

## **1. Impacts de la réforme sur l'organisation des services d'Algérie Poste**

Quelle que soit l'étendue d'une enquête, ses résultats restent limités dans la mesure où les instruments utilisés ne peuvent mettre en évidence ni tous les besoins de l'utilisateur<sup>10</sup> ni les moyens les plus appropriés de les satisfaire. Il faut sans doute rappeler que la mesure de la satisfaction des besoins des usagers est apparue récemment comme un enjeu pour les services publics, davantage sous l'influence de facteurs économiques et sociologiques qui ont affecté le secteur marchand, que dans le cadre d'une politique publique véritablement ordonnée. De ce fait, les pratiques de mesure de la satisfaction des usagers sont éparpillées et variées. Elles résultent souvent d'initiatives ponctuelles. Faute d'un lieu de capitalisation et de pilotage de ces expériences, on ne trouve pas de formulation claire, ni d'objectifs précis et/ou de moyens et méthodes appropriés.

De façon paradoxale, toute réforme sectorielle qui affirme placer l'utilisateur au centre de ses préoccupations ne s'appuie pas sur la recherche des attentes de ces usagers. Plusieurs raisons expliquent ce paradoxe : une pression insuffisante des citoyens qui expriment dans les enquêtes d'opinion une satisfaction globale à l'égard des services publics. L'articulation entre les changements opérés par la réforme et la mesure de la satisfaction des usagers est récente dans les politiques sectorielles.

### ***1.1. Impact des investissements***

#### **a. Algérie Poste : un nouveau statut**

Le changement de statut dont tire son existence juridique l'entreprise ne réside pas dans le changement d'une appellation. Le passage réel à un statut d'EPIC comporte en lui-même l'instauration d'une nouvelle culture qui induit forcément une nouvelle relation entre l'institution et l'utilisateur. Mais la relation réelle est désormais, celle qui se manifeste à travers les pratiques et les perceptions des acteurs.

---

<sup>10</sup> La notion de satisfaction est relativement complexe. Elle recouvre au moins trois réalités : l'attente par l'utilisateur d'un certain type de produit ou de service ; la qualité attendue une fois que ce service est défini ; enfin la qualité perçue lorsque le service est rendu. Cette complexité est accrue par le fait que l'utilisateur est aussi un citoyen et un contribuable et que cette triple qualité induit de sa part des réactions plus complexes que celles du client d'une entreprise privée.

Les deux notions désormais utilisées<sup>11</sup>, introduisent un changement de paradigme ; elles définissent des rapports différents entre le prestataire et l'utilisateur ; autrement dit l'opérateur et le client. Cette notion de client prend forme du point de vue marketing, lorsque le prestataire se préoccupe des attentes du client. L'entreprise est face à une compétitivité accrue où le client joue un rôle important pour l'avenir de l'entreprise ; ce qui présuppose que les prestataires doivent améliorer continuellement leurs relations avec les clients. Cela se manifeste sur plusieurs plans. De ce point de vue le passage des services PTT à un nouveau statut exige un changement du regard vis-à-vis des utilisateurs de ces services. Nous avons pensé qu'il était nécessaire de comprendre la nature des relations prestataires/clients dans les espaces des PTIC. La question était de savoir dans quelle(s) logique(s) s'inscrivait cette relation pour les responsables et pour les guichetiers?

- *Responsables et nouveau Statut :*

Les déclarations des responsables témoignent non seulement d'une conscience en ce qui concerne les exigences du nouveau statut, mais plus encore, les difficultés liées à la mise en œuvre d'une gestion qui assure la rentabilité ; c'est ce que nous explique un receveur, à travers le propos suivant :

*« Oui, il y a un changement, et nous ne pouvons pas l'ignorer. Vous savez, actuellement Algérie Poste est devenue une entreprise commerciale »,* Receveur Principal, RP, 45 ans, marié, 03 enfants.

Pour ce receveur principal interrogé, la poste est, certes, devenue une entreprise commerciale, mais la mise en œuvre des dispositifs nécessaires au changement tardent à se mettre en place. Il ne manque pas d'affirmer que la dimension commerciale demeure absente du moment quelle ne s'applique pas pour l'ensemble des services, il affirme que :

*« Les dimensions du nouveau statut sont, totalement absentes malheureusement. Pour beaucoup de services, nous sommes dans la logique de dotation et pas dans la logique de la vente. La mentalité commerciale exige la rentabilité des postes de travail »,* Receveur Principal, RP, 45 ans, marié, 03 enfants.

L'indicateur lié à la rentabilité, aboutit à hiérarchiser les services, du plus au moins rentable. Devant cette situation le receveur se demande s'il faille laisser les services qui ne sont pas rentables. C'est, certes, un véritable dilemme ! Pour lui il est obligé de le faire, mais cela ne converge pas avec la gestion commerciale des services au vrai sens du terme. Le

---

<sup>11</sup> Notions d'utilisateurs et de clients utilisées dans la littérature

discours du receveur se base sur une analyse théorique exhaustive ; il décrit pour nous son expérience du quotidien en disant :

« Je suis obligé, par exemple d'assurer l'existence d'un guichet pour vendre les cartes de recharge, ou les cartes ART qui ne sont pas rentables du tout. Mais si nous comparons ce guichet avec le service des mandats la différence est énorme. Le guichetier de ce service peut assurer la journée de tous les autres guichetiers, donc je préfère transformer les guichets non rentables en d'autres guichets qui procurent de l'argent. Si je suis commercial, il faut faire rentrer de l'argent et éloigner les formes non rationnelles dans la gestion des effectifs, et services qui ne sont pas rentables il ne faut pas les vendre ». Receveur Principal, RP, 45 ans, mariés, 03 enfants,

L'efficacité en matière de gestion des objectifs clairs est partagée par tous en vue de la réussite. Si les responsables, même à des degrés différents font preuve de cette conscience liée aux exigences du nouveau statut, ils se demandent ce que représente le statut d'EPIC pour les guichetiers ? Partagent-ils les mêmes perceptions ?

- *Guichetiers et nouveau statut*

Il faut certainement noter que la majorité des guichetiers savent qu'Algérie Poste est statutairement une « EPIC », même si au niveau des réponses formulées à la question : « Quel statut gère l'entreprise Algérie poste actuellement ? Selon les discours des guichetiers, trois tendances se dégagent :

- la première concerne les guichetiers qui connaissent le statut par l'appellation, mais sans être en mesure d'en donner la signification.

-« EPIC » ? Opérateur 35 ans, 3<sup>o</sup> AS, Féminin, Marié, 2 enfants, guichet : Western union.

-« EPIC » ? Opérateur 40 ans, 3<sup>o</sup> AS, masculin, Marié, 3 enfants, guichet: timbres fiscaux.

-« EPIC » ? Opérateur 46 ans, féminin, 3<sup>o</sup>AS, célibataire, guichet : paiement.

-« EPIC », Opérateur 35 ans, masculin, marié, 1<sup>o</sup>AS, guichet: unique

Seuls les mots changent pour confirmer des attitudes partagées par l'ensemble des guichetiers. Si les premiers, limitent la réponse à l'appellation, les autres soulignent le changement de statut sans renvoyer à la réalité organisationnelle à laquelle il réfère.

-« La poste est devenue EPIC », Guichet Paiement, 31ans, Masculin, Niveau : 4ème année ; Marié

-« On est devenu une EPIC », Guichet : Visionneuse, 41 ans, Féminin Terminal, Mariée, 3 enfants.

