

L'actualité qui fait bouger le secteur postal depuis 1875

UNION POSTALE



Union postale universelle,
institution spécialisée
des Nations Unies

MARS 2014 / N°1

La Thaïlande réussit
son projet FAQS

Bali: des barrières
sont tombées

ISSN 0041-7009



Les cars postaux roulent universel

post

Un point, c'est... tout!

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



UPU UNION
POSTALE
UNIVERSELLE

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



Couverture: Michael Tewelde/EPA/Keystone

Mars 2014

CHEF, PROGRAMME COMMUNICATION: Rhéal LeBlanc (RL)

RÉDACTRICE EN CHEF: Faryal Mirza (FM)

CONTRIBUTEURS: David Koch (DK), Catherine McLean (CM)

Morven McLean (MM), Kayla Redstone (KR)

REVISION/EDITION: Jérôme Deutschmann

ADMINISTRATION: Gisèle Coron, Denise Tournon

GRAPHISME: Die Gestalter, Saint-Gall, Suisse

IMPRESSION: Gassmann, Bienne, Suisse

ABONNEMENTS: publications@upu.int

PUBLICITÉ: faryal.mirza@upu.int

CONTACT:

Union Postale

Bureau international

Union postale universelle

Case postale 312

3000 Berne 15

SUISSE

TÉLÉPHONE: +41 31 350 35 95

TÉLÉFAX: +41 31 350 37 11

COURRIEL: faryal.mirza@upu.int

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

Union Postale est le magazine phare de l'Union postale universelle depuis 1875. Diffusée chaque trimestre en sept langues, la publication couvre les activités de l'UPU, les informations internationales et les innovations du secteur postal. Le magazine publie des articles de fond sur des sujets techniques novateurs, ainsi que des entretiens avec les dirigeants du secteur. Union Postale est distribuée aux 192 pays-membres de l'UPU, à des milliers de décideurs issus de gouvernements et de postes ainsi qu'à d'autres acteurs du secteur qui voient le magazine comme une source précieuse d'informations.

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

L'UPU n'est pas responsable des produits et services promus par les publicitaires tiers et ne garantit pas la véracité des réponses apportées. Imprimé sur du papier certifié FSC au moyen de processus et d'encre écologiques.

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

La reproduction d'extraits de la publication est autorisée en contactant au préalable faryal.mirza@upu.int

- 8 **EN COUVERTURE**
Les cars postaux roulent universel
Transporter les personnes, le courrier et fournir d'autres services postaux
- 14 **REBÂTIR LE RÉSEAU**
Solidarité après le typhon dévastateur
L'UPU participera à la reconstruction du bureau postal de Tacloban
- 16 **ETUDE DE CAS**
Les clients thaïlandais mieux desservis
Des véhicules achetés grâce au FAQS améliorent la qualité de service
- 18 **L'INTERVIEW**
Des barrières sont tombées à Bali
Dolores Halloran de l'Organisation mondiale du commerce nous explique les enjeux
- 21 **PHILATÉLIE**
Macao innove dans la soie
Les conseils de Macao Post pour trouver de nouveaux créneaux
- 22 **RECHERCHE**
Dessiner les orientations du secteur
Une nouvelle publication de l'UPU analyse plusieurs angles
- 24 **INNOVATION**
Timbre SMS pour client mobile
Les postes exploitent le potentiel des appareils mobiles
- 26 **QUESTIONS – RÉPONSES**
Nouveaux visages
Deux unions restreintes ont élu de nouveaux dirigeants
- 28 **ADRESSAGE**
Codes postaux irlandais, un modèle du genre
Seul pays de l'Union européenne dépourvu de codes postaux, l'Irlande développe un système inédit
- 4 **RUBRIQUES**
En bref
- 5 **Avant-propos**
- 30 **Flash Info**

STRATEGIE POSTALE DE DOHA:

Quatre buts à atteindre d'ici à 2016

-  **1** Améliorer les réseaux
-  **2** Fournir les connaissances
-  **3** Promouvoir l'innovation
-  **4** Encourager la durabilité

Pour plus d'informations:

<http://actualites.upu.int/coup-doeil/strategie-postale-mondiale/strategie-postale-de-doha/>

1020

c'est le nombre de tonnes de dioxyde de carbone émises par le Bureau international de l'UPU en 2012, en baisse de 33% depuis 2008.

EMS

Miser sur le service à la clientèle

Face à la croissance du commerce électronique, les fournisseurs du service EMS s'efforcent de gagner des parts de marché et de se positionner comme messagers de choix en assurant un meilleur service à la clientèle. Une nouvelle version du système mondial Rugby permet aux centres d'appels d'environ 180 opérateurs EMS de travailler en réseau pour mieux répondre aux demandes des clients.

Comme les clients achètent de plus en plus en ligne, l'heure est venue de se concentrer davantage sur le client. «Comme ce sont les acheteurs et les vendeurs qui choisissent leur prestataire... le suivi, la rapidité et les tarifs abordables sont essentiels pour la prise de décision. Bien entendu, les clients choisissent l'EMS pour les services qui lui sont associés», indique Michael Cope, chef du développement international à la poste australienne et membre de la Coopérative EMS.

Pole position

D'autres fournisseurs EMS estiment que le service à la clientèle doit être en pole position si le service veut se renforcer. «Face au boom du commerce en ligne, des smartphones et des applications Web, les petits paquets et les envois EMS se substituent désormais au courrier traditionnel», explique Yu Yeong-Chul, vice-directeur des affaires internationales à Korea Post. «Le service à la clientèle est donc bien plus important qu'auparavant, et les envois EMS comportent plus d'objets de valeur qu'avant», ajoute-t-il.

Yu Yeong-Chul a salué ce changement de philosophie de la Coopérative EMS qui privilégie la qualité de service à la vitesse. C'est aussi l'avis de Bernard Yaw Atta-Sonno, chef de l'EMS, courrier et colis à Ghana Post. Il a récemment participé à un atelier sur le service à la clientèle organisé par l'unité EMS. «J'ai beaucoup appris. Ces informations nous aideront à traiter ces questions de façon plus proactive et moins réactive et de satisfaire les clients.» Osamu Goto, directeur des affaires internationales à la poste japonaise estime, lui aussi, que la priorité au service à la clientèle est essentielle pour améliorer le service EMS.

Priorité absolue

En décrivant la situation en Corée du Sud, Yu Yeong-Chul a indiqué que le service à la clientèle était la priorité absolue. Satisfaite des volumes des envois EMS, la poste coréenne l'est moins concernant le service aux clients et les frais de distribution. D'après lui, ces deux facteurs sont en concurrence directe avec les messagers privés. En effet, la concurrence est forte. «L'un des défis pour l'EMS est de surmonter les barrières des concurrents qui proposent un service de suivi, sont moins chers et continuent à étendre leur réseau», souligne Michael Cope.

A l'avenir

Pour gagner des parts de marché, Yu Yeong-Chul estime qu'il faut mieux analyser la qualité du service à la clientèle. «Si nous perdons un envoi EMS, nous ne pouvons plus mesurer la performance du service et nous ne répondons pas aux attentes du client. Certains clients peuvent perdre un stylo, mais pour d'autres il peut s'agir d'un smartphone de valeur. Comment peut-on comparer ces deux situations en termes de performance de service à la clientèle?»

Selon lui, Korea Post ne peut pas envoyer des produits électroniques onéreux dans certaines régions du monde, car les objets sont parfois endommagés ou volés au cours de leur acheminement. Le représentant coréen a demandé à tous les fournisseurs EMS de discuter ouvertement de cette question d'envois volés ou endommagés, surtout du point de vue du client. «Nous devons plus que jamais améliorer notre sécurité et notre service à la clientèle», a indiqué Yu Yeong-Chul.

Michael Cope a aussi mis en avant l'importance de la coopération entre les membres de la Coopérative. «Le défi est de rassembler les 175 membres pour bâtir un réseau de qualité qui réponde aux attentes de nos clients». Pour concrétiser cela, nous devons «pouvoir établir un réseau de fournisseurs de qualité à l'origine comme à la destination, et ceci, pour nos clients», a-t-il ajouté. **FM**



EMS DANS LES RÉGIONS

<http://actualites.upu.int/mediatheque/films-video/ems>

Points communs

Dans un monde aussi diversifié que le nôtre, peu de choses semblent communes parmi les 192 pays-membres de l'UPU. C'est ce qui rend le service de cars postaux, sujet de notre article de couverture, si intrigant. Partout dans le monde, ce service est encore utilisé pour le transport du courrier et pour celui des personnes, tant dans les pays en développement que dans les pays développés. Bien entendu, le réseau des cars postaux diffère d'un pays à l'autre, mais on retrouve aussi des points communs si l'on prend comme exemple les cars postaux suisses livrant le courrier et des courses dans certains villages des Alpes bernoises ou les cars éthiopiens transportant du courrier et des passagers entre les villes.

Dans une nouvelle rubrique, nous levons le voile sur un projet financé par le Fonds pour l'amélioration de la qualité de service de l'UPU en Thaïlande. Vous découvrirez comment les véhicules achetés répondent aux besoins de la clientèle.

Nous faisons aussi la promotion de la nouvelle publication de l'UPU. Il en ressort que l'organisation est assise sur une véritable mine d'or d'informations qui, si elles sont analysées en profondeur, peuvent aider les gouvernements et les postes à prendre des décisions stratégiques sur leur avenir. Je vous encourage vivement à télécharger la version électronique de cette publication ou à commander sa version papier.

Approches différentes

Deux facettes de l'affranchissement dématérialisé sont décryptées. Ces approches innovantes se font, pour l'une, à l'aide du smartphone et pour l'autre, la soie. Ces deux approches, aussi différentes soient-elles, nous donnent un nouvel aperçu de ces deux sources de revenus.

Et ce n'est pas tout! Un article relate les dévastations provoquées par le passage du typhon Haiyan à Tacloban et les efforts déployés par l'UPU pour aider à la reprise des services postaux dans cette ville. Enfin, l'interview de Dolores Halloran de l'Organisation mondiale du commerce explique l'importance de l'accord récemment conclu à Bali sur la facilitation du commerce.

FARYAL MIRZA, REDACTRICE EN CHEF

Priorité à la qualité de service en Afrique

Plus de 80 représentants de 30 pays africains ont pris part au premier atelier sur la qualité de service, l'une des deux priorités de premier niveau du plan de développement régional pour l'Afrique. «L'objectif de cet atelier était d'expliquer en détails les questions sur la qualité de service et d'apporter des solutions appropriées aux difficultés rencontrées», a indiqué El Hadji Mansour Gueye, chef du programme régional Afrique au Bureau international de l'UPU.

Faire le point

La rencontre, qui s'est tenue à Bujumbura (Burundi), a dressé le bilan des réalisations et des leçons tirées au

cours du cycle 2009-2012. Bien que des progrès aient été accomplis, les résultats en matière de qualité de service ont, quant à eux, reculé. Il s'agit donc d'inverser la tendance d'ici à 2016. A cet effet, cinq sous-régions ont été définies: Afrique australe, Afrique de l'Est, pays anglophones d'Afrique de l'Ouest, pays francophones d'Afrique de l'Ouest, et pays francophones d'Afrique centrale. Un chef de projet a été désigné pour chacune de ces sous-régions.

