de l'information. Les récents partenariats conclus avec d'autres postes garantissent l'amélioration de la qualité de service. Jusqu'à présent, nous avons signé des protocoles

d'accord avec huit opérateurs désignés, dont ceux de Hongkong, de la Thaïlande, du Kazakhstan et du Viet Nam.

Que couvrent-ils?

Compte tenu du développement de la technologie de l'information postale et de l'automatisation du traitement du courrier, nous déployons des efforts dans ces domaines. Nous nous intéressons également de très près aux transferts d'argent à l'étranger et nous faisons la promotion de l'épargne postale.

Comment la poste choisit-elle ses partenaires?

Nous n'avons pas de critères spécifiques. Nous sommes prêts à collaborer avec tous les pays qui, comme nous, s'intéressent aux technologies de l'information et à l'automatisation

postales. Dans notre région, la poste coréenne organise régulièrement des réunions avec la Chine, le Japon, le Kazakhstan, la Mongolie et le Kirghizistan. Nous avons également mis sur pied des programmes d'échange de personnel avec d'autres pays asiatiques afin de renforcer la coopération par l'intermédiaire de l'Union postale de l'Asie et du Pacifique. Ces actions nous ont permis de faire connaître notre système postal et nos installations de pointe à d'autres postes et de partager des informations utiles.

Quelle a été votre collaboration la plus fructueuse jusqu'à présent?

Notre participation au groupe Kahala Posts (réseau EMS). Nous en sommes l'un des membres fondateurs avec l'Australie, la Chine, le Japon, Hongkong et les Etats-Unis d'Amérique. Le Royaume-Uni, la France et l'Espagne nous ont également rejoints. Ce groupe a beaucoup amélioré l'EMS, et la marque est maintenant associée à un service rapide, sûr et de haute qualité dans notre région.

Pour sa part, la poste coréenne a amélioré l'échange de données informatisées, renforcé son service à la clientèle et optimisé son réseau de transport. A ce jour, 79% de notre volume de courrier EMS sortant est destiné au groupe Kahala Posts. Cette coopération nous a permis d'augmenter le volume et les



Korea Post
ANNUAL REPORT

www.koreapost.go.kr

대한우정
KOREA POST

Advanced Postal Enterprise That Customers Trust and Love

- Business Performance
- Financial Performance
- Customer Satisfaction
- Human Resources
- Environmental & Social
- Corporate Governance

Korea Post 2008 ANNUAL REPORT

«La qualité de nos prestations dépend des postes partenaires.»

recettes de notre service EMS de 10% par an depuis 2005, année du lancement officiel de Kahala. Notre volume de courrier EMS sortant a augmenté de 18,5% en 2009, et nos recettes ont augmenté de 19% par rapport à 2008.

Quels défis doit relever la poste coréenne pour satisfaire sa clientèle?

Tout comme pour les autres postes, la baisse des quantités d'envois de la poste aux lettres est devenue une de nos principales préoccupations. Ensuite, en tant qu'organisme public, par définition moins flexible, la poste coréenne peut difficilement réduire le nombre d'employés et réorganiser les effectifs. Enfin, avec l'apparition d'intégrateurs dans le secteur postal, les services de distribution de colis à domicile et les services EMS font l'objet d'une concurrence accrue.

Nous avons réagi à ces défis en nous concentrant sur la promotion du courrier hybride et du publi-postage. Nous soignons aussi la promotion des services EMS et de distribution à domicile. A ce jour, cette stratégie a porté ses fruits. Nous essayons également d'augmenter les quantités de courrier grâce à des alliances avec des cyber-commerçants et en exploitant notre propre site de vente en ligne.

La poste coréenne propose également une assurance-vie à ses clients. Pourquoi?

Nous voulons d'abord fournir un service universel qui contribue à la stabilité économique du pays, favorise la prospérité sociale et encourage le développement et l'exploitation durables des services postaux. Nous proposons à la population rurale et aux personnes dont

les revenus sont peu élevés une assurance à des conditions plus favorables que celles offertes par les assureurs privés. En même temps, la poste coréenne exploite un réseau national plus vaste que celui de la concurrence.

Depuis 1995, la poste coréenne propose des polices d'assurance gratuites aux tranches défavorisées de la population en utilisant son fonds social pour payer les primes. Ces polices sont destinées aux personnes handicapées, aux adolescents orphelins et aux familles monoparentales. Jusqu'en 2008, la poste coréenne a dépensé 15 millions de dollars pour cette cause, subvenant ainsi aux besoins d'environ 100 000 personnes. En 2009, nous avons soutenu 17 projets pour un budget de trois millions de dollars.

Comment l'assurance s'intègre-t-elle dans les activités postales?

Nos primes d'assurance peu élevées et nos services haute gamme sont très appréciés de nos clients. Le réseau postal national a permis de proposer aux clients des services sans pareil en terme de contrat d'assurance et de paiement de primes partout et en tout temps. Les comptes-épargne et les assurances-vie, tout comme les services de la poste aux lettres, doivent pouvoir s'appuyer sur un réseau national. La poste coréenne vend tous ces produits à travers un seul réseau, ce qui est très rentable. Par ailleurs, il est ainsi possible de compenser le coût de nos différents services postaux, ce qui représente un avantage supplémentaire. Enfin, nous réalisons des économies d'échelle au sein de l'exploitation postale. En d'autres termes, le fait d'avoir plu-

sieurs gammes de produits en un seul endroit est beaucoup plus efficace que d'avoir une gamme de produits différents à chaque endroit.

