Ministère de l'Enseignement Supérieur
et de la Recherche Scientifique
Université Virtuelle de Tunis

جامعة تونس الافتراضية
UNIVERSITÉ VIRTUELLE DE TUNIS

Projet de Fin d'Etudes

Pour l'obtention d'une

Licence Appliquée en Management

Parcours : **Management et Gestion des PME**

Sujet :

Commercialisation d'un produit postal et son Intérêt sur les PME

Réalisé par : **KHENISSI Fatma**

Entreprise d'accueil : L'Office de la Poste Tunisienne

……

Soutenu le ../../..

Responsable entreprise : RAYES Nabil

Responsable Université Virtuelle de Tunis : BEN REJAB Wajdi

Année Universitaire : 2018/2019

Remerciements

Je tiens à exprimer ma profonde gratitude et mes remerciements les plus sincères à mon encadreur, Mr BEN REJEB Wajdi. Son expérience, ses orientations, ses qualités pédagogiques et humaines m'ont permis de mener à bien ce projet de fin d'étude. Je le remercie de m'avoir accordé une entière confiance et surtout beaucoup d'autonomie.

Je ne saurais jamais comment exprimer ma reconnaissance à mon encadreur entreprise, RAYES Nabil qui a toujours cru en moi. Je le remercie de m'avoir assuré les conditions nécessaires pour l'accomplissement de mon travail.

Enfin, j'exprime ma profonde gratitude à toute ma famille. J'adresse une pensée particulière à mon père, ma mère et mon frère qui m'ont toujours soutenue et qui ont eu toujours confiance en moi.

Liste des abréviations :

PME : Petites et Moyennes Entreprises

CRBT : Service Contre Remboursement

EXW : Ex Works (en français : Usine (EN), usine (à l')… lieu convenu)

UPU : Union Postale Universelle

PIB : Produit Intérieur Brut

Liste des figures :

Figure 1 : Répartition du réseau commercial

Figure 2 : Organigramme de la direction centrale des produits postaux

Figure 3 : Le questionnaire

Figure 4 : Avis sur Aramex

Figure 5 : Avis sur DHL

Figure 6 : Avis sur Fedex

Sommaire :

Chapitre Introductif

Chapitre 1 : Avant-Propos

A- Historique de la logistique dans le monde
- La logistique
- Introduction à la logistique

B- La logistique en Tunisie

C- Les acteurs majeurs de la logistique en Tunisie

D- Présentation de la poste
a- Présentation de la Poste Tunisienne
b- Réseaux des services postaux
c- Politiques et stratégies
d- Présentation de la direction centrale des produits postaux
e- Structures de la direction centrales des produits postaux

Chapitre 2 : Etude des données

A- Présentation du produit
a- Données générales et statistiques
- Données générales sur le produit
- Les produits de Rapid-Poste
b- Etude de satisfaction client
- Analyse
c- Etude de satisfaction des clients des services concurrents
- Analyse

Chapitre 3 : Etude comparative et Résultats

A- Etude comparative
B- Résultats

Chapitre 4 : Conclusion

Chapitre

Introductif

Contexte du PFE :

Ce travail est réalisé dans le cadre de formation pour l'obtention de licence appliquée en Management et Gestion des PME.

L'objectif primordial du rapport de fin de stage effectué au sein du siège de la Poste Tunisienne est de véhiculer les utilisateurs du service logistique en Tunisie vers l'appréciation du service Rapid-Poste en augmentant leurs satisfactions.

En effet, l'approche satisfaction des clients par rapport à un service logistique dans un marché concurrentiel et possédant un énorme intérêt sur les PME est la partie la plus importante du projet de la Poste Tunisienne.

Ainsi, il faut signaler que la e-commercialisation d'un produit est le chantier critique au cours d'un projet en raison de son influence sur le marché, comment le visualiser et quels avantages peut-il apporter.

Motivations et intérêt :

Rien ne vaut qu'un stage pour découvrir le monde professionnel, son ambiance et ses exigences, essayer des outils et utiliser des techniques, et faire l'expérience de plusieurs métiers et les comparer…

La Poste Tunisienne comme étant un établissement public, entreprise de grande taille m'a toujours intéressé. Etant donné les produits et les services qu'elle met en disposition au niveau des personnes physiques que morales.

Tout en prenant en considération de phénomène de la privatisation et la politique macroéconomique suivi par le gouvernement tunisien afin de relancer l'économie dans la voie du progrès et de la croissance auto-entretenue, et ce, dans un contexte gagné, de plus en plus par la mondialisation des processus de production, la globalisation des marchés, et la densification-intensification de la concurrence.

Problématique :

Le service Rapid-Poste

Quel est l'intérêt et les différents avantages sur les Petites et Moyennes Entreprises ?

Comment peut-on mener une amélioration de ce service ?

Objectifs :

Mettre en valeur le Rapid-Poste ainsi que son utilité et ses différents avantages pour les petites et moyennes entreprises tunisiennes.

Ce rapport sera d'utilité de faire une étude des différents services logistiques dominant le territoire tunisien et comment rependre le mieux aux attentes des utilisateurs tout en réalisant une études de satisfactions sur les services logistique existants en Tunisie.

Déroulement et structure du PFE :

Ce rapport présente et étudie la poste tunisienne en général et le réseau du Rapid-Post et ses services en particulier.

Pour répondre à notre problématique, notre démarche va se baser sur quatre parties outre une partie préliminaire dans laquelle on va présenter le cadre conceptuelle de notre rapport de stage, une première partie sera réservée à l'étude de produit ; sa présentation, ses statistiques et ses intérêts.

La deuxième partie sera consacrée à une petite enquête qu'on va poser sur quelques entreprises pour voir l'intérêt du Rapid-Post sur eux, les avantages et les inconvénients des opérations réalisées, leurs attentes, ce qui les pousse à procurer aux services du Rapid-Post ou ce qui les y empêchent tout en faisant un comparatif avec les autres services et bureaux de transfert logistique.

Selon nos résultats du sondage, notre troisième partie sera allouée à afficher les résultats obtenues et la discussion de l'étude comparatifs entre les services logisticien en Tunisie

Pour conclure, une quatrième partie sera consacrée aux avis de tous ceux qui ont fait partie de notre étude (satisfactions, statistiques et démarches procurées au futur).

Chapitre 1

AVANT-PROPOS

A- Historique de la logistique dans le monde :

La logistique est l'étude des faits et de l'évolution de cette activité de service qui a pour objet principal la gestion des flux physiques.

