



DOCUMENT DE POSITION DE L'UPAP SUR LA STRATEGIE DE L'UPU 2025-2029

Depuis 150 ans, l'Union postale universelle (UPU) a permis aux citoyens du monde entier d'utiliser les systèmes postaux. Les origines des services postaux remontent à l'Afrique, dans l'Egypte ancienne, vers 2000 avant JC, où ils étaient exclusivement utilisés par les pharaons pour expédier des directives sur tout le territoire de leur Etat.

Après la Seconde Guerre mondiale, l'Union postale universelle a adopté des causes plus nobles pour garantir le droit de tous les citoyens à communiquer en tant que droit humain et a développé des services financiers inclusifs pour garantir l'inclusion financière bien avant que le mot ne soit entendu.

Les obligations de service universel sont apparues comme un engagement du gouvernement envers ses citoyens.

Avec l'émergence des objectifs de développement durable des Nations Unies, les services postaux ont été reconnus comme des outils efficaces et des catalyseurs pour atteindre des objectifs spécifiques : (#1) Absence de pauvreté ; (#8), Travail décent ; et (#13), Action climatique.

Historiquement, le service postal a commencé dès le premier kilomètre depuis le bureau de poste, permettant l'expédition de citoyen à citoyen (C2C) ou de client à client (C2C). Cependant, au cours des **26** dernières années, le courrier électronique a de plus en plus remplacé le courrier physique. À mesure que le secteur du courrier aux lettres déclinait, de nouveaux modèles économiques ont été tirés par le commerce électronique. Contrairement au courrier traditionnel, la logistique du commerce électronique commence à partir des entrepôts, englobant des vendeurs géants, des PME et des marchés mondiaux ou locaux, principalement dans les modèles B2C et B2B2C.

Adaptation à l'ère du commerce électronique

Pour soutenir financièrement le réseau postal international, l'UPU doit revoir son modèle économique, en particulier le premier kilomètre (réglementations postales,

opérations et solutions) – B2C et B2B2C – afin de répondre aux besoins et aux exigences de la seule source de revenus capable d'assurer la viabilité financière du réseau. **Les colis/colis de commerce électronique peuvent contenir des produits de luxe, des médicaments pour les patients ou des outils/matériel pédagogiques pour les étudiants.**

La Stratégie de l'UPU doit reconnaître ces besoins et élaborer un plan stratégique global pour les services postaux. Le plan doit comprendre les éléments suivants.

Mission : Connecter les entreprises et les communautés

Le service postal est essentiellement fourni à la population par les gouvernements des Etats membres, avec pour mission de fournir des services postaux fiables, efficaces et abordables dans toutes les régions et toutes les communautés de tous les territoires des Etats membres de l'UPU pour :

- A) **Donner aux PME un accès universel** aux marchés internationaux, leur permettant de bénéficier des fruits économiques du commerce électronique et de se protéger contre la pauvreté grâce à un travail décent.
- B) Permettre à tous les citoyens du monde d'avoir un **accès universel** au commerce électronique.
- C) Sur le plan **numérique, autonomiser** tous les citoyens des Etats membres grâce à la Fintech

Toutes les tâches mentionnées précédemment doivent être réalisées grâce à des offres de livraison de haute qualité et rentables.

Vision : Investir dans l'avenir

Investir de manière stratégique dans la logistique, les infrastructures et la technologie. Faire du réseau postal international une pierre angulaire du développement économique de nos pays. Assurer des investissements et un financement efficaces pour le réseau postal. Focalisation sur le commerce électronique, la digitalisation et la diversification

1) Marché du commerce électronique

La stratégie de l'UPU doit garantir la livraison de paquets postaux et de colis universels, abordables et de haute qualité grâce à des outils pratiques. Le modèle opérationnel de l'UPU doit prendre en charge les opérations d'expédition en vrac B2C (téléchargement de données, étiquetage, opérations douanières) et garantir rapidité

et prévisibilité pour améliorer l'expérience client. Des analyses comparatives et des analyses de marché régulières sont essentielles pour rester compétitif.

2) Technologie financière

La stratégie de l'UPU consiste à développer un service postal financièrement viable qui connecte tous les citoyens et toutes les entreprises, garantissant un accès égal aux services financiers. Les partenariats public-privé entre les opérateurs postaux et les entreprises de technologie financière peuvent faciliter des gains rapides en reliant les services postaux et numériques.

3) La Stratégie de l'UPU doit se focaliser sur l'amélioration de l'expérience client :

- A. Améliorer la vitesse de livraison, la fiabilité et la communication.
- B. Mettre en œuvre un suivi en temps réel et des outils pratiques.
- C. Rationaliser les retours et le support client.

Le réseau postal international doit offrir à nos clients **UNE Expérience Client Numérique Unifiée, Innovante, Premium**. L'orientation client Premium doit être notre première priorité et les ressources de l'UPU doivent être allouées à cet objectif stratégique.

4) Digitalisation des services postaux

En 2008, 10 ans après l'émergence du courrier électronique comme outil standard de communication et de correspondance, le service de courrier électronique recommandé postal était prêt à être lancé parmi les membres de l'UPU après avoir été défini dans les Actes de l'Union comme un service facultatif et dans ses normes techniques. avait été publié.

En 2024, le service sera fourni individuellement par plusieurs Etats membres, en fonction de leurs capacités techniques avancées, qui proposeront le service localement. Jusqu'à présent, aucune solution numérique n'a été développée par l'UPU pour permettre à d'autres Etats membres qui ne disposent pas des capacités techniques individuelles de développer eux-mêmes la technologie. Ou au moins permettre les transactions transfrontalières et mettre à niveau les normes de l'UPU pour les mettre au niveau des dernières technologies et normes des autres services de confiance électronique.

Avec la baisse du volume du courrier, le rythme accéléré de la numérisation et l'achèvement de la Loi type de la CNUDCI sur l'utilisation et la reconnaissance transfrontalière des services de gestion de l'identité et de confiance (2022), le service de courrier électronique recommandé postal, qui est important rétablir la primauté du réseau postal international apparaît de manière significative.

Appel à l'action

Les Etats membres africains de l'UPU estiment que la stratégie de l'UPU pour le cycle de Dubaï 2025 - 2029 doit être :

- Une stratégie bien conçue pour garantir la pertinence du service postal, son efficacité et sa focalisation sur le client dans un paysage dynamique. Avec un système robuste pour suivre la mise en œuvre de la stratégie.
- Plaidoyer en faveur de changements législatifs et réglementaires pour permettre la vision et la mission stratégiques de l'UPU.
- Focalisation sur le commerce électronique, la digitalisation et la diversification des activités. Se focaliser sur les résultats de la Stratégie de l'UPU visant à assurer la croissance et la prospérité du réseau postal international, à maintenir l'OSU et à renforcer la capacité des opérateurs désignés à remplir leurs obligations nationales et internationales et à servir leurs communautés.
- Adopter une digitalisation des services postaux qui doit :
 - Permettre aux opérateurs désignés de créer – de manière proactive – des modèles commerciaux innovants dont le marché a besoin.
 - Améliorer la qualité de service et l'expérience client.
 - Développer des services postaux numériques adaptés aux nouvelles réalités et répondant aux besoins fondamentaux de nos communautés.
 - Générer des revenus et réaliser l'inclusion sociale.

En mettant en œuvre ces initiatives stratégiques, l'UPU peut assurer un avenir durable et continuer à jouer un rôle essentiel dans la connexion des entreprises et des communautés du monde entier.