



Les TIC, catalyseur de transformation de la Poste

Bulletin de veille technologique



Juillet 2015 – Abidjan, Côte d'Ivoire

Table des matières

Résumé	3
Introduction	4
I - Le secteur postal en Côte d'Ivoire.	5
Panorama	5
La Poste de Côte d'Ivoire	6
Historique	6
Activités	7
II - Etudes de cas	8
Botswana : E-services pour les initiatives de développement rural grâce à la poste	8
La Banque Postal : Produit phare du réseau postal et des TIC du Brésil	10
E-commerce agricole et République de Corée (du sud)	11
Arabie Saoudite, le Botswana et les systèmes d'adressage	13
La diversification à la poste de France.	14
III - L'UPU (Union Postale Universelle) et le développement de la Poste	16
IV - Transformation du secteur postal en Côte d'Ivoire	18
V - Eléments de succès	19
VI - Challenges technologiques.	19
Conclusion	20
Bibliographie	21

RESUME

Les TIC ont fortement impacté le secteur postal. Aujourd'hui, les TIC sont devenus incontournables pour développer l'efficacité, l'accessibilité et la rentabilité du secteur de la poste. Traditionnellement managées dans un environnement moins concurrentiel et public, les entreprises postales ont besoin de réadapter leur modèle économique en vue de challenger celles à buts lucratifs. Pour ce faire, les stratégies de modernisation de la poste passent obligatoirement par l'inclusion des TIC dans les différentes activités postales et la création de services à valeur numérique.

Ce bulletin rassemble plusieurs études de cas provenant d'entreprises du secteur de la poste qui relatent leur expérience dans l'utilisation des TIC. Les entreprises présentées ici sont issues de pays développés ou en développement. Il met en exergue différentes applications des TIC qui ont soit contribué au repositionnement de la poste soit amélioré son rendement.

Pour commencer, nous citons le cas de la poste Botswanaise qui a transformé ces bureaux de postes en zone rurales en cyber centres dits « kitsong » permettant de désenclaver numériquement les populations locales, de leur fournir des services e-agriculture, e-éducation et des divertissements.

La poste Brésilienne a quant à elle développé une banque dite postale proposant des services bancaires aux populations n'ayant pas accès au réseau financier classique. En 2010, près de 1,2 millions de transactions étaient menées quotidiennement et plus de 700 000 prêts avaient été accordés.

La poste Coréenne est devenue une plateforme e-commerce incontournable pour la vente de produits agricoles et marins provenant des producteurs locaux. Elle a été aussi la plateforme de référence pour le gouvernement coréen dans le domaine de certification des transactions électroniques.

En Arabie Saoudite, a été lancé sous impulsion du gouvernement un vaste projet de système d'adressage sous technologie GPS. Dans le même sens, le Botswana a approché l'Union Postale Universelle (UPU) en vue de bénéficier de compétences pour la mise en place d'un tel système.

La poste de France ayant constaté la baisse en volume de son activité liée au courrier a accru ses services. On peut notamment citer la messagerie électronique, l'identité numérique, la gestion électronique de document.

L'Union Postale Universelle conscient des enjeux de transformation du secteur de la poste ne cesse à travers son CTP (Centre de Technologies Postale) de mettre en place plusieurs applications innovantes pour aider les pays de l'Union à moderniser leur activité. Nous pouvons énumérer entre autres, l'application « GTT » (Global Track and Trace) pour le suivi de courrier, l'outil IFS (International Financial System) qui propose aux postes divers services de transfert d'argent par des techniques de cryptage sophistiquées, un système de déclaration en douane (CDS) conçu pour rationaliser les processus douaniers et fluidifier le trafic transfrontalier.

Le secteur de la poste ivoirienne, pour son développement, pourrait s'inspirer des différentes applications mentionnées dans ledit rapport. Fort de son réseau de 197 agences et présente sur les marchés de transfert d'argent, du d'e-commerce avec sa plateforme SanliShop, la Poste de Côte d'Ivoire et ses concurrents devraient tirer parti des TIC pour proposer des services numériques à fort impact social.

Avec plus de 660 000 bureaux de poste à travers le monde, le réseau postal fait partie des plus grands réseaux physiques dans le monde. Les bureaux de poste sont partout, depuis les capitales des pays industrialisés jusque dans les zones rurales les moins développées. En périphérie, ils sont souvent les seuls services publics disponibles. Ils constituent un canal vital de communication et d'échange entre communautés. Des milliards de personnes visitent les bureaux de poste chaque année pour une raison ou une autre. Ils envoient et reçoivent du courrier, des colis ou des mandats. Ils peuvent également avoir accès à des services plus sophistiqués tels que les services financiers ou encore des services liés aux TIC

Les technologies de l'information et de la communication sont en train de changer le monde et en particulier le monde postal. Ils ne constituent pas une menace, mais devraient être considérés comme des catalyseurs qui aideront les entreprises postales à se réinventer. L'ordre d'achat d'un produit sur un site e-commerce est opéré via internet. Mais à la fin, le partenaire logistique qui se charge du lien entre l'acheteur et le vendeur est bien souvent la Poste.