La logistique s'est largement développée au sein de l'entreprise après la Seconde Guerre mondiale, mais elle a connu, depuis, de profondes transformations. La manière dont la logistique s'est construite progressivement pendant cette période est empreinte de trois facteurs : le contexte économique, les principes de management en vigueur et les évolutions technologiques en matière de télécommunications et d'informatique. Cette contextualisation permettra de faire émerger la logistique comme une démarche « générique » d'organisation, comme une tentative de rationalisation organisationnelle – d'une mise en ordre d'un certain point de vue – mobilisant la notion de flux.

Introduction à la logistique

Avec la mondialisation des échanges, le développement du tourisme et le boom du e-commerce, les secteurs du transport et de la logistique continuent d'afficher leur bonne santé. Qu'elles soient spécialisées dans la route, l'air, la mer ou le rail, les entreprises du secteur sont en quête de professionnels de tous niveaux.

Recevoir chez soi un colis commandé sur internet, prendre le métro pour aller travailler, solliciter une entreprise de déménagement... Autant de situations du quotidien qui nécessitent d'avoir recours à un ou plusieurs moyens de transports. Et les particuliers ne sont pas les seuls concernés. Toutes les entreprises font aujourd'hui appel à des sociétés de transport afin d'acheminer jusqu'à elles leurs matières premières et d'expédier leurs marchandises vers leurs clients ou des points de vente.

B- La logistique en Tunisie :

Le secteur logistique joue un rôle important dans la croissance économique et le développement des pays. Dans un environnement de plus en plus mondialisé, il est souvent considéré comme une interface importante du commerce international. Le développement du secteur logistique constitue aujourd'hui une priorité nationale stratégique pour renforcer le processus de l'amélioration de la compétitivité de l'économie.

En Tunisie, 50% du PIB provient du commerce extérieur et les flux annuels des marchandises échangés avec l'extérieur sont de l'ordre de 200 millions de tonnes. La logistique revêt, donc, une importance stratégique qui compte pour le développement de ses exportations.

C- Les acteurs majeurs de la logistique en Tunisie :

Le transport des colis en Tunisie et à l'étranger est un métier qui prend de l'ampleur jour après jour, c'est pour cela qu'on identifie six acteurs majeurs dont quatre sont des leaders internationaux tel-que FEDEX – UPS – ARAMEX et DHL.

D- Présentation de la poste :

a. Présentation de la Poste Tunisienne :

L'organisme de mon stage de fin d'étude s'est déroulé au sein de l'Office National des Postes et précisément la direction centrale des produits postaux.

L'office national des Postes a pour dénomination commerciale la Poste Tunisienne, est l'opérateur publique Tunisien qui fournit les services postaux sous la tutelle du ministère des technologies des communications et de l'économie numérique.

Depuis janvier 1999, et après sa séparation de Tunisie télécom, la Poste Tunisienne est devenue un organisme public à caractère industriel et commercial qui a deux métiers principaux:

- Services postaux: collecte, transport et distribution du courrier.
- Services financiers: épargne et chèques postaux, mandats en plus des services monétiques.

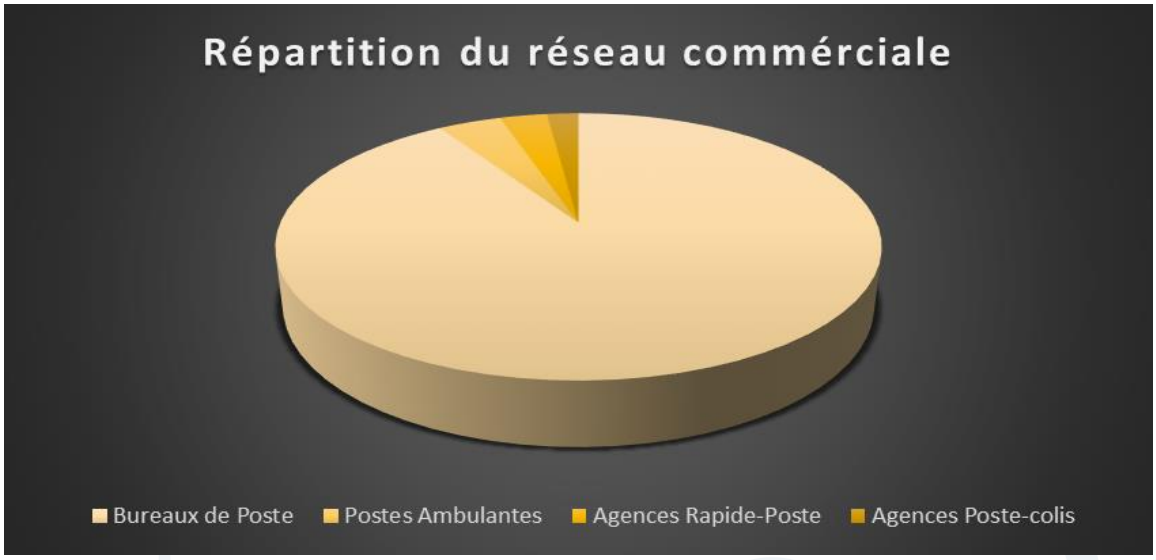
Aussi, la Poste Tunisienne fait la fabrication des timbres pour son compte et exporte pour d'autres pays.

البريد التونسي
LA POSTE TUNISIENNE

b. Réseaux des services postaux :

La Poste Tunisienne est l'opérateur postal historique en Tunisie, qui compte actuellement plus de 9000 employés et un réseau qui s'étend sur tout le territoire tunisien avec ses 1017 bureaux de poste et qui offre une variété de services au profit des entreprises et des citoyens

Ainsi le réseau commercial de la Poste est présenté par les divers points de contacts avec les citoyens en plus des voitures de poste ambulants dans les zones rurales, la figure suivante montre la composition du réseau commercial:



-Fig 1 : Répartition du réseau commercial-

c. Politiques et stratégies de la Poste Tunisienne :

Mission :

« Assurer la modernisation et le développement de la Poste par ses activités postaux et financiers en se basant sur les nouvelles technologies et en prenant en compte l'évolution du marché lié au commerce électronique et le nouveau business numérique en plus de la modernisation des métiers traditionnels postaux».

Vision :

« La Poste Tunisienne, sera le leader de l'inclusion financière et sociale par le numérique et la fourniture des services de proximité à tous les citoyens, ainsi que le partenaire innovant et privilégié des PME »

Axes stratégiques de la Poste Tunisienne :

La Poste Tunisienne pilote ses investissements et ses efforts vers quatre axes stratégiques comme suit:

Services Postaux :

La modernisation des services postaux pour répondre aux dés du marché et aux exigences des clients.

