

posteo

∞ Association nationale des élus de montagne

HORS-SÉRIE
OCTOBRE
2011



DES OUTILS INNOVANTS AU SERVICE DE LA COMMUNICATION LOCALE

Pour sa communication de proximité, l'office du tourisme de Chamonix Mont-Blanc a choisi l'e-mailing.



La campagne produit "Appel de la nature" de l'office du tourisme de Chamonix Mont-Blanc a été diffusé par Géomail.

« Jusqu'en 2008, la destination montagne occupait la deuxième place des destinations touristique françaises. Depuis 2008, elle est au quatrième rang. Nous avons fait le même constat pour la station de Chamonix Mont-Blanc : une érosion de la durée moyenne de séjour sur le marché français et une diminution du nombre de nuitées pour les périodes du printemps, de l'été et de l'automne. Par ailleurs, la clientèle française par rapport au ratio offre/prix a tendance à voyager à l'étranger pour du court séjour. Au vu de ce constat, Chamonix est donc dans une situation de reconquête de la clientèle française court séjour », explique Antoine Burnet, responsable promotion-marketing-web à l'office du tourisme de Chamonix Mont-Blanc et directeur des ventes et relations clients à la Compagnie du Mont-Blanc. Les objectifs assignés à la Campagne "Appel de la nature" visaient à promouvoir, de mai à septembre 2010, la destination Chamonix Mont-Blanc comme une destination été.

Marketing direct innovant

L'office du tourisme de Chamonix a opté pour une campagne d'emailing Geomail avec une relance sur les destinataires non ouvreurs de l'e-mail un mois après le premier envoi. Geomail est une solution de marketing direct permettant de louer une cible qualifiée d'adresses e-mail. « C'est la première fois que l'office du tourisme mène une campagne de promotion pour répondre à une problématique, en utilisant cet outil innovant de marketing direct. Dans le secteur du Tourisme et au niveau de la Haute-Savoie, Chamonix est la seule destination à avoir choisi ce type de promotion, ajoute Antoine Burnet. Les objectifs fixés sont atteints : appuyer la notoriété de Chamonix auprès des cibles déterminées, proposer un produit touristique, véhiculer l'image de Chamonix comme une destination été de proximité et augmenter la fréquentation estivale court séjour en début et fin période estivale. cette dernière a augmenté de 12 % en 2011. »

∞ édito



Jean-Paul Bailly, président-directeur général du Groupe La Poste

LA CONSIDÉRATION DE LA PERSONNE ET L'ÉQUITÉ MARQUENT L'ESPRIT DE SERVICE DU GROUPE LA POSTE

La Poste évolue en permanence. Grâce à son projet "Ambition 2015" elle entend tenir sa place de groupe européen, multi-métier, leader des échanges postaux et des services financiers et bancaires de proximité. Mais l'atteinte de ces objectifs doit s'appuyer sur les valeurs communes qui cimentent notre groupe : la considération de la personne et l'équité marquent l'esprit de service de La Poste. Une meilleure satisfaction de ses clients est le moteur de son esprit d'innovation. La Poste fait un double choix : devenir la référence de la modernité publique et afficher une performance économique satisfaisante. La parfaite exécution de nos quatre missions de service public, réaffirmées par la loi du 9 février 2010, c'est la fierté des Postiers et l'avenir de La Poste. La Poste entend ainsi démontrer que respect des missions de service public et performance économique se renforcent l'un et l'autre.





UNE FORMATION SUR MESURE POUR MIEUX SERVIR LES CLIENTS

Saint-Jacques-des-Blats | Afin d'apporter un service toujours plus performant aux clients, les gérants d'Agence Postale Communale (APC) sont formés sur les logiciels, les produits et les prestations de La Poste.