Vos polices d'assurance ont-elles du succès?

Nous avons un actif total de 23,5 milliards de dollars (décembre 2009) et nous sommes le cinquième plus gros groupe d'assurance en Corée du Sud, avec une part de marché de 6,5%. Le revenu lié à nos primes s'élève à 6,3 milliards de dollars, et les prestations que nous versons s'élèvent à 4 milliards, soit 5% du produit national brut. Fin 2008, le montant total de nos assurances s'élevait à 108 milliards de dollars et nous comptons 4,5 millions de clients. A l'échelle nationale, nous assurons une personne sur dix.

Comment la poste est-elle perçue par les Coréens?

Ils la considèrent comme un prestataire de services bien organisé et fiable. La poste a été classée meilleure entreprise de service public du pays durant onze ans, selon l'indice de satisfaction de la clientèle coréenne établi par la Management Association Corporation, un tiers indépendant.

La poste a également remporté le prix 2009 du service à la clientèle de la Federation of Korea Information Industry pour sa politique de confidentialité.

Connecter les réseaux au domaine .post

Le 11 décembre 2009 restera dans les annales de l'histoire postale. Ce jour-là, l'UPU a officiellement obtenu .post, le domaine de premier niveau sur Internet pour le secteur postal. L'UPU et l'ICANN (la Société pour l'attribution des noms de domaine et numéros sur Internet) ont signé un accord historique à cet effet lors d'une conférence de presse à l'Office des Nations Unies à Genève (Suisse).

Par
Faryal Mirza

Photos:
**Keystone/
Martial Trezzini**

Associated Press/
Axel Heimken



Rod Beckstrom,
président-directeur général, ICANN

«Nous assistons aujourd'hui à un moment historique, celui de la rencontre du monde virtuel avec le monde réel et son réseau mondial. Depuis des siècles, les postes transmettent des informations entre les habitants de la planète, et l'UPU assume avec succès une fonction d'organe faitier dans ces échanges de communication. L'ICANN joue le même rôle, mais pour l'Internet. Chargée de la gestion et des questions politiques relatives à tous les noms de domaine et numéros sur Internet, l'ICANN aide les habitants de la planète à se connecter au monde virtuel. La partie la plus intéressante de notre rapprochement, dans le cadre de l'initiative .post, concerne l'opportunité de travailler avec l'UPU, afin de connecter nos deux mondes et de profiter de la créativité des membres de l'Union.

La convergence de plusieurs réseaux peut donner lieu à des nouveautés, et nous assistons aujourd'hui à une connexion historique entre le réseau purement virtuel de l'Internet et les réseaux physique et électronique des postes du monde entier. Les événements découlant de la connexion de plusieurs réseaux sont souvent imprévisibles, car il s'agit bien souvent d'innovations. Des connexions sont effectuées, des possibilités entièrement nouvelles se forment et nous observons aujourd'hui les fondements de ce qui devient possible.

Le mot «Internet» repose sur la racine «inter», qui souligne l'idée de connexion entre divers réseaux. L'Internet ne correspond pas à un réseau unique, mais à l'interconnexion de différents réseaux. J'ai récemment parlé à Bob Kahn, l'un

des architectes de l'Internet. Lorsque les réseaux ont été connectés entre eux, les flux d'informations se sont développés, mais personne n'aurait pu imaginer, dans les années 70, une toile mondiale telle que celle que l'on connaît actuellement. Cette toile mondiale a vu le jour au CERN, en Suisse, lorsque le chercheur Tim Berners-Lee eut l'idée de faciliter les échanges d'informations en développant la technologie Internet. C'est cette idée novatrice qui a donné lieu au phénomène de la toile mondiale et de ses dizaines de milliards de services.

Selon nous, la cybersécurité offre de très nombreuses possibilités, car les principaux problèmes d'aujourd'hui concernent l'authentification et l'usurpation d'adresses (*spoofing*), une technique utilisée par ceux qui tentent de représenter d'autres parties. Le système postal dispose d'une connaissance immédiate et concrète de l'adresse personnelle et professionnelle des utilisateurs et permet donc d'offrir un niveau d'authentification qui ne serait autrement pas envisageable. Les 660 000 établissements postaux situés dans le monde entier constituent une ressource extrêmement puissante et unique.

Je ne suis pas expert des questions postales, mais je connais bien les réseaux et je me passionne pour les innovations. On compte seulement 270 entrées dans ce que l'on appelle le dossier racine de l'Internet, auquel l'UPU est désormais reliée. Pour l'UPU, il s'agit d'une occasion unique de se faire connaître; les internautes savent, lorsqu'ils tapent .post, qu'ils vont être dirigés vers un site sécurisé.»



Edouard Dayan,
directeur général, UPU

«La principale faiblesse révélée par la crise financière concerne la méfiance des clients à l'égard des établissements financiers. De nombreuses personnes ont retiré l'argent qu'ils avaient placé en banque et l'ont placé auprès des postes, qui jouissent d'une image de partenaires de confiance. Pourquoi l'UPU a-t-elle décidé de lancer un projet .post? Parce qu'elle dispose aujourd'hui, grâce à son professionnalisme et à l'évolution rapide de son réseau, d'une vision, d'une stratégie et de capacités lui permettant de développer des services.

L'intention de l'UPU est de bâtir un réseau pleinement intégré comprenant trois dimensions: physique, électronique et financière. L'Internet permet de commander des marchandises partout dans le monde, mais pas d'en assurer l'acheminement. Notre rôle est donc de garantir qu'un réseau logistique est en place pour la distribution de ces marchandises. La confiance peut constituer un problème sur Internet, mais, avec .post, nous disposerons d'un espace consacré au secteur postal, pleinement sécurisé et nous permettant d'identifier tous les intervenants.»