Services Financiers :

Le développement des services financiers pour mettre en avant le rôle de la Poste dans l'inclusion financière et sociale.

Services Numériques :

La confirmation du rôle de la Poste Tunisienne comme acteur dynamique et innovant dans le développement de l'économie numérique.

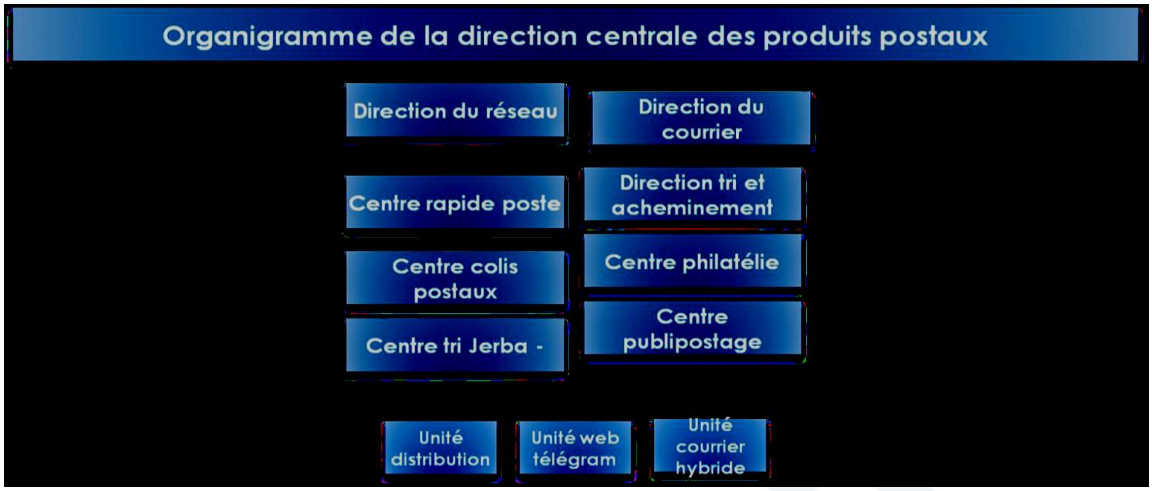
Logistiques :

Le positionnement de la Poste Tunisienne dans le domaine de la logistique pour profiter de l'évolution du marché e-commerce et être le partenaire privilégié des PME.

d. Présentation de la direction centrale des produits postaux :

La direction centrale des produits postaux assure le pilotage de toutes les directions, les unités et les centres spécialisés liées aux prestations des services postaux.

Ces structures sont présentées dans l'organigramme de la direction centrale des produits postaux dans la figure suivant :



-Fig2 : Organigramme de la direction centrale des produits postaux-

e. Les structures de la direction centrale des produits postaux :

La direction centrale des produits postaux regroupe les directions et les centres spécialisés suivants :

Direction du courrier :

La direction du courrier a comme mission le suivi et l'analyse du trafic des centres de tri ainsi que la préparation des grands projets de distribution, des tarifs et des conventions avec les transporteurs privé du courrier.

Direction du réseau postal :

La direction du réseau postal joue le rôle de pilotage des 24 régions du territoire tunisien avec environ 1117 bureaux de postes, elle tend à promouvoir les actions commerciales et le suivi des besoins du réseau postal en termes de ressources humaines et des équipements.

Direction de tri et acheminement :

La direction de tri et acheminement fait la coordination entre toutes les agences et structures dédiées à trier et à transporter le courrier, elle fait aussi la mission d'organisation de la relation avec la douane et avec tous les parties prenantes dans le domaine du tri et acheminement.

Unité de distribution :

L'unité de distribution a pour vocation le pilotage des centres de distributions sur le territoire national, de plus l'encadrement des chefs centres et des agents de distributions par les visites le suivi.

Unité Web télégramme :

L'unité Web télégramme a été créée pour centraliser les affaires qui concernent les télégrammes, leur traitement et distribution rapide.

Centre des colis postaux :

Le centre des colis postaux trace la stratégie de la Poste Tunisienne en matière des colis. Il joue le rôle du coordinateur avec tous les services de douane et tout ce qui intéresse le service transit.

Centre rapide-poste :

Le centre rapide-post a pour mission de piloter les agences rapide-poste au niveau national, avec la promotion de tous les services et produits liées aux envois rapides en Tunisie et à l'étranger avec DHL et les autres institutions d'envois rapide dans le monde.

Centre de la philatélie :

Le centre de la philatélie assure l'édition des timbres-poste, l'organisation et la participation aux foires en Tunisie et l'étranger, ainsi que la coordination avec les artistes et l'exportation des timbres postes à l'étranger pour plusieurs pays dans le monde.

Centre publipostage :

Le centre publipostage prépare les bases de données des adresses des tournées de distribution pour l'exploiter dans le domaine de publicité pour la Poste ou pour d'autre entreprises, de plus le centre de publipostage a pour vocation d'attirer les usagers à fin de les fidéliser.

Unité du courrier hybride :

Cette unité a pour rôle le suivi et la gestion des machines à affranchir avec 16 banques et entreprises en Tunisie, le nombre des envois du courrier hybride en 2016 est de 22.831.040 réparties entre les banques, des entreprises publiques et des entreprises des services.

La diversité des services postaux selon les types des clients :

La Poste Tunisienne offre une panoplie de services postaux pour les citoyens et les entreprises à l'intérieur du pays et aux résidents à l'étranger.

Ainsi nous pouvons citer cette diversité selon la catégorie des clients.

Services offerts aux particuliers : Pour les particuliers, la Poste Tunisienne offre une panoplie de produits et services adaptés à leurs attentes parmi ces services nous citons:

- Expédition du courrier express.
- Suivi des envois en ligne.
- Affranchissement du courrier.
- Expédition des colis.
- Achat en ligne des bouquets de fleurs naturels, des cartes de vœux, des cartes postales et timbres postes et produits philatéliques.

Services offerts aux entreprises : En ce qui concerne les entreprises, la Poste Tunisienne met à leurs dispositions des services basés sur des solutions innovantes, dans ce sens nous citons:

- Expédition du courrier express.
- Suivi des envois en ligne.
- Affranchissement du courrier.
- Expédition des colis.
- Envoi des messages urgents et sécurisées via la plateforme « Web télégramme».
- Développement du marketing direct par le service publipostage.
- Achat en ligne des bouquets de fleurs naturels, des cartes de vœux, des cartes postales en plus des timbres postes et produits philatéliques.

