

Présentation de Kazpost Nouveau Membre de PostEurop

En janvier de cette année, KazPost, l'opérateur postal national de la République du Kazakhstan, est devenu un membre officiel de PostEurop, élargissant ainsi notre réseau et notre communauté.



Origines de KazPost

Comme de nombreux opérateurs postaux, la poste du Kazakhstan est liée à de fortes traditions qui sont profondément ancrées dans la communauté qu'elle sert. En 1860, le premier département postal de la communication a vu le jour à Verniy (Almaty) et est vite devenu un bureau de Postes et Télégraphes, avant de s'étendre sur 14 administrations postales en 1883.

Ce n'est qu'en avril 1993 que le secteur postal de la République du Kazakhstan a été reconnu comme un segment indépendant de son économie nationale, distinct de "l'Industrie de la Communication".

suite page suivante

À propos de Kazpost

- 22,700 employés
- 3,551 bureaux de poste
- 14 régions
- 4 sub-régions
- Langues: kazak, russe
- Site internet: www.kazpost.kz

CEO Forum à Malte

- Malte les 28 et 29 avril 2011
- organisé par Malta Post.
- Plus d'informations sur www.posteurop.org/ceoforum
- Contact : administration@posteurop.org

DANS CE NUMÉRO

• BRÈVES	2
• L'ASSOCIATION	3
• AFFAIRES RÉGLEMENTAIRES	
• CAI	6
• ENVIRONNEMENT SOCIAL	6
• MARCHÉ	8
• PROJETS EUROPÉENS	11
• COIN COMMUNICATION	12

PROCHAINES RÉUNIONS



- **6-7 AVR** - Forum Frais terminaux, Reykjavik, Islande
- **7 AVR** - The Mail & Express Delivery Show, Londres, Royaume-Uni
- **12-13 AVR** - Réunion des GT Qualité de Service et Opérations, Dubrovnik, Croatie
- **28-29 AVR** - CEO Forum, Malte
- **26 AVR-13 MAI** - Conseil d'Exploitation postale de l'UPU, Berne, Suisse
- **2-6 MAI** - Évaluation de Procédés, Estonie

Infos & souscriptions sur: www.posteurop.org

Éditorial



Chers Membres,
Chers (chères)
collègues,

Le printemps est dans l'air! Pour cette édition du PENews, nous en avons profité pour faire connaissance avec le nouveau Président de PostEurop, M. Jean-Paul Forceville, qui est désormais à la tête du nouveau Conseil d'administration de l'Association. S'étant déjà impliqué dans le leadership de PostEurop lors de l'Assemblée plénière de l'année dernière, nous avons demandé à M. Forceville quelles étaient ses aspirations pour les activités futures.

Nous avons également eu l'occasion de faire plus ample connaissance avec notre tout nouveau Membre, KazPost, l'opérateur postal national de la République du Kazakhstan.

Enfin, côté communication, vous découvrirez notre nouvelle identité visuelle, avec un tout nouveau slogan « PostEurop, votre lien avec l'expertise postale » et le fameux « kit de survie ».

Nous espérons que vous apprécierez cette publication et attendons avec impatience votre feedback et vos contributions.

Cynthia Wee
Responsable de la Communication
cynthia.wee@posteurop.org

BRÈVES

- **La Poste suisse a enregistré un excellent résultat en 2010.** S'inscrivant à 910 millions de francs, le bénéfice consolidé a dépassé celui de l'exercice précédent qui se montait à 728 millions. Quant aux produits d'exploitation, ils atteignent 8,736 milliards de francs (2009: 8,558 milliards). Parmi les facteurs essentiels ayant contribué à l'amélioration du résultat figurent l'augmentation des fonds de clients, les mesures d'optimisation et la hausse du volume des colis. La Poste affiche des résultats positifs sur les quatre marchés où elle opère et progresse encore. L'activité du courrier continue à prospérer, alors que les effectifs se sont accrus de 326 emplois au total en 2010. La Poste a besoin de dégager de solides bénéfices pour continuer à augmenter ses fonds propres, financer sa caisse de pensions ainsi que ses investissements et verser une part appropriée de ses revenus à la Confédération.
- **TNT a publié les premiers timbres en réalité augmentée avec pour thème la «ville des Pays-Bas»** illustrant des créations architecturales visionnaires par d'éminents cabinets d'architectes néerlandais. Les timbres contiennent des «marqueurs», des images abstraites qui contiennent un code. Le code active une application de RA (réalité augmentée) lorsque le client visite le site www.toekomstinbeweging.nl et place le marqueur devant une webcam. Une image interactive de l'édifice s'affiche alors sur l'écran de l'ordinateur, ce qui « anime » littéralement le bâtiment. Cette technique montre que, bien que le timbre-poste ait une longue histoire, il s'agit d'un média encore très vivant qui se prête parfaitement à l'utilisation de technologies ultra modernes.
- **Déclaration ambitieuse sur l'écologisation du secteur des transports européens.** La Commission tente de redéfinir la politique européenne en matière de transport, loin des modèles non durables, vers une approche permettant une utilisation efficace des ressources. Il ne s'agit pas uniquement de transport efficace, mais aussi d'utilisation efficace des ressources, y compris l'énergie et l'eau dans le secteur des transports. Avec son Livre blanc sur les transports adopté le 28 mars 2011, la Commission s'engage pour la première fois à respecter des objectifs de réduction des gaz à effet de serre dans le domaine des transports. D'ici 2050, les émissions totales dans le secteur des transports de l'UE devraient être réduites de 60% par rapport aux chiffres de 1990.
- **Hrvatska posta invite les jeunes à être solidaires avec le Japon.** La poste croate a invité les enfants et les jeunes de Croatie à envoyer des lettres de soutien à ceux du Japon. Ces lettres à l'attention des enfants japonais qui vivent des moments extrêmement difficiles peuvent être envoyées sous forme de message, de dessin, de poème haïku ou d'un symbole japonais.
- **L'Euromed Post Community est la nouvelle communauté postale euro-méditerranéenne**, créée dans le but de mettre en oeuvre une politique commune pour le secteur postal dans la région méditerranéenne, de développer de nouvelles technologies pour un service postal plus efficace, d'établir une plate-forme commune pour le commerce électronique et d'encourager une collaboration plus étroite en matière de services financiers et de communication offerts. Une des priorités de l'Euromed Postal est de réduire le coût des transferts d'argent de 5% en cinq ans, comme convenu au sommet du G8 à L'Aquila.
- **Posten Norge lance un système de courrier numérique en Norvège.** Depuis le printemps 2011, les Norvégiens peuvent choisir de recevoir leur courrier dans une boîte aux lettres numérique en plus de la boîte aux lettres physique. Les boîtes aux lettres numériques de Posten Norge seront liées au numéro d'identification nationale et à l'adresse du client.