Massimo Sarmi,
président-directeur général,
Poste Italiane

«Nous assistons aujourd'hui à un événement historique. Au milieu du 19^e siècle, le télégraphe était inventé. Il s'agissait du premier moyen de transmission de données électriques. A cette époque, seul l'opérateur postal offrait des communications sécurisées grâce à cette technologie. A présent, un siècle et demi plus tard, la transmission de données électroniques représente le mode de communication le plus répandu dans le monde, et nous disposons de l'infrastructure la plus puissante ayant jamais existé: l'Internet. Grâce à l'UPU, nous coopérons pour le développement des services .post, dont l'interopérabilité est assurée dans le monde entier. En outre, des chercheurs du monde entier vont désormais contribuer à l'amélioration et à l'évolution de la nouvelle communication électronique fournie par les opérateurs postaux.

En raison du caractère mondial de l'Internet, nous devons tenir compte de certaines menaces. Une simple coopération à l'échelle internationale, la réalisation d'études spécifiques et la mise en place d'un cadre légal permettront aux usagers du monde entier d'utiliser les services électroniques en toute sécurité.

Je souhaite demeurer un tiers de confiance pour les opérateurs, les particuliers et les entreprises. Si un client est convaincu du bien-fondé de la communication électronique, c'est mon rôle de le servir. Les services électroniques apportent une valeur ajoutée. Ainsi, il est possible d'identifier l'expéditeur, le destinataire et le contenu d'une lettre et de protéger ce contenu grâce à la signature numérique, par exemple.»



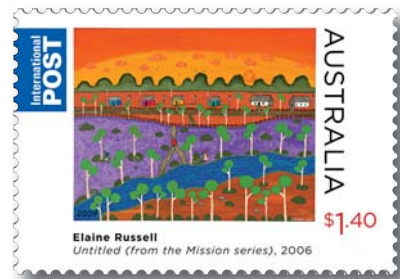
Paul Donohoe,
responsable du programme
«Commerce électronique», UPU

«Dans le cadre du projet .post, nos pays-membres s'intéressent au rapprochement des adresses physiques et numériques et à la convergence de la communication physique et électronique. Ainsi, avec .post, il sera possible de communiquer plus efficacement, notamment en cas d'urgence. Par exemple, les gouvernements pourront communiquer, par voie électronique, avec certaines régions déterminées, grâce à la convergence entre les adresses physiques et numériques.

Le domaine .post représentera une communauté définie. La communauté postale fournira des services autres que ceux relatifs au domaine .post, et l'achat d'un nom de domaine .post se fera donc en vertu des politiques et critères définis par l'UPU. Le domaine .post permettra de rassembler les gouvernements, les régulateurs, les opérateurs et les entreprises du secteur privé reconnus par l'UPU.»

[Consulter
www.youtube.com/UniversalPostalUnion
pour visualiser cette conférence de presse.](http://www.youtube.com/UniversalPostalUnion)

Un maillon important de la chaîne



Joanne Bowler est opératrice sur une trieuse par codes à barres au centre de distribution de Frenchs Forest, en Nouvelles Galles du Sud (Australie). Elle fait partie d'une équipe de quatre et travaille de nuit. L'année dernière, elle s'est vue décerner la médaille du bicentenaire de la poste australienne pour service rendu.

Par
**Australia Post et
Faryal Mirza**

Photo:
Australia Post

En quoi consiste la routine de votre service?

Notre équipe charge le courrier dans une trieuse par codes à barres. Il y a quatre postes et nous changeons toutes les demi-heures. Nous empilons les lettres dans la machine, qui les trie et les recrache dans des caissettes disposées en rangées. Il y a aussi beaucoup à faire de ce que nous appelons le «ménage»; cela consiste surtout à préparer les aires de tri pour les équipes qui trient les grandes et les petites lettres.

L'atmosphère est conviviale et nous sommes toujours prêts à nous entraider. Nous devons garder un œil sur les autres côtés de la machine, au cas où la cadence y augmenterait et où le ou la collègue en poste de ce côté-là aurait besoin d'un coup de main.

Quelle importance revêt votre travail dans l'ensemble des opérations?

Nous sommes un maillon important de la chaîne de traitement du courrier en vue de sa distribution. La trieuse répartit 36 000 lettres à

l'heure selon l'adresse en suivant l'itinéraire du facteur dans sa tournée. C'est très efficace.

Pourquoi travaillez-vous de nuit? C'est le boulot qui l'impose.

Comme tous les boulots, il a ses bons et mauvais côtés. Je travaille les nuits de dimanche à jeudi, de sept heures du soir à trois heures du matin.

Est-ce que vous rencontrez les préposés à la distribution quand vous finissez votre service?

Oui, et nous avons d'excellents rapports avec eux.

Que faites-vous quand vous quittez votre travail?

Assez curieusement, je vais directement me coucher. J'aime beaucoup jardiner, et j'ai deux chiens que j'aime promener. Comme je travaille à la lumière artificielle, il est très important pour moi de sortir durant la journée pour profiter de la lumière naturelle. J'aime aussi collectionner les vieilles porcelaines et les antiquités.

Comment conjuguez-vous vie privée et vie professionnelle?