-« *On n'est plus à la fonction publique, on est une EPIC* », vagemestre, 52 ans, Féminin, 4ème année secondaire, Mariée

-« *Nous sommes dans le statut EPIC* » 27ans, sexe Féminin, 3°AS, Célibataire, Guichet : CNEP

« *La Poste est gérée par un statut EPIC* », Guichet : affranchissement, 43ans.

-« *La poste est devenue une entreprise EPIC* », Constantine, R.P, vagemestre (abonnés et contentieux) ,49ans, Masculin, 1°AS, Marié, deux enfants.

Au sein de cette catégorie d'autres encore perçoivent le statut à travers la séparation des deux structures Algérie Poste et Algérie Télécom. Pour d'autres enfin le statut « EPIC » signifie le passage à une société privée.

-« *La poste est devenue une société privée, on a subi une division, nous avons deux structures indépendantes, Algérie poste et Algérie Télécom* », guichet : Mandats, 40 ans, Masculin, Niveau 3<sup>ème</sup> AS (Terminale), Marié, père de 02 enfants.

-« *Algérie poste est une société privée, et cela depuis longtemps, elle est séparée d'Algérie Télécom* », guichet : Mandats et Courrier, 41 ans, Féminin, 3<sup>ème</sup> AS, Célibataire.

La deuxième catégorie des réponses regroupe ceux qui lient le statut EPIC à l'autonomie ou au caractère commercial. Cette interprétation du statut est celle des universitaires.

-« *Une entreprise à caractère commercial, une EPIC, Algérie poste est autonome* », Guichet : Vente de timbres ,36 ans, Masculin, Universitaire, Célibataire

-« *On fait plus partie de la fonction publique on est devenue une EPIC, entreprise à caractère commercial* », guichet visionneuse retrait, 32 ans, Féminin, Universitaire, Mariée.

Le troisième groupe est celui des guichetiers qui ignorent totalement le statut de l'entreprise, il se compose surtout des guichetiers du niveau moyen.

-« *Je ne connais pas le statut qui gère Algérie Poste actuellement* », 43 ans, Masculin, Niveau BAC +3, Marié,

-« *Je n'ai aucune idée sur le statut qui gère Algérie poste* », guichet : affranchissement, 33 ans, Masculin, niveau 3°AS, célibataire

La réalisation des buts assignés à l'entreprise dépend en grande partie du partage des valeurs liées à l'économie de marché, du moment que l'entreprise EPIC est industrielle et commerciale. On conclut, à travers les réponses que c'est le niveau d'instruction acquis à l'extérieur de l'entreprise qui définit la compréhension et l'interprétation du statut, cela implique que l'institution n'est pas le lieu d'acculturation, ou ceux qui n'ont pas un niveau d'instruction relativement élevé acquièrent les valeurs de la compétitivité. Le statut EPIC demeure pour eux juste un changement au niveau de l'appellation, et non pas à un stade où la qualité du service est elle-même soumise à un contrôle selon les normes internationales.

### **b. Les niveaux de changement dans Algérie Poste**

Les discours des receveurs principaux et des guichetiers révèlent quelques aspects liés à la gestion des bureaux de poste. En ce qui concerne l'aspect matériel, les avis sont partagés. Un receveur d'une wilaya située dans les hauts plateaux, affirme :

*« Nous travaillons avec un nouveau matériel, soit pour l'outil informatique, les caisses automatiques. Mais les équipements meubles restent très vieux. Je pense que le problème de l'équipement ne se pose pas pour nous »,* Receveur Principal, RP, 45 ans, marié, 03 enfants,

Les guichetiers dans toutes les wilayas enquêtées, manifestent des attitudes très favorables à l'égard du nouveau matériel mis à la disponibilité de leur bureau. A Constantine, les guichetiers adoptent les mêmes propos, nous citons à titre d'exemple, la déclaration, d'un agent de 40 ans, qui affirme:

*-« Oui, il y a une amélioration dans le travail, de nouveaux matériaux même s'ils sont un peu fragiles, il y a un effort de changement »,* guichet : mandats, masculin, niveau 3<sup>ème</sup> AS (Terminale), marié, père de 02 enfants.

Ce n'est pas en tout cas un avis spécifique aux hommes ; les données recueillies auprès des guichetières ne font que confirmer cette tendance majoritaire chez le personnel en général, l'attitude enthousiaste de la guichetière interviewée a Constantine, rejoint celles de ses collègues de sexe masculin, elle affirme ceci:

*« Ils ont apporté de nouvelles imprimantes, de nouveaux matériaux, Changements dans le mode de paiements, introduction de la carte magnétique »,* R.P, guichet : visionneuse retrait, 32 ans, féminin, universitaire, mariée.

Les positions vis-à-vis du changement lié au matériel ne diffèrent pas à Alger, un ancien agent de la grande poste à Alger, ne manque pas de préciser qu'il y a eu « des changements au niveau du système informatique, présentation de la poste et les agents de la poste en tenue »<sup>12</sup>. Les avis des guichetiers vont dans le même sens : leurs propos sont axés sur le changement positif qui a touché la poste en matière de matériel de travail, c'est ce que nous confirme un agent de 40 ans en disant :

« *Oui, nouvel apport de matériel (Micros) + augmentation des salaires* », RP, 40 ans, 3° AS, masculin, Marié, 3 enfants, guichet : timbres fiscaux.

Son collègue de travail, interviewé dans une petite poste, est aussi positif. Témoignant, ainsi, d'un changement réel en ce qui concerne l'introduction du nouveau matériel à son bureau de poste, il n'hésite pas à déclarer :

« *Oui. Introduction du micro, paiement mandat, CNEP, disponibilité d'argent* », Oran PP, guichet: unique, 35 ans, masculin, marié, 1° AS.

Ce que nous retenons c'est que les responsables et les guichetiers reconnaissent majoritairement les efforts déployés pour doter les bureaux de poste avec le matériel nécessaire, en vue de faciliter la tâche au personnel ; cette satisfaction est exprimée par la majorité des guichetiers qui ont préféré de dire simplement :

-« *Oui, à notre niveau l'équipement est bien* » Alger RP Age : 27, Féminin, 3° AS, Célibataire, Guichet : CNEP

-« *Je suis satisfait* », RP, Guichet : affranchissement, 33 ans, Masculin, niveau 3° AS, célibataire

-« *Je suis satisfait du niveau d'équipement, c'est une bonne évolution* », RP, guichet : affranchissement, 43 ans, Masculin, niveau secondaire, Marié.

-« *Oui, le matériel est adéquat et utile* », PP, 46 ans, féminin, 3° AS, célibataire, guichet : paiement.

Si certains ne soulignent que les aspects positifs des nouvelles conditions matérielles, d'autres par contre signalent les insuffisances qui persistent. Ces insuffisances sont identifiables à travers les réponses formulées par les responsables à la question suivante : « *Les moyens technologiques reçus, dans le cadre de la restructuration, sont-ils suffisants pour l'amélioration attendue de vos services ?* »

---

<sup>12</sup> Guichet : affranchissement, 43 ans, Masculin, niveau secondaire, Marié

Le matériel informatique est parmi l'un des principaux points signalés en ce qui concerne les insuffisances en matériel. Dans une wilaya au Nord, un receveur considère que les moyens mis à sa disposition ne sont pas en mesure de faire face à la demande des usagers. Mettant l'accent sur le type de matériel octroyé, il déclare

« *Nos moyens sont insuffisants face à la demande des clients, Nous avons besoin d'un matériel informatique, et d'un logiciel centralisé* », Receveur Principal, 51 ans, marié, 05 enfants, 3°AS.

