

# LA POSTE JOUE LA CARTE DU COURRIER CONNECTÉ

Photos MDebette ©



Désiré Avic, directeur du Courrier des Bouches-du-Rhône, Frédéric Blanchard, président du PAAP, Stéphane Aubertie, directeur de la plateforme de distribution du courrier à Aix-en-Provence.

« IL N'Y A PAS ÉCRIT LA POSTE ! » DIT UN SLOGAN PUBLICITAIRE. POURTANT, IL EST BIEN QUESTION D'ÉCRIRE UNE NOUVELLE HISTOIRE POUR LE GROUPE QUI PORTE NOS PLIS DEPUIS DES ANNÉES.

La soirée Digital Lab & Lounge, tendances et innovations qui s'est déroulée sur le pôle d'activités d'Aix-en-Provence (PAAP) avait pour objectifs de décrypter l'omniprésence du numérique et le comportement d'un public de plus en plus connecté et de présenter les innovations destinées à transformer le quotidien de chacun et le business. Face à une centaine d'acteurs du monde économique, Désiré Avic, directeur du Courrier des Bouches-du-Rhône, a listé les différents angles stratégiques que le groupe La Poste entend prendre pour « son développement et un véritable fondement de son identité, dans le respect de ses valeurs de proximité, de simplicité et de confiance ». Une stratégie qui passera par la simplification du parcours de ses clients, notamment sur internet, en faisant de laposte.fr le point d'entrée de ses solutions en ligne et en facilitant l'accès à ses



services en toute mobilité. Au programme, une sélection de services comme l'envoi de cartes postales du XXI<sup>e</sup> siècle par exemple, pour développer le business, maîtriser les charges, gagner en efficacité... Le groupe entend aussi se positionner en tiers de confiance des échanges numériques grâce à des solutions accessibles à tous, complémentaires et totalement sécurisés telles que laposte.fr, Digiposte ou son service d'« IDentité Numérique », service de lettre recommandée 100% numérique et certifiée par le cachet de la Poste.

## Faire de la data un véritable levier de croissance

Autres ambitions, celle de devenir le partenaire privilégié des e-commerçants et des professionnels en proposant des solutions numériques sur-mesure sur l'ensemble de la chaîne de valeur du développement de leur activité. Faire de la data un véritable levier de croissance et contri-

buer à l'émergence de nouveaux services via une démarche participative d'ouverture des données postales (DataPoste). Développer la convergence du numérique et des réseaux physiques de services de proximité pour devenir un acteur de référence de l'économie collaborative, ce qui

*(...) Un service d'« IDentité Numérique », service de lettre recommandée 100% numérique et certifiée par le cachet de la Poste.*

passer par l'équipement de smartphones pour tous les facteurs. Enfin, Désiré Avic veut faire de La Poste une grande marque numérique en valorisant les innovations et usages numériques à travers une participation croissante aux grands événements ou encore, comme c'était le cas avec l'organisation de cette soirée, en renforçant ses partenariats avec les experts du monde numérique que sont les grands groupes, PME, associations, pôles de compétitivité, etc. et en favorisant le développement de start-up innovantes, notamment à l'occasion de son rendez-vous annuel de Lab Postal.

Cette rencontre avec les chefs et dirigeants d'entreprises était –peut-être– aussi un bon moyen de mettre en avant la remise en question du Groupe La Poste qui entend surfer sur la vague du numérique.

Martine Debette