ENTRETIEN AVEC LE NOUVEAU PRÉSIDENT

PostEurop a le privilège de pouvoir compter sur la collaboration de M. Jean-Paul Forceville, haut dirigeant au sein du Groupe La Poste, en tant que nouveau Président de son Conseil d'administration. M. Forceville a bien voulu répondre aux quelques questions que nous lui avons posées lors d'un récent entretien.

Q En tant que cadre ayant plus de 30 ans d'expérience dans le secteur postal, pouvez-vous nous dire ce qui continue à vous inspirer et à vous

motiver dans cette industrie? Et qu'est-ce qui vous a motivé à relever le défi de la Présidence de PostEurop ?

Ce qui m'attire et me motive depuis toujours c'est que le monde postal est synonyme d'action et de mouvement, c'est-à-dire que les postes véhiculent sans cesse des nouvelles et par là même de la nouveauté. D'autre part, je suis et ai toujours été très attaché au fait que les postes, présentes partout dans les territoires, fournissent les mêmes services à tous, ce qui finalement les rassemble quels que soient leurs statuts, et jouent un rôle très important en matière de cohésion sociale.

Mon mandat commence au moment où l'ouest du continent ouvre son marché postal. C'est une nouvelle période qui s'ouvre pour les opérateurs postaux. C'est évidemment un moment tout à fait excitant pour conduire notre Association à faire les meilleurs choix au service du développement de ses Membres. PostEurop est une organisation de taille modeste et relativement jeune. Ses équipes sont motivées. Dans ce contexte, c'est avec beaucoup de motivation que je souhaite mettre mon expérience à son service.

suite de la page précédente

KazPost devient une société

Plus tard, en novembre 1995, le service postal devint indépendant, puis en 1999, sur décision du Gouvernement, l'entreprise d'Etat fut changée en société anonyme «KazPost», avec 100% de participation de l'Etat.

Kazpost aujourd'hui

À ce jour, KazPost compte parmi les entreprises les plus dynamiques du territoire post-soviétique et fournit une gamme complète de services postaux et financiers au sein de la République du Kazakhstan. Kazpost emploie 22 700 personnes et possède plus de 3 551 bureaux de poste.

KazPost couvre divers types d'activités dont les paiements postaux, le transport et la livraison des envois postaux (y compris le courrier express), les mandats postaux, les services de paiement des pensions, les aides sociales, les subventions, les salaires, l'octroi de services financiers et l'émission de titres. Sur le marché des titres, KazPost opère comme courtier et assure une activité d'agence de transfert.

L'avenir de Kazpost

La Stratégie de développement de KazPost pour 2010-2020 repose sur:

- l'infrastructure et la modernisation du

transport, y compris le renforcement d'un réseau de départements de service postal; la restauration des bureaux de poste; la modernisation de l'équipement et des technologies ;

- le développement des cartes;
- le développement de l'info-logistique du système;
- l'automatisation des départements postaux ruraux;
- la modernisation du système d'information.

Depuis le 19 décembre 1991, le Kazakhstan est devenu membre à part entière du Commonwealth régional dans le domaine de la communication.

Le 27 août 1992, le Kazakhstan a rejoint l'Union postale universelle en tant que membre de l'Organisation des Nations Unies. Depuis 2004, KazPost bénéficie du statut d'observateur au sein de l'Union postale Asie-Pacifique; lors du 23ème Congrès de l'Union postale universelle (en octobre 2004), la République a été élue au Conseil d'administration de l'UPU; en décembre 2007, Kazpost a obtenu le certificat de conformité du système de gestion de la qualité conformément à la norme internationale ISO 9001:2000 puis, en décembre 2007, le statut de membre associé VISA . En 2009, le service «EMS KazPost» obtient le plus haut niveau

(or) de la Certification d'agrément EMS de l'Union postale universelle.