Afin de parfaire ses connaissances sur les outils nécessaires à la gestion de son agence postale, Delphine Verniers, gérante de l'APC de Saint-Jacques-des-Blats a suivi la formation de La Poste, sur l'application Postacom. Ce logiciel, permet de traiter les opérations de guichet, la comptabilité et la gestion des stocks de produits. Il a été complété par un pistolet flasheur permettant le suivi des objets courrier et colis et d'un terminal de paiement (TPE) pour les retraits et paiements par carte. Delphine a commencé

cette formation en doublure dans une autre APC, elle précise, « après la doublure, la présence de Christian Desolme, le formateur de La Poste m'a permis de réviser et de poser des questions. De plus, le fait d'être dans mon agence m'a facilité la prise de repères ». En effet, Christian Desolme, responsable de la mise en place des partenariats pour le Cantal et la Haute-Loire accompagne l'agent sur site, pendant 2 à 3 jours.

Améliorer le conseil aux clients

En 2008, une réunion des représentants de l'Enseigne La Poste et de la direction à l'aménagement du territoire, a été organisée à Massiac (15). Huit maires et leurs gérants (cinq du 15 et trois du 63) ont exposé leurs besoins et problèmes quotidiens. Ce groupe a permis d'améliorer la formation des agents territoriaux. L'Enseigne La Poste a élaboré un module test pour ces huit gérants qu'ils ont pu suivre au début de l'année 2009 et faire évoluer. Pour parfaire leurs connaissances, les agents d'APC suivent des formations annuelles en salle, par groupe d'une dizaine de gérants d'APC. « Ces rencontres permettent de vérifier les acquis sur les fondamentaux, de présenter les évolutions de Postacom ainsi que les nouveautés concernant les produits et services. Des mises en situation permettent également d'améliorer le conseil aux clients », conclut Christian Desolme.



Le maire (à gauche) de Saint Jacques des Blats accueille sa nouvelle gérante, Delphine Verniers et le formateur, Christian Desolme.

en pratique

Les Agences Postales Communales (APC) informatisées sont équipées de Postacom (Système informatique sur mesure des agences postales).

Depuis le 28 mai 2009, une nouvelle version de Postacom permet :

- le flashage des objets suivis déposés au guichet (courrier et colis) ;
- l'arrivée en instances, la levée d'instances ;
- le retour expéditeur, ainsi que l'édition d'un part de transmission. Ce part, qui est à déposer dans la caissette des objets signalés, permet d'identifier précisément les objets remis par l'Agence Postale Communale (APC).

Il est à conserver par l'établissement courrier pendant deux ans.



LES POSTIERS DES STATIONS PARLENT ANGLAIS POUR MIEUX RÉPONDRE AUX BESOINS DES CLIENTS

Courchevel | Formés à l'anglais, les postiers peuvent fournir aux clients services et préconisations qu'ils sont en droit d'attendre d'un bureau de poste moderne en région touristique. Deux acteurs clefs de la station commentent.

Guichetiers, directeurs d'établissement et conseillers financiers de Courchevel sont désormais formés à l'anglais. L'objectif: offrir aux clients un accueil de qualité identique à celui que leur réservent tous les autres commerces et services de la station. « Courchevel est depuis longtemps dans une dynamique internationale. La maîtrise de l'anglais par les hébergeurs et les agences immobilières, acteurs de la promotion, a rapidement contribué à faire la différence. Aujourd'hui, c'est une condition de recrutement. Un niveau minimum est même requis pour être moniteur à l'École du Ski Français. Si 40 nationalités se côtoient dans la station, l'anglais reste la langue touristique par excellence. Il est, pour moi, impensable de se comporter autrement envers les clients qui nous font le plaisir de venir chez nous », commente Adeline Roux, directrice de Courchevel Tourisme. Les formations proposées sont indispensables lorsqu'on sait qu'un conseiller financier ouvre en moyenne 30 à 50 comptes bancaires par an pour des

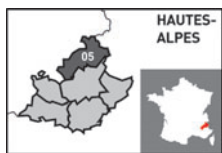
saisonniers étrangers en station. « D'emblée, par réflexe, les clients internationaux font appel à UPS ou Fedex pour leurs envois. À présent, les postiers sont en capacité de comprendre et donc de répondre aux besoins des clients étrangers. En s'ouvrant à l'anglais, La Poste contribue au développement de la station et à l'amélioration de l'accueil », explique Jean-Christophe Vidoni, maire adjoint chargé du tourisme, du développement économique, des sports et de la culture.