Si ce dernier pose le problème de l'informatisation, d'autres mentionnent un manque au niveau de la: « *Balance, compteuse de billets, machine - affranchissement, GAB*<sup>13</sup>. Dans la même wilaya, le receveur de la petite poste évoque pour nous le même matériel: « *une machine d'affranchissement, compteuse de billets, caisse automatique* »<sup>14</sup>

Du côté des guichetiers, nous constatons que l'expérience du quotidien avec ses difficultés est derrière toutes les insuffisances signalées, c'est ce que nous pouvons déduire des réponses formulées par ces derniers à la question suivante: « êtes-vous satisfait du niveau d'équipement de votre poste de travail? » « Oui ou Non et pourquoi ?

Les micro-ordinateurs, compteuses de billets et imprimés, sont les matériaux revendiqués :

« *Il nous faut encore un micro + imprimante + il y'a le manque d'imprimés + compteuse de billet* », PP, guichet : unique, 35 ans, masculin, marié, 1°AS

Un autre guichetier de la petite poste dans la même wilaya située à l'Ouest parle du manque de monnaie et d'imprimés nécessaires à l'exécution des tâches quotidiennes :

« *Manque de monnaie et d'imprimés* », RP, 40 ans, 3° AS, masculin, Marié, 3 enfants, guichet : timbres fiscaux.

De l'Ouest à l'Est du pays, les difficultés sont les mêmes. Une universitaire d'une RP située à l'est du pays, ayant manifesté un grand intérêt pour l'enquête n'a pas manqué de nous faire part de son expérience de travail notamment en ce qui concerne des difficultés auxquelles elle fait face au cours de l'exercice :

« *Nos micro-ordinateurs sont anciens, et lourds à manipuler en plus le système est long. On n'a pas de machines pour compter l'argent (les compteuses de billets); Nous avons un grand problème avec les billets de 200 Da dans le guichet d'encaissement, pour acquitter une facture de 4000 Da le client ramène, des billets de*

<sup>13</sup> Receveur RP, 41 ans, marié, 06 enfants

<sup>14</sup> Receveur PP, 54 ans, marié, 8 enfants.

200 DA, et on doit procéder à la vérification billet par billet dans une file qui attend impatiemment », R.P, guichet : visionneuse retrait, 32 ans, féminin, universitaire, mariée.

Sa collègue dans le même bureau se plaint de son matériel qui n'a jamais été renouvelé, s'exprimant nerveusement, elle considère que cela est un mépris pour le service lui-même:

« Les équipements au niveau du vauquemestre n'ont pas été changés depuis l'ouverture de la poste, c'est une section oubliée et méprisée », R.P, vauquemestre (abonnés et contentieux), 49 ans, Féminin, première année secondaire, Mariée, deux enfants.

Pour d'autres guichetiers aussi minoritaires qu'ils soient, c'est plutôt l'ameublement qui nécessite un renouvellement, notamment les chaises :

« Chaises cassées, pourtant le siège est nouveau ».R.P, Guichet : Mandats et Courrier, 41 ans, féminin ,3<sup>ème</sup> AS, Célibataire.

« Je ne suis pas satisfaite concernant les vestiaires, les chaises », Constantine, R.P, vauquemestre, 52 ans, Féminin, 4ème année secondaire, mariée.

- **Attitudes des guichetiers à l'égard des nouveaux services**

Les guichetiers ne considèrent pas la création de nouveaux services comme un fardeau sur la capacité du bureau de poste ; au contraire, ils perçoivent cela comme une avancée positive dans les missions assignées à la poste :

« De nouveaux services sont disponibles à la poste tels que : l'ouverture des comptes CCP ; CNEP PTT, et dernièrement l'encaissement des factures de SONEGAS dont il a été question... », R P, guichet paiement, 31ans, masculin, niveau : 4ème année, marié.

Partout, quelle que soit la wilaya, sa dimension, grande ou petite poste, les différences du niveau d'instruction ou l'ancienneté dans le travail, hommes et femmes adoptent une attitude positive vis-à-vis de la création des nouveaux services, cela est considéré pour eux comme un acquis au profit de l'entreprise ;

-« Oui, intégration de nouveaux services, de nouveaux responsables », R.P, vauquemestre, 52 ans, féminin, 4ème année secondaire, mariée

-« Oui, à tous les niveaux, intégration de nouveaux services (CNEP, Banques, cartes à puce...), une facilité dans le travail, on est plus à l'aise, nouvel équipement, attribution de tenues, installation des chaises pour le public... », R.P, guichet : Vente de timbres, 36 ans, masculin, universitaire, célibataire

- *L'organisation et l'amélioration de la gestion*

Pour les responsables la bonne gestion ne dépend pas seulement des efforts déployés par l'entreprise pour assurer une bonne prise en charge des usagers ; en fait, l'entreprise est en relation avec plusieurs autres établissements publics. L'absence d'un planning de virement des différents établissements perturbe le rythme de travail des postes, le nombre des usagers qui fréquente le guichet ne se partage pas équitablement sur les jours du mois.

« Comment tu peux programmer et organiser tes agents et tes guichets si nous recevons une liste de 12000 virements dans trois à quatre jours. Il faut savoir que une fois l'information du virement est annoncée aux fonctionnaires tout le monde est dans la Poste. C'est terrible..., et il faut arriver à établir un planning pour les différentes structures. C'est-à-dire une date pour les retraités qui sera loin de la date pour le secteur de l'éducation, de la santé ou de Sonelgaz...A partir de cette méthode tu peux me juger sur la qualité des prestations et de l'accueil », Receveur Principal, RP, 45 ans, marié, 03 enfants,

D'un autre point de vue il y a plusieurs détails à régler pour assurer le fonctionnement au niveau des bureaux de poste. C'est vrai que le fonctionnement des caisses automatiques dépend de la qualité des billets. Le manque d'imprimés, les chèques, les coupures du réseau, et les pannes informatiques, sont des contraintes qui aboutissent au dysfonctionnement au sein des bureaux de poste. Les usagers ne sont pas tous en mesure de comprendre l'origine de ce dysfonctionnement et si en outre quelques uns font preuve de patience et de tolérance, d'autres y parviennent difficilement.

« Je crois que ce que nous avons est suffisamment important, mais il faut en premier lieu améliorer la dotation des postes avec des billets de bonne qualité pour qu'ont puisse faire fonctionner les caisses automatiques », Receveur Principal, RP, 45 ans, marié, 03 enfants.

Il faut certainement souligner que cette entreprise ne fonctionne pas de manière indépendante ; elle est ancrée dans une société globale. Les perturbations enregistrées ne proviennent pas toujours de l'intérieur des bureaux de poste, mais dans la plupart des cas, la poste se retrouve face un flux d'usagers en provenance de différents établissements publics alors que ni les moyens humains ni les moyens matériels ne sont en mesure de satisfaire la demande du grand nombre d'usagers qui sollicitent ensemble des services au même moment. Devant cette situation la coordination entre les services postaux et les autres

établissements publics devient une nécessité, afin de satisfaire une clientèle répartie de manière équitable sur les jours du mois.