Les opérateurs postaux sont appelés à tirer parti de ces innovations.

Les TIC sont une occasion pour améliorer les services existants ou inventer une toute nouvelle gamme de services.

Ce bulletin de veille met en exergue certaines applications des TIC dans le domaine postal et ce au travers de plusieurs études de cas dans d'autres pays. Des services TIC comme le courrier électronique, l'internet et l'information en ligne ont été introduits dans des zones reculées au Botswana. Au Brésil, on assiste à l'introduction des services bancaires dans les activités de la poste pour favoriser les populations non bancarisées. La Poste de Corée devient un véritable pôle e-commerce pour les produits agricoles et marins. L'Arabie Saoudite utilise les systèmes GPS pour mettre en place son système d'adressage et la poste française qui se dote de plusieurs services numériques.

Avec l'avènement de la concurrence des opérateurs privés sur les métiers historiques de la poste, l'opérateur historique est sous pression. Ces études montrent la prise de conscience chez divers opérateurs qui utilisent les TIC afin de diversifier leurs opportunités d'affaires.

« Les évolutions technologiques, les exigences de l'environnement économique et les différentes réformes constatées ces dernières années dans l'espace régional et même international ont conduit l'Etat de Côte d'Ivoire à réviser sa législation en matière postale. A cet effet, le législateur ivoirien a adopté la loi n° 2013-702 du 10 Octobre 2013 portant code des postes.

En son article 77, cette loi confie les missions de régulation à l'Autorité en charge de la Régulation des Télécommunications/TIC. Ainsi, l'ARTCI a mis en place une organisation favorable à l'accomplissement de ses nouvelles prérogatives de régulation des activités postales.

Le secteur de la poste, auparavant dominé par un opérateur historique, la Poste de Côte d'Ivoire, a enregistré depuis les années 80, l'arrivée d'opérateurs privés qui exercent leurs activités sur tous les segments du marché postal :

- Courrier et colis ;
- Transferts d'argent.

On y retrouve à la fois :

- les gros intégrateurs tels que DHL, FEDEX, CHRONOPOST, UPS, etc. qui à eux seuls réalisent des recettes en import/export de plus 30.8 milliards de FCFA pour un total d'environ 580 tonnes transportés ;
- les courtiers privés (CODITRANS, AFKO, TOP CHRONO, LM EXPRESS, ABIDJAN EXPRESS, etc.)
- et les compagnies de transports de passagers (UTB, UTRAKO, SYLLA & Frères, etc.).

En matière de transfert d'argent, on retrouve également les grandes sociétés spécialisées de transfert d'argent (WESTERN UNION, MONEY GRAM, RIA, MONEY EXPRESS, SIGUE, SMALL WORLD, etc.) et les petits opérateurs privés, y compris les compagnies de transport de passagers citées plus haut.

Ce marché hétéroclite renferme aussi bien des acteurs relevant du secteur formel qu'informel. »¹

¹ Rapport d'activités 2014 de l'ARTCI – Panorama du marché des télécommunications - Activités postales



Figure 1: Poste de Côte d'Ivoire, Le Plateau, Abidjan

HISTORIQUE

« La poste débute en Côte d'Ivoire, le 29 juillet 1843 à Assinie où le premier bureau de poste est ouvert le 17 août 1862. Ceux de Grand-Bassam et d'Adiaké ouvriront leurs portes près d'un siècle plus tard, en 1945, suivis de l'installation d'une véritable Administration des postes et télécommunications (APT) par le pouvoir colonial.

Cette administration postale ne connaîtra pas de changement significatif jusqu'en 1975 où naît l'Office des Postes et Télécommunications. Celle-ci sera scindée en 1984, donnant naissance à l'Office National des Postes et à l'Office National des Télécommunications. L'ONP sera muée le 15 mai 1991 et devient la Société Ivoirienne de la Poste et de l'Épargne, une entreprise privée au capital de 3 milliards de francs CFA, détenu à 98 % par l'État et 2 % par le personnel.

La SIPE est dissoute et remplacée le 30 juin 1998 par l'organisation actuelle sous le nom de La Poste de Côte d'Ivoire, société d'Etat. »²

ACTIVITES

Aujourd'hui, les activités de la Poste de Côte d'Ivoire se répartissent dans divers domaines en plus des services classiques de gestion de courrier et de colis.

Elle a mis en place une solution d'établissement express de documents administratifs qui permet de faire des requêtes comme l'obtention de l'extrait de naissance à partir d'un bureau et sans pour autant se rendre dans sa localité de naissance. En outre, le dépôt des dossiers pour le concours de la fonction publique peut se faire maintenant dans les bureaux de Poste.