Comprendre et se faire comprendre

« Cette décision de former les postiers est importante pour les saisonniers mais également pour les résidents étrangers de plus en plus nombreux de la station. À partir du moment où ils peuvent comprendre les attentes des clients et se faire comprendre d'eux, les postiers peuvent formuler des propositions commerciales répondant à leurs besoins et favorisant le développement du chiffre d'affaires », complète Adeline Roux



Le bureau de Courchevel 1850 accueille 60 % d'étrangers.



LE KIOSQUE MULTISERVICE OFFRE PLUS D'ACCESSIBILITÉ AUX HABITANTS

L'Argentière-la-Bessée | Le premier kiosque multiservice de la région PACA a été inauguré fin 2010 dans les Hautes-Alpes. Une solution pour la distribution du courrier dans les hameaux isolés ou inaccessibles en hiver.

La commune de l'Argentière-la-Bessée est équipée du premier kiosque multiservice de la région. Inauguré en novembre 2010 puis présenté au Salon des Maires, ce kiosque offre plus d'accessibilité en termes de distribution du courrier et de services aux habitants vivant dans un hameau isolé. Construit en bois, il comporte trois boîtes aux lettres normalisées, un panneau d'affichage communal et un collecteur de piles usagées. Le tout est alimenté par un petit panneau solaire situé sur le toit. Un prototype réalisé par un charpentier de Laragne et qui est le fruit d'une collaboration entre la commune de l'Argentière et La Poste. « Lorsque l'idée nous a été présentée en Commission Départementale de Présence Postale Territoriale en juillet 2010, j'ai tout de suite pensé à la desserte du vallon de Fournel et à une implantation au hameau des Grolières », explique Joël Giraud, maire de l'Argentière-la-Bessée – 2407 habitants – et député de la 2^e circonscription des Hautes-Alpes. Avec deux gîtes et une cabane pastorale, l'endroit est particulièrement isolé, inaccessible en hiver et, en été, nous souhaitons y limiter la circulation automobile. La solution du kiosque répondait bien à ce cas particulier sur la commune. Jusqu'à présent, c'était un peu le système D. »

Dans le sens du service

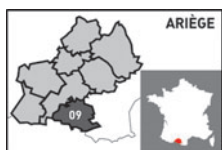
Bernard Bonhomme fait partie des trois clients qui bénéficient désormais du service. Propriétaire du refuge de La Pusterle, il avait installé sa boîte aux



Le premier kiosque multiservice de la région PACA a été inauguré le 19 novembre dernier à l'Argentière-la-Bessée.

lettres près de l'emplacement actuel du kiosque. Son refuge est situé à six kilomètres et n'est accessible en voiture que l'été. « Le principal avantage est que je peux récupérer mon courrier quand je veux, il est maintenant toujours au sec, et ma boîte aux lettres est normalisée. L'idée est intéressante, cela va dans le sens du service. » Et Joël Giraud de poursuivre : « Cela permet de fournir aux habitants et aux visiteurs des services complémentaires. Il y a beaucoup d'alpinistes dans le coin, surtout en

hiver. Ils peuvent déposer la pile usagée de leur lampe frontale dans le collecteur quand ils ont terminé leur ascension. Nous profitons également du panneau d'affichage pour rappeler les consignes de sécurité. L'idée du kiosque plaît, des communes du pays des Écrins pourraient être intéressées. » Le kiosque multiservice peut contenir entre trois et douze boîtes aux lettres et différents services adaptés aux besoins des habitants : collecte de piles, papier ou vêtements, écran tactile, point de covoiturage...