De plus, tous les pays participants ont nommé un chargé de projet au niveau national. «Ces mesures garantiront l'échange d'informations, une meilleure coordination

entre les acteurs et sensibiliseront ces derniers aux activités à mener», a précisé El Hadji Mansour Gueye.

Nouvelle approche

Les efforts porteront surtout sur l'identification des problèmes dans une région ou un pays donné dans le but de définir un plan d'action pour les résoudre. A cette fin, un consultant externe a été recruté. Les participants doivent être formés afin qu'ils saisissent l'importance que revêt la qualité de service. Différents domaines seront couverts par la formation: outils de diagnostic, gestion des activités, chaîne logistique mondiale, etc. **FM**

DÉVELOPPEMENT RÉGIONAL

La région Asie-Pacifique va de l'avant



La série de timbres «Man of Steel» de la poste de Jersey a été réalisée au moyen de techniques innovantes telles que l'ajout de galets concassés provenant de la plage favorite de l'acteur Henry Cavill, ce qui donne aux timbres une texture unique.

Moins d'un an après la finalisation des plans de développement régionaux, la région Asie-Pacifique a déjà lancé ses projets.

La région a déjà réalisé deux activités: la tenue d'un atelier philatélique et l'octroi de bourses pour une formation professionnelle en gestion.

L'UPU a accordé huit bourses à six pays (Kiribati, Maldives, Samoa, Iles Salomon, Timor-Leste et Tuvalu). Les bénéficiaires ont suivi un programme de formation en gestion des ressources humaines de quatre semaines au Collège postal de l'Asie et du Pacifique (APPC), un centre de formation spécialisé géré par l'Union postale de l'Asie et du Pacifique (APPU).

Le cours, qui a eu lieu début 2014, a permis de former des cadres en ressources humaines et des cadres supérieurs aux meilleures pratiques

de recrutement et de gestion du personnel. Les participants ont aussi appris à développer leur leadership et leurs compétences individuelles.

A l'origine

Si le Collège postal de l'Asie et du Pacifique a déjà proposé ce cours, Teruo Kobayashi, expert régional pour l'Asie et le Pacifique au Bureau international, explique que l'UPU a accordé des bourses pour ce cycle, car des opérateurs n'avaient pas les moyens d'envoyer des représentants. Les experts reconnaissent la nécessité de renforcer les ressources humaines pour améliorer la qualité des services postaux. «Le développement humain est à la base de la qualité de service», estime-t-il.

Treize des trente-deux membres de l'APPU étant classés comme pays les moins avancés, le développement

des ressources humaines reste crucial pour moderniser les postes.

«La formation est fondamentale du point de vue de l'exploitation et des ressources humaines, si l'on veut créer un réseau postal efficace et sans faille», explique Araya Prasitti-boon de l'APPU, avant d'ajouter: «Les ressources humaines sont le plus important vecteur de performance pour les postes.»

Teruo Kobayashi précise que l'UPU continuera à accorder des bourses afin que, chaque année, de nouveaux pays puissent participer au programme.

Innovation philatélique

Parmi les priorités de second niveau de la région: la philatélie. L'UPU a organisé un atelier de formation à Bangkok en août 2013 qui coïncidait avec l'exposition philatélique mondiale 2013. Elle a réuni 31 participants de 19 pays. «L'idée est de partager les dernières informations sur les technologies», explique Teruo Kobayashi. «Les exposés des opérateurs et des imprimeurs nous ont informés des dernières tendances et des nouvelles techniques d'impression et de sécurité», indique Derby Lau, PDG de Macau Post. «Nous avons pu partager nos expériences et réfléchir sur les nouveaux développements potentiels de produits philatéliques et d'extension du marché.»

A venir

Teruo Kobayashi ajoute que l'UPU met actuellement sur pied des activités liées à la qualité de service et à l'amélioration des systèmes de rémunération: les deux priorités de premier niveau de la région. Ces projets devraient être lancés en 2014, ainsi que des activités de marketing direct et d'autres associées aux services postaux électroniques. **KR**

UNIONS RESTREINTES

L'UPAEP vise la réforme et la qualité de service



Une meilleure qualité de service (Photo: Correos, Costa-Rica)

Le développement économique soutenu en Amérique latine et l'obligation des gouvernements de se rapprocher de leurs citoyens créent les conditions idéales pour renforcer le secteur postal de la région, dont le potentiel pour stimuler les économies nationales et générer des bénéfices sur le plan social doit être optimisé, selon Bishar A. Hussein, directeur général de l'UPU.

Participant à Montevideo (Uruguay) à la réunion annuelle du conseil exécutif de l'Union postale des Amériques, de l'Espagne et du Portugal (UPAEP), le 12 mars dernier, Bishar A. Hussein a rappelé aux gouvernements d'Amérique latine l'importance de ne pas délaissier davantage le secteur postal, qui a trop souffert, ces trente dernières années, de son exclusion des politiques de développement et d'un manque de réglementation. «La réforme postale doit réunir les multiples acteurs de ce sec-

teur et les intégrer dans un cadre sectoriel afin que le marché soit équilibré et puisse croître», a-t-il précisé.

Selon l'UPU, plusieurs réformes partielles ou ponctuelles au cours des dernières décennies ont gravement nui au développement du secteur postal de l'Amérique latine, à la modernisation des postes nationales et, par conséquent, à la capacité des pays de réaliser leurs obligations en matière de service postal universel.

Pour relever ce défi, l'UPU met à la disposition de ses pays-membres une approche structurée pour permettre aux gouvernements de réorganiser le secteur postal dans un cadre intégral et cohérent et de renforcer le service postal universel, pour le bénéfice de tous les citoyens.

Investissements

D'ici à 2016, l'UPU et l'UPAEP investiront plus d'un million de dollars US dans des projets visant à faire avancer

le développement et la réforme du secteur postal et à améliorer la qualité du service postal en Amérique latine.

Ces priorités et d'autres s'inscrivent dans le plan de développement régional élaboré par l'UPU et l'UPAEP en vue de réaliser, au niveau de l'Amérique latine, les buts de la Stratégie postale de Doha, la feuille de route mondiale de l'UPU pour le cycle 2013–2016.

Face à la baisse des volumes de courrier physique, les postes doivent se préparer à profiter davantage de la croissance des petits paquets générés par le commerce électronique florissant. Un service efficace de colis constituerait une plate-forme utile pour développer d'autres services novateurs qui contribuent à la croissance économique, au même titre que le commerce en ligne et les exportations par la poste. **RL**



Livraison du courrier par car postal au bureau de poste d'Asebe Teferi, à l'Est de l'Éthiopie

Les cars postaux roulent universel

Le succès des cars postaux, un service proposé par de plus en plus de postes, ne se dément pas. Ce service répond aux besoins de transports publics de régions isolées et utilise les frais payés par les passagers pour financer en partie le service universel. Le Fonds pour l'amélioration de la qualité de service (FAQS) de l'UPU a financé, ces dernières années, plusieurs projets.



TEXTE:
DAVID
KOCH

PHOTOS:
MICHAEL
TEWELDE/
EPA/
KEYSTONE

Comme les postes doivent desservir tout le monde, même les collectivités les plus isolées, il peut être judicieux de réduire les coûts de transport du courrier en proposant un service de transport de passagers. Différentes postes en Afrique et en Europe ont testé ce modèle. Des cars transportant à la fois des passagers et du courrier circulent en Zambie depuis plus de vingt-cinq ans et en Ouganda depuis plus de vingt ans. Des cars postaux sillonnent également les Alpes suisses et les Hébrides extérieures, des îles écossaises, depuis plusieurs dizaines d'années. Parallèlement, Deutsche Post DHL a récemment lancé un service destiné exclusivement aux passagers afin de diversifier ses activités.

Au Sierra Leone, un pays qui panse encore ses blessures après la guerre civile, l'opérateur désigné Salpost étudie actuellement un projet de rénovation de l'infrastructure postale comprenant la mise en place d'un service «passagers». En outre, au sud du continent africain, des cars postaux circulent cette année grâce à un financement du FAQS. Ils devraient relier six pays.

Qualité de service

Le FAQS propose aux pays-membres de l'UPU un financement pour aider leur opérateur postal à accélérer la distribution du courrier arrivant, afin que 85% des envois transfrontaliers arrivent à destination n'importe où dans le monde en cinq jours ouvrables, objectif de qualité de service fixé par l'Union. L'éloignement de certains villages rend ces objectifs difficiles à atteindre, notamment dans les pays en développement ou les pays les moins avancés (PMA), car si les volumes de courrier sont faibles, les recettes postales peuvent ne pas couvrir les frais de carburant, d'entretien des véhicules, etc.

D'après Kainet Moyo, directeur exécutif de l'Association des opérateurs postaux d'Afrique australe (AOPAA), les disparités dans l'infrastructure postale entre les zones urbaines et les zones rurales posent un problème dans de nombreux pays africains. «Les villages ne sont pas nécessairement situés dans les régions où l'activité économique est florissante, et peuvent donc être très difficiles à atteindre», explique-t-il. «L'absence de capitaux pour l'infrastructure postale et l'état des axes de communication dans les zones rurales compliquent la prestation d'un service universel dans ces régions isolées.»

Pour Loveridge Debebudu, membre du Conseil fiduciaire du FAQS, les cars répondent à un double objectif: contribuer aux recettes postales grâce au service «passagers» et renforcer la chaîne logistique postale africaine. «Les cars postaux peuvent aider les pays enclavés à transmettre leur courrier aux pays voisins à moindre coût.»

Sur la route

Lorsque le service a été lancé en Zambie en 1986, il se limitait à la région centrale du pays, autour de la capitale Lusaka, et à la province de Copperbelt, un pôle économique à la frontière méridionale de la République démocratique du Congo. Actuellement, le service couvre plus de 3 300 km, desservant une grande partie de ce pays enclavé. Postbus Limited, une filiale de Zambia Postal Services, devrait «desservir tous les centres provinciaux si le parc automobile s'améliore à l'avenir», explique George Chipasha, directeur de la filiale.

Ce parc compte aujourd'hui 14 cars d'une capacité de 55 à 69 passagers. Le service a été conçu dans le but d'améliorer la distribution du courrier tout en réduisant les coûts, car les frais de carburant et d'entretien pour les fourgons postaux qui circulaient tous les jours étaient élevés. George Chipasha explique que les cars sont plus efficaces, car ils génèrent des revenus grâce au service de transport de passagers.

A l'heure

Malgré la concurrence féroce de 17 grands opérateurs, certains utilisant des véhicules plus récents, les cars postaux occupent la troisième place à l'échelle nationale grâce à la ponctualité du service proposé. Après une année difficile pour l'entreprise, la circulation des cars et les finances sont reparties à la hausse. D'après George Chipasha, au cours du dernier trimestre de 2013, les recettes ont été de 5 à 10% plus élevées qu'au cours de la même période en 2012.