- ***Gestion et incidences sur la qualité des services***

Nous avons évoqué la question de la qualité des services avec les usagers eus égard à ce qui nous préoccupait c'est-à-dire les contraintes qui influent de manière négative sur la qualité des services. Du point de vue des receveurs, la question de la qualité des services est liée au problème de la pression. *« La période du 10 au 20 de chaque mois est une période fatigante dans la grande poste pour les guichetiers ainsi que le receveur principal, car ils sont obligés de travailler avec une cadence très élevée. Le receveur revient à son ordinateur pour confirmer le nombre des opérations financières (virement et versement) qui est de 1700 par jour pour quatre guichets seulement, ce qui équivaut à 425 opérations par chaque poste de travail.* Receveur Principal, RP, 45 ans, marié, 03 enfants.

Si on calcule le nombre d'opérations financières qui est de 1700 opérations, soit 1700 personnes, plus les autres opérations qui peuvent aller jusqu'à 500 opérations, on peut dire que la grande poste a reçu 2300 personnes, *« l'équivalent de la population d'une commune rurale, Bezeff ».* Receveur Principal, RP, 45 ans, marié, 03 enfants.

Le problème est plus prégnant dans les grandes postes. Devant un nombre élevé d'usagers dans la grande poste pendant les « rush hour », les capacités d'accueil s'avèrent insuffisantes, et *« cela influe sur la qualité des services : plus d'erreurs dans les différentes opérations, mauvais accueil, plus de confrontations entre usagers et guichetiers ».* Receveur Principal, RP, 45 ans, marié, 03 enfants,

La grande poste dans cette commune semble avoir une place importante dans le choix des usagers. *« Elle est généralement au centre ville, à côté du marché, pas loin de la cité administrative du siège de l'APC, le siège de la wilaya et tout le transport commun de la ville passe généralement pas loin de cette structure, tous les chemins mènent à la Grande Poste et tous les gens ciblent la grande poste comme si elle était le seul bureau dans la commune... Les vieux préfèrent la grande poste ».* Receveur Principal, RP, 45 ans, marié, 03 enfants.

Les différentes déclarations des guichetiers montrent leur grande écoute et disponibilité pour la clientèle. Ce que tous réclament c'est l'amélioration des conditions d'accueil.

*« Oui. Il y a eu des changements aux niveaux de la gestion. De nouveaux services ont été créés à la poste (Banque, Cetelem, CNEP) tout simplement plus de charges, plus de travail. Attribution de nouveaux équipements (imprimantes principalement), nouveaux logiciels »,* R P, Guichet : Visionneuse, 41 ans, Féminin Terminale, Mariée, 3 enfants.

De la même manière sa collègue exprime sa joie vis-à-vis de la nouvelle recrutée, du moment que cette dernière l'aide dans la gestion dans l'un des services les plus sollicités par les usagers. Le fait de nous signaler l'acquisition d'une imprimante, cela veut dire, que ce matériel compte beaucoup à ses yeux dans la mesure où elle ne sera plus censée se déplacer plus loin pour imprimer les documents nécessaires pour la gestion du travail.

« *Oui, j'étais seule ici, ils ont recruté une nouvelle, je faisais tout, elle m'aide actuellement. Côté matériel, ils nous ont ramené une imprimante* », R.P, Guichet : Mandats et Courrier, 41 ans, Féminin, 3<sup>ème</sup> AS, Célibataire.

### • *Amélioration des conditions de travail*

Même avec cette distribution inéquitable des usagers en ce qui concerne les bureaux de postes. Les guichetiers des RPs reconnaissent que l'amélioration est suffisamment ressentie, c'est le cas d'un guichetier qui ne manque pas de préciser que ce changement qui a touché les conditions de travail chez les guichetiers a eu des conséquences positives sur la qualité des services:

« *Oui, des changements positifs, l'agent est devenu plus à l'aise dans son travail, il a plus de liberté, moins de contraintes, avec l'administration, moins d'angoisse, donc moins d'erreurs ...* », R.P, vaguemestre (abonnés et contentieux), 49ans, Masculin, première année secondaire, Marié, deux enfants.

Il n'est pas le seul d'ailleurs à témoigner vivement en faveur de ce changement ; à Alger, à Oran, et partout dans les wilayas enquêtées, les guichetiers de différents services approuvent le changement qui a touché les différents espaces en vue d'améliorer la qualité des services offerts aux usagers. Les déclarations recueillies auprès des guichetiers dans différentes wilayas du pays reflètent ces attitudes partagées par la grande majorité des agents, écoutons leurs propos :

« *Oui, la qualité des services offerts a évolué, Au niveau du salaire, mode de travail, tenue de travail, etc.* » RP Age : 27, féminin, 3<sup>o</sup>AS, célibataire, guichet : CNEP.

« *Oui il y a eu un changement. L'entreprise a proposé de nouveaux services qui facilitent la tâche des clients d'Algérie Poste* ». RP, Guichet : affranchissement, 33 ans, masculin, niveau 3<sup>o</sup>AS, célibataire

« *Il y a eu évolution dans les prestations et présentation, c'est en bonne voie* » RP, Guichet : affranchissement, 43 ans, masculin, niveau secondaire, marié.

Sur l'ensemble des guichetiers interviewés, seulement trois n'adhèrent pas à cette tendance majoritaire ; ils adoptent une attitude pessimiste à l'égard du changement :

« Non, le changement de statut n'as rien changé sur le terrain -« Seulement au niveau des horaires de travail mais en négatif (horaires contraignants » PP, 46 ans, féminin, 3<sup>o</sup>AS, célibataire, guichet : paiement.

« Il n'y a eu aucun changement, Pas du tout, c'est toujours la même la chose » RP, 43 ans, masculin, niveau BAC +3, marié,

« Non, en ce qui concerne le manque d'information pour les usagers, insuffisances en matière d'introduction des micros, imprimantes, distributeurs inefficace », RP, 35 ans, 3<sup>o</sup> AS, féminin, marié, 2 enfants, guichet : Western Union.

En ce qui concerne la question des salaires, à la question : « Pensez-vous être avantagé sur le plan salarial ? Oui/ non, pourquoi », sur l'ensemble des guichetiers interviewés la moitié considère qu'elle est bien payée. L'évaluation des agents en ce qui concerne leur paie se réfère à plusieurs indices. Cette guichetière par exemple profite de son expérience de travail pour établir la comparaison avec les salaires dans d'autres secteurs, elle conclue en disant :

« El Hamdonleh quand même, je connais tous les salaires ; de tous les secteurs, ils passent par la poste ; il y a beaucoup qui touchent des salaires moins que nous, donc oui je suis satisfaite », RP, guichet : visionneuse, 41 ans, féminin terminale, mariée, 3 enfants.

Ceux qui capitalisent de longues années d'ancienneté à la poste, basent leur comparaison sur les situations passées, affirmant :

-« Oui, après 30 ans de service je suis très satisfait », RP, vagemestre (abonnés et contentieux), 49ans, masculin, première année secondaire, marié, deux enfants.

En tout cas les effets de l'augmentation des salaires sont visibles dans le discours d'une majorité d'agents. Le discours de cet universitaire est assez significatif, pour lui et tant d'autres d'ailleurs, l'augmentation a vraiment fait la différence sur le plan de la satisfaction sur le salaire :

-« Maintenant oui, je suis satisfait, avant non, mais après les augmentations je suis satisfait », RP, guichet : vente de timbres ,36 ans, masculin, universitaire, célibataire.

Des guichetiers disent ne pas être avantagés sur le plan salaire ; ils utilisent différents arguments pour justifier leur insatisfaction:

-« C'est vrai on a eu une augmentation mais cela reste insuffisant par rapport à la cherté de la vie », RP, guichet : mandats, 40 ans, masculin, Niveau 3<sup>ème</sup> AS (Terminale), marié, père de 02 enfants.