Comme nous l'avons souligné plus haut, le secteur postal a besoin de se restructurer. Face à cette concurrence accrue et la demande d'innovation réclamée par le client, un double défi s'impose à la poste :

- Une diversification des opérations et services de la poste
- La migration des processus postaux internes avec de nouvelles technologies.

Pour répondre à ce double défi, nous vous présenterons les expériences de plusieurs pays ayant réussi à opérer des transformations dans leur secteur postal.

² Wikipédia, La Poste de Côte d'Ivoire, https://fr.wikipedia.org/wiki/La_Poste_de_C%C3%B4te_d'Ivoire#Historique , Consulté le 06 juillet 2015

Ces différentes études permettent d'appréhender le rôle et l'impact des TIC dans les activités de la Poste.

BOTSWANA : E-SERVICES POUR LES INITIATIVES DE DEVELOPPEMENT RURAL GRACE A LA POSTE

Dans les zones urbaines du Botswana, l'accès aux TIC pour les personnes sans ordinateurs ni Internet est principalement assurée par les cybercafés. Pendant longtemps, les régions rurales et éloignées sont restées généralement dénuées de cet accès car les opérateurs privés qui, préoccupés par leur viabilité financière, sont restés cantonnés dans les villes. C'est ainsi que la poste botswanaise, BotswanaPost, à cause de son réseau postal de 192 agences à l'échelle nationale fut naturellement choisie pour fournir aux habitants, en particulier dans les zones rurales, des services d'informations et de communications. Pour ce faire, BotswanaPost a fait installer des centres communautaires de connaissance dits « Kitsong » dans plusieurs de ces agences. En plus de l'accès à Internet, les « Kitsong » offrent d'autres services tels que le fax, la photocopie, la photographie numérique, les impressions et le traitement de texte. Ils fournissent également des contenus locaux dans des domaines comme l'agriculture, le commerce et le tourisme. Un annuaire des services gouvernementaux, des institutions financières et éducatives est également disponible. La communauté locale utilise ces centres comme un portail d'informations à travers la fourniture d'un bulletin hebdomadaire. Le besoin de ces services fut toujours existant, démontré par la fréquentation croissante des centres. Le revenu des bureaux de poste a augmenté en moyenne de 25%. Les principaux centres d'intérêt de la population locale sont la collecte d'informations sur le marché, le e-learning ou encore le divertissement avec la messagerie instantanée et les jeux.

Le projet a également conduit à une plus grande maîtrise de l'informatique car ces centres dispensent des formations sur l'utilisation des ordinateurs.

Le gouvernement est particulièrement heureux des résultats car les « Kitsong » permettent de répondre aux objectifs nationaux et à son engagement auprès de l'ONU sur l'atteinte des Objectifs du Millénaire pour le Développement.

La poste botswanaise continue de profiter des centres de connaissances. En plus de contribuer à une augmentation des recettes, les « Kitsong » ont revitalisé et modernisé la poste en injectant une importante dose de nouveaux services axés sur la technologie.



Figure 2: Une femme se faisant aider dans un centre de connaissance "Kitsong"



Figure 3: Vincent, un fermier botswanais se sert des centres installés dans la poste pour acheter et vendre du bétail



Figure 4: Partenariat entre la Banque nationale du Brésil et la Banque postale pour une meilleure fourniture du service bancaire

Le projet « Banco Postal » au Brésil visait à fournir, par l'intermédiaire du réseau de détail de la poste, des services bancaires de base à destination des personnes n'ayant aucun accès au réseau financier formel.

L'étude de cas sur le projet « Banco Postal » montre que le réseau physique des bureaux de postes et les réseaux de télécommunications peuvent s'interfacer avec succès et conduire vers un partenariat gagnant-gagnant ayant pour but d'améliorer l'efficacité, la compétitivité et la rentabilité de la Poste et accroître l'accès et l'utilisation des TIC.

En outre, la fourniture de nouveaux produits non postaux à travers les bureaux de poste leur donne de la valeur ajoutée, réduit les coûts de maintenance du service universel (levée, tri, acheminement, envoi) et permet de mieux gérer le déclin en volume de l'envoi de courriers.

L'intégration des TIC dans les opérations de la poste brésilienne s'est faite en fournissant une plateforme web interactive qui offre des renseignements et autorise des transactions électroniques pour les services postaux et financiers. Cette Plateforme comporte également un espace e-Commerce et autorise certains services e-gouvernement.

Lorsque le projet « Banco Postal » a été lancé en 2002, on estimait à plus de 45 millions le nombre d'adultes au Brésil non bancarisés. Ces personnes, ainsi que de nombreuses petites et moyennes entreprises (PME) n'ont pas accès au crédit essentiel à leur croissance. En 2009, la situation s'est améliorée sensiblement avec près de 8,8 millions de personnes parmi les 45 millions qui ont ouvert des comptes bancaires grâce à ce projet.