Postbus a enregistré des pertes s'élevant à 6 500 dollars US au cours de l'exercice budgétaire finissant en août. Il y a eu un grave accident. Un véhicule aurait essayé de doubler un car postal, puis est entré en collision avec un camion venant en sens inverse, ce qui a entraîné un carambolage faisant des dizaines de victimes. L'accident a fait chuter la fréquentation des cars postaux, même si le conducteur et le car ne sont en rien responsables.

George Chipasha ajoute que le drame a mis en avant certains des enjeux du transport de passagers. «La sécurité des passagers et du matériel est fondamentale. Conformément à la politique de l'entreprise, tous les conducteurs suivent une formation de prévention et se soumettent à des tests de conduite deux fois par an, en guise de remise à niveau.»

Difficultés

Il n'en reste pas moins que Postbus connaît des difficultés. Les coûts du travail sont plus élevés que ceux des concurrents du secteur privé, car les conducteurs et les agents d'exploitation ont des contrats permanents

ouvrant droit à une retraite. Le recrutement du personnel sur la base de contrats au rendement d'un à trois ans constituerait, selon George Chipasha, un modèle plus rentable.

Il ajoute que l'état des routes pose un défi majeur, car des chaussées dégradées réduisent la durée de vie des cars, allongent les voyages, et donc augmentent les coûts. Les opérateurs de cars doivent aussi tenir compte des frais d'assurance, de carburant et des ateliers de réparation bien approvisionnés.

James Kuiparima, gestionnaire de projet régional à l'AOPAA et ancien directeur régional de la poste du Zimbabwe, explique que Zimpost a lancé un service de cars postaux il y a quelques années et qu'il projette d'étendre le service. Zimpost compte deux cars dont les itinéraires partent des deux plus grandes villes du pays; quatre cars supplémentaires doivent être livrés en 2014. Le premier itinéraire relie la capitale, Harare, au village de Magunje, au nord du pays. Cette ligne a été lancée en septembre 2013 et s'adresse principalement, selon James Kuiparima, «aux passagers urbains ordinaires, aux fermiers et aux voyageurs ruraux».

La deuxième ligne, opérationnelle depuis mai 2012, fait la navette entre Bulawayo, la deuxième ville du Zimbabwe et les Chutes Victoria. «Si le car est très apprécié, cela s'explique par sa fiabilité, ses tarifs accessibles et son respect des horaires», explique James Kuiparima, et d'ajouter: «la ligne assure la connexion avec un réseau transfrontalier de courrier de surface transportant du courrier (mais pas de passagers) du Malawi et de Zambie qui doit être acheminé au Botswana et en Afrique du Sud». Une troisième ligne devrait bientôt voir le jour. Les cars postaux nationaux, transportant des envois de messagerie, des lettres ordinaires et des colis, parcourent chaque mois plus de 15 000 km et rapportent plus de 14 000 dollars US.

D'un bout à l'autre du continent

Le modèle du car postal a suscité un certain intérêt de l'autre côté du continent. En Ethiopie, l'opérateur postal désigné a lancé son service de cars postaux en 2008. Huit cars, financés par le FAQS, ont d'abord été mis en circulation avec un bilan positif. Habtamu Beyene de la poste éthiopienne explique que la poste a décidé d'en acheter elle-même quatre de plus. L'opérateur souhaite augmenter son parc, qui compte 12 véhicules, et a présenté une demande auprès du FAQS pour financer l'achat de deux cars supplémentaires.

En Ouganda, d'après David Mulobole, qui gère le service, les dix cars parcourent environ 4 300 km chaque jour. Ils circulent du lundi au samedi et transportent des élèves pensionnaires, des touristes, des commerçants et des citadins rendant une visite à leur famille.

Les passagers peuvent monter à bord à la gare centrale de Kampala ou depuis l'un des cinq bureaux de poste en dehors de la capitale faisant office de terminus de ligne. David Mulobole explique que, s'il reste de la place, les passagers peuvent également embarquer en route, principalement aux bureaux de poste de transit.

Les cars de 66 places ont un taux de remplissage proche de 70% et transportent environ 5 000 envois postaux par mois, qu'il s'agisse de lettres ordinaires, de colis, de paquets et d'envois EMS. Dans l'ensemble, le service rapporte environ 100 000 dollars US par mois. Mais les recettes varient en fonction des saisons, les périodes de pointe étant le début et la fin de l'année scolaire ou les fêtes de fin d'année.

Les postes doivent également garder à l'esprit que la dégradation de l'équipement impacte les bénéficiaires. «Les bénéficiaires par véhicule baissent lorsque les cars vieillissent, car les frais de réparation et d'entretien grignotent les recettes», indique David Mulobole, et d'ajouter que c'est au cours des deux premières années que les cars sont le plus rentables.

Une nouvelle orientation

Le Sierra Leone, dévasté par dix ans de guerre civile qui se sont terminés en 2002, panse encore ses plaies. L'infrastructure postale, notamment les bureaux de poste en milieu rural, reste gravement endommagée et la pauvreté a réduit les quantités de courrier. Ceci étant, Salpost, l'opérateur postal, a du mal à garantir le service universel.

Mais des projets sont en cours pour mettre en place cette année un service de cars postaux financé par le FAQS et renforcer ainsi les capacités de ce pays d'Afrique de l'Ouest. «Les gouvernements doivent investir l'argent selon un ordre de priorité et ils donnent plus d'importance à la santé, à l'éducation, à l'assainissement et à l'énergie», affirme Sammy Koroma, directeur général de l'opérateur postal. «La poste n'est qu'une entité au financement limité.»

Mais, à mesure que l'économie du Sierra Leone se développe, l'amélioration de l'infrastructure physique postale s'avère cruciale pour l'activité commerciale. «L'accès à Internet dans les pays en développement est



Une pause sur le parcours à Adama, centre de l'Éthiopie

d'environ 16 %, donc nous avons toujours besoin de la distribution physique du courrier», ajoute Sammy Koroma. Il prévoit l'expansion du réseau postal dans les zones rurales grâce aux investissements publics importants dans la construction de routes nationales ces dernières années. Selon lui, «parallèlement à la croissance et au développement du pays, des points d'accès plus nombreux seront créés. Le potentiel d'expansion est considérable.»

Malgré les améliorations récentes apportées au réseau routier, il n'existe que peu de services de transport de passagers vers les régions rurales au Sierra Leone, à l'exception des taxis privés à l'initiative de petits entrepreneurs. D'après Sammy Koroma, le contexte est donc favorable pour que Salpost propose un service régulier. Les recettes de l'activité de transport public devraient compenser le coût des salaires et du carburant, voire accroître les revenus de la poste: «Nous prévoyons que le service couvre au moins la marge des coûts au bout d'un mois d'exploitation.»

Il est prévu que Salpost reçoive des fonds du FAQS pour l'achat de deux cars d'une capacité de 25 places. Environ 1,5 mètre cube d'espace de stockage sécurisé serait réservé aux envois postaux dans chaque véhicule. Le projet vise à accélérer l'expédition vers 32 points de distribution dans tout le pays. L'objectif est que les envois postaux arrivants dont la destination finale est en dehors de Freetown, la capitale, soient livrés au point de distribution en trois jours ouvrables.

Selon Sammy Koroma, l'UPU a lancé le processus d'achat des cars via le Programme des Nations Unies pour le développement (PNUD). La mise en service des

véhicules devrait intervenir en mars 2014. Même si Salpost emploie déjà des chauffeurs, le transport de passagers implique des compétences particulières et les chauffeurs devront donc être formés aux procédures de sécurité, au service à la clientèle et à la vente de billets.

Afrique australe

Au moment de mettre sous presse *Union Postale*, le FAQS avait approuvé un projet de 2 millions de dollars US pour transporter du courrier et des passagers entre l'Afrique du Sud et ses pays voisins. Le FAQS finance l'achat de sept cars: un pour le Lesotho, le Mozambique et le Swaziland, et deux pour le Botswana et le Zimbabwe. En outre, le Zimbabwe fournit deux cars supplémentaires pour le réseau transfrontalier.

À travers les Alpes suisses

Le modèle de car postal fonctionne dans les pays européens depuis des décennies, même si son rôle est de moins en moins central. En Suisse, la poste propose des services de transport de passagers depuis 1848, année de fondation de la Confédération suisse et de création du service postal national. A cette époque, la diligence était le mode de transport principal dans les régions alpines isolées.

Lors de l'extension du réseau ferré à la fin du XIX^e siècle, ces services se sont associés aux compagnies ferroviaires. En 1906, le premier car postal à moteur a desservi la région de Berne, la capitale suisse, qui accueille le siège de l'UPU. Les malles-poste ont disparu peu à peu dès 1919, au fur et à mesure que la poste convertissait les véhicules militaires en cars postaux pour sillonner les



régions montagneuses. Les itinéraires sont aujourd'hui encore très appréciés des touristes.

Ce service reste un mode de transport important pour les visiteurs et pour les habitants, mais l'entreprise a été transformée en profondeur. Valérie Gerl, porte-parole de CarPostal Suisse, explique que l'opérateur a transformé en 2006 la compagnie de cars en une filiale qui se charge presque exclusivement du transport de passagers et non de l'acheminement du courrier.

L'entreprise exploite un réseau de plus de 11 000 km de routes avec un parc d'environ 2 150 véhicules reconnaissables à leur couleur jaune et au klaxon à trois tons. Si les principales lignes empruntées par les voyageurs sont couvertes par le système ferroviaire suisse, les cars postaux restent un lien important pour les périphéries et les villages isolés. Pour la première fois en 2003, le réseau a franchi la barre des 100 millions de passagers transportés; il franchit également les frontières du Liechtenstein et de la France.

Il existe toutefois encore des régions dans lesquelles la prestation va au-delà du transport de passagers. Prenons comme exemple Isenfluh, un village de 60 habitants de l'Oberland bernois. Depuis 2012, grâce à une entente avec l'unité PostMail, les chauffeurs gèrent là-bas la distribution du courrier et acceptent les dépôts bancaires des clients à domicile.

De même, les chauffeurs se chargent de distribuer et de collecter le courrier dans les boîtes aux lettres de certaines zones des Grisons, la région la plus orientale de la Suisse. Et ce n'est pas tout. Valérie Gerl indique que les chauffeurs «transportent du pain frais, des fruits, des légumes, de la viande et d'autres denrées alimentaires pour l'épicerie du coin».

Ecosse

Plus au nord, le Royaume-Uni a commencé à exploiter des cars postaux en 1967 lorsqu'une commission gouvernementale s'est aperçue que les véhicules de Royal Mail se rendaient dans certaines des zones les plus reculées d'Ecosse. Felicity MacFarlane, responsable des relations extérieures chez Royal Mail, explique que c'était une occasion pour l'entreprise de proposer un service «passagers» fiable et abordable. Environ 50 000 voyageurs utilisent le service chaque année.

La poste exploite aujourd'hui un parc de sept minibus et quatre véhicules supplémentaires en réserve. Les chauffeurs de Royal Mail sillonnent des routes lointaines, par exemple entre Timgarry et Stornoway, dans les

Hébrides extérieures, une kyrielle d'îles situées à l'ouest de l'Ecosse. Plus de 3 600 passagers ont emprunté cet itinéraire en 2012, pour des trajets totalisant plus de 100 000 km.