D'autres justifient l'insatisfaction, en considérant que le salaire n'est pas compatible avec les tâches assignées. Leur discours prend une forme revendicative :

« Non, je ne suis pas satisfait bien sûr, si je parle de mon cas, je fais le travail de guichetier depuis neuf ans et je suis payé comme un agent de nettoyage, c'est-à-dire légalement je suis agent de nettoyage », R P, guichet : paiement, 31ans, masculin, niveau : 4ème année ; marié.

Seuls les mots changent, le discours est le même, se plaindre des charges s'installe comme une pratique quotidienne :

« Non, par rapport à la charge de travail que nous avons, non, je fais tout, et je suis toute seule, ma collègue est toujours en congé, il y a une nouvelle recrutée mais depuis peu, tellement on a un manque, l'agent de nettoyage fait le boulot de guichetier, je faisais le travail de toute une équipe. En plus je suis responsable de ma famille ». R.P, guichet : mandats et courrier, 41 ans, féminin ,3<sup>ème</sup> AS, célibataire.

### • **Nouveau statut et motivation des opérateurs**

Les avis des guichetiers sont différents en ce qui concerne la prime et son rapport avec la charge du travail ; 1/3 seulement considère que les primes sont conséquentes par rapport aux charges assignées au poste de travail. Nous citons à titre d'exemple, trois déclarations recueillies à l'Est, au Centre, et à l'Ouest du pays :

« Oui, 32. 000 ou 40. 000 par an on peut quand même ouvrir une porte », R.P, guichet : mandats et courrier, 41 ans, féminin, 3<sup>ème</sup> AS, célibataire

« Oui ; certes c'est un travail fatigant, mais personnellement je suis satisfait », R.P, guichet : vente de timbres ,36 ans, masculin, universitaire, célibataire

« Mes primes sont en rapport avec mon travail » RP, Guichet : affranchissement, 33 ans, masculin, niveau 3<sup>o</sup>AS, célibataire

Le reste des guichetiers, justifie cette insuffisance par deux éléments : soit la charge du travail, soit le risque lié à la perte d'argent ou les deux à la fois:

En ce qui concerne l'inadéquation entre l'effort et la prime, les propos qui reviennent chaque fois s'articulent autour de la phrase suivante :

« Non, par rapport à l'effort fourni », RP, 35 ans, 3<sup>o</sup> AS, Féminin, Marié, 2 enfants, guichet : Western union.

Même si la nature du service et la région changent, les propos recueillis ne font que confirmer la tendance qui lie la prime à l'effort ; c'est ainsi qu'une guichetière s'exprime sur ce point :

« Non, par rapport aux charges affectées aux guichetiers non, on travaille sans arrêt, on n'a même pas le droit à des petites pauses ; même pour aller aux toilettes ; en plus par rapport aux charges ici à la RP, la pression, le stress, le travail au guichet

*est une torture* », R.P, guichet : visionneuse, 41 ans, féminin terminal, mariée, 3 enfants.

Pour d'autres, c'est une question d'ordre financier, du moment que le guichetier peut éventuellement commettre des erreurs, il est obligé de rembourser les failles de sa propre poche; cette situation est gênante pour certains guichetiers, c'est le cas d'ailleurs d'une ancienne guichetière qui ne manque pas de préciser :

*-« Non, dans notre travail on est exposé à des erreurs, après tout on est humain, notre travail nécessite une très grande concentration, un moment d'inattention peut coûter cher, on perd de l'argent, on paie les défaillances de notre poche, en principe nous avons une prime de risque »*, R.P, vagemestre, 52 ans, Féminin, 4<sup>ème</sup> année secondaire, Mariée

La troisième catégorie de guichetiers, caractérisée par un langage fort revendicatif, est dans les deux registres à la fois, la charge du travail et les risques de toutes sortes qui entourent le travail du guichetier ; nous avons choisi parmi tant d'autres, cette déclaration d'une guichetière chargée du retrait, pour elle :

*-« Non, par rapport aux erreurs qu'on peut commettre, c'est un travail très fatigant (ملي تجي صباح ما طلعيش راسك). On n'est pas payé sur les brigades qu'on fait, c'est-à-dire que nos primes n'englobent pas tout, les risques de perte d'argent sont fréquent »*, RP, guichet : visionneuse retrait, 32 ans, féminin, universitaire, Mariée

La méthode de distribution des primes est liée à deux questions : « y a-t-il une position partagée par l'ensemble des guichetiers ? » « Quelle forme de distribution converge avec le statut « EPIC » ?

Les préférences en matière de distribution des primes ne reflètent pas un consensus de la part des guichetiers. 2/3 sont plutôt pour une évaluation individuelle, ceux qui optent pour cette méthode considèrent que les guichetiers ne fournissent pas les mêmes efforts, pour cette raison les regards sont orientés vers un classement plus adéquat selon le rendement, les déclarations suivantes nous renseignent suffisamment sur cette question :

*-« Une évaluation individuelle selon le rendement de chacun, on ne peut pas évaluer quelqu'un qui fait 20 clients en une heure avec quelqu'un qui fait 80 ou plus de la même manière. En plus ici à la RP notre tâche est plus lourde, un seul guichetier à lui seul peut faire le travail de toute une recette dans une petite poste »*, R.P, guichet : visionneuse, 41 ans, féminin, terminal, mariée, 3 enfants.

Pour certains guichetiers la distribution des primes doit prendre en considération le rythme de travail. Le rendement est plus important avec un rythme de travail plus accéléré.

« Individuelle, parce que chacun travaille à son rythme. Ce n'est pas juste qu'à la fin on est évalué de la même manière », R.P, guichet : visionneuse retrait, 32ans, féminin, universitaire, mariée

Les justifications de ceux qui sont pour une évaluation collective, sont multiples, tout en convergeant vers l'idée d'injustice et de ses revers en pratique évaluative. Cette dernière pour eux va se faire beaucoup plus sur la base des relations personnelles que sur le rendement ; c'est ce que nous confirme une guichetière d'une R.P à l'Est du pays en disant :

« Une évaluation collective, pour ne pas être à la merci de l'inspecteur ou le receveur, par ce que si l'évaluation est individuelle le moindre faux geste va être payé et je ne parle pas du travail, c'est les relations personnelles qui vont entrer en jeu », R.P, vaguemestre, 52 ans, féminin, 4ème année secondaire, mariée.

Cette guichetière n'est pas la seule à refuser la distribution individuelle par crainte de mauvaise évaluation, ce propos revient chez la moitié des guichetiers qui refusent la distribution selon le rendement de chacun. Elle confirme cela en disant :

« Collective pour éviter de mélanger ce qui est personnel et administratif », RP, vaguemestre (abonnés et contentieux), 49 ans, masculin, première année secondaire, marié, 2 enfants.

Les autres guichetiers qui optent pour la distribution collective des primes, justifient cela par le fait que tous les agents travaillent directement avec le public; cela demeure pour eux une raison suffisante pour maintenir cette forme collective de la distribution. Cet avis d'un guichetier de l'Ouest est assez représentatif des propos tenus par ceux qui avancent ce type de justifications :

« Collective car tous les guichetiers font face au public », PP, 46 ans, féminin, 3°AS, célibataire, guichet : paiement.

## **1.2. Formation du personnel et Organisation des services**

Au même titre que la motivation, la formation des agents constitue une condition nécessaire pour l'organisation et le fonctionnement du bureau de poste.

Questionné sur les causes des problèmes qui peuvent éventuellement surgir entre l'utilisateur et le guichetier, un agent souligne que le manque de formation chez les guichetiers est l'une des causes de certains problèmes.