L'adhésion à PostEurop

« Devenir Membre de PostEurop nous apporte une grande valeur ajoutée car cette Association se concentre sur les activités de l'Europe élargie au sein de l'Union postale. »

"Cette adhésion nous permettra de préparer et de mener nos activités en tenant compte des intérêts des pays membres de PostEurop, tout en mettant l'accent sur l'amélioration de la qualité de service, la modernisation des structures postales, le développement de la coopération technique et le développement des ressources humaines," a déclaré KazPost.

KazPost ambitionne de devenir un membre actif de PostEurop, conformément au programme adopté par le gouvernement intitulé «le chemin vers l'Europe » pour la période 2009-2011 en faveur du développement de la coopération avec les pays européens et leurs structures européennes.

Suite de la page précédente

Q Quel est, selon vous, le rôle de PostEurop en cette période de changement? Comment faire une différence pour l'industrie postale?

En tant que partenaire important de la Commission européenne, PostEurop est dans une position idéale pour mettre en avant les spécificités de l'industrie postale



ainsi que les problématiques liées au service universel. PostEurop est également une union restreinte de l'Union Postale Universelle : à son niveau et sur le continent européen (49 pays), elle veille au déploiement du service universel mondial et au bon fonctionnement des échanges de courrier, colis et services financiers.

En ces temps de mutation, PostEurop sera amené à renforcer ou à mettre en place différentes actions, notamment :

- **Accentuer le partage des bonnes pratiques et la production d'informations ciblées** afin d'apporter aux pays membres une valeur ajoutée en matière de développement de leurs affaires;
- **Participer au renforcement des coopérations** en matière de sûreté aérienne et de procédures douanières et faire face aux crises (comme actuellement en matière de sûreté aérienne) ;
- **Contribuer à l'optimisation du dialogue social européen;**
- **Accompagner** dans leurs travaux de préparation, les 11 pays membres pour lesquels l'ouverture à la concurrence ne sera effective qu'en 2013;

- **Etre un acteur actif** dans le domaine du développement durable et responsable;
- **Avoir des relations plus structurées** avec les industriels du monde postal.;
- **Promouvoir l'innovation.**

Q En tant que nouveau Président du Conseil d'administration de PostEurop, quelles seront à votre avis les priorités immédiates de PostEurop et de ses Membres au cours des prochains mois?

Ma première priorité va être de créer un esprit d'équipe au sein du Conseil d'administration afin de faciliter nos débats et prises de décisions.

Naturellement, nous allons suivre la feuille de route que l'Assemblée plénière nous a confiée : c'est-à-dire la mise en place et le suivi des groupes de travail sur les statuts et sur le système de contributions.

Nous allons également, en ce début de mandat, nous réinterroger sur la stratégie de l'Association. Le Conseil d'administration a ainsi accepté ma suggestion de recréer un comité stratégique.

Et puis, l'actualité ne nous donne aucun répit ! La crise liée aux mesures américaines dans le domaine de la sûreté aérienne nous amène à un gros travail pour sensibiliser les autorités sur les difficultés spécifiques rencontrées par les postes. Mais, au-delà, cette crise va nous conduire à réfléchir sur notre processus de prise de position en cas d'urgence.

Q En effet, PostEurop est une organisation jeune et motivée qui compte l'une des plus grandes communautés de Membres à travers toute l'Europe élargie. À votre avis, comment pouvons-nous améliorer encore davantage les efforts de collaboration au sein de cette communauté pour atteindre nos objectifs à long terme?

Mon souhait, comme celui des membres du Conseil d'administration, est d'être aussi proche que possible de nos Membres. Tous n'ont pas le même niveau d'attente, mais c'est ce qui fait la beauté de notre mission !

Il me semble également qu'il faut nous faire mieux connaître. Nous travaillons ainsi sur un projet de «Kit de survie» qui devrait permettre à tous les responsables de comité et de groupe de travail de resituer leur action dans le grand tout de PostEurop.

J'ai également proposé que certains membres du Conseil soient des référents pour les Membres de notre Association afin que l'information descendante et remontante puisse passer de manière fluide.

Dans un monde postal européen sous pression, nous serons plus forts si nous arrivons à trouver des consensus

sur les sujets les plus importants.

La rapidité d'établissement de notre position commune sur la sûreté aérienne et son impact en Europe et bien au-delà sont autant d'encouragements en ce sens.

Merci, Monsieur Forceville, de nous avoir accordé un peu de votre précieux temps pour cet entretien.



VERS UNE SOLUTION ÉQUILBRÉE

L'année dernière, le Conseil d'administration a entrepris une analyse approfondie du fonctionnement de l'Association à la lumière de son développement et de l'amélioration du scénario postal européen et mondial.

Lors de l'Assemblée plénière de 2010 à Vaduz, les Membres ont eu l'occasion de réfléchir et de s'entretenir sur une série de questions clés résultant des propositions du Conseil d'administration relatives aux modifications des Statuts de PostEurop sur le fonctionnement, les activités et le financement de l'Association.

L'une d'entre elles était la question controversée et difficile du système de contribution de l'Association. Le système de contribution actuel lié au

produit intérieur brut (PIB) et au volume du courrier sortant des Membres semble susciter une série de remarques et montrer certaines faiblesses.

Il a été décidé lors de l'Assemblée plénière, d'approfondir ce sujet et d'étudier la possibilité d'une distribution plus équilibrée des unités de contribution entre les Membres et de trouver des principes plus réalistes et économiques de calculer la répartition des classes de contribution.