Ce qui est sûr, c'est que je n'ai aucune vie sociale durant la semaine! Mais, maintenant que les enfants sont grands, je peux me faire plaisir quand je veux. C'est agréable d'avoir ses après-midis libres quand les magasins et autres commerces sont ouverts.

Depuis combien de temps travaillez-vous à la poste australienne?

J'y travaille depuis huit ans et demi. J'ai commencé au tri, à mi-temps, pendant deux ans. C'était déjà un travail de nuit. Je prenais alors mon service à 2 h 30 du matin. Ensuite, j'ai remplacé quelqu'un parti en congé, sur une trieuse automatique. Après, on m'a proposé la place à plein temps actuelle.

Quels autres emplois avez-vous occupés avant?

J'ai travaillé pendant huit ans à la gestion des comptes clients dans une banque, et aussi pour une compagnie d'électricité locale. J'ai deux filles, ce qui fait que j'ai aussi été mère au foyer pendant pas mal d'années.



Australia Post

Votre vie en dehors du travail?

A 51 ans, travailler sur la trieuse me maintient en forme: c'est un bon exercice quotidien! Une de mes filles vit à Melbourne et l'autre à Doubaï. J'ai déjà rendu visite à celle qui habite à Melbourne – un voyage extra! – et j'espère bien pouvoir aller rendre visite à celle qui habite à Doubaï d'ici peu. Personnellement, j'ai grandi à Manly, près de Sydney; c'est magnifique là-bas et seulement à quelques minutes à pied de la plage!

La poste a célébré deux cents ans d'histoire en 2009. Elle emploie près de 45 000 personnes, ce qui en fait l'un des employeurs les plus importants du pays. La poste exploite un réseau de 4433 points de contact, dont environ 3000 bureaux de poste, 140 centres d'affaires postaux, une flotte de plus de 10 000 véhicules et 16 055 boîtes aux lettres. L'opérateur traite environ 21,5 millions d'envois chaque jour ouvrable. Il assure la distribution du courrier sur le plus long itinéraire postal au monde, soit 3000 kilomètres allant de Port Augusta, dans le sud de l'Australie, à Queensland, au centre-sud du pays. Cet itinéraire en question ne compte que 88 adresses postales. Par ailleurs, la poste émet près de 500 millions de timbres chaque année. Elle propose un éventail de services postaux aux clients privés et commerciaux et gère, pour le compte du département des affaires étrangères et commerciales, près de 93% de toutes les demandes de passeport. De plus, elle propose l'assurance-automobile. Sur le plan international, l'opérateur a conclu un certain nombre d'alliances stratégiques, dont une avec la poste chinoise. Ensemble, les deux partenaires ont créé l'entreprise Sai Cheng Logistics International, qui propose des services de gestion de la chaîne logistique entre la Chine, l'Australie et le reste du monde.



Chiffres et données

Australie

Capitale	Canberra
Langue officielle	Anglais
Population	21 262 641 (juillet 2009)
Superficie	7,7 millions km ²
PNB par habitant	38 500 dollars US
Monnaie	Dollar australien
Industries premières	Exploitation minière, fabrication d'équipement industriel et de transport, transformation des aliments, produits chimiques, industrie sidérurgique

Produits de base

Lait	2,13 \$/litre	(1,85 \$US)
Pain	4 \$	(3,50 \$US)
Cola	1 \$/canette (3.30 \$/2 litre)	(0,87 \$US)
Viande	6 \$/kilo (bœuf maigre)	(5,20 \$US)
Poisson	15,97 \$/kilo (filet de barramundi)	(13,90 \$US)
Carottes	1,95 \$/kilo	(1,70 \$US)
Bananes	3 \$/kilo	(2,60 \$US)
Pommes de terre	2 \$/kilo	(1,75 \$US)
Bière	45 \$/24 cannettes	(39,15 \$US)

Les migrants, une clientèle aux besoins spécifiques

.....
Dans le deuxième volet de son dossier sur les migrants et les services financiers, Luisa Anderloni explique comment s'emparer du marché des migrants.

.....
Par
Luisa Anderloni
.....
Photo:
Organisation
internationale
du travail

L'examen du cycle de vie des migrants et de leur projet de migration devrait aider les postes à se positionner sur ce segment de marché inexploité. Lorsqu'ils s'établissent dans un nouveau pays, les migrants s'intéressent d'abord aux services de base, comme les transferts de fonds. Toutefois, à long terme, ils s'orientent vers des produits et services plus sophistiqués.

Les migrants ont besoin de services financiers spécifiques, qui varient en fonction du projet de migration considéré (*Union Postale*, 04/2009). Comme ils le font pour différentes clientèles – femmes, étudiants ou personnes âgées, par exemple – les fournisseurs de services financiers doivent concevoir des produits visant les besoins réels de cette population. Toutefois, la stratégie commerciale consistant à concevoir de nouveaux produits n'est souvent pas suffisante, car des obstacles peuvent tenir les migrants éloignés des services financiers. Afin de répondre à leurs besoins tout en augmentant les volumes traités, les postes doivent réduire ces obstacles et créer de nouveaux produits. Une approche novatrice des produits et des relations avec la clientèle pourrait servir de réponse.