Les cars transportent des habitants de la région, des écoliers, ainsi que des touristes pendant la saison, explique Felicity MacFarlane. Les chauffeurs distribuent aussi les envois postaux, y compris les livraisons spéciales, à l'exception des colis de grande taille.

Le nombre de cars postaux écossais a néanmoins diminué au fil du temps. Plusieurs lignes qui parcouraient auparavant les Highlands ont été supprimées par Royal Mail en 2009 au motif qu'elles n'étaient plus rentables. Pour Felicity MacFarlane, «dans le cadre du service universel, la mission première de Royal Mail est de distribuer du courrier, pas d'exploiter des services de cars, qui relèvent des autorités locales aux quatre coins du pays».

En voiture avec Deutsche Post

Nouvel arrivé dans le secteur du transport de passagers, Deutsche Post, l'opérateur désigné allemand, a lancé son partenariat avec ADAC, une grande association automobile européenne, en 2013. Contrairement aux services décrits dans cet article, le réseau allemand est exclusivement conçu pour le transport de passagers. Le lancement d'ADAC Postbus a fait suite à la libéralisation du marché des cars longue distance en Allemagne quelques mois auparavant.

A ce jour, le parc de 60 cars de l'entreprise a déjà parcouru 1,1 million de kilomètres d'après le porte-parole de Deutsche Post, Alexander Edenhofer. Dans un communiqué de presse, la poste allemande indiquait que le nouveau service «passagers» visait à compenser le déclin structurel des volumes de courrier; il s'agit «d'une étape importante dans le but de poursuivre la diversification des activités commerciales de la division».

Il est intéressant de constater certaines similitudes entre les services de cars postaux suisses et ceux du Sierra Leone et au-delà. Dans la plupart des cas, il existe un besoin de transport public et de distribution physique du courrier dans les régions isolées, et ces deux fonctions fusionnent pour des raisons d'efficacité. **DK**



DIAPORAMA: CARS POSTAUX EN ETHIOPIE ET EN SUISSE

<http://actualites.upu.int/mediatheque/diaporamas/cars-postaux/>



Solidarité après le typhon dévastateur

Au lendemain du typhon qui a fait plus de 6 000 victimes aux Philippines, l'UPU s'est engagée à participer à la reconstruction du bureau de poste à Tacloban dévasté par la tempête Haiyan en novembre dernier.

TEXTE:
DAVID
KOCH

L'UPU concentrera ses efforts à reconstruire le bureau de poste à Tacloban, le principal centre urbain des Visayas orientales, la région la plus touchée par le typhon Yolanda aux Philippines.

Le bâtiment de Tacloban fait aussi office de centre de distribution pour les trois plus grandes provinces de la zone touchée par la tempête (Leyte, Samar et Samar oriental), desservant les bureaux de poste d'environ quarante villes dans la région. La tempête a gravement endommagé le bâtiment. Les photos montrent l'ampleur des dégâts: fenêtres cassées, cloisons chancelantes, enchevêtrement de débris, toiture arrachée, ordinateurs, balances et machines à écrire détruites, etc.

S'il reste des fonds après la rénovation du bureau de poste de Tacloban, ils serviront à acheter de nouveaux véhicules postaux. L'opérateur PHLPOST a mis à disposition des fourgonnettes pour remplacer les camions détruits, mais leur capacité est limitée et ils risquent de se détériorer rapidement sur les chaussées dégradées.

Lutte pour la survie

Ces informations font suite à une mission menée aux Philippines en février par des agents du Service postal des Etats-Unis (USPS) et le coordonnateur régional de l'UPU basé à Bangkok. Ils se sont rendus dans les différents bureaux de poste de la région et ont été témoins des difficultés des Philippines, qui venaient de connaître le pire typhon de leur histoire.

Selon Josefina de la Cruz, directrice générale de PHLPOST, même si aucun postier n'a été tué dans la catastrophe, nombre d'entre eux restent traumatisés par le typhon. «Les Philippines ont connu de nombreuses catastrophes naturelles, explique-t-elle, mais celle-ci est la pire jamais enregistrée.»

Frank Silva, inspecteur postal basé à Miami (Etats-Unis) qui a dirigé l'équipe spéciale UPU-USPS aux Philippines, explique que, comme les autres Philippines, les postiers ont dû surmonter des épreuves terribles, notamment la disparition de proches.

Jerry, par exemple, un postier de Tacloban, a perdu sa maison dans le typhon, mais a sauvé les membres de sa famille en les abritant sous la toiture d'un garage pour véhicules postaux. Pensant que sa famille serait en sécurité dans le bâtiment en béton, il a demandé à la directrice la permission de s'y abriter. Comme les eaux n'arrêtaient pas de monter, il a dû improviser.

Il a empilé de lourdes tables en bois, percé un trou dans le plafond à mains nues, puis a fait monter sa femme et ses trois enfants, dont un bébé âgé de neuf mois, dans les combles. Les camions postaux flottaient et le niveau d'eau est presque monté jusqu'au plafond où ils avaient trouvé refuge.

Dans une tentative désespérée de faire grimper sa famille sur le toit pour échapper à la noyade, Jerry a donné un coup de pied dans un pignon pour y faire un trou. Le niveau d'eau a fini par baisser et sa famille a survécu. Frank Silva, qui a entendu l'histoire de Jerry lors de la mission, a rendu hommage à l'attitude héroïque du postier: «C'est une histoire de lutte et d'espoir.» La directrice de ce bureau de poste, quant à elle, s'est cramponnée à un manguier pendant plus de cinq heures avec son neveu pour ne pas être emportée par les eaux.

Vagues destructrices

La tempête a soulevé des vagues de deux à six mètres de haut, qui ont déferlé sur les villes et les villages de la côte alors que des vents extrêmement violents détruisaient des bâtiments et des débris volaient dans tous les sens.



Jerry (à gauche) montre à Frank Silva où il a abrité sa famille dans le garage du bureau de poste à Tacloban

«Les eaux ont commencé à monter, renversant les murs et tout ce qui se trouvait sur leur passage», explique Frank Silva. Il décrit un bureau de poste à Guiuan, une ville sur la côte du Pacifique, comme ayant eu «le toit totalement arraché». Il ajoute: «D'autres installations ont connu le même sort. Certaines ont été entièrement balayées.»

Les services postaux commençaient à reprendre dans certaines régions isolées lors de la visite de l'équipe en février, mais l'activité postale était encore loin de la normale, en raison de problèmes bien plus graves. Selon Frank Silva, «cela ne sera facile, parce qu'il n'y a plus de maisons où distribuer le courrier».

Leçons à tirer

Quelles leçons tirer du passage du typhon? «Les gens ne savaient pas que l'eau allait atteindre un tel niveau. Le matériel aurait pu être monté à l'étage. Cela n'a pas été fait, car personne n'imaginait trois mètres d'eau dans le bureau de poste», répond Frank Silva.

Alors que les climatologues prévoient de nouvelles tempêtes à l'avenir, un groupe de l'UPU se penche sur l'expérience aux Philippines pour élaborer une politique en matière de gestion des risques liés aux catastrophes naturelles. Objectif: aider les postes à établir des plans pour faire face aux situations d'urgence, évaluer les risques lors de la construction des infrastructures et coopérer avec d'autres groupes internationaux sur le terrain au lendemain de catastrophes naturelles.

Le groupe de gestion des risques a vu le jour lors du Congrès de Doha en 2012, sur proposition du Japon, suite au tremblement de terre et au tsunami de 2011.

«Mieux vous êtes préparés, plus vous avez de chances de pouvoir rapidement reprendre le service», explique Pat Mendonca, président du groupe et directeur du bureau du Postmaster General de l'USPS.

Valeur de symbole

Pour Pat Mendonca, la reprise rapide du service postal est fondamentale dans les zones touchées par les catastrophes. En effet, une telle reprise a valeur de symbole, dans le sens où le pays se relève et la vie reprend son cours. En recevant à nouveau du courrier, les victimes penseront: «Au moins, je reçois mon courrier, c'est donc que le gouvernement agit.»

Le vaste réseau de la poste peut aussi servir de chaîne d'approvisionnement vitale et de moyen de communication, notamment dans les régions isolées. «Les postes disposent de personnel, d'installations et de véhicules à peu près partout; c'est une ressource permanente», déclare Pat Mendonca.

Aux Philippines, Josefina de la Cruz explique que la poste a aidé à collecter et à distribuer des dons, des générateurs mis à disposition par le Programme des Nations Unies pour le développement et des fonds en espèces de la Croix-Rouge internationale. «PHLPOST était la seule entité capable de procéder à cette distribution.» **DK**



Les clients thaïlandais mieux desservis

LE PROJET EN BREF

Projet:

Acquisition de 20 fourgonnettes et de 10 camions diesel d'une capacité d'une tonne pour la distribution du courrier.

Pays:

Thaïlande

Indicateurs de résultats:

- Améliorer de 2 ou 3% le nombre d'envois postaux partant de la capitale Bangkok et livrés dans la capitale à J+1.
- Améliorer de 2 ou 3% le nombre d'envois postaux partant du reste du pays et livrés hors de la capitale à J+3.
- Accroître de 20% le niveau de satisfaction de la clientèle concernant la livraison du courrier.

Prix:

Lauréat du FAQS 2013

Coordonnateur FAQS

Ariya Thongbai
Chef des relations internationales
Thailand Post

TEXTE: FARYAL MIRZA

INVITÉ: ARIYA THONGBAI

Union Postale: Pourquoi fallait-il améliorer la livraison des envois postaux de 2 ou 3%?

Ariya Thongbai: En fait, ce chiffre n'est pas très ambitieux, car seuls 19 bureaux de poste utilisent des fourgonnettes pour distribuer le courrier. Avant le lancement du projet, nous avons constaté que la norme de qualité de J+1 pour les envois postaux partant de Bangkok et livrés dans l'agglomération était d'environ 90%. La norme de qualité de J+3 pour les envois livrés dans le reste du pays était de 80%. Comme nous n'avions pas l'intention d'établir une norme de qualité de service très élevée, nous étions un peu inquiets quant au taux insatisfaisant de la distribution. Cela dit, l'évaluation technique du projet a été favorable, et nous étions satisfaits du résultat.

Quelle était la situation avant l'arrivée des fourgonnettes et des camions financés par le FAQS?

Dans la plupart des cas, nous utilisons des motocyclettes pour livrer le courrier. Ce mode de transport est particulièrement adapté au trafic dense de l'agglomération de Bangkok. En revanche, il arrive un moment où le volume d'envois à distribuer dépasse la capacité des motocyclettes. L'utilisation d'autres véhicules devenait alors une solution. Un facteur conduisant une motocyclette ne peut pas livrer de grandes quantités de courrier en une seule tournée; par ailleurs, les envois peuvent être perdus pendant le transport.