À cet effet, un groupe spécial composé de représentants de tous les Membres a été créé. Ce groupe tentera de trouver un meilleur équilibre des contributions en menant une étude plus large et transparente.



A la suite d'un appel à candidature, la présidence du Groupe spécial a été confiée à Mme Francesca Coratella de Poste Italiane et ses membres sont issus de bpost, CTT Correios, ELTA, Magyar Posta, Posten Norge, Poczta Polska, PTT Serbija, la poste de Russie, Slovenská Posta et la poste turque.

Le groupe débutera immédiatement ses travaux afin de soumettre un premier projet de proposition au Conseil d'administration de PostEurop en juin 2011, avant la série de consultations des Membres prévue en juillet-août et afin d'avoir une proposition finale prête pour la prochaine Assemblée plénière à Istanbul en octobre.

EN IMAGES



À gauche: la délégation croate menée par son CEO, M. Robert Jukić (au centre) accompagné par M. Alen Premužak, Directeur exécutif (droite) - division express et M. Višeslav Majić, Directeur exécutif Communication d'entreprise lors de leur visite au Siège de PostEurop.



À gauche: Botond Szabeny, Secrétaire général de PostEurop lors de sa participation au Senior Executive Forum en Suisse.

À droite: Antonino Scribellito, Responsable des Projets à PostEurop lors du lancement de L'Euromed postal à Rome



Comités Affaires internationales (CAI)

16ÈME RÉUNION PLÉNIÈRE DU COMITÉ AFFAIRES INTERNATIONALES (CAI)

La 16ème réunion plénière du Comité Affaires internationales (CAI) s'est tenue le 10 février 2011 à Bruxelles et a réuni 29 participants de 21 pays membres de PostEurop. C'était la première réunion présidée par Mme Elena Fernández (Correos y Telégrafos) qui a remplacé Mme Isabel Tavares (CTT Correios) et dont le mandat couvrira la période 2011-2013.



L'UPU

Le comité s'est penché sur les conclusions du séminaire stratégique de l'UPU et sur celles de la réunion du groupe sur la réforme de l'union qui se sont toutes deux tenues à Madrid entre le 31 janvier et le 4 février 2011. Elles étaient liées à la deuxième version du projet de Stratégie postale de Doha et au développement du 6ème modèle de réforme, respectivement. Il a été souligné que le fait de lier

les deux réunions a servi à garantir la coordination entre les activités stratégiques et de réforme.

Aspects réglementaires relatifs aux procédures douanières

En outre, les débats au sein du Groupe de Travail procédures douanières ont mis en évidence le fait que les sujets du groupe nécessitent une nature réglementaire puisqu'ils ne sont plus uniquement techniques, mais également stratégiques et politiques. Le Président du Groupe de Travail, M. Reinhard Fischer (Deutsche Post) a demandé une plus grande participation de la part des Membres de PostEurop au sein des activités de lobbying et d'autres travaux en cours en vue de relever les défis majeurs qui se profilent à l'horizon.

Résolution des problèmes

Les participants ont également soulevé la question récurrente de l'envoi des documents du CEP et du CA à temps afin de pouvoir les analyser correctement. Bien que le Secrétaire général de PostEurop ait indiqué que le BI avait répondu à une lettre à ce sujet, assurant que le problème serait résolu pour le prochain CEP en avril, PostEurop a communiqué son intention d'inviter un représentant

du BI, M. Le Goff, à prendre part à la prochaine réunion à Varsovie afin d'approfondir la question.

Repenser l'Europe élargie

Une autre question importante qui a fait l'objet d'un débat fut la nécessité de repenser l'avenir du Groupe de Travail Europe élargie en tenant compte du fait que ses membres sont davantage intéressés par les questions opérationnelles. Les participants ont conclu d'envoyer leurs commentaires et suggestions avant une réunion de réflexion de ce GT qui se tiendra en juin en Russie afin de définir une marche à suivre.

Conclusions de la réunion conjointe

Sture Wallander (Posten AB) a donné un aperçu détaillé des principales conclusions de la réunion conjointe du CAI et du CAE qui s'est tenue la veille de la réunion du CAI, afin d'analyser l'étude de la CE sur la dimension extérieure de l'acquis postal de l'UE élaboré par WIK/Campbell.

Prochaines dates importantes

Lors de la réunion, les prochaines dates clés ont également été annoncées. Le prochain CEP aura lieu du 26 avril au 13 mai, et la prochaine réunion du GT UPU et Unions restreintes se tiendra à Varsovie les 12 et 13 avril avec la réunion du GT lettre et colis.

RESPONSABILITÉ SOCIALE

Les experts sociétaux se penchent sur les "Achats Responsables"

Dans le cadre d'une série de conférences téléphoniques thématiques, le groupe de travail sociétal s'est penché sur la thématique des «Achats Responsables».

Stéphanie Scoupe, Adjointe Conseiller Président et Directeur Général Développement Responsable / Déontologie au sein du Groupe La Poste, a livré une présentation sur ce thème particulier et a donné un aperçu

de ce que les «Achats Responsables» représentait au sein du Groupe La Poste.

Le Groupe La Poste a débuté ses engagements en matière d'achat responsable en 2003 avec les étapes suivantes:

2003	Adhésion au Pacte Global pour la mise en œuvre d'une politique d'achats responsables .
2004	Développement d'une offre de produits responsables Intégration de critères sociaux et environnementaux dans nos achats
2005 2007	Généralisation des clauses de développement durable dans les spécifications .