En 2010, près de 1,2 millions de transactions étaient menées quotidiennement et plus de 700 000 prêts avaient été accordés.

La poste brésilienne est devenue un acteur majeur dans le secteur de la microfinance.

L'incorporation des TIC dans le circuit classique de la poste a permis de maintenir la qualité et la force du service universel. Des bureaux de postes qui périllicitaient et menacés de fermeture ont pu continuer leurs activités grâce aux revenus générés par le projet « Banco Postal ». Dans certains bureaux de poste les revenus de transactions électroniques liées au projet excèdent ceux des activités classiques.

Le fait que les personnes, commerces et les municipalités gardent leur argent dans ces banques locales permet de fournir des prêts aux agriculteurs et commerces locaux, les aide à étendre leur activité et au-delà contribue à résorber le chômage.

Cette initiative ayant une double valeur sociétale et économique menée avec une très bonne organisation et coordination rendra la vie aisée à plusieurs citoyens dans certaines localités.

Depuis 2012, l'établissement bancaire principal du Brésil : « Banco do Brazil » a noué un partenariat avec la Banque Postale pour une meilleure diffusion des services bancaires.

E-COMMERCE AGRICOLE ET REPUBLIQUE DE COREE (DU SUD).

The screenshot shows the 'World.epost.kr Korea Post Shopping' website. At the top, there is a navigation bar with the site name and a search bar. Below the navigation bar, there is a 'Express Mail Service' section listing various products like Fruits, Mushrooms, Ginsengs, Honey, Soy bean Sploys, etc. To the right, there is a 'Notice' section with a credit card payment banner for VISA and MasterCard. Below the notice, there is a promotional banner in Korean for '우체국쇼핑이 더 쉬워집니다' (Post Office Shopping is easier). At the bottom, there is a 'Hot item' section displaying eight product categories: Korea laver, Korean apricot, Korean cookies, Honey tea, Sea mustard kelp, Red Ginseng, Groceries, and Dried Persimmon, each with a representative image.

Figure 5: Portail E-commerce de la poste de Corée

La Poste de Corée, désireuse de transformer ses services traditionnels d'achats en une entreprise de commerce électronique (ePOST) a décidé d'opérer une profonde transformation de son système d'information.

En effet, le portail e-commerce de la poste de Corée a été lancé en 1999 juste pour l'achat de matériels postaux (timbres, enveloppes, cartons,...). À la fin des années 2000, il s'est agrandi et transformé en ce que l'on appelle « Internet Post Office ». De plus des producteurs locaux disséminés dans tout le pays pouvaient vendre en ligne leur spécialités locales directement aux consommateurs et ce de façon sécurisée.

La Poste de Corée a joué un rôle important dans la croissance du commerce électronique.

L'opérateur a mis en place une plateforme où de nombreuses entreprises de commerce électronique pourraient apparaître et être reliées directement au système e-commerce de la poste.

Le système de e-commerce de la poste fournit aussi de la visibilité aux grands centres commerciaux et aux détaillants majeurs sur sa plateforme.

La poste de Corée a mis en place un système de paiement et de certification électronique. Le gouvernement a utilisé le système e-commerce de la poste comme base de test afin de développer de bonnes pratiques dans le domaine de la qualité des services e-commerce, de la garantie, de la fiabilité et du remboursement.

Les activités e-commerce liés aux produits non postaux au niveau de la poste de Corée ont véritablement commencé en 1986 avec seulement huit (8) produits. Les premières consistaient à la vente des produits agricoles, de pêche provenant des communautés rurales et aussi d'accroître le revenu des producteurs en diminuant les intermédiations entre l'acheteur et le vendeur.

Finalement, la poste de Corée s'est imposée comme première plateforme d'achat des produits agricoles et marins. Aujourd'hui cette plateforme propose plus de 7 200 produits.

La poste de Corée a également informatisé toute la chaîne de traitement des courriers de l'acceptation à la livraison et a mis en place un système de tracking comme DHL ou FEDEX qui offre un suivi en temps réel. Les clients sont informés par sms sur leur téléphone mobile du statut de la livraison de leur courrier.

L'adoption des TIC par la Post de Corée a grandement contribué à la croissance du commerce électronique du pays notamment dans les secteurs de l'agriculture et de la pêche. Grâce à ce système neuf (9) PME ont vu leur chiffre d'affaires augmenté de \$800 000.



Figure 6: Rues nommées d'Arabie Saoudite

La Poste Saoudienne a lancé le projet Wasel en 2005 en vue d'établir un système automatisé de traitement du courrier de la réception à la livraison ". L'objectif global du projet était d'améliorer la qualité de traitement du courrier et de la vitesse de livraison aux adresses résidentielles. Le projet s'est avéré être le fondement du e-commerce et des services d'e-gouvernement en Arabie Saoudite. Le projet Wasel se devait d'attribuer à chaque emplacement une adresse de livraison correcte. Le nouveau système d'adressage est élaboré à partir de technologie satellitaire en l'occurrence le GPS. En 2010, le projet desservait 25 villes et 58% de la population saoudienne.