Les nouveaux véhicules opérationnels
(Photo: Thailand Post)

Comment les vingt fourgonnettes et les dix camions ont-ils aidé la poste à atteindre ses objectifs?
 Dans une fourgonnette, on peut transporter des envois postaux de tous formats (petites ou grandes lettres, petits colis, envois lourds ou volumineux). Aucun envoi n'est laissé de côté pour être livré le lendemain. En même temps, les envois sont en sécurité et arrivent intacts, car les véhicules sont équipés d'un système de verrouillage, pour empêcher toute perte ou dommage. Les nouveaux véhicules améliorent aussi l'image de la poste thaïlandaise en matière de qualité de service et renforcent la confiance des clients.

Quel volume de courrier une fourgonnette de livraison peut-elle contenir?
 On peut placer entre 30 et 50 sacs postaux dans une fourgonnette, chacun contenant des envois triés et prêts pour la distribution jusqu'au dernier kilomètre.

Comment sont répartis les nouveaux véhicules?
 Les 20 fourgonnettes ont été affectées à 10 bureaux de poste de l'agglomération de Bangkok et de ses banlieues: Pak Kret, Min Buri, Dusit, Ram Inthra, Rong Muang, Samre, Bangkok Noi, Bang Rak, Lak Si et Khlong Luang. Les 10 camions diesel sont utilisés par les bureaux de poste de neuf provinces: Samut Prakarn, Chon Buri, Bang Lamung, Chiang Rai, Nakhon Sawan, Hua Hin, Phuket, Thalang et Phitsanulok.

Quel était le niveau de satisfaction de la clientèle avant la mise en circulation des nouveaux véhicules, et comment a-t-il évolué?
 Le niveau de satisfaction concernant la livraison du courrier avant la mise en œuvre du projet était de 60%. Il a atteint plus de 95% après la mise en circulation des fourgonnettes et des camions. Concernant le suivi des envois, des questionnaires ont été envoyés aux clients vivant dans les régions desservies par les nouveaux véhicules. L'étude a été effectuée après une période d'essai de trois mois d'utilisation des nouveaux véhicules.

A l'avenir, comment allez-vous encore améliorer la qualité du service?
 Nous prévoyons l'acquisition, d'ici à la fin 2014, de 41 camions diesel. Les nouveaux véhicules devraient être utilisés parallèlement aux motocyclettes dans l'agglomération de Bangkok et dans les différentes provinces. **FM**

LE FONDS POUR LA QUALITE DE SERVICE (QSF)
 finance des projets visant à améliorer la qualité des flux arrivants de lettres. En 2013, le Conseil fiduciaire a approuvé des projets de 31 pays pour un montant de 7,48 millions de francs suisses. Le FAQS dispose de 90 millions de francs suisses.





Des barrières sont tombées à Bali

Après le suspense ayant précédé la conclusion de la Conférence ministérielle de l'Organisation mondiale du commerce (OMC) en décembre 2013, la mise en œuvre des mesures du «Paquet de Bali» a débuté. L'accord sur la facilitation des échanges transfrontaliers de marchandises en fait partie. Dans ce domaine, l'UPU a un rôle à jouer, selon Dolores Halloran, économiste à l'unité de facilitation du commerce à l'OMC.

TEXTE:
MORVEN
MCLEAN

PHOTO:
IFAD/
SUSAN
BECCIO

Union Postale: Il a fallu surmonter de nombreux obstacles avant d'aboutir à un accord mondial entre les membres de l'OMC à Bali. Mais il semble que chacun ait admis la nécessité d'un accord spécifique sur la facilitation des échanges.

OMC: Bali a été un succès. Tous les membres souhaitaient que la Conférence aboutisse à un résultat concret. Si les positions sur des aspects précis n'étaient pas toujours convergentes, chacun voulait éviter l'échec de la Conférence ministérielle, car tout le monde connaissait les conséquences d'un tel scénario. L'importance de la facilitation des échanges est depuis longtemps reconnue par tous les pays, industrialisés ou en développement.

Quels étaient les points d'achoppement lors des discussions sur la facilitation des échanges?

La portée de l'accord a été largement débattue et négociée tout comme ce fut le cas des mesures nécessaires pour assurer son application par tous les membres de l'OMC. Les dispositions sur un traitement spécial et différencié pour les pays en développement et les pays les moins avancés ont été cruciales. De nombreux membres étaient disposés à accepter les mesures de facilitation des échanges, selon le mécanisme qui leur serait proposé pour leur mise en œuvre. Au fil des négociations, les diverses parties

ont mieux compris les positions et les besoins réels de leurs partenaires. Cette évolution associée à une forte volonté politique affichée vers la fin des négociations a permis de dégager l'accord.

Le point de vue et les besoins des pays en développement différaient de ceux des pays développés. Pourriez-vous esquisser les différentes positions?

L'accord sur la facilitation des échanges n'opposait pas les pays développés aux pays en développement. L'écrasante majorité des pays en développement souhaitaient le bouclage du Paquet de Bali et de l'accord. Les opinions divergeaient souvent sur diverses questions, mais toutes les parties ont clairement compris les avantages du Paquet lorsqu'il a été présenté dans sa globalité.

Lors des négociations, les pays en développement et les pays les moins avancés ont voulu faire reconnaître les contraintes qui seraient les leurs et s'assurer que des mesures d'adaptation soient prévues. La section II de l'accord prévoit une assistance et une formation pour aider ces pays à mettre en œuvre les dispositions du texte signé. Elle prévoit aussi des assouplissements pour que ces pays puissent choisir eux-mêmes le rythme auquel ils appliqueront les dispositions particulières.

Centre de récolte de cacao en libre échange à Monte Bello, São Tomé. Les fèves de cacao sont pesées et stockées avant d'être envoyées au Royaume-Uni. Là-bas, elles entrent dans la production de boissons chocolatées.

«Les gouvernements, les commerçants et les consommateurs profiteront des avantages d'un cadre commercial plus transparent et prévisible.»

Dolores Halloran, Organisation mondiale du commerce

Quelles sont d'après vous les clauses les plus importantes de l'accord?

Les avis varient selon les pays. Cela dépend des problèmes auxquels sont confrontés les exportateurs dans ces pays. Un élément essentiel de l'accord est la mise en place de mesures pour les pays en développement et les pays les moins avancés qui pourront bénéficier de l'assistance technique et de l'appui en matière de formation indispensables à la mise en œuvre des dispositions idoines. Ces pays disposeront aussi de tout le temps nécessaire pour cette mise en œuvre.

L'accord permet en effet à ces pays de déterminer eux-mêmes leur calendrier de mise en œuvre. Ces assouplissements et garanties permettent d'assurer l'application de l'accord de facilitation des échanges qui générera des emplois et ouvrira des perspectives dans un contexte caractérisé par le chômage et une faible croissance. La mise en œuvre de l'accord permettra aussi de fournir une assistance technique et une formation pour augmenter la participation des pays en développement et des pays les moins avancés aux échanges mondiaux.

Quelles sont les mesures susceptibles d'avoir l'impact le plus important en terme de réduction des coûts pour les membres de l'OMC ?

Cela dépend de la situation de chaque pays. S'il s'agit d'un pays enclavé, les dispositions sur le transit seront plutôt importantes. Beaucoup dépendra aussi du nombre de réformes réalisées en matière de facilitation du commerce. Pour les pays en développement et les pays les moins avancés, les délais de mise en œuvre qu'ils choisiront auront aussi un impact sur le rythme de réduction des coûts.

Que changera cet accord dans la pratique?

Il augmentera les opportunités de développement du commerce. La facilitation des échanges a des effets importants sur tous les pays, en particulier les pays en développement et les pays les moins avancés, dès lors qu'elle leur permet de fournir des marchandises

et des services en temps utile, tout en leur ouvrant davantage l'accès à la chaîne de valeur mondiale. Les pays développés deviennent quant à eux des espaces plus attrayants pour les affaires.

L'accord permet aussi d'«internationaliser» les petites et moyennes entreprises (PME) qui créent des emplois et redistribuent les richesses dans de nombreux pays. Ces PME auront, en effet, un meilleur accès aux chaînes d'approvisionnement internationales. Avec des coûts réduits, des investissements et plus d'échanges, les revenus devraient aussi progresser. Les gouvernements, les commerçants et les consommateurs profiteront des avantages d'un cadre commercial plus transparent et prévisible.

Quand pourrions-nous voir l'accord mis en œuvre?

Il entrera en vigueur une fois que les deux-tiers des membres de l'OMC l'auront ratifié. Les travaux ont déjà débuté à Genève pour promouvoir le processus. Créé récemment, le Comité préparatoire de la facilitation des échanges s'est réuni en janvier. Il a pour fonction d'accélérer la mise en vigueur de l'accord et de préparer le bon fonctionnement de cet instrument. L'objectif est l'entrée en vigueur de l'accord d'ici à juillet 2015.

Quel rôle pourraient jouer les services postaux dans la mise en œuvre de l'accord?

L'UPU pourrait jouer un rôle utile de promotion et de sensibilisation. Elle pourrait ensuite fournir à ses membres l'assistance technique et la formation. **MM**



GUIDE OMC DE FACILITATION DU COMMERCE POUR LES ENTREPRISES

<http://www.intracen.org/wto-trade-facilitation-agreement-business-guide-for-developing-countries/>

NEUVIÈME CONFÉRENCE MINISTÉRIELLE DE L'OMC

<https://mc9.wto.org/>

Macao innove dans la soie

La poste de Macao a récemment émis un timbre qui fait la part belle aux matériaux inédits et aux techniques d'impression innovantes pour étendre le marché et renforcer la sécurité des produits philatéliques.

**TEXTE:
KAYLA
REDSTONE**

En mars, la poste de Macao a lancé son tout premier produit en soie: un feuillet-souvenir émis pour commémorer son 130^e anniversaire. Le feuillet, en véritable soie italienne, représente le siège de la poste et juxtapose des photos historiques des services postaux.

Par le passé, la poste de Macao avait déjà eu recours à des techniques d'impression inédites, tels que différents gaufrages, encres et feuilles, mais c'est la première fois qu'elle imprime des produits philatéliques sur de la soie. Le choix de la soie symbolise le caractère durable de la poste, explique la directrice générale, Derby Lau.

«Nous déterminons la technique particulière en fonction du motif et du dessin», précise-t-elle. «La soie véhicule auprès des gens une idée de préservation et de durabilité.»

L'entreprise chargée de l'impression des timbres transfère les images sur la soie à l'aide d'un procédé d'impression lithographique offset qui nécessite plus d'attention que l'impression traditionnelle sur papier, en raison de la texture hétérogène de la surface du matériau. «Le temps de production est presque identique à celui du procédé d'impression offset normal, mais il faut environ un mois pour fixer la soie au papier», explique-t-elle.

L'utilisation de la soie n'est pas une mince affaire. En effet, il faut séparer le timbre du feuillet à l'aide de ciseaux, avec le risque que l'encre des cachets coule sur le tissu. Derby Lau précise qu'il est plus simple de produire un feuillet-souvenir collectionnable en soie qu'un feuillet entier de timbres en soie.

«Je pense qu'il faut réaliser plusieurs tests sur les nouveaux matériaux et déterminer s'ils sont appropriés pour les timbres-poste», indique-t-elle.