2006 2007	Mise en œuvre d'une politique globale d'achats responsables pour chaque branche d'activité. Mise en place d'outils de pilotage de l'approche.
--------------	---



Suite page suivante

Suite de la page précédente

À ce jour, «Achats responsables» signifie au sein du Groupe La Poste:

- intégrer des critères environnementaux et sociaux dans les processus d'achat.
- privilégier des produits et des services respectueux de l'environnement et de l'aspect social (ne pas recycler du papier uniquement, mais également bien gérer les sous-traitants).
- mettre en œuvre les procédures éthiques en veillant à la transparence et à la traçabilité, en conservant l'indépendance de sélection, l'équité et le respect des sous-traitants..

Les enjeux

Les achats responsables favorisent la structuration, en amont des projets, ce qui nous permet d'anticiper les évolutions et les risques. Ils fournissent également une occasion d'initier d'autres entreprises au développement

durable. C'est au moins une façon de renforcer les performances des achats.

La mise en œuvre consiste en 3 phases :

- Sensibilisation;
- Développement d'outils accompagnant les équipes de mise en œuvre;
- Indicateurs et objectifs du suivi de la performance (signature d'une charte et formation des acheteurs).

Les outils mis utilisés:

- Une cartographie des risques par segment d'achats ;
- Outils-feuilles d'achats responsables;
- Une charte des achats responsables;
- Une formation sur les achats responsables.

La charte d'achats responsables du Groupe La Poste.



Une charte des achats responsables qui engage à la fois le Groupe et ses fournisseurs prend en compte les critères environnementaux. Elle doit être fondée sur des références internationales (Pacte global, conventions de l'OIT). Elle est systématiquement jointe au dossier de consultation. L'adhésion et la signature sont formalisées pour les nouveaux contrats ou quand lors d'un renouvellement.

Pour plus d'informations sur les «Achats responsables» au sein du Groupe La Poste et les conférences téléphoniques thématiques, veuillez contacter Nathalie Ganzel (nathalie.ganzel@laposte.fr)

COMITÉ AFFAIRES SOCIALES

Le groupe de travail Évolution du Secteur postal du Comité Dialogue social travaille en ce moment au développement d'un projet intitulé «Les partenaires sociaux se préparent au changement », cofinancé par la Commission européenne, dans le cadre des activités de l'Observatoire social du secteur postal.

Ce projet vise à fournir aux partenaires sociaux, aux employeurs et aux syndicats, les principaux outils et connaissances pour anticiper et gérer le changement en leur offrant une formation cohérente sur les questions clés pour l'évolution du secteur postal:

- L'Obligation de Service postal universel
- La Réglementation sociale incluant les nouveaux venus

- La gestion du changement

Des données d'un grand intérêt ont été recueillies, avec l'aide de nos consultants de Copenhagen Economics, sur ces questions au moyen de questionnaires envoyés aux opérateurs postaux nationaux et aux syndicats des 27 États membres de l'UE et à travers un travail de recherche documentaire complémentaire.

Ces données seront présentées lors de quatre séminaires régionaux qui se dérouleront de mars à mai 2011. A chaque séminaire, un groupe de pays participants sera invité:

- En Espagne les 24 et 25 mars avec l'Espagne, L'Italie, la Grèce, Chypre, le Portugal et la Slovénie;
- Aux Pays-Bas les 7 et 8 avril avec les Pays-Bas, la Finlande, la Suède, le Danemark, le Royaume-Uni, la Lettonie, l'Estonie et la Lituanie.
- En Roumanie les 12-13 mai avec la Roumanie, la Bulgarie, la France, la

Belgique, le Luxembourg et Malte

- En Hongrie les 25-27 mai avec la Hongrie, l'Allemagne, l'Autriche, la Pologne, la République Tchèque, la Slovaquie et l'Irlande.

Nous nous réjouissons de retrouver tous les experts et les membres de PostEurop concernés lors de ces séminaires.



Pour plus d'informations, veuillez contacter Antonino Scribellito (Antonino.scribellito@posteurop.org)

GROUPE DE TRAVAIL ENVIRONNEMENT

PostEurop a publié son «Rapport environnemental 2010» annonçant que, de 2007 à 2009, les 16 opérateurs postaux européens qui participent au Programme de réduction des gaz à effet de serre ont enregistré une réduction collective de 465 000 tonnes de CO₂. Il s'agit d'une réduction de 15% depuis 2007, et l'année 2009 a enregistré à elle seule 13% de réduction des émissions.

Le Groupe de Travail Environnement de PostEurop a lancé une nouvelle collecte de données afin de mesurer l'impact sur 2010. Cette année, certains

membres auront l'occasion de tester le nouvel outil de rapport en ligne



de PostEurop en vue de faciliter le processus de collecte de données. Le 6 mai, à Paris, les membres se réuniront au siège de La Poste pour échanger leurs vues sur les nouvelles initiatives visant à poursuivre la réduction de l'impact du secteur

postal européen sur l'environnement ainsi que pour examiner l'incidence des nouvelles normes et de la réglementation sur la méthode d'inventaire du carbone postal.

Le rapport peut être téléchargé sur www.posteurop.org/publications.

Pour plus d'informations sur la campagne d'inventaire du CO₂ pour le secteur postal européen, veuillez contacter Michele Menghini (michele.menghini@posteurop.org).

CECI N'EST PAS QU'UNE CARTE POSTALE!