Services pour les résidents à l'étranger : La Poste Tunisienne met à la disposition des résidents à l'étranger:

- L'achat des timbres postes et produits philatéliques via le site de la Poste.
- L'envoi des bouquets de fleurs et de télégrammes de félicitations à leurs proches en Tunisie via la plateforme de la Poste Tunisienne.

Services pour les jeunes : Pour faciliter la vie quotidienne des jeunes, la Poste Tunisienne offre une gamme de services adaptée à leur génération de l'ère numérique.

- Achat et paiement avec e-dinar smart.
- Envoi via Internet des télégrammes de félicitations.
- Achat en ligne des bouquets de fleurs naturels, des cartes de vœux, des cartes postales et timbre postes et produits philatéliques.
- S'inscrire aux examens du permis de conduire.
- Achat des billets de matchs de footballs et de festivals.

Services en ligne : La Poste Tunisienne met à la disposition de ses clients une panoplie de services et produits novateurs pour le but de renforcer son rôle au projet Tunisie numérique citant :

- Service de suivi des envois rapide-poste via une plateforme de suivi électronique, avec l'obtention des informations utiles à tout moment 24/24 sur le lien www.e-suivi.poste.tn.
- Service de choix et de livraison des fleurs de la Poste en quelques heures en assurant la livraison de commande à son destinataire sur le lien www.e-fleurs.poste.tn.
- Commander en ligne dans la boutique des timbres postes et produits philatéliques tunisiens sur le lien www.e-stamps.poste.tn.
- Le service web-télégramme en ligne qui permet sans se déplacer d'envoyer les télégrammes via Internet aux destinataires résidents en Tunisie via le lien www.webtelegram.poste.tn.
- Le service TAHANI qui permet l'envoi des télégrammes de félicitations pour cela la Poste fait l'impression du texte et son insertion dans un enveloppe et assurer sa distribution au destinataire dans des délais réduits sur le lien www.webtelegram.poste.tn/Telegram/tahani/.

Ainsi face à cette variété des services et produits postaux et de l'importance du nombre de contrats et d'abonnements pour ces biens, la Poste Tunisienne s'est mis sous l'obligation d'adopter une stratégie de digitalisation de toutes les interfaces de prestations des services postaux pour:

- Conquérir cette grande diversité et améliorer la qualité des services.
- Simplifier la prestation des services via des plateformes numériques.
- Cultiver la productivité.

Donc, il faut avouer que la solution idéale pour la gestion de cette multiplicité

des domaines est la mise en place d'une solution postale intégrée qui présente des services personnalisés au profit des entreprises économiques, de consolider les capacités concurrentielles de ceux-ci et de garantir la distribution des envois en dehors du pays suivant les critères de qualité, la Poste Tunisienne a conclu un accord pour fructifier les domaines de l'échange avec l'opérateur internationale DHL, et ce pour développer les services logistiques et faciliter les services d'exportation au profit des entreprises économiques, précisément les PME.

Chapitre 2

Etude des données

Le cadre général de mon rapport de stage de fin d'étude tourne autour d'un produit bien précis de la Poste Tunisienne : le Rapid-Poste.

A- Présentation du produit :

a- Données générales et statistiques :

- Données générales sur le produit rapid-post :

Formé de 36 agences commerciales offrants plusieurs services importants principalement au profit des institutions administratives et économiques, leur permettant la livraison de leurs envois suivant des critères de qualité précis.

Le Rapid-Poste est un service offert aux entreprises, dont il permet de distribuer les envois urgents (échantillons, pièces de rechange, dossiers de participation aux appels d'offres…) dans tout le territoire de la Tunisie qu'à l'étranger dans des délais réduits avec la possibilité d'obtenir à tout moment des informations sur les étapes de traitement de l'envoi et la confirmation de sa livraison.

Historique :

1982 : lancement du service Rapid-Poste.

1995 : organisation du centre Rapid-Poste en tant qu'entité autonome.

1999 : lancement du service Rapid-Poste personnalisé en collaboration avec les plus grands intégrateurs privés dans le domaine de l'express.

1999 : lancement du service « Fleurs de la Poste ».

2002 : certification du système de management de la qualité conformément à la norme ISO 9002 version 94.

2003 : lancement de deux nouveaux produits : Rapid-Poste à délais Garantis et Rapid-Poste Aller / Retour.

2004 : certification du système de management de la qualité conformément à la norme ISO 9001 version 2000.

- **Les produits du Rapid-Poste :**

Le service Rapid-Poste offre des solutions adéquates pour répondre aux besoins spécifiques de sa clientèle :

Rapid-Poste personnalisé international : Un service de livraison express à l'international, assuré par les partenaires de la Poste Tunisienne à l'étranger, à délais réduits vers 220 destinations.

Rapid-Poste national : Un service de livraison le lendemain du jour de dépôt sur tout le territoire tunisien.

Rapid-Post personnalisé national : Une solution de livraison appropriée pour les envois très urgents sur tout le territoire tunisien.

Rapid-Poste à délais garantis : Un service qui garantit une livraison le lendemain matin avant 10h am dans tous les gouvernorats (jour ouvrable).

Rapid-Poste Aller/Retour : Un service de livraison rapide pour les envois, qui permet de recevoir en retour un document (bon de livraison, facture, …)

Service de transit : Pour les opérations de dédouanement des envois en import que le Rapid-Poste propose.

Le service Contre Remboursement CRBT : Le service Contre Remboursement, CRBT, est destiné exclusivement aux sociétés opérant dans le domaine du e-commerce et la vente à distance. Ces derniers peuvent envoyer des colis contenant les commandes de leurs clients et Rapid-poste se charge de récupérer et de verser les montants collectés lors de la livraison et de les verser au profit de la société.

Le service IMPEX : Le Rapid poste met à la disposition des clients un nouveau service en partenariat avec le transporteur international DHL.

Ce service s'adresse aux clients importateurs et exportateurs et leur permet de commander et/ou d'expédier de la marchandise (échantillons, commandes, documents…) en utilisant l'incoterm EXW c'est-à-dire que le paiement des frais de transport est pris en charge par le destinataire. .

Business Rapid-Poste : «Business Rapid Poste» est une solution web destinée aux entreprises en matière d'expédition et de livraison des envois.