Aux postes qui souhaitent utiliser de nouveaux matériaux, Derby Lau conseille de tenir compte de la conception des timbres, de leur adhésivité, de leur durabilité et de la quantité à imprimer par rapport au prix. Il faut aussi déterminer si une encre spéciale est nécessaire pour oblitérer le timbre. **KR**



**VIDÉO:
NOUVELLES TECHNIQUES PHILATÉLIQUES**

<http://actualites.upu.int/mediatheque/films-video/philatelie>



Dessiner les orientations du secteur

Une nouvelle publication de l'UPU analyse l'économie du secteur postal sous quatre angles différents: aperçu, tendances, modèles et opportunités.

TEXTE:
JOSÉ
ANSÓN

En ces temps de transformation radicale du secteur postal, il est important de comprendre son évolution au fil des ans, sa relation avec le système économique et son orientation stratégique. *Stratégies de développement pour le secteur postal: perspective économique*, dernière publication de l'UPU, présente une perspective à long terme avec une attention particulière sur les opérateurs postaux publics au cours des trente dernières années. Il livre une image en temps réel du secteur, fondée sur des données postales de masse recueillies quotidiennement, et dévoilant ainsi l'une des meilleures opportunités pour le secteur en termes de prévisions et de conception de produits.

La publication explique les raisons pour lesquelles certaines politiques sectorielles ne peuvent pas être aisément transposées d'un lieu à un autre (ou ce qu'il faut éviter, quand, pourquoi et où). Il est essentiel pour la survie du secteur, sans parler de son développement, de comprendre les différences structurelles entre les pays industrialisés et les pays en développement. Il est tout aussi important de fournir aux décideurs et aux stratèges des outils et des applications d'information économique fondés sur un cadre d'analyse moderne des données, afin qu'ils puissent saisir au plus tôt les opportunités de demain.

L'analyse proposée dans cette publication revêt un caractère véritablement mondial. Dans cette nouvelle ère de la connectivité, avec une population mondiale de plus de sept milliards d'habitants, ce serait une erreur stratégique de ne pas créer et développer des réseaux postaux «cyberphysiques» susceptibles de permettre à

tout citoyen et à toute entreprise d'être connectés à un réseau mondial de services logistiques et de communication.

L'«effet de club» est un phénomène bien connu dans le domaine de l'économie de réseau: plus la participation est forte au sein d'un réseau, plus le réseau est utile pour chacun des participants et plus la valeur globale du réseau lui-même est élevée. En fait, depuis la révolution du timbre-poste, lancée par Rowland Hill en Grande-Bretagne au XIX^e siècle, suivie de l'utilisation par William Gladstone, premier ministre britannique, du réseau de distribution de la poste pour la mobilisation de la petite épargne, les principales avancées dans le secteur postal ont toujours été réalisées sur la base du principe de l'inclusion de tous dans le système postal. Ces avancées ont contribué à concrétiser la vision utopique d'un accès universel aux services postaux dans les pays industrialisés.

Les résultats de la recherche révèlent l'énorme potentiel que l'exploitation de ces données postales de masse représente pour le développement des activités et du secteur. En outre, ces données peuvent être fusionnées avec d'autres données macroéconomiques pour faciliter la compréhension des mécanismes des échanges économiques et des chaînes logistiques aux niveaux national et international, ainsi que de leurs incidences sur le bien-être des citoyens. La mondialisation sociale et économique évolue avec l'explosion du commerce électronique et l'on peut à présent dresser un tableau de la situation socioéconomique globale en temps réel. Pour les postes et les gouvernements, les moyens d'analyse des données au XXI^e siècle donnent non seulement une

représentation du secteur en temps réel, mais ils ouvrent aussi la voie à de nouveaux services et à de nouvelles politiques et stratégies dans un monde en rapide évolution.

La perspective à long terme analysée, laquelle est axée sur les opérateurs postaux existants, révèle les tendances économiques fondamentales du secteur. Ces tendances montrent la dissociation des envois de la poste aux lettres du produit intérieur brut, la (re)diversification du secteur et l'accroissement de la part de certaines activités dans la consommation postale (p. ex. colis par rapport aux lettres), le rôle central de la main-d'œuvre en tant que principal facteur de production et l'évolution de l'architecture contractuelle du réseau de distribution visant à transformer les coûts fixes en coûts variables grâce à des alliances commerciales, ou à permettre un partage des coûts fixes avec des partenaires.

Cette perspective met en exergue l'absence de convergence à long terme entre les pays industrialisés et les pays en développement en matière de développement du secteur postal, alors que la convergence économique entre les pays industrialisés et les régions en développement n'a jamais été aussi forte qu'au cours des trente dernières années. Cette disparité suggère un échec du développement de l'économie postale dans la plupart des économies les moins avancées. Quelle peut être alors la solution? Des stratégies postales différentes pour les opérateurs au sein de ces économies, une meilleure organisation du marché postal et des modèles d'économie postale encourageant la participation de la plupart des citoyens au système postal. Le développement des services financiers postaux constitue une exception à ce manque de convergence sectorielle, révélatrice du potentiel global à exploiter.

Cette faible convergence postale soulève de nombreuses questions structurelles qui sont abordées dans la publication. Celle-ci tient compte des différents facteurs du développement de l'économie postale dans les économies avancées et les économies moins développées, et montre comment le manque d'organisation et de régulation du marché a nui à la croissance des échanges

postaux dans de nombreux pays et régions en développement. Pour la première fois, une étude approfondie traite de l'organisation et de la régulation du marché postal en Afrique subsaharienne. Ces questions contrastent fortement avec le développement des marchés postaux au sein de l'Union européenne, présenté dans un autre chapitre. La leçon: les politiques économiques postales dont la convergence est artificielle n'assurent pas une convergence sectorielle en termes de production de services postaux.

Enfin, l'ouvrage s'intéresse au potentiel existant encore inexploité au profit du secteur postal, notamment en matière d'inclusion financière et de développement des échanges postaux internationaux à l'ère du commerce électronique. Par exemple, avec plus de deux milliards de personnes non bancarisées dans le monde, les réseaux postaux sont bien placés pour fournir les services aux personnes n'ayant pas pleinement accès aux banques et à d'autres établissements financiers ainsi que pour faciliter les paiements effectués par l'Etat au profit des citoyens, notamment pour le versement des prestations sociales.

La recherche est un processus continu et doit se poursuivre afin que des outils d'analyse économique sectorielle globaux et des applications utiles, fondées sur les données postales de masse, puissent être élaborés au profit de tous les pays-membres de l'UPU et de la communauté postale internationale dans son ensemble. **JA**

José Ansón est un économiste spécialiste du secteur postal au Bureau international de l'UPU

COMMANDER

Stratégies de développement pour le secteur postal: perspective économique

AUTEURS:

José Ansón, Matthias Helble, Marie-Odile Pilley, Joëlle Toledano Bialot, Rudy Cuadra, Guillermo Ronderos, Altamir Linhares

CONTACT:

jose.anson@upu.int



Timbre SMS pour client mobile

Les opérateurs postaux exploitent le potentiel des appareils mobiles et des nouvelles technologies pour vendre des timbres à leurs clients connectés. Au lieu d'acheter un timbre physique, le consommateur peut acheter un code alphanumérique par SMS, à copier dans le coin d'une enveloppe. Même si les timbres SMS ne remplaceront pas les timbres conventionnels, ils sont très pratiques et accessibles partout.

**TEXTE:
DAVID
KOCH**

La Poste Suisse propose actuellement un service d'affranchissement mobile dans le cadre d'un projet pilote d'une année. Ce service ne s'applique qu'aux lettres de première classe du régime intérieur jusqu'à 200 grammes, dont les dimensions maximales ne dépassent pas 25x17,6x2 cms. Il a été conçu pour des clients très occupés, un segment de marché couvrant tous les groupes d'âge et niveaux de revenus, selon le porte-parole de La Poste Suisse, Bernhard Bürki. «La Poste a déjà vendu des dizaines de milliers de timbres SMS depuis le lancement du service en 2013», indique-t-il. «C'est simple et rapide».

Les experts voient ce service d'un œil favorable. «Une entreprise doit agir sur plusieurs niveaux pour s'adresser au client. La commodité est l'un de ces niveaux», explique Ajay Sirsi, professeur de marketing à York University au Canada. «Cette innovation devrait plaire aux grands utilisateurs de technologies mobiles, tels que les prosommateurs ou les consommateurs de produits hi-tech.»

Textez un timbre

Pour proposer ce nouveau service, La Poste Suisse a établi un partenariat avec deux grandes sociétés de télécommunication, Swisscom et Sunrise. Leurs clients détenteurs de smartphones utilisent leur service de messagerie textuelle pour saisir le mot «TIMBRE» et l'envoyer au 414. Ils peuvent aussi accéder à ce service à l'aide d'une application de La Poste Suisse. En quelques secondes, le client reçoit par SMS un code à douze caractères et des instructions pour recopier ce code dans l'angle supérieur droit de l'enveloppe.

Le prix du timbre SMS (1,20 franc suisse) est décompté

automatiquement sur la facture téléphonique de l'utilisateur ou débité de son compte mobile prépayé. Le code permet d'affranchir une seule lettre et doit être utilisé dans les dix jours. Le prix payé comprend le coût d'un timbre normal pour une lettre prioritaire à 1 franc, plus le coût d'expédition et de réception des messages textes, des services techniques fournis par les tiers et des taxes en vigueur, explique Bernhard Bürki.

Les prosommateurs semblent être les clients visés par la poste du Danemark avec son Mobilporto, qui cible les jeunes consommateurs férus de technologies mobiles. «L'idée derrière ce timbre est de créer un produit qui faciliterait à nos clients l'envoi d'une lettre», précise Morten Nielsen, responsable de la communication à la poste danoise. Ce service pourrait aussi rajeunir l'image de la poste en tant qu'entreprise innovante.» Le service danois a été lancé pour certains formats de lettre en avril 2011, puis étendu à tous les formats en août 2012. Les petits paquets jusqu'à deux kilos peuvent aussi être affranchis par ce moyen, ce qui le rend intéressant pour les transactions du commerce en ligne. Comme la vente est limitée à un seul timbre SMS à la fois, le service s'adresse à une clientèle privée.

Changement d'échelle

Durant sa première année d'exploitation, Mobilporto a généré quelque 400 000 timbres, selon les informations publiées. En février 2013, la poste danoise a étendu le service au courrier international. A cette occasion, l'opérateur a demandé à l'UPU d'émettre en son nom une circulaire à l'intention de tous ses pays-membres,



Post Danmark, aussi simple qu'un coup de langue sur un timbre (Photo: Morten Bengtsson)

demandant aux postes «d'informer immédiatement leurs centres de traitement et leurs bureaux de poste» de l'existence de ce service, afin d'éviter tout problème de traitement lié à l'identification de l'affranchissement des lettres. Cela n'a posé aucun problème à ce jour, selon la poste danoise. Les destinations les plus fréquentes des envois internationaux affranchis par ce moyen sont les îles Féroé, le Groenland et d'autres pays européens.