Relations avec la clientèle

Divers obstacles se dressent entre les immigrants et le système financier, comme les différences linguistiques ou culturelles, les désagréments liés à certains lieux géographiques et les horaires d'accès aux services. D'autres concernent les exclus du système bancaire, qui connaissent mal le système financier, manquent d'informations sur les divers produits et services et font généralement peu confiance aux banques. Les postes offrant des services financiers devraient réinventer leurs relations avec la clientèle et adopter des stratégies (adaptation des services ou actions de marketing ciblé) afin d'offrir des produits et services aux migrants. Cette

démarche permettrait à la fois d'établir des relations de base avec une nouvelle clientèle et de renforcer ces relations en proposant des produits financiers haut de gamme, comme des prêts au logement et des fonds de pension. Ce type de stratégie coûte cher, mais les opportunités commerciales en découlant sont multiples.

Comment attirer une clientèle de migrants? Lui offrir des produits novateurs en tenant compte de deux facteurs. Premièrement, les besoins des migrants en matière de services financiers changent avec le temps. Les prestataires peuvent donc concevoir divers produits répondant à ces besoins évolutifs. Deuxièmement, les clients, qui veulent au départ des services de base, s'orienteront ensuite vers d'autres services financiers pour renforcer leurs avoirs. Un fournisseur devrait donc offrir une gamme complète de services, allant des produits de base à des services plus complexes.

Transferts de fonds

Dans de nombreux pays, les transferts de fonds – produits de base – passent essentiellement par des voies officielles et non officielles en dehors du système bancaire. La population migrante s'adresse à des agences travaillant avec des opérateurs financiers spécialisés ou à des réseaux et circuits informels jugés plus efficaces que les banques. Ces dernières années, les postes ont tenté d'augmenter leur part sur ce marché afin d'atteindre de nouveaux clients. Pour devenir plus concurrentielles, elles devraient notamment réduire les frais de transaction et les écarts de change, garantir la distribution dans les délais et assurer l'accès à un large réseau d'agences pour le retrait des fonds. Toutefois, des études révèlent que de nombreux migrants ne choisissent pas toujours un service en fonction du coût. La rapidité de la distribution est plus importante. Lorsque les fonds sont transférés par virement bancaire international, le délai de



transmission dépend largement de l'ensemble du système de paiement reliant la banque d'expédition à la banque de réception. Récemment, une modification des procédures de compensation et de règlement a permis de réduire le délai requis pour traiter les opérations et d'accélérer les transferts.

L'avantage des opérateurs privés, c'est que leur couverture géographique est importante. En plus de leurs propres filiales, ils utilisent de larges réseaux couvrant des accords de distribution avec des opérateurs commerciaux (centres de téléphonie, magasins ethniques et agences de voyage) ou avec des banques et des bureaux de poste. En outre, les plus gros opérateurs ont beaucoup investi dans l'établissement de réseaux de distribution étendus, desservant à la fois les zones rurales et urbaines dans les pays de réception. Ils sont donc bien situés, que ce soit dans les pays d'expédition ou de réception.

L'absence d'une infrastructure bancaire dans les pays de réception freine le développement de produits basés sur les banques, notamment en dehors des zones urbaines. De nombreuses personnes bénéficiant des transferts de fonds – notamment les familles situées en zone rurale – vivent loin des banques et des distributeurs automatiques. Les postes, avec leur solide réseau de distribution, ont ainsi l'avantage. Sans oublier que pour les banques, les volumes d'opérations effectuées sont encore faibles et ne permettent pas de couvrir les coûts liés à l'établissement d'un réseau complet de succursales. Afin de surmonter ces problèmes, les banques peuvent former des partenariats avec des banques étrangères et des opérateurs de transferts de fonds. Ces accords leur permettent de fournir un service dont la rapidité et la portée sont comparables à celles des plus grosses agences spécialisées et, en même temps, d'acquérir de nouveaux clients demandeurs d'autres services financiers. Dans ce cas, le degré de compétitivité du produit dépend largement de la commission appliquée par la banque d'expédition et de celle imposée au destinataire par la banque de réception, lors du retrait des fonds.

Fonds de pension

Les fonds de pension privés, produits sophistiqués, peuvent intéresser les migrants. La réduction du montant des retraites d'Etat s'est traduite par un recours accru aux fonds de pension privés. Toutefois, les migrants, comme les travailleurs indépendants, les personnes à faibles revenus, les travailleurs à temps partiel et les chômeurs, n'ont généralement pas de fonds de pension privé. Pour les intermédiaires financiers, ce segment de marché représente une source importante de fonds (peu élevés pris individuellement, mais d'une valeur considérable dans leur ensemble). Les entités dotées d'un large réseau de distribution dans les pays d'origine, comme les postes, ont un avantage concurrentiel en raison du faible coût de la distribution des pensions.

Les postes pourraient sensibiliser la population aux questions financières en expliquant aux migrants ce qu'est un fonds de pension. En effet, peu de migrants comprennent comment des contributions personnelles peuvent se traduire par des revenus au moment de leur retraite. Ils ne peuvent généralement pas calculer la somme qu'ils doivent verser afin de s'assurer une retraite adéquate. En outre, les migrants gagnent peu d'argent et n'ont donc pas les moyens de cotiser à des fonds de pension privés. En revanche, un plan d'épargne prévoyant le versement périodique de petites sommes pourrait les intéresser. Les migrants étant davantage vulnérables aux variations de revenu, un tel produit leur permettrait de retirer de l'argent ou de clore leur relation sans pénalités sur le capital. De nombreux plans de retraite prévoient cette fonctionnalité, si le souscripteur cesse d'effectuer des paiements avant les trois premières années de vie du produit.