« Je pense que le problème se trouve dans la formation des agents guichetiers, il y a des agents qui n'ont aucun niveau, ils ne sont pas formés ni sensibilisés pour traiter avec des clients, ils n'ont pas la notion du client, ils ne savent pas comment s'y prendre

avec le public, normalement un guichetier doit répondre calmement à un client parce qu'on est là pour les servir», R.P, guichet : vente de timbres ,36 ans, masculin, universitaire, célibataire

Il rejoint par cette idée plusieurs opinions recueillies auprès des receveurs, qui soulèvent le problème crucial du manque de formation chez les guichetiers. Un receveur de 45 ans classe cette insuffisance au niveau de la formation parmi les causes les plus importantes qui entravent la gestion des bureaux de postes, pour lui :

*« Le vrai problème, selon mon expérience est lié en premier lieu au manque de formation pour les guichetiers. Je crois que les guichetiers ont un manque en matière de formation, d'où les erreurs des fois. Une formation sur l'outil informatique, les caisses automatiques, l'enregistrement dans le service affranchissement est nécessaire ».* Receveur Principal, RP, 45 ans, marié, 03 enfants.

Cette question soulève l'intérêt de la formation des guichetiers. Aussi avons-nous jugé bon de nous intéresser de près aux itinéraires de formation des guichetiers. Pour ce faire nous avons posé deux questions aux guichetiers, la première portant sur la formation acquise avant le recrutement à la poste<sup>15</sup> et la deuxième visée portant sur la formation en cours d'emploi.

- **Formation initiale**

Presque 40% du personnel, ont intégré la poste avec un niveau secondaire, sans avoir effectué de formation, leurs réponses se rejoignent:

« Je n'ai fait aucune formation avant mon recrutement ». RP, guichet : affranchissement, 33 ans, masculin, niveau 3<sup>o</sup>AS, célibataire

Le reste des guichetiers a effectué des formations dans diverses filières, la plus récurrente est celle de l'informatique, le point commun est que tous ces guichetiers confirment que la nature de la formation a été utile pour la fonction au sein de la poste, nous citons à titre d'exemple les propos suivants :

« J'ai fait une formation en informatique (bureautique) en 2001 à Alger sanctionnée par un diplôme. Le diplôme obtenu a été utile pour mon travail et mon poste » RP, 27ans, féminin, 3<sup>o</sup>AS, célibataire, guichet : CNEP.

« J'ai fait initiation en informatique, 1986-1987; à Constantine, Attestation, cette formation était utile pour mon travail à la poste,

---

<sup>15</sup> L'objectif était de savoir si le type de formation avait un lien avec les missions attribuées au guichetier à la poste

certainement », RP, Guichet : visionneuse, 41 ans, féminin terminal, mariée, 3 enfants.

Une guichetière, qui a quitté l'enseignement pour travailler dans une petite poste, confirme que son expérience dans l'enseignement lui a servi pour son poste de travail, comme chargée du guichet paiement, savoir communiquer avec le public est primordial, tout comme l'enseignement, à la poste on a affaire à plusieurs mentalités, PP, 46 ans, féminin, 3<sup>o</sup>AS, célibataire, guichet : paiement.

Pour d'autres guichetiers, la formation a servi pendant un moment, mais elle ce n'est plus le cas après le changement du poste de travail, c'est une ancienne guichetière qui nous dit :

« J'ai fait une formation de Dactylo en 1975, au début cette formation m'a servi du moment que j'étais recrutée comme dactylographe », RP, vaguemestre, 52 ans, féminin, 4<sup>ème</sup> année moyenne, mariée.

L'exploitation de la formation initiale au profit du poste de travail, se pose plus aux guichetiers ayant fait un enseignement universitaire, comme les cas suivants :

« DEUA en droit des affaires, Université de Constantine, 2000. Attestation en informatique, école agréée par l'état, 1999 (formation de 06 mois, mais ces formations n'ont rien à voir avec se que je fais à la poste », RP, guichet : vente de timbres ,36 ans, masculin, universitaire, célibataire.

« Licence d'anglais, 2000, Attestation d'initiation en informatique (formation de 09 mois), 2001 ; maison de jeunes à Constantine .Formation en langue espagnole, 2002. Ni ma licence, ni la formation en informatique, m'ont aidé dans mon travail à la poste, ça n'a rien à voir, peut-être l'informatique juste un peu, parce qu'en réalité on travaille sur un logiciel, donc on apprend à le manipuler à la poste », RP, guichet : visionneuse retrait, 32 ans, féminin, universitaire, mariée.

Le guichetier diplômé de la formation professionnelle, estime lui aussi que sa formation en comptabilité générale, n'a pas été bénéfique, pour son poste de travail :

« J'ai un diplôme en comptabilité générale, du centre de formation professionnelle (1983-1984), mais mon travail n'a rien à voir avec la comptabilité », RP, guichet : mandats, 40 ans, masculin, 3<sup>ème</sup> AS (terminale), marié, père de 02 enfants.

Une coordination entre le secteur de la formation professionnelle et l'entreprise en matière de formation est en mesure d'assurer une main d'œuvre qualifiée selon les besoins de cette dernière.

« Avant d'être recruté à la poste j'ai fait une formation de Technicien en Electronique. Mais cette formation n'a pas été utile pour mon travail à la poste », RP, 43 ans, Masculin, BAC+3, Marié,

- **Formation en cours d'emploi**

Les entretiens menés auprès des guichetiers montrent que seulement une petite minorité parmi les guichetiers n'a pas bénéficié d'une formation ou d'un stage, malgré les différences dans les durées de ces formations.

Les jugements vis-à-vis de l'efficacité de ces formations sont différents, mais néanmoins, ce sont les stages orientés vers les cours théoriques qui sont à l'origine de l'insatisfaction des guichetiers,

« J'ai, suivi des cours de formation à Sétif à l'école des PTT, pour une durée de 03 mois, en 1995 ou 1997, mais ils n'étaient pas utiles pour moi, ils touchent à tous les domaines de la poste certes, mais c'était théorique et non pas pratique », RP, vaguemestre (abonnés et contentieux), 49 ans, masculin, première année secondaire, marié, deux enfants.

Etant enceinte, la guichetière du RP n'a pas pu participer à une formation, elle ne le regrette pas de toutes façons, parce que, même « *ceux qui ont participé à ce genre de formations disent que le stage est plus axé sur le théorique ; j'ai deux ans d'expériences, je ne pense pas qu'il va m'apporter grande chose, peut-être avant oui, mais maintenant non* », R.P, guichet : visionneuse retrait, 32ans, féminin, universitaire, mariée

La grande majorité des guichetiers parmi ceux qui ont bénéficié des formations, déclarent que cette participation a été très importante pour leur poste de travail. Les stages couvrent pratiquement toutes les activités financières et postières, il demeure néanmoins important de donner un aperçu sur ces types de formation.

- **Impact de la formation sur les relations interpersonnelles**

Pour comprendre le type de relation guichetier /usagers, il ne suffit pas d'insérer cette relation comme elle se décline théoriquement à travers les textes qui gèrent le statut « EPIC » ; il est nécessaire de comprendre le degré de motivation<sup>16</sup> chez les guichetiers en ce qui concerne la volonté de satisfaire l'usage.