Sans problème

Les opérateurs postaux proposant ce type de service devraient-ils s'inquiéter d'obstacles éventuels? Selon le Règlement de la poste aux lettres de l'UPU, c'est l'opérateur désigné d'origine qui doit vérifier que l'envoi soit correctement affranchi. Pour les timbres SMS, leur traitement à l'étranger ne devrait pas poser de problème, car la vérification est effectuée par la poste d'expédition. «L'affranchissement est généralement contrôlé au guichet, quand le client dépose son envoi ou quand l'envoi est oblitéré», explique Seydou Konaté, chef du programme *Amélioration de la qualité* à l'UPU. «Il n'empêche que les postes à l'étranger doivent être informées de ce nouveau mode d'affranchissement.»

Commode pour les clients

Au Danemark, la grande majorité des clients de Mobilporto – environ 82% d'entre eux – utilisent le service via l'application de la poste pour smartphones, qui fonctionne sur les plateformes iOS (iPhone et iPad), Android et Windows, explique Morton Nielsen. Le timbre SMS (un code à douze caractères) est valable sept jours. Les lettres affranchies par ce moyen sont traitées par le même type de trieuses que le courrier conventionnel, mais dotées de la technologie mobile nécessaire pour

contrôler la validité du code. Si le code est mal écrit, la trieuse photographie automatiquement la lettre et envoie l'image au personnel, qui vérifie et corrige le code, à l'instar des lettres dont les adresses sont mal écrites.

Et la philatélie?

Personne ne s'attend à ce que les codes remplacent les timbres, qui conservent leur attrait d'œuvres d'art en miniature pour les collectionneurs. «Il y aura toujours un marché pour les timbres traditionnels, estime Morton Nielsen. Nous pensons que le timbre SMS est une variante de plus, pas un produit de remplacement.»

La demande de timbres physiques reste forte chez les philatélistes, qui voient dans les timbres des objets de collection de valeur. «Les timbres conventionnels restent appréciés des philatélistes, même si les postes proposent des services innovants, comme l'affranchissement par SMS», déclare Louis Virgile, chef du programme «philatélie» à l'UPU.

Les ventes de timbres aux collectionneurs constituent une activité très lucrative pour les opérateurs, étant donné que le coût de distribution d'une lettre, principale source de dépense du commerce des timbres, est inexistant. Au sens strict du terme, ajoute Louis Virgile, ces codes générés par ordinateur ne sont pas des timbres. Selon la Convention de l'UPU, le motif d'un timbre doit entretenir un rapport étroit avec l'identité culturelle du pays émetteur ou contribuer à la promotion de la culture ou au maintien de la paix, et comprend généralement le nom du pays ou du territoire émetteur et la valeur faciale exprimée. Autant de bonnes nouvelles pour les postes, qui rajeunissent leurs services pour rester au goût du jour. **DK**



Nouveaux visages

Bien que les régions qu'ils représentent soient distinctes, les nouveaux dirigeants de deux unions restreintes doivent relever les mêmes défis.

TEXTE:
CATHERINE
MCLEAN

Le début de l'année a coïncidé avec l'arrivée de Hongliang Lin à la tête de l'Union postale de l'Asie et du Pacifique (APPU), qui couvre une vaste région allant de l'Afghanistan et l'Inde à la Thaïlande et à l'Australie. Hongliang Lin travaille depuis vingt-huit ans dans le secteur postal et apporte à cette union restreinte son expertise du marché chinois et sa grande expérience internationale. Roberto Cavanna a été, quant à lui, élu à la tête de l'Union postale des Amériques, de l'Espagne et du Portugal après avoir dirigé la poste de l'Equateur.

Ces nouveaux dirigeants répondront aux besoins de leurs membres tant à l'échelle régionale qu'internationale. Et ce n'est pas une mince affaire, car ils devront identifier des objectifs convergents en dépit d'intérêts divergents de chaque pays ou de chaque opérateur postal. Les pays-membres attendant d'eux des compromis et une source d'inspiration pour un secteur qui fait face à de grands défis et de grandes opportunités.

SECRÉTAIRE GÉNÉRAL DE L'UPAEP

Roberto Cavanna



Union Postale: Comment votre fonction de dirigeant de la poste de l'Equateur vous a-t-elle préparé à ce nouveau poste?

J'ai appris que la société change à la vitesse de l'éclair. Par conséquent, nous devons faire des réformes structurelles partout. Nous essayons de répondre aux nouveaux besoins sociaux en adaptant les services actuels et en fournissant d'autres services apportant de la valeur ajoutée. Le secteur postal est la preuve vivante de cette rapide évolution. Et l'UPAEP doit s'adapter aux besoins actuels.

Quelles sont vos principales responsabilités?

La région couverte par l'UPAEP est une région dotée d'un fort potentiel de croissance. L'organisation a pour grande mission d'apporter plus d'efficacité, de renforcer la logistique et la sécurité postale tout en soutenant les activités opérationnelles à l'échelle régionale avec une portée mondiale.

Nous sommes des partenaires clés dans le développement et le déploiement de la Stratégie postale mondiale de l'UPU, dans sa prise en charge et sa mise en œuvre à

DIRECTEUR DE L'APPU

Hongliang Lin



Union Postale: Comment vous préparez-vous à votre nouvelle fonction?

Hongliang Lin: C'est un grand défi, non seulement à titre personnel, mais aussi pour le secteur postal, car le monde évolue rapidement. Je travaille dur, compte tenu de ce qui nous attend, ce que nous avons fait et ce que nous devons faire aujourd'hui.

Quels sont vos objectifs pour les prochaines années?

Nous avons du pain sur la planche. Bien sûr, nous avons

besoin de ressources et de soutien tant à l'interne qu'à l'externe. Nous réfléchissons à la meilleure façon d'aider les postes à créer de nouveaux services et à améliorer la qualité de ceux disponibles pour répondre aux besoins des citoyens et contribuer au développement des économies nationales.

Au cours des vingt à trente dernières années, la situation des postes dans le monde a évolué très rapidement. Par exemple, certaines postes font partie du gouvernement, alors que d'autres sont des entreprises publiques. Presque chaque pays-membre doit améliorer ses services et développer son réseau postal.

L'Asie-Pacifique est une région tout à fait spécifique avec des contextes nationaux et régionaux divers et variés. Bien sûr, c'est une gageure pour nous de répondre aux besoins de membres si différents.

Comment trouvez-vous une solution commune pour répondre à tous vos membres?

Personne ne peut répondre aux besoins de tout le monde, mais nous essayons de répondre aux besoins de la majorité d'entre eux. Nous avons bien réussi, par le passé, dans le domaine de la formation.

Quels projets ou initiatives devraient être entrepris à l'APPU?

Le commerce électronique représente une grande opportunité pour le secteur postal dans le monde entier. Dans notre région, le commerce en ligne progresse très vite dans plusieurs pays. Si nous laissons passer cette opportunité, quelles seront les chances de réussite du secteur postal à l'avenir?

l'échelle régionale. En travaillant avec l'UPU, nous pouvons mieux échanger nos expériences et notre savoir-faire dans des domaines tels que la réforme, la régulation, la gouvernance et les frais terminaux.

Cette année, nous voulons investir plus de 820 000 dollars US dans le développement et le déploiement des projets. Nous nous concentrerons sur la mise en œuvre de nouveaux services et la diversification des activités, l'amélioration de la qualité de service, les projets de régulation et d'autres questions importantes pour la région.

Les membres de l'UPAEP couvrent une vaste région géographique. Qu'ont-ils en commun?

Lors de ma campagne, j'ai visité 25 des 28 pays-membres. J'ai appris que nous évoluons dans un contexte difficile, face à de nouvelles tendances et de nouveaux défis. La situation est identique dans toutes les régions. Nous avons les mêmes problèmes: baisse des volumes de courrier, plus de concurrence, nouvelles tendances, nécessité de trouver plus de ressources et d'améliorer la qualité de service, mais aussi de s'adapter. L'UPAEP est

une région hétérogène et nous devons travailler ensemble pour atteindre nos objectifs.

Je travaillerai à combler le fossé entre le développement postal des pays-membres de l'UPAEP et à garantir à la fois des niveaux plus élevés de qualité de service et une qualité plus uniforme d'une région à l'autre.

La plupart des opérateurs postaux dans votre région détiennent moins de 20% de parts de marché. Comment pouvez-vous augmenter ce chiffre?

Nous devons travailler avec les gouvernements pour changer la donne. L'Etat a la responsabilité finale de garantir la fourniture d'un service postal organisé conformément aux besoins du pays. Il importe pour chaque pays-membre de définir clairement la responsabilité de l'organe de régulation, la portée et l'exclusivité de l'opérateur désigné, les règles de concurrence, les conditions de prestation du service postal universel et les mécanismes tarifaires, ainsi que l'interconnexion de tous les opérateurs.



Codes postaux irlandais, un modèle du genre

Seul pays de l'Union européenne dépourvu de codes postaux publics, l'Irlande est sur le point d'adopter un système affiné, doté d'un identifiant unique pour chaque boîte postale.

**TEXTE:
DAVID
KOCH**

En janvier, l'Etat irlandais a signé un contrat de dix ans avec Capita Ireland qui dirigera un consortium privé censé concevoir, mettre en place et exploiter le système de codes postaux national, qui devrait voir le jour début 2015. Capita n'a pas souhaité révéler les détails du contrat, mais on parle d'un montant 25,6 millions d'euros.

L'opérateur désigné irlandais, An Post, utilise déjà une technologie avancée pour le tri du courrier sans code postal. Mais les partisans du code postal soutiennent depuis longtemps que ce code améliorerait la distribution des biens, tout en générant des données utiles pour tous, qu'il s'agisse de services d'urgence médicale (ambulances) ou de sociétés de marketing direct.

Des adresses non exclusives

En 2006, un rapport commandé par le gouvernement irlandais avait préconisé un dispositif de code postal à six caractères qui localiserait chaque adresse dans chacun des 200 districts postaux possibles subdivisés en lots de 40 à 50 propriétés. Le système proposé va plus loin, en localisant chaque boîte postale.

Selon Liam Duggan de Capita Ireland, cet effort de localisation ultra-précise devrait résoudre le problème de «l'adresse non exclusive» propre à l'Irlande. Plus de 600 000 adresses irlandaises ne comportent pas de numéro ni de nom d'immeuble. Dans certains cas, mêmes les rues ne portent pas de nom. «Compte tenu des avancées technologiques et des techniques améliorées de cartographie et des systèmes GPS, le gouvernement a estimé qu'un identifiant unique pour chaque adresse était la solution la plus sensée», précise Liam Duggan.

«Dans bien des cas, seul les noms des villages ou des communes figurent sur les adresses. Il est également possible que les membres d'une même famille vivent dans une même zone. Ainsi, il peut y avoir plusieurs D.

Murphy ou Mr. Murphy à la même adresse» conclut-il.

Cela peut se répercuter négativement sur la distribution des marchandises et la prestation des services, notamment dans les zones rurales. Il s'agit d'un problème qui touche plus d'un tiers des foyers irlandais, selon le ministère des communications du pays.