- **Les statistiques du produit Rapid-Poste :**

- 220 destinations desservies par le réseau de Rapid-Poste dans le monde entier.
- 233 agences spécialisées couvrent l'ensemble du territoire tunisien et plus de 400 points de contact dans les bureaux de poste assurent ce service.
- Plus de 300 agents et cadres en service, 100 chauffeurs livreurs livrent quotidiennement plus de 1200 000 colis et documents Rapid-Poste sur tout le territoire tunisien.
- Un chiffre d'affaires annuel de 27 millions de dinars.
- Rapid-Poste propose des solutions sur mesure complètes et innovantes pour la prise en charge de tous les envois (collecte, acheminement, suivi électronique, dédouanement, distribution).
- Plus de 800.000 envois confiés à leur réseau annuellement.
- Plus de 12000 appels traités mensuellement par le centre d'appels 1828.
- Plus de 2500 abonnés à Rapid-Poste bénéficient de la collecte à domicile et d'une assistance personnalisée.

b- Etude de satisfaction clients du service Rapid-Poste:

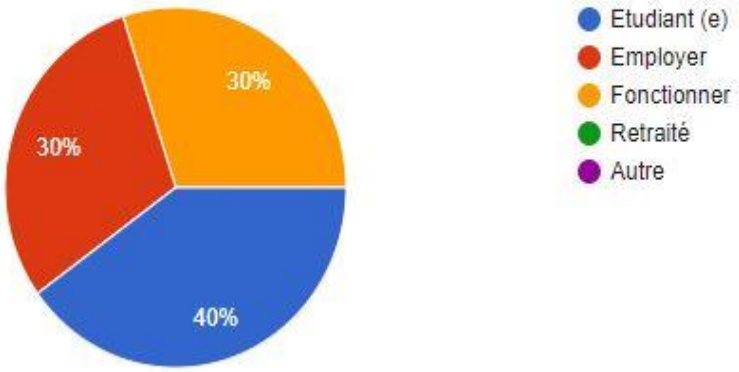
Afin de promouvoir sa compétitivité, la Poste Tunisienne cherche à développer ses services logistiques conformément aux nouvelles exigences du marché et aux normes internationales. Le transport postal et les services logistiques sont aujourd'hui les priorités de la stratégie de la Poste Tunisienne, en raison de leur rôle essentiel dans la promotion de la compétitivité des PME.

Dans ce sens, l'utilisation optimale de la logistique nécessite une bonne utilisation des technologies modernes de l'information dans la gestion des espaces ainsi que le développement de la logistique du commerce électronique E-logistique qui permet l'échange instantané des informations, la bonne gestion et la bonne organisation du temps et de l'espace et, par conséquent, plus de souplesse, plus de rapidité de réaction et d'interaction face aux exigences du client et qui nécessite enfin des offres en matière de logistique intégrée.

- **Résultats du questionnaire :**

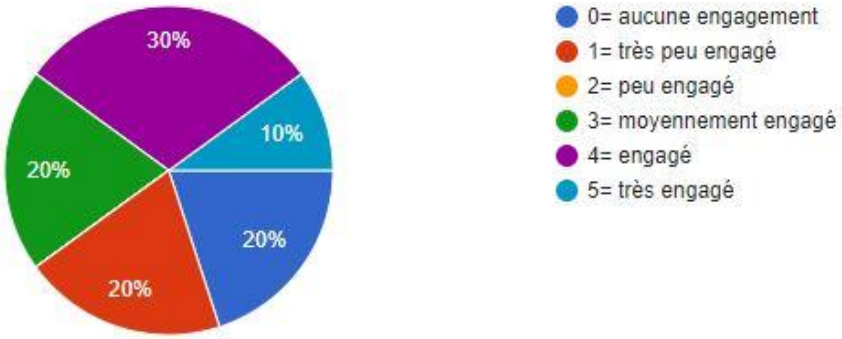
2- Votre fonction

10 réponses



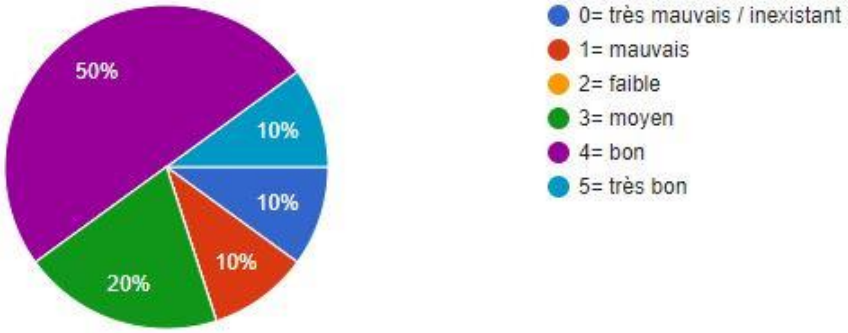
3- Sur une échelle de 0 à 5, à combien évaluez-vous votre engagement vis-à-vis de la poste ?

10 réponses



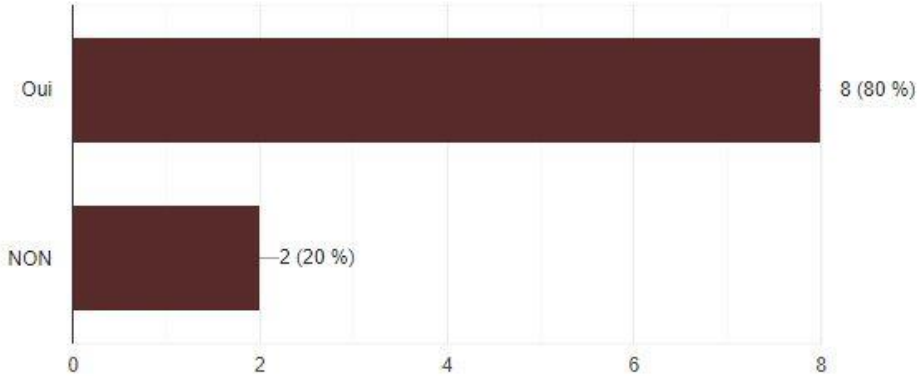
4- Sur une échelle de 0 à 5, à combien évaluez-vous la qualité de service de la poste tunisienne ?

