



UPU
UNION
POSTALE
UNIVERSELLE

L'expérience produit des résultats – La Poste française soutient l'école à la maison durant le confinement dû au COVID-19

RÉSUMÉ

La Poste (France) a rapidement mis en place deux nouveaux services pour soutenir la continuité de l'éducation des enfants à la maison durant le confinement. En partenariat avec le Ministère de l'éducation nationale, qui assure également le financement des initiatives, La Poste s'est donné pour objectif de faire en sorte que les familles ne disposant pas d'outils informatiques ou de connexion à Internet puissent continuer d'avoir accès aux contenus pédagogiques et aux devoirs préparés par les enseignants. La Poste dispose d'une équipe spécialisée dans le développement de nouveaux produits et services axés sur la communauté locale. Cela témoigne d'un esprit novateur et donne corps au principe selon lequel un service peut à la fois remplir un but social et engendrer un revenu. Les principaux facteurs de réussite de ces projets sont l'engagement de La Poste à offrir des services à caractère social et son expérience en la matière, ses plans préexistants en matière de services éducationnels et ses diverses équipes de projet fortement motivées.

De nombreuses postes dans le monde entier sont **actives dans le domaine de l'éducation**. Le soutien des postes en faveur de l'alphabétisation a une longue histoire, habituellement incarnée dans les concours épistolaires et la transmission de supports d'enseignement et de matériel didactique aux personnes handicapées visuellement. Le fait d'encourager les personnes à développer leur compétence d'écriture a contribué à soutenir l'activité postale durant des décennies, mais certaines postes étendent désormais cette activité à d'autres services éducatifs afin d'**engendrer des revenus** et de **soutenir la politique sociale** publique. Cette note technique examine le processus suivi par La Poste (France) pour mettre en place deux initiatives en faveur de l'éducation en réponse à la situation imposée par la pandémie de COVID-19: «Livraison de matériel informatique» et «Devoirs à la maison». Ces remarques s'inspirent d'informations communiquées par La Poste (France) ainsi que d'articles écrits sur ces services.

Les écoles en France sont fermées depuis de nombreuses semaines, cette mesure s'inscrivant dans le cadre de la politique générale de distanciation sociale déclarée par le Gouvernement

français en réponse à la pandémie de COVID-19. Le problème soulevé par la situation nouvelle était le même dans de nombreux autres pays: comment **assurer la continuité de l'éducation des enfants** durant le confinement? Pour résoudre ce problème, La Poste a lancé deux initiatives fondées sur la reconnaissance du fait que tous les enfants n'ont pas accès au matériel didactique en ligne. Le premier projet visait à livrer du matériel informatique scolaire aux enfants n'en disposant pas; le second projet impliquait La Poste dans la facilitation de la distribution gratuite des devoirs à la maison et de leur renvoi aux enseignants. On trouvera une description plus longue de ces projets dans un article récent des actualités de l'UPU consacré à La Poste et dans un [article publié sur le site Web de La Poste](#). Un tiers des établissements scolaires en France participent actuellement au dispositif «Devoirs à la maison». Étant donné le succès et l'échelle de ces initiatives, comment ont-elles pu être mises en œuvre aussi rapidement?

La Poste possède déjà une **vaste expérience** de la prestation des services publics et à caractère social, reflétant ses engagements en matière de responsabilité sociale et sa

volonté d'enrichir ses sources de revenus. Elle est par exemple fortement engagée dans des services d'aide sociale et d'e-Santé et a pris, bien avant la pandémie, l'initiative de contribuer à la réduction de la fracture numérique. Le principe selon lequel La Poste devrait jouer un rôle important dans la vie publique est **acquis au sein de cette institution**. La **stratégie actuelle** de La Poste accorde la priorité à ses missions de service public et identifie la prestation de services de proximité comme une opportunité de développement des activités.

L'**idée** est née au sein de la branche «Service-Courrier-Colis» du Groupe, plus particulièrement dans la Business Unit (BU) «Nouveaux services». Cette BU est spécialisée dans la mise en place de projets autour des services de proximité. Les deux projets concernant l'éducation étaient déjà en cours et la crise du COVID-19 n'a fait qu'accélérer leur mise en œuvre.

Pour ce qui est des **ressources**, ces projets ont été pilotés en partenariat avec le Ministère de l'éducation, qui a financé l'opération. Il n'a pas été nécessaire de modifier sensiblement les méthodes de travail, étant donné que les équipes de projet étaient déjà en place. Le projet «Devoirs à la maison» a été réalisé par une équipe de 20 personnes en moins de deux semaines. Trois cents employés sur deux sites d'édition et deux sites de numérisation ont été mobilisés pour assurer les opérations d'impression, d'envoi, de réception et de numérisation de 1300 devoirs par jour. Le projet «Livraison de matériel informatique» a lui aussi bénéficié d'une équipe dédiée comprenant des experts de l'é-éducation et de la production. La Poste insiste sur le fait que la diversité de l'équipe et la bonne communication entre les principaux acteurs ont été des facteurs déterminants pour le lancement rapide et efficace du projet.

Le conseil que La Poste pourrait donner aux autres postes ou ministères intéressés par la réalisation de projets similaires est «de s'appuyer sur un réseau logistique existant et d'accompagner les projets avec une réelle conduite du changement pour motiver les équipes, qui auront ainsi le sentiment d'être utiles et de rendre service aux clients».



CONCLUSIONS

La Poste a trouvé un moyen pratique de favoriser l'inclusion numérique et éducative grâce à l'utilisation du réseau postal pour répondre aux besoins urgents des familles et des pouvoirs publics. Avec suffisamment de ressources, d'autres opérateurs désignés pourraient offrir des prestations similaires. Le fait que de tels services ont été conçus avant la pandémie est encourageant, car il laisse supposer que La Poste pourrait continuer de les proposer après la fin de la crise. Les principaux facteurs de succès de ce genre d'initiatives sont:

- la décision stratégique d'offrir des services à caractère social sur la base d'une expérience préalable en la matière;
- des équipes de projet motivées et disposant de ressources adéquates;
- l'établissement d'une BU chargée de nouveaux services de proximité;
- le choix de projets apportant clairement et directement des avantages sociaux;
- la mobilisation d'experts avec des connaissances dans les domaines de la poste et de la production.