La motivation des guichetiers se manifeste à travers ce que représente un « bon guichetier » pour eux. Nous constatons à travers les déclarations des guichetiers que la compétence, la rapidité dans le service, la maîtrise du travail, et la maîtrise de soi, sont les valeurs partagées par tous les guichetiers interviewés, quelque soit leur âge, sexe, niveau d'instruction, le guichet ou le bureau de poste, ils considèrent qu'un bon guichetier est celui qui est :

---

<sup>16</sup> Moteur de l'implication

« Calme, compétence dans le poste, bien formé pour faire face aux usagers », Oran RP, 35 ans, 3<sup>o</sup> AS, Féminin, Mariée, 2 enfants. Guichet Western union.

« Celui qui maîtrise son travail, et sait gérer n'importe quelle situation, parce que on est confronté à un public et on peut s'attendre à n'importe quoi », Constantine, R P, Guichet Paiement, 31ans, Masculin, Niveau : 4ème année, Marié.

-« Compétent maîtrise son travail et qui a le savoir faire avec les usagers », Constantine, R.P Guichet : Mandats, âge : 40 ans, Masculin, Niveau 3<sup>ème</sup> AS (Terminale), Marié, père de 02 enfants.

-« Celui qui ne faillit pas, compétent et rapide, et sait comment s'y prendre avec les usagers, notre travail est à 60% relation avec le public, donc il doit avoir un savoir-faire, savoir convaincre et faire patienter », Constantine, R.P, vagemestre, 52 ans, Féminin, 4<sup>ème</sup> année secondaire, Mariée.

-« Celui qui fait son travail quelle que soit la situation et qui a un savoir faire avec les usagers, les comprend et les aide », Constantine, R.P, Guichet : Mandats et Courrier, 41 ans, Féminin ,3<sup>ème</sup> AS, Célibataire.

-« Maîtrise son travail, sait écouter les clients, se maîtriser même si le client est fautif, il faut être psychologue avec eux », Constantine, R.P, Guichet : Vente de timbres, 36 ans, Masculin, Universitaire, Célibataire.

-« Bien éduqué c'est tout, tout ce qu'on demande l'éducation ; parce que s'il est bien éduqué il va t'écouter, il ne dépasse pas ses limites... », Constantine, R.P, Guichet : Vente de timbres, 36 ans, Masculin, Universitaire, Célibataire

-« Patient, posé, rapide, bien organisé, attentif, à l'écoute des clients », Constantine, R.P, Guichet « visionneuse » retrait, 32ans, Féminin, Universitaire, Mariée

-« Compétent, rapide, consciencieux sait comment se prendre avec les clients, savoir leur parler et les convaincre quand il y a une panne dans le système par exemple », ما يجيبش الهدرة عليه, Constantine, R.P, Guichet : Visionneuse, 41 ans, Féminin Terminale, Mariée, 3 enfants.

-« Maîtrise bien son travail ; et le savoir-faire avec les usagers, celui qui sait gérer les relations avec le public », Constantine, R.P, vagemestre (abonnés et contentieux), 49ans, Masculin, première année secondaire, Marié, deux enfants.

-« Un bon guichetier c'est un agent qui fait son travail convenablement et n'a peur de rien » Alger RP , Age 43 ans, Masculin, Niveau BAC +3, Marié,

- « Un bon guichetier se distingue par son sang froid et surtout sa délicatesse de résoudre les situations » Alger RP Age : 27, sexe Féminin, 3<sup>o</sup>AS, Célibataire, Guichet : CNEP

Un bon guichetier ; « *est celui qui connaît bien son travail et le fait en appliquant la réglementation* » Alger RP, Guichet : affranchissement, 33 ans, Masculin, niveau 3<sup>o</sup>AS, célibataire

-« *qui se respecte et qui a la conscience professionnelle* » Alger RP, Guichet : affranchissement, 43 ans, Masculin, niveau secondaire, Marié.

-« *Celui qui règle les problèmes de l'usager dans le calme et le sourire* », Oran RP, 40 ans, 3<sup>o</sup> AS, masculin, Marié, 3 enfants, guichet : timbres fiscaux.

### ***1.3. Équipement et fonctionnement des services***

Pour les guichetiers, la rapidité du service ne dépend pas d'eux mais plutôt de la disponibilité des documents nécessaires, du fonctionnement du système informatique entre autres, à défaut, ils accusent les usagers d'être impatients, mais la patience ou l'impatience n'est pas mesurée par une durée d'attente limitée, elle devient donc, un point de divergence entre le guichetier et l'usager, et cela aboutit par conséquent à des relations plutôt conflictuelles, que des rapports professionnels qui traduisent vraiment le passage à un nouveau mode de gestion.

« *Les gens sont impatients, lorsqu'ils arrivent par exemple et trouvent un guichet vide, pour eux le guichetier ne fait pas son travail, alors que ce n'est pas vrai, puisque je suis-là, je dois faire mon boulot quelle que soit la raison, peut-être je suis parti chercher de l'argent, appeler l'inspecteur pour qu'il règle un problème. Eux ne voient jamais cela, ils doivent être servis à n'importe quel prix...Si le système s'arrête, nous sommes accusés, ils ont une mentalité...et ne veulent rien comprendre, pour eux on ne fait pas notre travail est c'est tout* », R.P, guichet : mandats : 40 ans, masculin, niveau 3<sup>ème</sup> AS (Terminale), marié, père de 02 enfants.

Ce guichetier n'est pas le seul à expliquer le comportement des usagers de cette manière, en fait, plusieurs agents partagent cet avis, à Oran, à Alger, Constantine, partout, les justifications se ressemblent. Les mêmes propos reviennent malgré la distance qui sépare les bureaux de postes. Est-ce un hasard ? Certainement pas, plusieurs données objectives permettent de comprendre cette situation, nous avons évoqué un peu plus haut deux éléments pertinents qui expliquent pourquoi le guichetier se retrouve pendant plusieurs périodes dans des positions difficiles, la première relève de la fréquentation irrégulière qui s'impose sur la poste. La pression sur le bureau poste, les moyens insuffisants<sup>17</sup> et le manque de formation des guichetiers souvent pas suffisamment préparés à faire face à des éventuelles situations difficiles. Il est évident

---

<sup>17</sup> Pour faire face à l'ampleur de la demande immédiate

que par le temps, des représentations subjectives vis-à-vis des usagers se sont installées chez les guichetiers. Certains agents ont même qualifié les usagers de mal élevés, et bornés. D'autres plus attentifs disent :

« Les usagers sont exigeants, ils veulent être servis dès qu'ils mettent les pieds à la poste, ils ne savent pas attendre. Si la machine est en panne on nous accuse de l'avoir arrêté exprès pour ne pas travailler. Constantine est une ville de transit, on vient de partout à la RP, sa position au cœur de la ville, près des magasins, en plus le centre ville n'est pas très loin de l'aéroport, ce qui fait une forte demande. Les usagers sont ingrats, ils ne se rappellent pas des sacrifices qu'on fait pour eux, il m'est arrivé de rentrer chez moi au Ramadan à l'appel de la prière du Maghreb », RP, guichet : visionneuse, 41 ans, féminin, terminale, mariée, 3 enfants.