10 réponses



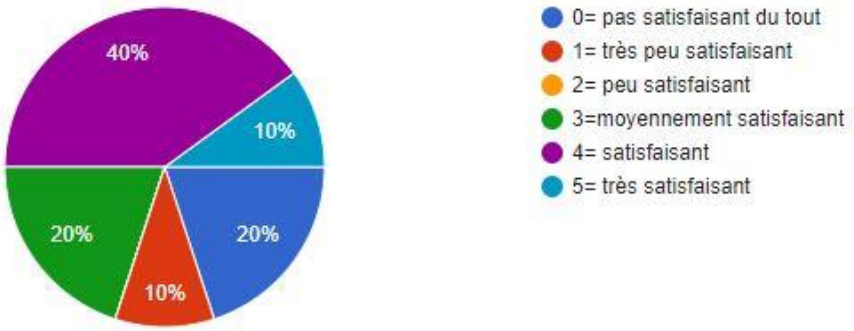
5- Est ce que vous utilisez le service Rapid-Poste?

10 réponses



6- Sur une échelle de 0 à 5, comment jugez la qualité du service Rapid-Poste ?

10 réponses



7- Quelles sont vos remarques positives et négatives sur le service du Rapid-Poste (dans une logique d'amélioration le service postale) ?

10 réponses

le délai de livraison et de réception

Changer votre stratégie

Manque tracking information

manque d'innovation

parfait

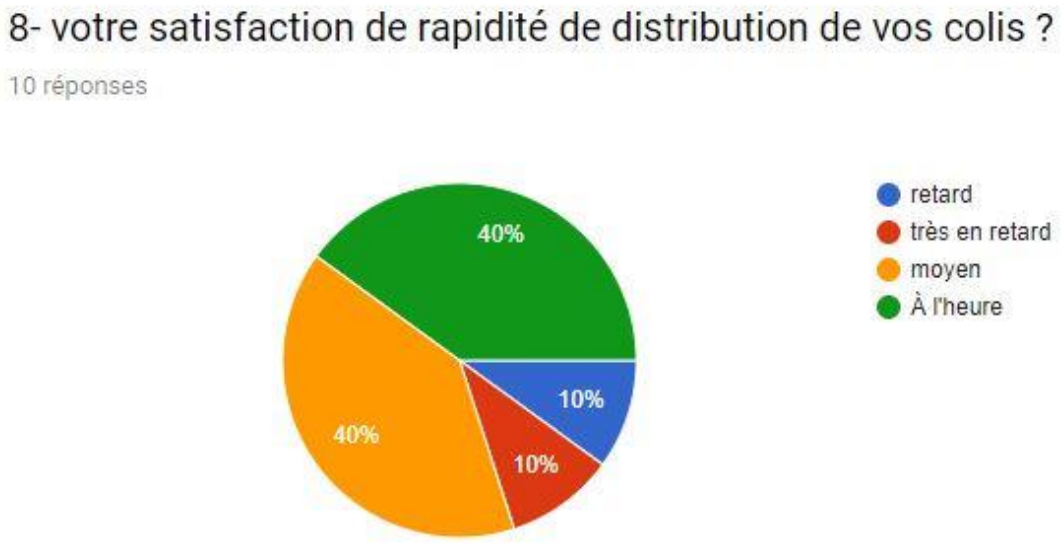
Je n'ai utilisé ce service qu'une seule fois et j'étais satisfaite, j'ai reçu mon colis à temps donc j'ai pas de remarques négatives

un service passable, manque de professionnalisme

toujours en retard

manque de commercialisation du produit

un bon service



-Fig 3 : Le questionnaire-

- **Analyse :**

L'analyse du près des différents avis des clients du service Rapid-Poste tout en suivant l'évolution des services postaux démontre le progrès réalisé après des années de turbulence, de mauvaise gouvernance, d'orientations stratégiques initiées à la hâte avec l'apparition des concurrents de grandes taille.

Pour s'adapter et s'imposer comme un véritable partenaire stratégique, la Poste Tunisienne dois encore accroitre ses exigences en terme de qualité et de productivité et espérer en même temps une rationalisation des couts, et doit également prendre en compte les nouvelles contraintes telles que l'impossibilité de prévoir à court terme l'évolution de la demande, l'instabilité des prix du carburant, ou encore les potentiels excédents ou manquants des flux et le dysfonctionnement des autre chaines de production non maitrisables par la Poste tels que la douane (à l'échelle international) ou les compagnies aérienne chargées du transport.

Dans ce contexte, la Poste Tunisienne a réalisé un progrès important à travers la signature de plusieurs accords avec les plus grandes institutions et organisations internationales, dans le but de tirer parti de l'expertise internationale et de profiter des meilleures solutions pour fournir des services logistiques qui répondent aux exigences de nos entreprises économiques et en résonnance avec le développement du commerce électronique à travers :

• L'adhésion au projet pilote de l'UPU « Easy Export » qui a pour objectif de faciliter les formalités de l'exportation au profit des petites et moyennes entreprises (PME). Les projets « Easy Export » vise également le développement de la part des petites et moyennes entreprises sur le marché et établissent des liens avec les différents acteurs dans le domaine, de la facilitation des échanges et celui de la chaine de valeur des importations et des exportations qui comportent : paiement, douane, sécurité, commerce électronique, service de Rapid-Poste, service des colis postaux.

• l'adhésion de la Tunisie au projet d'UPU concernant la création d'une plate-forme régionale pour le commerce électronique « Ecom@Africa en raison de l'emplacement géographique unique de la Tunisie. Ce projet vise à développer les procédures d'exportation au profit des institutions économiques tunisiennes et étrangères à travers le développement des services financiers, postaux et logistique. La plate-forme renforcera la position de la Tunisie en tant que pôle régional pour le commerce électronique.

• La Tunisie a conclu un accord de coopération avec DHL pour développer des services logistiques et faciliter les services des exportations, en particulier au profit des entreprises économiques, y compris les petites et moyennes entreprises. Cela permettra également aux deux institutions de partager les compétences et favoriser l'échange d'expertise en termes de services logistiques, un domaine considéré comme l'un des domaines essentiels pour faciliter les échanges commerciaux et s'ouvrir sur les marchés étrangers.

L'accord de coopération avec DHL permettra également de soutenir la Poste Tunisienne et la consolider en ce qui concerne la création d'une plate-forme logistique développée pour le commerce électronique.

Outre l'accompagnement et le soutien des petites et moyennes entreprises afin de développer leurs activités et s'ouvrir sur les marchés étrangers, on œuvre à la simplification des procédures de l'exportation des produits par l'adoption des services de paiement à distance facilitant la promotion des envois à destination de l'étranger. Le renforcement des services

des exportations par le biais du commerce électronique, à l'instar de l'accord conclu en coopération avec le Centre de Promotion des Exportations permettant aux entreprises tunisiennes exportant de produits agricoles, agroalimentaires et artisanaux de bénéficier d'une réduction de 50% des frais de leurs envoi destinée l'étranger.