LE RELEVÉ DES COMPTEURS DE GAZ PAR LES FACTEURS SE POURSUIT

Ariège | Cela fait trois ans que les facteurs effectuent le relevé des consommations de gaz de clients Butagaz ou Totalgaz au cours de leurs tournées. Zoom sur la commune de Seix.

Les facteurs de l'Ariège ont renouvelé, début 2011, leur engagement vis-à-vis des partenaires Butagaz et Totalgaz du Groupe La Poste. Outre le report des consommations de gaz de particuliers sur un bordereau, les facteurs sont mandatés pour s'assurer de la conformité des installations. Les données notées par le facteur sont saisies à la fin de sa tournée, sur l'extranet créé spécialement à cet effet. Christiane Pifféro, factrice à Seix, se souvient : « Je me rappelle que certains clients ont été surpris au début de me voir intervenir dans ce domaine. À ce jour, quelques-uns me demandent encore de vérifier le niveau de remplissage de leur cuve ou m'interpellent lorsqu'ils rencontrent un problème concernant le gaz. Je leur explique alors que je suis exclusivement mandatée pour effectuer le relevé de leur compteur. Aujourd'hui, ils me font totalement confiance quand à la qualité des informations que je transmets. »

Des prestations d'aide à la vie quotidienne

En choisissant La Poste en 2008, Butagaz et Totalgaz, fournisseurs d'énergie, se sont appuyés sur le capital confiance dont bénéficient les facteurs et sur le maillage territorial de La Poste. Avec Facteurs Services +, La Poste propose un bouquet de services de proximité aux associations ou aux collectivités territoriales : visite de personnes isolées, portage de médicaments ou de livres, installation de boîtier TNT... et permet ainsi de maintenir le lien social dans des zones rurales, dépourvues de tous services. « À titre personnel, j'estime ces prestations valorisante dans le cadre de mon métier de facteur », note Christiane Pifféro. En 2010, la relève de consommation de gaz a représenté près de 20 000 opérations.



Un service de proximité assuré par Christiane Pifféro, factrice.

GARANTIR L'ACCESSIBILITÉ DES GUICHETS, UNE PRIORITÉ POUR LA POSTE

Interview croisée entre Jean-Paul Bailly, président-directeur général du Groupe La Poste, Vincent Descoeur, président de l'ANEM et Chantal Robin Rodrigo, secrétaire générale de l'ANEM



Jean Paul Bailly,
président-directeur général
du Groupe La Poste



Chantal Robin Rodrigo,
secrétaire générale de l'ANEM



Vincent Descoeur,
président de l'ANEM

Postéo : Pouvez-vous nous rappeler le rôle de l'ANEM vis-à-vis des élus de montagne ? Quelles relations entretient-elle avec les services de La Poste ?

Vincent Descoeur : Depuis 1984, l'ANEM se mobilise pour faire reconnaître la spécificité des territoires de montagne dont « le développement équitable et durable constitue un objectif d'intérêt national » (art. 1^{er} de la « loi Montagne » du 9 janvier 1985). Les représentants de l'association, qui revendiquent un droit à la différence et la nécessité d'adapter les dispositions générales aux particularités des territoires de montagne – qui couvrent près d'un quart du territoire national –, mènent au quotidien un véritable combat dans les instances et les assemblées locales, nationales et européennes. L'ANEM rassemble aujourd'hui plus de 4 000 communes de montagne, 43 Conseils généraux, 12 Conseils régionaux, ainsi que plus de 250 parlementaires. La gouvernance de l'ANEM est assurée, conjointement et alternativement, par un président et un secrétaire général, tous deux parlementaires et chacun étant issu d'un parti appartenant soit à la majorité présidentielle, soit à l'opposition. Ce mode – inédit – de fonctionnement lui assure une légitimité autant qu'une audience politique incontestable.