Mailing spectaculaire démontrant la capacité d'innovation du publipostage.

L'une des principales activités du Comité Marché est de promouvoir la valeur de la communication sur papier. Cela implique une exploration de toutes les possibilités d'innovation pour faire le lien avec toutes les nouvelles technologies. Début février, nous avons utilisé pour la première fois dans la campagne Print Power un nouveau mailing afin de démontrer l'efficacité du publipostage. Le message clé du mailing est que le publipostage va augmenter les ventes des produits et services annoncés.

Le publipostage est vraiment comme une "machine à fabriquer de l'argent". Les destinataires du courrier sont invités à l'essayer et à tester ainsi l'attractivité/l'intérêt du publipostage en général. Ils peuvent le faire en jouant sur une machine à fruits virtuelle. Lorsque vous jouez au jackpot/ à la machine à sous virtuelle, vous pouvez gagner des prix. Car avec le publipostage, c'est toujours fructueux...

Les membres de l'organisation belge Print Power ont réunis ensemble des prix d'une valeur totale de 35 000 € y compris les frais de port avec une valeur de 10 000 €, 25 000 adresses sélectionnées, un total de 25.000 enveloppes gratuites, du papier gratuit et une étude d'impact gratuite sur le recours à la Réalité augmentée dans les mailings. Il y aura aussi un prix pour les joueurs de jackpot moins chanceux. Ils recevront une carte avec leur propre photo prise pendant qu'ils jouent. Ce publipostage, développé en étroite collaboration avec FEPE (Fédération des fabricants d'enveloppe) intègre la créativité d'une enveloppe et l'utilisation intelligente de la dite Réalité Augmentée (RA). La RA est une technologie capable de lier les médias-presse aux médias en ligne. C'est pourquoi elle est donc également appelée «technologie de transition/technologie-relais».

L'enveloppe, avec une « bande d'ouverture par arrachement » spécialement conçue, contient une simple carte A5 qui renvoie

vers le site (www.printpowerbelgium.be). Lors de la visite sur le site, la webcam de votre ordinateur s'allumera automatiquement. La carte A5 fera alors office de marqueur pour jouer au jeu en ligne. Le jeu sera lancé en inclinant la carte. Pour ceux d'entre vous qui veulent tenter le jackpot, rendez-vous sur le site Internet. Vous y trouverez un fichier PDF de la carte A5 (le marqueur) et un code. Imprimer la carte et utiliser le code pour commencer la partie.



Ce mailing est un très bon exemple de la valeur du papier, même dans un environnement numérique. Cela prouve concrètement comment le papier peut interagir avec le numérique et peut constituer le fil conducteur d'une intégration

parfaite entre campagne en ligne et hors ligne. Cela ouvre réellement une nouvelle dimension, non seulement pour le courrier direct, mais également pour la communication sur papier en général. C'est ça le pouvoir de du média-presse!

Comité Marché

LA PLATE-FORME EMIP PREND POSITION PAR RAPPORT À LA FACTURATION ÉLECTRONIQUE

La chaîne du média presse européen a envoyé une lettre ouverte à la Commission européenne concernant le souhait de cette dernière de voir la facturation électronique devenir le principal mode de facturation en Europe d'ici 2020. Les parties prenantes qui forment l'EMIP ont encouragé la Commission à adopter une approche plus équilibrée en la matière, en soulignant qu'outre le fait qu'il s'agisse d'un moyen de communication pratique, il existe de nombreuses raisons financières, environnementales et sociales en faveur du maintien de l'utilisation du papier.

Un grand nombre de parties prenantes des secteurs du papier, de l'imprimerie et de la poste ainsi que des industries liées se sont rencontrés le 11 janvier 2011 au Siège de PostEurop, sous l'égide de la Plateforme de l'industrie postale européenne (EMIP). Nous avons élaboré une position commune et envoyé une lettre ouverte à la Commission européenne le 26 janvier en réaction à sa communication visant à promouvoir la facturation électronique. Cette initiative de la CE, qui s'inscrit dans le cadre de la Stratégie numérique pour l'Europe, promeut une adoption massive de la facturation électronique d'ici 2020. Tout en exprimant le soutien au développement de la communication numérique et en reconnaissant les avantages économiques potentiels de la facturation électronique, le groupe soutient que le papier peut compléter la Stratégie numérique.

La chaîne du média presse soutient que la communication de la Commission

intitulée «Faire profiter pleinement l'Europe des avantages de la facturation électronique» COM (2010)712final, publiée le 2 décembre 2010 ne tient pas compte d'un certain nombre d'aspects importants nécessaires pour une approche équilibrée.

Par exemple, d'après les estimations de la communication, le passage de la facturation papier à la facturation électronique pourrait engendrer une économie de près de 40 milliards d'euros par an au sein de l'Union européenne. Ces économies seront principalement réalisées grâce à une diminution des frais liés à la consommation de papier et à l'affranchissement ainsi qu'à une meilleure automatisation des pratiques bureaucratiques du côté de l'émetteur. Le groupe souligne que les avantages financiers cités liés à la réduction des charges administratives et des coûts pour les entreprises ne prennent pas en compte le transfert de ces coûts vers les récepteurs.

La Commission fait également valoir que la facturation électronique permettrait de réduire les émissions de CO2. Cependant, le Groupe rappelle que l'impact considérable des médias électroniques sur l'environnement est de plus en plus communément admis. C'est pourquoi il encourage la Commission à procéder à une analyse équilibrée avant de faire de telles déclarations.