Des pays Africains comme le Botswana ne restent pas en marge.

Le projet «Addressing Botswana» entrepris en coopération avec l'UPU (Union Postale Universelle) ouvrira la voie à la mise en œuvre d'un système complet de noms de rues et de numérotation des bâtiments dans le pays. Selon les représentants des autorités gouvernementales et postales, cette initiative permettra aux fournisseurs de services tels que BotswanaPost d'offrir de manière efficace des prestations ciblées sur le marché. Bon nombre de départements gouvernementaux, d'organisations internationales et d'entreprises ont manifesté leur intérêt pour une coopération sur le sujet, tout en reconnaissant l'impact positif qu'aurait le projet sur leurs activités et prestations. Le projet concerné a été lancé à la suite d'une étude menée en coopération avec l'UPU sur la méthodologie employée pour élaborer et mettre en place les adresses physiques et les codes postaux au Botswana.

Pouvant avoir un fort impact dans le développement d'un pays, les systèmes d'adressage pourraient grandement jouer des technologies actuelles afin de se déployer assez rapidement.

Ce genre d'initiative permettrait de :

- stimuler la croissance économique, en touchant tous les secteurs de la société;

- améliorer la portée des services sociaux (santé, éducation, etc.);
- donner à tous les membres de la société un accès équitable à la communication et à d'autres services;
- mieux cibler les services publics et d'étendre l'accès à ceux-ci;
- améliorer l'inclusion financière des particuliers en ce qui concerne les services bancaires;
- donner aux entreprises les moyens de toucher davantage de clients et d'étendre leurs services;
- donner aux autorités la possibilité de déployer des services d'urgence plus rapidement et plus efficacement;
- assurer une distribution plus efficace des produits et des services et notamment la remise à domicile du courrier et des colis et d'élaborer des bases de données pour la gestion de la clientèle et les campagnes de marketing

LA DIVERSIFICATION A LA POSTE DE FRANCE.

Les besoins croissants des Français ainsi que la concurrence farouche dans la distribution de courrier et de colis ont conduit la poste de France à se positionner aujourd'hui comme un groupe multi métiers. Avec la diminution des volumes en courrier papier, La poste de France a amorcé un virage numérique. Une direction du numérique a été créée en 2012. L'activité représente 330 millions d'euros de chiffre d'affaires (CA) contre plus de 22 milliards de CA au total pour le groupe. Disposant d'un réseau de près de 17 000 points de contact, elle a rajouté à ses fonctions celles de :

- Banque postale (11 millions de clients) et s'affiche aujourd'hui parmi les banques de détail les moins chères du marché français
- Opérateur MVNO (Mobile Virtual Network Operator)³

En plus, La Poste de France offre divers services numériques utiles⁴.

Elle propose à ses clients un Webmail, le 6ème de France avec près de 3 millions d'utilisateurs. Créée en 1999, cette messagerie a pour but de fournir à « un plus grand nombre une adresse email gratuite, pérenne et indépendante des fournisseurs d'accès internet », elle contient un antivirus ainsi qu'une protection contre le spam.

La poste de France propose aussi une solution de gestion électronique de document, « Digiposte » qui permet au professionnel comme au particulier de stocker, d'archiver des documents importants. Digiposte contient aussi une solution automatisée de collecte qui une fois configurée collecte des documents délivrés à une certaine fréquence comme les factures. Digiposte enregistre près de 1,2 millions de clients

Ajouté à cela, la poste de France se propose aujourd'hui de devenir un tiers de confiance des échanges numériques. Ce service permettrait de fiabiliser les échanges sur internet

³ Opérateur de téléphonie mobile qui, ne possédant pas de concession de spectre de fréquences ni d'infrastructure de réseau propres, contracte des accords avec les opérateurs mobiles possédant un réseau mobile pour leur acheter un forfait d'utilisation et le revendre sous sa propre marque à ses clients.

⁴ <http://www.laposte.fr/particulier/vie-numerique/services-numeriques-personnels>

surtout dans le cadre du e-commerce, des formalités administratives et d'attester de la bonne provenance de l'internaute.

La poste de France s'est aussi dotée de nombreuses applications qui permettent de se renseigner sur ses différents services et de suivre l'évolution de son colis.