La Poste Tunisienne cherche également à redynamiser son rôle au sein du système logistique intelligent pour mener à bien le commerce électronique et contribuer au développement de l'économie numérique à travers :

- Le développement et la modernisation des infrastructures du système logistique en vue de renforcer la compétitivité de l'entreprise par la création d'une nouvelle plateforme postale HUB / Plateforme dotée de mécanismes et de technologies de pointe permettant de développer le commerce électronique et d'aider à créer de nouveaux services non classiques tels que le chargement, le contre remboursement et dépassant les 30 kg et le courrier recommandé.

- Préparation d'un programme de formation dans le domaine logistique ayant pour objectif l'accélération du rythme de formation des cadres et des techniciens dans le domaine logistique.

- La mise en place d'une plateforme logistique intelligente E-logistique pour développer le commerce électronique et contribuer au développement de l'économie numérique en assurant des services financiers et postaux renouvelables et en utilisant des technologies modernes dans toutes les offres en matière de logistique.

- Amélioration des services logistiques dans les points de distribution et œuvrer à la création de pôles logistiques régionaux.

- Consolidation de la coopération avec les autorités douanières en vue de conforter le rôle de la Poste Tunisienne comme intermédiaire et la facilitation de l'afflux des données en ligne pour tous les intervenants.

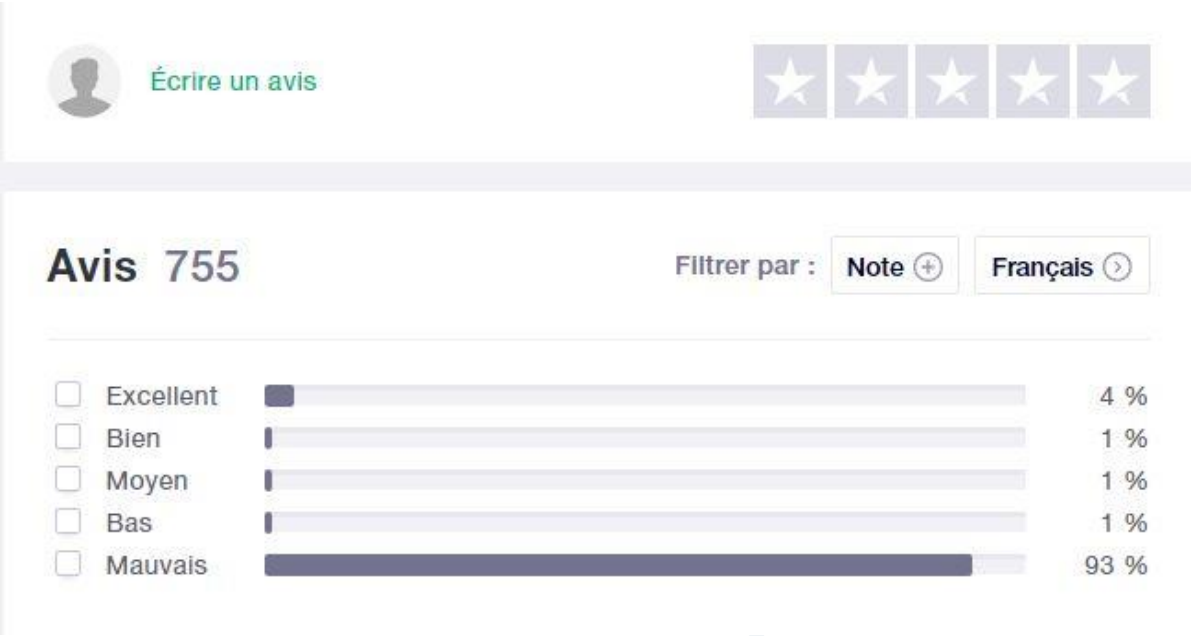
Afin de présenter des services personnalisés au profit des entreprises économiques, de renforcer les capacités concurrentielles de ceux-ci et pour assurer une distribution de qualité des envois en dehors du pays, la Poste Tunisienne a abouti un accord pour prospérer les domaines de l'échange avec l'opérateur internationale DHL, et ce pour développer les services

logistiques et faciliter les services d'exportation au profit des entreprises économiques, précisément les PME (Petites et Moyennes entreprises).

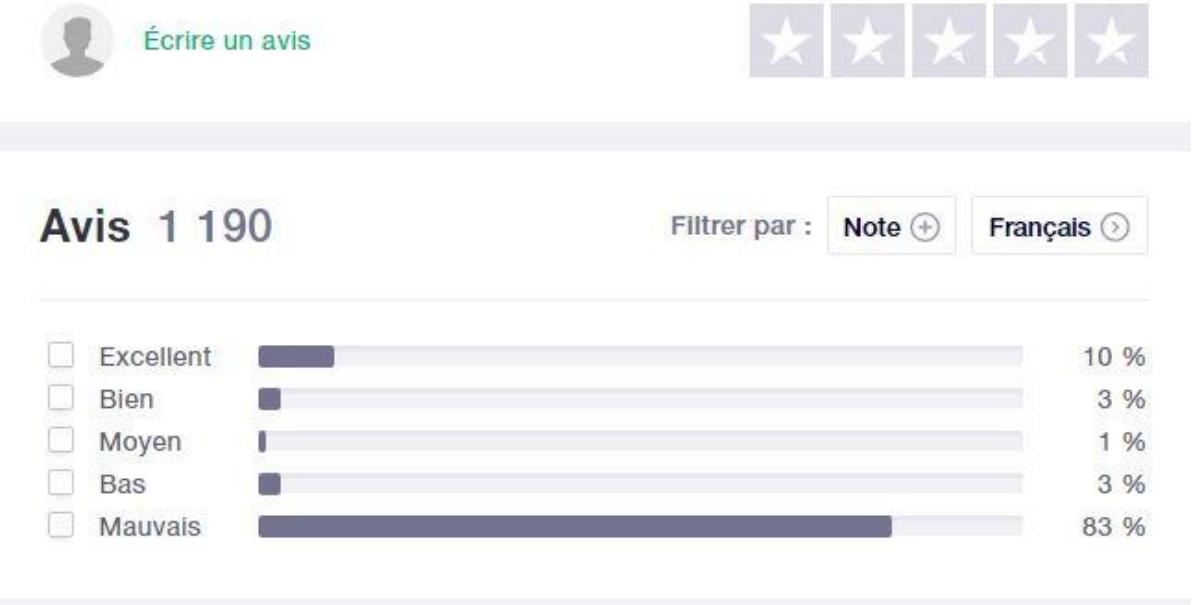
Cet accord commercial a pour objectif la consolidation des domaines de coopération entre les deux institutions en termes de services logistiques évolués suivant les technologies modernes, rendues adéquates et appropriées aux nouveaux besoins des entreprises économiques.