Les établissements financiers devraient offrir des produits suffisamment souples pour s'adapter à un cadre de travail peu sûr; ces produits bon marché devraient être faciles à comprendre et offrir des revenus garantis pour la retraite. Enfin, pour les personnes qui transfèrent des fonds vers des comptes à l'étranger afin d'y passer leur retraite, les fournisseurs devraient prévoir des produits générant des revenus dans la devise du pays d'origine, voire des revenus en dollars puisqu'il est préférable de choisir une devise forte pour son épargne.

Europe

PostEurop, union restreinte de l'UPU, a lancé son Forum Green Fleet, axé sur la recherche de solutions de transport pour un climat neutre. Le forum réunit des experts en matière d'exploitation et d'environnement du secteur postal et des représentants de la Commission européenne. **FM**

Grande-Bretagne

Royal Mail a annoncé un partenariat stratégique de publipostage avec des entreprises britanniques de marketing direct en vue de «bâtir le futur secteur du publipostage.» **FM**

Italie

La **Banque européenne d'investissement** (BEI) a prêté à Poste Italianae 200 millions d'euros (272 millions de dollars) pour moderniser son réseau informatique. Les fonds serviront à lancer de nouvelles technologies et à moderniser les infrastructures et la logistique postale pour préparer l'opérateur à la libéralisation postale de l'Union européenne en 2011. La BEI a prêté 1 milliard d'euros à la poste italienne depuis 2001. **FM**

Jordanie

Les clients des postes de la Jordanie et des Emirats arabes unis pourront prochainement envoyer et recevoir des mandats via l'application International Financial System (IFS) de l'UPU. Un particulier pourra transférer jusqu'à 1000 dollars en 24 heures entre les deux pays. **FM**

Malte

MaltaPost a enregistré un gain de 3,19 millions d'euros avant impôts (5,3 millions de dollars) pour son exercice clos le 30 septembre 2009. Cela représente une augmentation de 10% par rapport à l'année précédente. Le chiffre d'affaires a diminué de 1,4% à 20,19 millions d'euros en raison d'une baisse du courrier national et de la vente de timbres. Cette baisse a toutefois été compensée par une augmentation des envois internationaux. **FM**

Maurice

Mauritius Post a généré 280 tonnes d'émissions CO₂ en 2008, selon la première étude mondiale réalisée par l'UPU sur l'empreinte carbone de ses pays-membres. **FM**

Pérou

10 000 envois par Exporta Fácil

Plus de 1000 micro et petites entreprises au Pérou ont déjà exporté vers 95 pays des marchandises totalisant 3 millions de dollars via Exporta Fácil. Le 22 décembre dernier, le gouvernement péruvien a organisé une grande fête à Lima, pour récompenser l'utilisateur à l'origine de la 10 000^e transaction, Carmen Rosa Jordán. Celle-ci dirige un petit négoce de bijoux en argent et d'objets artisanaux qu'elle exporte grâce à Exporta Fácil. Présidée par le ministre des transports et des communications du Pérou, Enrique Cornejo Ramírez, la cérémonie réunissait des représentants de la poste, du ministère des finances, de la Commission péruvienne pour la promotion de l'exportation et du tourisme et de la Banque interaméricaine de développement. **IM**

Portugal

Correios de Portugal investira environ 190 millions d'euros (258 millions de dollars) pour améliorer sa logistique et ses applications informatiques dans le cadre de la libéralisation du marché européen en 2011. Ce montant sera réparti sur les deux prochaines années. **FM**

Espagne

Les postiers plus modernes

La poste espagnole continue de moderniser les outils de travail de ses facteurs. En 2010, elle répartira 9000 assistants personnels numériques (PDA) dans 1100 unités postales. Ces PDA s'ajouteront aux 10 495 déjà en service (8495 dans les bureaux de poste et 2000 autres dans les unités de service spécialisées). Ainsi s'achève un plan ambitieux, lancé en 2006, visant à faciliter toute la distribution des envois postaux via ces assistants électroniques. Les PDA, en plus de saisir la signature du client ou de lire les codes à barres, sont équipés d'un appareil photo à mise au point automatique pour photographier les accusés de réception électroniques. **IM**

Suisse

La Poste Suisse a renforcé sa présence en Espagne en acquérant deux partenaires commerciaux situés à Madrid. ABC Mail et Mail Partners Spain opèrent conjointement sur le marché national à l'instar de Swiss Post International Espagne. L'équipe, forte de 30 employés, a généré un chiffre d'affaires de 11,7 millions de francs (10,8 millions de dollars) en 2009. Tout le personnel sera maintenu. Le prix de vente n'a pas été divulgué et l'acquisition a un effet rétroactif au 1^{er} janvier 2010. **FM**