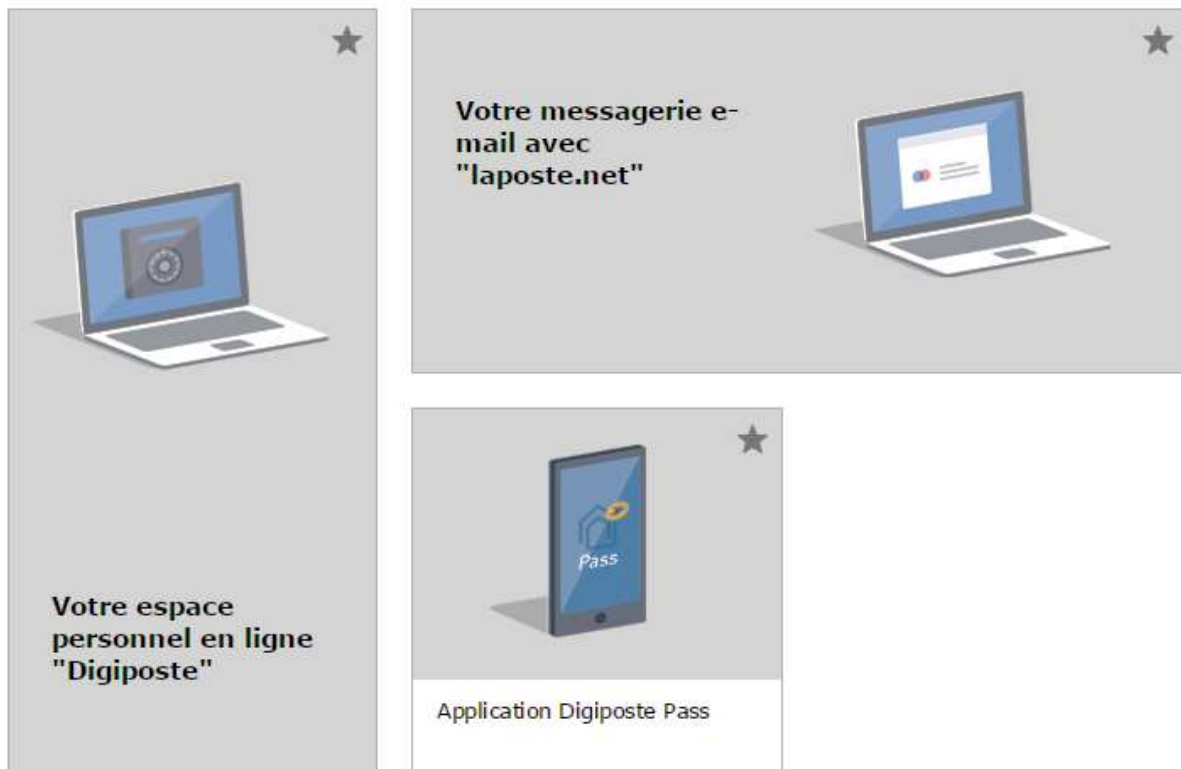


Figure 7: Services numériques proposés par la poste de France



Figure 8: L'UPU propose plusieurs produits innovants au secteur postal

1

Améliorer l'interopérabilité
des réseaux postaux
mondiaux



2

Apporter des connaissances
techniques et une expertise
concernant le secteur postal

3

Promouvoir les produits
et services innovants



4

Favoriser le développement
durable du secteur postal



Figure 9: Stratégie postale de Doha

Créée en 1874, l'Union postale universelle, sise à Berne (Suisse), est une organisation intergouvernementale qui constitue le principal forum de coopération entre les acteurs du secteur postal public. Avec 192 pays-membres, l'UPU est aussi une institution spécialisée des Nations Unies.

Dans un monde où les besoins des clients évoluent, le réseau postal mondial doit s'adapter. C'est pourquoi, l'UPU propose à ses pays membres un certain nombre de produits et de services électroniques pour faciliter le flux du courrier international et booster le secteur postal.

Pour suivre le parcours des différents envois, l'UPU a mis en place un outil : le GTT (Global Track and Trace) plébiscité par les clients et les postes. Le suivi d'un envoi débute lorsqu'un employé des postes scanne le code barre relatif à l'envoi et le remet au client. Les données contenues dans ce code barre sont stockées dans la base de donnée du GTT. Le code barre étant scanné à plusieurs reprises dans les différentes contrées qu'il traverse, le client peut s'informer de la progression de son envoi via un site web.

Dans la même veine, nous pouvons citer le projet Raquel, toujours une technologie de scannage mais cette fois-ci destinée à l'amélioration de la qualité de service dans le e-commerce dans la région pacifique.

Toutes ces technologies émanant de l'UPU proviennent d'un département entièrement dédié dénommé le Centre de Technologies Postales (CTP) qui fournit des solutions innovantes, efficaces et économiques. Le Centre propose une application dénommée IFS (International Financial System) qui propose aux postes divers services de transfert d'argent par des techniques de cryptage sophistiquées. L'accès se fait à partir d'un navigateur internet ou de guichets spécifiques et la sécurité. Des versions smartphone et tablette seront bientôt déclinées.