En conclusion,

EMIP rappelle à la Commission de garantir une perspective équilibrée sur la facturation électronique et de ne pas viser un ordre du jour «exclusivement numérique».

Le Groupe invite la Commission à reconnaître les avantages économiques dérivés des industries du papier, de l'imprimerie et de la poste, ainsi qu'à reconnaître

que ces secteurs sont eux-mêmes des moteurs de la croissance économique. EMIP rappelle également que l'impression est un moyen important de communication et de développement commercial, facteurs vitaux pour une société saine. Ce support a également une grande valeur sociale et économique, des milliers d'emplois et de moyens de subsistance dépendent entièrement ou partiellement des industries de papier, d'impression et de la poste. En outre, le Groupe encourage la Commission à reconnaître la durabilité des médias papier et d'impression.



La lettre a été signée par un grand groupe de parties prenantes des secteurs du papier, de l'imprimerie et de la poste ainsi que des industries liées. Elle a été envoyée aux Directions générales (DG) Entreprise et Industrie, Environnement et Société de l'Information. Les organisations qui l'ont signée sont les suivantes: la Confédération internationale des industries graphiques (INTERGRAF), la Confédération des industries papetières européennes (CEPI), l'Association européenne du E-commerce et de la Vente à Distance (EMOTA), la Fédération européenne de Marketing Direct (FEDMA), l'Association des fabricants d'enveloppes européens (FEPE), le Forum de la chaîne papier, le Groupe des utilisateurs postaux, l'Association des opérateurs postaux publics européens (PostEurop), PrintCity, Print Power et Two Sides. Les signataires ont exhorté les DG de la Commission européenne concernées à s'engager dans un dialogue visant à prévenir la discrimination fondée sur de fausses perceptions.

Une réponse officielle accompagnée d'une proposition de réunion en face-à-face à la DG Entreprise et Industrie de la Commission européenne a été reçue presque immédiatement.

PERSPECTIVE DES PARTIES PRENANTES

PostEurop: A votre avis, quels sont les principaux fondements dans la recherche d'une position équilibrée sur le thème de la facturation électronique?

Intergraf croit fermement que la Commission peut trouver une position équilibrée, à condition d'appliquer des critères strictement neutres aux arguments utilisés. Tant la facturation électronique que les factures papier présentent des caractéristiques et des avantages spécifiques. Chacune est liée à un type spécifique d'activité



économique, à savoir le secteur des TI ou la chaîne de valeur de la "communication imprimée". Étant donné que toutes les activités humaines ont un impact sur l'environnement, il est injuste de promouvoir la facturation électronique en utilisant des arguments environnementaux. Toute argumentation doit être fondée sur des données environnementales qui doivent être établies conformément à des normes communes permettant la comparaison entre les deux produits. Jusqu'à présent, ce n'a pas été le cas.

PARTENAIRES EMIP

CEPI, Confédération européenne des industries du papier
EMOTA, Association européenne du commerce électronique et de la vente distance
FEDMA, Fédération européenne de marketing direct
FEPE, Association européenne des fabricants d'enveloppes
INTERGRAF, Confédération internationale des imprimeries et des industries graphiques ,
Paper Chain Forum
PUG, Postal Users' Group
PostEurop, Association des opérateurs postaux publics européens
PrintCity
Print Power
Two Sides campaigns

2011, UNE CUVÉE EUROPA EXCEPTIONNELLE...

Cette année, on peut dire que le timbre EUROPA entame une nouvelle page de son histoire.

En se parant d'un nouveau logo, il est vrai. Mais nous le savons tous, un

nouvel habillage n'était pas suffisant à lui seul si nous voulions porter le timbre Europa à la hauteur qu'il mérite. Quelques changements en profondeur étaient nécessaires. Le nouveau logotype n'est donc pas la seule nouveauté de cette année. En effet, 2011 est aussi une année spéciale à de nombreux égards. Le thème choisi pour 2011 est « Forêts », pour correspondre avec l'Année Internationale des Forêts décrétée par les Nations Unies. Nous espérons voir cette collaboration se concrétiser de manière formelle et symbolique par une émission d'un

timbre des Nations Unies avec notre logo Europa : ce qui en ferait une première. Nous travaillerons dans les prochaines années à accroître la notoriété du timbre Europa, à valoriser sa dimension européenne et à faciliter les échanges entre passionnés et collectionneurs.

Cette ouverture n'est pas une coïncidence, mais bien une volonté de porter le timbre Europa vers une dimension plus large. Pour ce faire, nous allons travailler à élargir la communication autour de la promotion du timbre Europa et notamment autour du concours du meilleur timbre Europa. Et donc à retravailler le processus d'élection en lui donnant une vraie dimension artistique et philatélique. Le processus de vote sur le site internet sera bel et bien maintenu mais les 10 timbres ayant reçus le plus de votes seront soumis à un jury de professionnels



du monde philatélique et graphique. Ce jury de spécialistes européens se réunira à Bruxelles en septembre afin d'élire le plus beau timbre Europa 2011. Nous nous assurerons d'une couverture médiatique à la hauteur de cet événement et du travail de chaque département philatélique. Le gagnant sera proclamé depuis la Grand Place de Bruxelles, la plus belle Grand Place du monde, lors d'une cérémonie exceptionnelle, en présence

d'invités de marque.