Ukraine

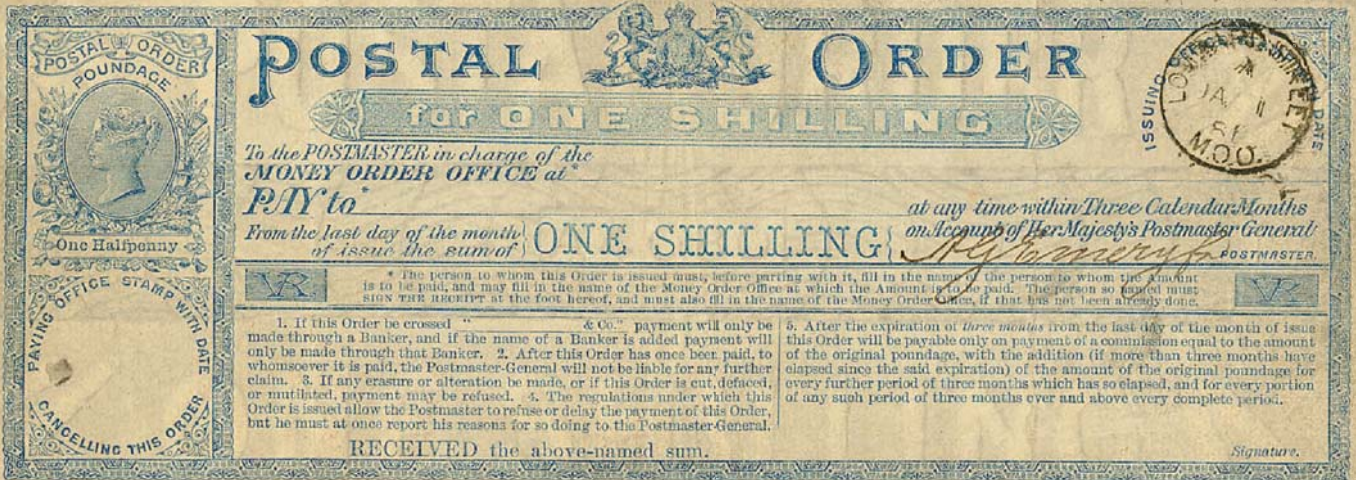
Ukrposhta propose un nouveau service hybride de courrier permettant aux clients d'envoyer un court message par courriel, que la poste imprimera et distribuera à un destinataire possédant une adresse postale. Les messages jusqu'à 300 mots ou 3000 caractères peuvent être traités comme urgents ou envois standard. **FM**

Etats-Unis

Le service postal américain (USPS) a annoncé des pertes s'élevant à 297 millions de dollars pour la période du 1^{er} octobre au 31 décembre 2009. C'est légèrement mieux qu'à la même époque l'an passé, lorsque la perte nette se montait à 384 millions. L'opérateur a aussi dévoilé une nouvelle application pour le téléphone iPhone d'Apple, qui permet aux clients de situer le bureau de poste le plus proche grâce au satellite de localisation ou au GPS. Une fonctionnalité de suivi permet également au client de savoir le parcours d'un envoi grâce à un code de suivi. **FM**

UPS a distribué 3,8 milliards de colis en 2009. Cela représente une moyenne de 15,1 millions de colis par jour, une légère baisse par rapport aux 15,5 millions quotidiens de 2008. Les recettes ont baissé de 12% à 45,3 milliards de dollars. L'entreprise a annoncé un bénéfice d'exploitation de 3,8 milliards à la fin de l'année. **FM**

Lombard Street, E.C. 000001



International

Mise aux enchères du tout premier bon de poste

Le tout premier coupon de commande postal, émis en 1881, a été mis aux enchères en Grande-Bretagne par la famille de son propriétaire initial. Le coupon de commande a été vendu pour 4485 livres sterling (7000 dollars), soit près du double de son prix d'orientation.

Le 1^{er} janvier 1881, Arthur Bull avait acheté ce coupon de 1 shilling, portant le numéro de série 000001, au bureau de poste de Lombard Street à Londres. Il ne l'a jamais réalisé, mais l'a gardé dans une boîte en cuir qui a traversé deux générations. Finalement, la veuve de son petit-fils a

accepté de le vendre aux enchères. Selon le commissaire-priseur, Warwick & Warwick, seuls cinq autres coupons de commande émis en 1881 et portant le même numéro de série existent encore aujourd'hui.

Equateur

Faciliter la vie des voyageurs

Qui n'a pas déjà supplié les agents de sécurité d'un aéroport de le laisser prendre avec lui sa crème, ses ciseaux ou le souvenir acheté sans imaginer qu'il pourrait constituer une «arme en puissance»? La sécurité aérienne est devenue une véritable obsession, et la peur des attentats a vu naître bon nombre de mesures jugées désagréables pour les passagers.

Pour eux, la poste de l'Equateur a lancé, en septembre dernier, un nouveau service postal aéroportuaire, qui permet à l'utilisateur d'envoyer les objets rejetés par les filtres de sécurité. L'inauguration

officielle du service a eu lieu à l'aéroport de Quito, mais ce service est aussi offert dans 11 autres aéroports du pays.

Les voyageurs peuvent envoyer n'importe quel type d'objet pesant moins d'un kilo en le déposant dans l'une des boîtes aux lettres placées à proximité des filtres de sécurité. Ces boîtes sont équipées d'un distributeur d'emballage, de formulaires contractuels et des instructions nécessaires pour que le client puisse effectuer son envoi rapidement et sûrement.

Les coordonnées de l'expéditeur et du destinataire, y compris leur numéro de téléphone ou adresse électronique, doivent figurer sur l'emballage.

Les boîtes aux lettres sont vidées chaque jour. Le paiement s'effectue soit par un dépôt préalable, soit au moment de la remise, au choix du client. Le service est surtout utilisé par les voyageurs embarquant sur les vols internationaux, et les articles les plus souvent expédiés sont les ciseaux, les couteaux, les pinces et les tubes de crèmes, précise la poste équatorienne.

IM

Autriche

Partenariat pour étendre les services

La poste autrichienne, de concert avec l'Association des municipalités autrichiennes et la Chambre fédérale de commerce de l'Autriche, a mis les autorités nationales au défi de créer un point-poste, ou «partenaire de la poste», dans chaque commune du pays.