Le CTP propose également une suite logicielle dénommée IPS (Internet Postal System) qui permet de gérer les processus internationaux de transmission de toutes les catégories de courrier. Ses fonctions sont le suivi et la localisation des envois et l'échange de données sur le flux de courrier entre poste. Le CTP a aussi développé un système de déclaration en douane (CDS) conçu pour rationaliser les processus douaniers, fluidifier le trafic transfrontalier et faciliter ainsi le commerce en ligne transfrontalier. Grâce à cette application, les clients peuvent créer en ligne la déclaration en douane devant accompagner leurs envois postaux. Les postes peuvent ainsi transmettre de manière anticipée aux autorités douanières des données concernant ces envois. Le CDS calcule aussi le montant des droits de douane.

L'UPU a mis en place une plateforme dénommée : « .post » qui hébergera toute une panoplie d'applications dont des applications de services de commerce électronique et d'administration en ligne, des fonctions exigeant une sécurité sans faille et un degré élevé de confiance de la part des clients.

Il est important de relater toutes ces avancées faites par l'UPU. Ceci pour signifier au secteur postal qui souhaite se moderniser grâce aux TIC qu'il existe déjà une base technologique en vue d'améliorer les processus et qu'il n'y a pas besoin de partir de zéro.

Le secteur postal ivoirien est en pleine mutation. Le scénario actuel est très différent du scénario d'antan. L'arrivée de plusieurs concurrents qui engrangent des revenus assez conséquents (près de 30,8 milliards de FCFA pour les gros intégrateurs du colis et du courrier) indique la nécessité d'un changement de stratégie. Comme d'autres pays l'ont compris, le digital et les gros chantiers TIC en cours dans le pays sont les principaux catalyseurs qui définiront et accompagneront cette stratégie.

La poste de Côte d'Ivoire, disposant d'un important réseau de distribution, 197 bureaux de postes sur l'étendue du territoire national, constitue un socle assez important pour désenclaver numériquement les zones rurales. Ces bureaux de postes aussi peuvent constituer un début d'administration pour des zones où le déploiement administratif n'est pas encore effectif. Le Gouvernement Ivoirien qui désire créer près de 5000 cyber centres pour réduire la fracture numérique dans les villages pourrait dans un premier temps utiliser les bureaux de postes à l'image du Botswana.

La poste de Côte d'Ivoire opère déjà dans le service du transfert d'argent via sa propre plateforme et les services internationaux comme WesternUnion et MoneyExpress. Déjà pourvue de plusieurs agences et en se muant en banque de crédit avec l'appui du service universel afin d'accroître la connectivité dans les zones difficiles, la Poste deviendrait une solution incontournable pour les agriculteurs, l'épargne et l'entrepreneuriat local. La poste devra se différencier par un mécanisme financier assez pertinent et mettre à profit son réseau de distribution qui la rendrait incontestée dans le secteur du microcrédit en zone périurbaine et rurale.

La poste de Côte d'Ivoire a déjà lancé sa plateforme de e-commerce dénommée SanliSHop⁵ mettant en relation vendeurs et acheteurs. Elle a même noué un partenariat avec le leader du e-commerce en Côte d'Ivoire, JUMIA⁶ pour la livraison de ses marchandises. Cependant, la forte concurrence induite par des acteurs comme Kaymu⁷ pour le e-commerce rend la tâche difficile à la poste pour se positionner comme un acteur influent du marché. La poste de Côte d'Ivoire comme l'e-post de la République de Corée pourrait se focaliser sur l'intermédiation de produits agricoles et renforcer ces services de livraisons et de distribution pour les plateformes e-commerce déjà leader. Comme mentionné ci-dessus, la livraison est un élément clé pour la réussite du e-commerce.

Il est grand temps que la Côte d'Ivoire se dote d'un système d'adressage qui réponde au besoin de la population et facilite le service universel postal. Un partenariat Secteur Postal - Centre National de Télédétection et d'Informations Géographiques (CNTICG)⁸ alliant systèmes d'informations géographiques et expérience logistique, suivant les recommandations de l'UPU, permettrait de booster le secteur de la livraison.

L'expérience de la France nous montre que « le secteur postal 2.0 » est possible. Le secteur postal pourrait investir dans le secteur de la messagerie et du stockage en ligne pour particuliers et entreprises. Cette solution de stockage grand public trouverait des adhérents

⁵ <https://www.sanlishop.ci/>

⁶ <https://www.jumia.ci/>

⁷ http://www.kaymu.ci/qui_sommes_nous/

⁸ <http://www.cntigci.net/>

en Côte d'Ivoire car elle résout un véritable problème de perte de documents liés à des déplacements imprévisibles à cause des crises précédentes et des catastrophes naturelles (inondations)

Visant à devenir une destination de confiance, la Côte d'Ivoire travaille actuellement sur un projet de signature électronique. La poste de Côte d'Ivoire pourrait s'associer au projet afin de devenir tiers de confiance pour aider à la délivrance des signatures électroniques.