Nul doute que cette cuvée sera particulièrement relevée... Pour tout renseignement, n'hésitez pas à contacter soit Laëtitia Bruninx via administration@posteurop.org ou Sébastien Houzé via sebastien.houze@posteurop.org

PROJET RÉGIONAL STRATÉGIQUE UPU-POSTEUROP SUR L'AMÉLIORATION DE LA QUALITÉ DU SERVICE POSTAL

Le 2ème séminaire relatif au Projet régional stratégique UPU-PostEurop intitulé « Amélioration de la qualité du service postal - une approche régionale intégrée visant à soutenir les opérateurs désignés (OD) s'est tenu à Sofia, en Bulgarie, du 15 au 17 février 2011.

M. Deyan Daneshki, PDG de la poste bulgare, a ouvert la réunion en souhaitant la bienvenue aux participants. Il a indiqué que l'amélioration de la qualité de service a toujours été considérée et traitée comme une question vitale au sein de Bulgarian Posts.



Le séminaire a porté principalement sur le système IPS de l'UPU. M. Daneshki a déclaré qu'il était important que les opérateurs d'Europe du Sud-est mettent à profit les séminaires afin d'identifier leurs forces et d'échanger leur savoir faire avec les autres. PostEurop tient à conserver ce lien

privilegié avec l'Europe du Sud-est, et, ensemble, ils collaborent en vue d'améliorer la qualité de service en Europe.

Lancement du Programme Leonardo da Vinci

La réunion de lancement du projet de PostEurop « partenariat de formation pour une poste qui change » du programme Leonardo da Vinci s'est tenue du 16 au 18 mars 2011 à Paris, en France, avec la collaboration de La Poste.

Les partenaires du projet et les experts postaux de PostEurop (La Poste, Deutsche Post DHL, La Poste suisse, Turkish PTT, Bulgarian Posts, Hrvatska pošta, Magyar Posta, Correos y Telegrafos, Ecole Polytechnique de Lausanne) ont activement participé à la réunion de lancement. M. Dominique Bailly, Président du Comité de Responsabilité sociale de PostEurop, a également assisté à la réunion.



Mme Ganzel, Présidente du groupe de travail Formation de PostEurop, a donné un aperçu du projet et a indiqué qu'il visait principalement à établir un Réseau efficace d'experts en formation afin d'anticiper les compétences pour le présent et pour l'avenir pour les postes essentiels et critiques au sein du secteur postal.

La réunion de lancement a également donné l'occasion de discuter les premiers

résultats du questionnaire sur les postes cruciaux et critiques dans le secteur postal au cours des cinq prochaines années. Plusieurs études de cas ont été présentées par les partenaires du projet dans l'aspect formation et les meilleures pratiques ont été partagées. Une visite très intéressante dans un centre de tri et un centre d'appel de La Poste a permis d'en apprendre davantage sur leur organisation.

Les prochaines étapes consisteront en des visites multilatérales et bilatérales entre les partenaires du projet, qui auront l'occasion de partager des solutions pour la formation future des occupants de postes cruciaux et critiques.

Pour tout complément d'information, veuillez contacter Nathalie Ganzel (nathalie.ganzel@laposte.fr)

LIENS UTILES**MARCHE**

Blog Digital Buzz
www.digitalbuzzblog.com

CEPI
www.cepi.org

The DMA
www.the-dma.org

Eurostat
epp.eurostat.ec.europa.eu

Postcom
www.postcom.org

Print Power
www.printpower.eu

Trendwatching
www.trendwatching.com

Tuvie
www.tuvie.com

Two Sides
www.twosides.info

UNEP
www.unep.org

COIN COMMUNICATION**Nouveau slogan de PostEurop**

À l'issue de divers débats et d'un séminaire intensif avec les membres du Conseil d'administration de PostEurop, un slogan pour PostEurop est né.

Certains d'entre vous ont déjà pu découvrir notre slogan qui a accompagné le logo de PostEurop pendant sa phase de mise en œuvre test, avant son lancement officiel. Au cours des prochaines semaines, les présidents et vice-présidents recevront:

- un nouveau Pack de communication
- un manuel sur l'identité d'entreprise



Étant donné que la communication jouant un rôle essentiel au sein de PostEurop et afin de mieux soutenir les activités de l'Association, le Pack de Communication comprendra également de nouveaux modèles et exemples de différents types de communication avec notre nouvelle identité visuelle.

Corporate Identity Manual



Tous ces outils seront mis à disposition des Membres sur l'extranet de PostEurop et constitueront une partie très importante du kit de survie conçu à la fois pour les présidents et vice-présidents actuels et futurs.

Pour tout complément d'information relatif aux outils de communication cités ci-dessus, veuillez contacter Cynthia Wee, Responsable de la Communication (Cynthia.wee@posteurop.org).

www.posteurop.org

Rédigé, édité et produit par PostEurop
 Rédactrice en chef: Cynthia Wee
 Traductrice: Noëlla Thibaut
 Contributions: Waqas Ahsen, Simona Condorelli, Francesca Coratella, Elena Fernandez, Nathalie Ganzel, Sébastien Houzé, Béatrice Klose, Anne-Marie De Noose, Karsten Oebro, Matyasi Koppány, Maire Lodi, Margaux Meidinger, Joost Vantomme.

© PostEurop 2011
 Toutes les illustrations sont libres de droits sauf mention contraire.

Infos & souscriptions sur: www.posteurop.org