Si le concept n'est pas nouveau (le premier point de service a ouvert en 2001), le défi l'est. Il existe actuellement dans le pays, en marge des 1133 bureaux de poste détenus par l'opérateur, 419 points où sont proposés des services postaux. Ces points sont des commerces locaux (épiceries, bureaux de tabac, pharmacies) qui proposent également des services habituellement fournis par les bureaux de poste. Ils touchent une commission sur chaque lettre déposée (actuellement de 0,20 euros) et colis admis

(0,98 euros) ou remis (0,72 euros).

L'opérateur paie également une prime annuelle de qualité pouvant atteindre 3000 euros. Les ventes générées peuvent faire entrer jusqu'à 15 000 euros en moyenne par an dans les coffres des participants.

Une enquête récente a révélé que 77% des personnes interrogées étaient satisfaites ou très satisfaites du service proposé. Et l'opérateur ne prévoit pas d'en rester là. «Nous voulons que les Autrichiens bénéficient de services postaux modernes, offerts dans le respect du client et dans tout le pays, et qui ne se contentent pas du minimum requis par la loi», déclare Georg Pözl, président-directeur général de la poste. «Pour nos clients, cette volonté se traduit par davantage de services, plus près de chez eux, et des horaires d'ouverture plus étendus», a-t-il ajouté. **FM**

Suisse

Nouvel identifiant numérique

En mai 2010, le gouvernement et La Poste lanceront SuisseID, le premier produit standardisé destiné à servir de preuve d'identité électronique sécurisée. Le produit a été conçu pour permettre aux entreprises, aux autorités locales et aux particuliers d'accéder aux services en ligne et d'effectuer entre eux des transactions électroniques. Le gouvernement investira 25 millions de francs (23,2 millions de dollars) dans ce projet. Dix-sept millions de francs seront utilisés pour subventionner le prix d'achat de SuisseID durant sa phase de lancement, afin d'encourager la réalisation de transactions commerciales par voie électronique.

Dès le mois de mai, les gens pourront commander SuisseID en ligne. La procédure d'identification personnelle se fera dans un bureau de poste. Le produit existe sous la forme d'une carte à puce, d'une clé mobile ou d'une solution intégrée. En outre, la puce peut s'insérer dans une clé USB sécurisée (comme SwissStick) contenant diverses applications, grâce auxquelles les utilisateurs pourront signer des documents de manière juridiquement valable par la voie électronique et envoyer ces documents sous une forme cryptée par courrier recommandé électronique. **FM**

Libéria

D'avantage de bureaux de poste ouverts

La reconstruction de l'infrastructure postale au Libéria continue. Lors d'une récente visite à l'UPU, le ministre des postes, Jeremiah Sulunteh, a déclaré que 21 bureaux de postes avaient été rénovés depuis 2007.

Avant les guerres des années 90, le pays comptait 34 bureaux de poste. Au terme du conflit, seuls deux d'entre eux étaient encore opérationnels, explique M. Sulunteh. «Tous les bureaux ont été brûlés ou leurs toits ont été arrachés.» D'autres bâtiments publics, tels que des écoles et des hôpitaux, ont également été détruits. «Avant le conflit, beaucoup de monde utilisait les services postaux parce que les ordinateurs étaient peu utilisés», note-t-il.

Il ajoute qu'actuellement environ 85% de la population est analphabète. La majorité de la population a toujours recours aux services de la poste, mais elle ne lui fait plus autant confiance. Cela est dû aux cas présumés de contrebande, de spoliation et de fraude dans les bureaux de poste. Ces

deux dernières années, la poste a, par conséquent, adopté des mesures visant à regagner la confiance des clients. L'une d'entre elles a consisté à installer des caméras vidéo dans ses bureaux comme moyen de dissuasion et à instaurer une unité d'inspection postale en embauchant des anciens policiers. Avant décembre 2007, 29 cas de spoliation de courrier ont fait l'objet d'une action en justice. Dans les six mois précédant mars 2008, six cas présumés ont entraîné le licenciement de trois employés.

Suite à cela, les quantités de courrier ont augmenté, explique M. Sulunteh. De septembre à novembre 2009, le Libéria a expédié 480 kilos de courrier – une augmentation de 28% par rapport aux trois mois précédents. «Nous rétablissons la confiance de la clientèle à l'égard de la poste. Le plus important, c'est de remettre les installations en état afin de montrer que nous avons repris nos activités», conclut-il. **FM**

Union postale, une source fiable d'information depuis 135 ans.

QU'ATTENDEZ-VOUS POUR VOUS ABONNER?

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

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

Dans le monde entier, un abonnement privé annuel ne coûte que 50 francs suisses (47 dollars / 34 euros). Les représentants des pays-membres de l'UPU bénéficient d'un tarif spécial. Faites-nous parvenir votre commande par télécopie au: +41 (0)31 350 37 11 ou par courrier électronique à l'adresse suivante: faryal.mirza@upu.int

Nom
Fonction
Organisation / Opérateur
Adresse postale complète
Courrier électronique
N° de téléphone
N° de télécopie

Langue souhaitée:

- anglais
- français
- arabe
- chinois
- allemand
- russe
- espagnol



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

Optimiser vos performances.



SOLYSTIC, PARTENAIRE DES SERVICES POSTAUX DEPUIS 60 ANS.

Pour fidéliser leurs clients, les services postaux exigent toujours plus de performance de leurs équipements. En consacrant 10 % de son chiffre d'affaires à la R&D, SOLYSTIC est à même d'anticiper les besoins des opérateurs postaux et de leur proposer des solutions d'avenir.

Choisir les équipements SOLYSTIC, c'est miser sur l'innovation afin d'optimiser vos performances.

www.solystic.com



Des solutions postales d'avenir