Bon pour les entreprises

Les entreprises devraient bien accueillir le changement, mais elles pourraient connaître des difficultés d'adaptation de leurs bases de données au nouveau système, déclare Mark Fielding, directeur général de l'association irlandaise des petites et moyennes entreprises. «En fait, cela pourrait stimuler certaines de ces entreprises et les faire entrer de plain-pied dans le 21^e siècle» précise-t-il, tout en notant que le nouveau système de codes postaux pourrait inciter les sociétés ne collectant pas d'informations à mettre en place leurs propres bases de données.

«Les codes postaux associés aux informations d'ordre géographique pourraient aider les PME à faire une publicité plus efficace grâce à un ciblage de leur publipostage à la suite de la réorganisation des données. En fait, vous pourriez avoir des campagnes de vente beaucoup plus ciblées», indique-t-il.

Selon Mark Fielding, le système de codes postaux devrait aussi stimuler le commerce électronique en Irlande, en rendant la distribution à domicile plus fiable. Il s'attend aussi à ce que les codes postaux publics renforcent la concurrence entre An Post et les coursiers privés, ce qui devrait se traduire par une baisse des prix de l'acheminement.

Retombées socioéconomiques

Faisant partie de l'infrastructure d'un pays, les codes postaux sont importants, estime Patricia Vivas, experte



Dublin bénéficiera aussi du nouveau système (Photo: Hans-Peter Bock)

de l'adressage et des codes postaux au Bureau international. «Les adresses sont un dispositif public comparable aux feux de signalisation et à d'autres parties de l'infrastructure d'un pays», ajoute-t-elle.

L'investissement dans les adresses constitue une étape fondamentale à franchir pour connecter tout le monde aux services publics et privés. Le gouvernement irlandais annonce un certain nombre d'avantages. L'identification rapide et précise des adresses devrait donner lieu à de meilleures normes de prestation de services d'urgence. «La mise en place de codes postaux pour chaque lieu en Irlande représente une chance sans précédent pour le service national des ambulances qui pourra localiser rapidement et précisément les sites d'intervention», indique Martin Dunne, directeur du service national d'ambulances.

Selon le ministre irlandais de la santé, James Reilly, parmi les autres avantages de l'initiative figure la possibilité de collecter de données utiles du point de vue épidémiologique et de la gestion des services de santé.

Code alphanumérique

Le concept définitif du code postal n'a pas encore été approuvé par le gouvernement irlandais, mais il s'agirait d'un système alphanumérique à sept éléments. Les trois premiers caractères désigneraient la zone de distribution postale (il y aura probablement 100 à 200 zones de ce type) et les quatre autres caractères formeraient une combinaison unique.

A la question de savoir si les dénominations des lieux auraient une influence sur les lettres dans les codes postaux (un sujet délicat dans un pays officiellement bilingue où la langue irlandaise pose souvent des diffi-

cultés pour des noms de lieux anglais), Liam Duggan a précisé que les codes postaux «ne seraient pas liés à des dénominations de lieux anglaises ou irlandaises.»

Dublin sera l'exception. En irlandais la capitale s'appelle Baile Átha Cliath, alors que des codes postaux commencent par la lettre «D» existent depuis des années. Les anciens codes postaux devraient être intégrés dans le nouveau système.

De grands défis

Patricia Vivas précise que la mise en place d'un nouveau système de codes postaux est un projet d'infrastructure majeure dont la réalisation complète prend souvent une dizaine d'années. Il arrive fréquemment que la poste doive exploiter deux systèmes en même temps (le nouveau et l'ancien) en attendant que le grand public et les principaux clients puissent s'adapter au changement.

En Irlande, le consortium qui gère cette transition doit s'assurer que 2,2 millions d'adresses (dont celles qui ne sont pas exclusives) soient assorties de codes uniques avant le lancement du système au printemps 2015. Il faudra aussi mener une campagne de sensibilisation auprès du grand public, en s'assurant de la mise à jour des bases de données partout en Irlande.

D'après Liam Duggan, cela concerne «presque 100 millions d'entrées dans les bases de données de divers services publics» et touche aussi bien les autorités locales que les affaires étrangères. D'autres acteurs majeurs travaillent avec Capita pour préparer le lancement du système de codes postaux au printemps 2015. Il s'agit notamment de banques, de services publics, de détaillants et de détenteurs de grandes bases de données du secteur privé. **DK**

BELGIQUE

BPOST, l'opérateur belge, a connu une fin d'année 2013 remarquable avec une hausse de 20% de ses bénéfices nets, soit 273,3 millions d'euros. Les bénéfices nets générés au cours du seul dernier trimestre ont augmenté de 78% par rapport à 2012. Selon bpost, la hausse des volumes de colis, la croissance du commerce électronique et l'amélioration de la productivité expliquent ses bons résultats financiers. Au quatrième trimestre, les volumes de colis ont augmenté de 12,9% par rapport à 2012.

BRÉSIL

Au Brésil, le tribunal supérieur du travail a prononcé une injonction partielle contre les grèves des postiers de **CORREIOS** dans 13 Etats. Le tribunal a décidé que Fentect, le syndicat des postiers brésiliens, se verrait infliger une amende de 50 000 reals brésiliens (20 900 dollars US) à moins que 40% des employés ne se présentent au travail. Les postiers ont commencé la grève le 29 janvier suite à l'annonce du transfert de la gestion du programme de soins de santé à une nouvelle agence.

CANADA

POSTES CANADA a amélioré sa fonction de recherche de codes postaux en ligne en partenariat avec Postcode Anywhere, les experts en gestion d'adresses. Les Canadiens peuvent confirmer en ligne des adresses d'expédition en les saisissant partiellement ou intégralement, en anglais ou en français, dans la barre de recherche Adresse Complète. Les adresses sont validées par l'outil grâce à la base de données sur les adresses de la poste canadienne (PCAD).

POSTES CANADA a publié les directives pour le passage de la distribution à domicile de 5 millions de clients aux boîtes postales communautaires. Les clients recevant leur courrier dans les entrées des bâtiments et dans la plupart des entreprises ne sont pas concernés par ce changement. Postes Canada a assuré tenir compte de la distribution aux personnes âgées ou handicapées, ainsi que des zones urbaines densément peuplées où il s'avère compliqué de trouver un emplacement pour les boîtes postales communautaires.

FRANCE

Le Groupe **LA POSTE** connaît actuellement des changements et a formulé un nouveau plan visant à moderniser, à développer et à étendre ses services. La Poste a indiqué que les premières étapes de sa stratégie consistaient à réorganiser le groupe et à entreprendre des négociations avec les syndicats afin d'établir une nouvelle convention collective. La Poste prévoit de développer ses services logistiques pour renforcer sa compétitivité sur le marché croissant de la distribution des colis.

ALLEMAGNE

DEUTSCHE POST DHL met en avant ses produits GoGreen conformes à la norme internationale de comptabilisation et de rapports des émissions de gaz à effet de serre tout au long du cycle de vie des produits. Depuis le début 2014, ces produits ont un impact climatique neutre. Les nouvelles normes s'appliqueront aux produits soumis à ces rapports sur les émissions de CO₂. L'opérateur collectera des données sur d'autres gaz à effet de serre, tels que le méthane et l'oxyde d'azote et renforcera ainsi la transparence sur ces rapports.

KENYA

POSTAL CORPORATION OF KENYA a commencé à appliquer la taxe sur la valeur ajoutée (TVA) à ses services conformément à la loi mise en place à l'automne 2013. La TVA de 16% s'applique à tous les services postaux. Suite à cette nouvelle mesure, le tarif intérieur d'une lettre de 20 grammes passe de 30 shillings kényans (0,34 dollar US) à 35 shillings kényans (0,40 dollar US).

NOUVELLE-ZÉLANDE

La Bank of New Zealand utilise désormais des services de vérification d'identité en ligne de **NEW ZEALAND POST**, RealMe, pour que ses clients puissent ouvrir de nouveaux comptes en ligne sans devoir prouver leur identité en personne à chaque fois. Les clients s'inscrivent à RealMe grâce à un système de vérification d'identité biométrique dans leur bureau de poste local.

SCANDINAVIE

Dans les années à venir, **POSTNORD** concentrera son développement sur le commerce électronique face à la baisse continue des volumes

de courrier traditionnel. NordPost veut rationaliser ses activités et restructurer le groupe cette année. Les segments du courrier et de la logistique seront combinés et des solutions innovantes et intégrées pour le courrier physique seront mises au point pour répondre à la croissance du commerce en ligne.

SINGAPOUR

SINGPOST a connu une augmentation de ses recettes de 10% en un an, pour les services autres que les services de courrier. Ces services ont représenté 45,7% du chiffre d'affaires au cours des trois premiers trimestres de l'année fiscale. Bien que les volumes de courrier du régime intérieur aient diminué pour le huitième trimestre consécutif, les revenus ont atteint 176,5 millions de dollars US, soit une hausse de 30,2% par rapport à la même période en 2013.

ÉTATS-UNIS D'AMÉRIQUE

UNITED STATES POSTAL SERVICE a indiqué que les 22 000 retraites anticipées de 2013 avaient contribué à compenser les pertes du premier trimestre 2014. USPS a enregistré une perte nette de 354 millions de dollars alors que pour le même trimestre en 2013, cette perte s'élevait à 1,3 milliard de dollars. Les recettes ont augmenté de 1,9% au cours du trimestre, atteignant 18 milliards de dollars, en partie grâce une augmentation du commerce électronique au cours de la période de Noël.

AUTRES

UPS a enregistré une perte de 1,83 dollar US par action lors du quatrième trimestre 2013 due à des charges de 3 milliards de dollars liées à son régime de retraite et aux efforts fournis par l'entreprise pour son service de distribution des colis. UPS a déployé du personnel et des équipements supplémentaires pour répondre à la hausse de 20% de son volume de distribution global en décembre et pour faire face aux mauvaises conditions climatiques. Le commerce en ligne a augmenté de 6% les volumes de colis à l'échelle mondiale en un an.

Tous les articles par Kayla Redstone



Identifier vos objets sans les marquer, c'est leur métier.

Céline GUIGNARD - Hicham EL BERNOUSSI
Ingénieurs Études et Développement

CONSEILLER | CONCEVOIR | RÉALISER | ACCOMPAGNER | VALORISER

L'industrie postale est en pleine mutation ; SOLYSTIC vous accompagne dans ces évolutions en proposant ses solutions d'identification et d'interprétation des données. Avec le système V-Id™ vous pouvez, tout en conservant la maîtrise de vos coûts, identifier et suivre des objets sans les marquer. Plus globalement, toute information recueillie sur un objet physique peut être source d'opportunité commerciale comme la traçabilité, la gestion des retours, le suivi des commandes, etc.

Avec SOLYSTIC, changez pour progresser.

www.solystic.com



Des solutions postales et logistiques

Les timbres-poste, les vrais de vrai

Système mondial de numérotation WNS

Découvrez-y tous les timbres-poste officiels des autorités postales émettrices ainsi qu'un accès facile aux boutiques philatéliques en ligne dans le monde.

www.wnsstamps.post – Pour l'amour de la philatélie



UPU UNION
POSTALE
UNIVERSELLE

Le système mondial de numérotation WNS est une réalisation de l'Association mondiale pour le développement de la philatélie, réunie au sein de l'Union postale universelle.