Jean-Paul Bailly : La Poste est engagée dans un dialogue permanent avec les élus et leurs associations tant au niveau national que dans les territoires, notamment dans le cadre des Commissions départementales de présence postale territoriale (CDPPT). Grâce au partenariat national engagé avec l'ANEM, La Poste entretient une relation privilégiée avec l'association et ses responsables.

Postéo : Quel rôle peut tenir La Poste dans le maintien d'un service de proximité en zone de montagne ?

Chantal Robin-Rodrigo : Les élus de montagne exigent un service public postal de qualité. La montagne est un ensemble de territoires qui, du fait de leurs caractéris-

tiques géographiques particulières, appellent des mesures spécifiques, notamment en matière d'accessibilité et de maintien des services publics.

La présence postale constitue en montagne un facteur essentiel d'attractivité et d'ancrage de la population sur le territoire, au même titre que l'école. D'où la nécessité d'un vrai dialogue avec les élus locaux – comme le prévoit le Contrat de présence postale territoriale 2011-2013 – pour aborder sereinement les questions de transformation de bureaux de poste ou de modification des horaires d'ouverture avec comme enjeu la reconnaissance des disparités géographiques et des spécificités des territoires de montagne.

Jean-Paul Bailly : Le nouveau Contrat de présence postale territoriale, élaboré en concertation avec l'Observatoire national de présence postale, a largement intégré les demandes des présidents des CDPPT et s'accompagne d'une revalorisation significative de 10 % de l'indemnité forfaitaire pour les agences postales. Il renforce ainsi le financement et la stabilité de la présence postale, notamment dans les territoires ruraux et de montagne. Afin de développer le dialogue territorial, ce nouveau contrat a consolidé le rôle des CDPPT et apporté de nouvelles garanties sur l'évolution du réseau des bureaux de poste et sur leur amplitude horaire. Il doit nous permettre d'œuvrer ensemble pour une présence postale performante et pérenne, adaptée aux besoins spécifiques des populations et des territoires dans leur diversité.

Postéo : Comment La Poste peut-elle répondre aux attentes des élus locaux aujourd'hui et à l'avenir ?

Vincent Descoeur : Les attentes des élus de montagne concernant le service public postal sont :

- le maintien dans chaque canton d'un ou plusieurs bureaux de poste de plein exercice, en fonction du nombre d'habitants et/ou de l'étendue du territoire, offrant tous les services notamment les prestations bancaires et un accès Internet haut débit gratuit ;

- l'abondement de façon pérenne des ressources du fonds postal national de péréquation territoriale, suite à la suppression de la taxe professionnelle, au-delà des trois prochaines années ;

- la garantie de l'accessibilité des guichets et de la qualité de service, en proposant des horaires d'ouverture compatibles avec le rythme de vie des habitants des communes de montagne ;
- le maintien du tarif unique du timbre, en améliorant dans les zones de montagne la remise du courrier à « j+1 », dont la distribution prend parfois plusieurs jours...

Jean-Paul Bailly : La loi du 9 février 2010 fixe à au moins 17 000 le nombre de points de contact et définit les quatre missions de service public et d'intérêt général dévolues à La Poste : le Service Universel Postal, la contribution à l'aménagement du territoire, le transport et la distribution de la presse, l'accessibilité bancaire. En matière d'évolution de la présence postale territoriale, les principes de concertation et de dialogue sont réaffirmés :

- la nécessité d'un diagnostic préalable et partagé entre La Poste et la commune concernée ;
- l'accord du Maire et du Conseil municipal pour valider le changement de statut du point de contact et la nature du partenariat ;
- un rapport formalisé pour toute modification des horaires et une seule évolution possible sur la période du contrat.

Ces nouvelles avancées doivent nous permettre de continuer à organiser la présence territoriale dans de bonnes conditions de dialogue, de concertation et de performance opérationnelle en élaborant ensemble des solutions partagées.

Retrouvez ce hors-série spécial ANEM sur notre site :

WWW.laposte.fr/collectivites-et-territoires