Pour le développement des activités historiques du secteur postal et l'amélioration des processus internes postaux, la Côte d'Ivoire en tant que membre de l'UPU pourra compter sur l'expertise de l'organisation en perpétuelle réflexion qui délivre des outils assez performants pour améliorer le secteur. Que ce soit pour les facilités transfrontalières ou la livraison classique, l'UPU dispose d'un parterre d'applications et d'expérience sur lequel la Côte d'Ivoire pourrait s'appuyer.

V - ELEMENTS DE SUCCES

Les éléments qui pourront assurer un succès à la transformation du secteur postal sont :

- *Une volonté politique et un cadre réglementaire* : La politique du gouvernement, en particulier dans les pays en développement, façonne l'environnement institutionnel et réglementaire dans lequel le secteur postal se développe ;
- *Un benchmark* dans les pays voisins et au niveau mondial afin de repérer les réformes entreprises qui ont permis une mutation des activités postales des pays ayant entamé une profonde transformation ;
- *Une stratégie nationale* : En effet l'existence d'une stratégie rigoureusement élaborée augmente les chances de succès de la transformation, permet de disposer de piliers sur lesquels s'appuyer et surtout d'anticiper et de réagir aux éventuels changements
- *Une infrastructure TIC solide* : Les entreprises postales présentées plus haut ont passé du temps et des ressources considérables à la construction d'une infrastructure informatique solide. D'autres disposaient déjà d'une infrastructure robuste.

VI - CHALLENGES TECHNOLOGIQUES.

L'adoption des TIC dans le domaine de la poste est influencée par plusieurs facteurs :

- *L'intégration de nouvelles technologies* : les entreprises postales font souvent face à un système d'information assez fragmenté. Une harmonisation serait possible grâce à l'intégration d'un Progiciel de Gestion intégré ;
- *La sécurité* nécessaire pour les transactions électroniques;
- *La convivialité* des nouveaux systèmes mis en place ;
- *Le choix de la technologie* : Il ne faut pas seulement se contenter des dernières technologies ou de celles qui ont le plus de fonctionnalités. Il faudrait, pour des systèmes nationaux opter pour des technologies matures, éprouvées et s'assurer que le support et les services après-vente sont facilement disponibles dans le pays ;
- *La continuité de services* ;
- *La résistance au changement* : Comme toute innovation, l'introduction des TIC peut s'opposer à une certaine résistance. Pour l'adresser, il faudrait créer une atmosphère

d'urgence, fédérer le personnel autour d'une vision et sensibiliser sur les retombées positives à court et moyens termes.

CONCLUSION

Ce bulletin de veille nous démontre à quel point les TIC ont un impact considérable sur le secteur postal. Traditionnellement administrée par le secteur public, la poste a adopté tardivement les TIC comparativement aux entreprises qui gèrent les métiers du secteur de façon très lucrative. De nos jours, chaque entreprise postale indépendamment de son statut publique ou privé cherche à utiliser les TIC afin de devenir plus efficace, plus accessible et plus rentable.

Les études de cas présentées ici peuvent constituer un point d'encrage pour des pays comme la Côte d'Ivoire qui souhaite apporter de l'innovation dans le secteur postal grâce aux TIC. Les projets énumérés dans ce bulletin prennent en compte les niveaux de développement économique et technologique du pays.

L'inclusion des TIC dans le secteur postal permet de diversifier les services et surtout augmente la qualité de service ainsi que les revenus. Cette inclusion aura également tendance à agir positivement sur la bonne gouvernance. La réduction de la fracture numérique par l'intermédiaire de projets comme ceux des centres de connaissance du Botswana permet d'entretenir les liens sociaux tant fragilisés par différentes crises. Le e-commerce qui fait une entrée très probante en Côte d'Ivoire aura besoin de l'expertise de la poste renforcée par l'utilisation en interne des TIC et en externe d'un système d'adressage effectif.

L'Etat de Côte d'Ivoire conscient de ce fait a révisé sa législation en matière postale. La concurrence crée un certain engouement chez tous les opérateurs du secteur. L'on assiste à la création de nouveaux services utiles aux citoyens. Il est temps de s'appropriier les TIC pour révolutionner ce secteur.

BIBLIOGRAPHIE

La Poste de Côte d'Ivoire. (s.d.). Consulté en Juillet 2015, sur <http://www.laposte.ci/>

La Poste de France. (s.d.). *Services numériques personnels*. Consulté en Juillet 2015, sur <http://www.laposte.fr/particulier/vie-numerique/services-numeriques-personnels>

UPU. (s.d.). *Icts, new services and transformation of the Post*. Consulté en Juillet 2015, sur Recherche et études de l'UPU:
http://www.upu.int/uploads/tx_sbdownloader/publicationTrendsIctsNewServicesAndTransformationOfThePostEn_01.pdf

UPU. (s.d.). *Rapport annuel 2013*. Consulté en Juillet 2013, sur Actualités UPU:
<http://actualites.upu.int/coup-doeil/rapports-annuels/2013/>