Cela va permettre aux deux institutions plus d'échange d'expérience et de technicité dans le domaine des services logistiques qui sont considérés parmi les domaines dynamiques facilitant les échanges commerciaux et l'ouverture des entreprises économiques sur les marchés étrangers qui sont actifs dans le domaine du commerce électronique.

c- Etude de satisfactions clients des services concurrentiels:



-Fig 4 : avis sur Aramex-



-Fig 5: avis sur DHL-

-Fig 6 : Avis sur Fedex-

- Analyse :

D’après les études comparatives déjà mentionnées,

Chapitre 3

Etude Comparative et Résultats

A- Etude comparative :

Notre étude comparative consiste à comparer les différents axes sur lesquels le choix du client se fait :

- ✓ Disponibilité d'agences : Avec 1017 bureaux de poste le Rapid-poste se place premier et de loin sur ses concurrents qui ne dispose que de quelques entrepôts et locaux de distribution.

- ✓ Délais de livraison : Ayant des délais maximale de livraison réduits et concurrentiel, le Rapid-Poste se place sur le podium parmi les trois premiers. En prenant l'exemple d'un colis de 1kg que nous désirons envoyer en Australie il prend 4 jours avec Rapid Poste et 5 jours avec un concurrent international.

- ✓ Sécurité : La possibilité d'assurer vos envois en payant 1% de la valeur déclarée.

- ✓ Cout : Le site de Rapid-Poste donne la possibilité de calculer le cout exact de votre envoie à n'importe quel destination.

- ✓ Emballage : Le Rapid-Poste permet l'achat des boites pour l'expédition des envois chose qui ne se trouve pas chez la totalité des concurrents.

On peut conclure que le Rapid-poste se situe sur le podium.

B- Résultats :

Il est bien évident que la poste tunisienne est le premier acteur logisticien de bout en bout a concrétisé des progrès en matière de développement du réseau et des services reflété par différentes distinctions internationales adjugées à la Tunisie, ainsi que d'avoir su se protéger des impacts négatifs du marché des échanges des correspondances et des biens.

En effet, l'analyse de prés des différents processus démontrent que la poste tunisienne a entrepris plusieurs initiatives et projets pour remédier aux insuffisances aillant impacté négativement son réseau logistique, tel la rénovation et la création de nouveaux bureaux de poste, l'adaptation des horaires d'ouvertures aux publics, la mise à niveau du réseau Rapid-Post et des colis postaux, la diversification des offres commerciales et la révision de la tarification pour encourager les entreprises exportatrices de recourir à un réseau fiable et partenaire, le tout adossé en fin de compte à un partenariat solide avec la poste allemande (DHL International), arraché de toutes forces et qui permettra à la poste tunisienne dans un très proche avenir d'assurer une ouverture international aux réseaux des échanges de confiance et rapides.

Toutes ces actions ne sont pas le fruit du hasard.
Assurément, la poste tunisienne a décidé de ne pas abdiquer et de batailler pour survivre avec d'une part le choix de maintenir et améliorer le marché traditionnel actuellement hyperconcurrentiel de la logistique postale (de la collecte à la distribution et retour d'information).

Et d'autres part, de s'engager à fond dans les services électroniques et autres services satellites à valeur ajoutée ainsi que d'appuyer d'avantages les services financiers notamment via le développement de l'usage des cartes de payement électroniques, le tout dans une approche participative qui s'améliore de jour en jour.

Chapitre 4

Conclusion

Pour conclure, j'ai effectué mon stage de fin d'études de ma Licence Appliquée en Management et Gestion de Petites et Moyennes Entreprises en tant que membre dans différents départements et services (logistique, presse, commercialisation…).

Lors de ce stage de trois mois, j'ai pu mettre en pratique mes connaissances théoriques acquises durant ma formation à l'Université Virtuelle de Tunis, tout en étant confronté aux difficultés réelles du monde du travail et du management d'équipes.

Après ma rapide intégration dans l'équipe, j'ai eu l'occasion d'assister à plusieurs missions de marketing et de commercialisation.

Ce stage a été très enrichissant pour moi, car il m'a permis de découvrir le domaine des services logistiques de près, ses acteurs et contraintes. Il m'a permis de participer concrètement à ses enjeux au travers mes travaux de recherches sur les différents facteurs de la logistique sur le territoire tunisien.

Ce stage m'a aussi permis de comprendre que les missions administratives n'étaient pas les plus adaptées à mon profil et que les missions sur terrain me passionnent le plus. Je préfère ainsi m'orienter vers un poste lié au management d'un projet.

Cette expérience m'a permis de répondre aux questionnements que j'avais en ce qui concerne les moyens utilisés par les entreprises pour s'adapter au changement de leur environnement, comment prendre les grandes décisions de changement stratégiques ou objectif de mission, ou plus l'étude d'un produit et le mettre en vigueur.

L'entreprise qui m'a accueilli pendant ce stage faisait face à une période charnière, et je suis très fier d'y avoir contribué. L'évolution des usages et l'adaptation de l'entreprise au changement de son environnement m'ont permis de comprendre l'importance des enjeux économiques dans la définition des stratégies à adopter.

Références bibliographiques :

http://www.rapidposte.poste.tn/fr/index.html

https://www.tunisie-tribune.com/2015/07/27/le-service-cargo-tnt-express-sapprete-a-lancer-des-dessertes-de-livraison-rapide-de-colis-et-concurrencer-rapid-poste/

https://www.webmanagercenter.com/2013/07/05/137204/tunisie-%E2%80%9Cr%E2%80%9C comme-regression-du-service-rapid-poste/

https://www.leaders.com.tn/article/9291-les-carences-de-rapid-poste-handicapent-lourdement-le-textile-tunisien

https://www.pressreader.com/tunisia/la-presse-business-tunisia/20151109/281973196536099

http://kapitalis.com/tunisie/2017/07/13/la-poste-tunisienne-une-entreprise-resiliente/

https://fr.wikipedia.org/wiki/Histoire_de_la_logistique

https://www.cairn.info/la-logistique--9782707146250-page-28.htm?contenu=resume#

https://chroniques.tn/2017/04/secteur-logistique-tunisie-priorite-strategique/