Ces représentations qui témoignent d'une image biaisée des usagers qui s'est construite chez les guichetiers, traversent pratiquement toutes les déclarations des agents, les propos suivants le confirment :

« Les usagers, sont exigeants, pressés, nous ne sommes pas responsables sur tout ce qui ce passe à la poste, comme les retards de réception des carnets de chèques, les usagers nous rendent responsables de ces retards », R P, Guichet Paiement, 31ans, masculin, niveau : 4ème année ; marie

« Ils veulent être servis un point c'est tout, ils ne veulent rien comprendre, s'il y a un retard dans les mandats on nous accuse de ne pas avoir fait notre travail, alors que ce n'est pas de notre faute », R.P, Guichet : Mandats et Courrier, 41 ans, Féminin, 3<sup>ème</sup> AS, Célibataire

« Ils se plaignent, ils nous rendent responsables des défaillances du système, si la machine s'arrête, ils nous accusent de l'avoir arrêté exprès, si le carnet de chèque n'arrive pas c'est notre faute », R P, vaguemestre, 52 ans, Féminin, 3ème année secondaire, Mariée

- ***Adéquation moyens disponibles/besoins exprimés***

Si les justifications de la première catégorie, mettent en avant l'impatience des usagers, d'autres guichetiers reconnaissent implicitement le droit de se plaindre aux usagers, dans la mesure où l'institution manque parfois à ses devoirs à cause des insuffisances matérielles.

« Les usagers se plaignent, c'est normal, il y a manque de chèques, de CIB, d'imprimés, trop longue attente pour l'ouverture de CCP », RP, 40 ans, 3° AS, masculin, Marié, 3 enfants, guichet : timbres fiscaux.

Cette opinion est loin d'être spécifique à un guichetier, dans la mesure où plusieurs agents avancent les mêmes justifications, c'est ce qu'il nous était donné de constater à Oran, à Alger, à Tiaret, et à Biskra entre autres.

« C'est à cause de manque des moyens, et d'informations. On souffre d'un manque au niveau de moyens techniques (impression des chèques), une panne peut durer entre 3 ou 6 mois ; cette panne a des répercussions sur le fonctionnement de la RP », R.P, vagemestre (abonnés et contentieux), 49 ans, Masculin, première année secondaire, Marié, deux enfants.

« Les usagers se plaignent, parce que notre service d'Algérie poste est national, alors parfois, il y a des petites pannes », RP Age : 27, sexe Féminin, 3°AS, Célibataire, Guichet : CNEP

« *Manque d'informations, d'effectifs, panne matérielle* », RP, 35 ans, 3° AS, Féminin, Mariée 2 enfants, guichet : Western Union

Les mêmes propos sont repris par les guichetiers interviewés au sein des petites postes, pour confirmer, les dires de leurs collègues travaillant dans les Recettes principales, ce guichetier ne manque pas de préciser ceci ;

« Il y a un décalage entre le discours et la réalité (manque de moyens, chéquier, imprimés, CM) », PP, guichet : unique, 35 ans, 1°AS, masculin, marié,

Les problèmes pour certains guichetiers, dépassent le côté matériel, pour eux ce sont les mauvais comportements de certains agents qui causent parfois ce genre de problèmes. Les déclarations suivantes nous renseignent sur cet état de fait chez certains guichetiers, qui ont vécu ce type de situations aboutissant au déclenchement d'une scène d'injures au sein du bureau de poste :

-« *Parfois par manque de respect de la part de certains agents* » RP , 43 ans, Masculin, Niveau BAC +3, Marié,

-« *Mauvais accueil des agents, manque d'informations et d'imprimés* », RP, guichet : affranchissement, 43 ans, masculin, niveau secondaire, marié.

Malgré ce discours qui manifeste une volonté de bien servir l'utilisateur, les guichetiers ne délégitiment pas les plaintes formulées par les citoyens. Pour eux suffisamment de causes objectives poussent les usagers à se plaindre.

Parmi la gamme très variée des causes :

Il est important de signaler que le fonctionnement au sein du bureau de poste est à l'origine de plusieurs plaintes de la part des usagers. Nous constatons dans les déclarations, regroupées sous ce paragraphe, que les guichetiers reconnaissent qu'ils sont dans l'incapacité de répondre immédiatement à la demande de l'utilisateur qui exige un délai minimum.

Les incidents sont fréquents, l'utilisateur même après son orientation au niveau du guichet, croit que cela s'est fait juste pour l'écartier. Les perceptions négatives alimentent des préjugés à l'égard de la poste, cette image véhiculée à travers les formes de la communication sociale, crée un manque de confiance chez l'utilisateur vis-à-vis du fonctionnement des services,

*« Souvent par incompréhension le client se présente au mauvais guichet et croit avoir raison », Oran PP, 46 ans, féminin, 3<sup>o</sup>AS, célibataire, guichet : paiement.*

Parfois les guichetiers eux-mêmes participent à la construction de cette image chez les usagers ; nous avons observé de près quelques mauvaises pratiques chez certains. Il s'agit des traitements de faveur qui se déroulent sous le regard des usagers. Le rétablissement du climat de confiance entre les usagers et les guichetiers dépend en grande partie de la volonté de ces derniers et leur participation à un changement positif en mesure de refléter le passage réel à une entreprise « EPIC ».

La lecture des déclarations des receveurs nous renseigne sur le nombre important de réclamations formulées par les usagers ; pour nous clarifier ce point un receveur nous dit : « Je reçois tous les jours des réclamations, une moyenne d'une dizaine par jour ». Receveur Principal, RP, 45 ans, marié, 03 enfants,

Le problème c'est que la majorité des réclamations sont adressées au guichet, cela confirme les données recueillies par questionnaire auprès des usagers. Il est important de rappeler que le recours au guichet pour la formulation des réclamations constitue un fardeau supplémentaire auquel le guichetier doit faire face :

*« La majorité des réclamations sont exprimées au niveau des guichets. Moi personnellement je reçois des réclamations des usagers qui insistent à voir le receveur principal personnellement ». Receveur Principal, RP, 45 ans, marié, 03 enfants,*

Les pratiques des usagers caractérisées par la confusion entre le droit et devoir, rendent plus difficile la tâche des services. L'idée soutenue par ce receveur démontre que le rapport avec les usagers s'avère difficile

lorsque ces derniers ne respectent pas les procédures réglementaires. Cela veut dire que la bonne gestion exige du prestataire et des usagers une connaissance préalable des modalités de gestion. A défaut, la confusion dans les limites entre le droit, et le devoir aboutit aux litiges interminables entre les services et les usagers, Certes :

« Les usagers ont raison, par exemple le retard de l'arrivée des chèques postaux, le retard de l'arrivée des colis ou des mandats, mais généralement les usagers ne font pas leur devoir mais réclament leur droit. Avant de demander le droit à un chèque guichets l'utilisateur n'inscrit pas sa demande de chèques dans les délais raisonnables. Avant de réclamer le retard de l'arrivée des mandats il faut savoir bien la date de l'expédition », Receveur Principal, RP, 45 ans, marié, 03 enfants, ».

## **2. Offres d'Algérie Poste et représentations des usagers**

Officiellement, l'Algérie dispose d'un réseau de bureaux de poste équivalant à 3310 structures avec 10300 guichets répartis à travers le territoire national, compte tenu d'une densité de 10411 usagers par bureau de poste et 4300 usagers par guichet. Pour couvrir les besoins, compte tenu des densités existantes, il faudrait arriver à créer un bureau pour 9500 usagers, la norme internationale est d'un bureau pour 6000 habitants<sup>18</sup>.

Cependant si le phénomène de la qualité des services est approché par une démarche quantitative, la première lecture des données statistiques donne une inadéquation entre le volume des services et la densité de la population qui est inégalement répartie entre les zones urbaines et rurales d'où l'existence de certains dysfonctionnements dans les services. On pourrait se demander si les services de planification d'Algérie Poste prennent en considération les densités de population, calculées par l'Office National des Statistique (ONS), pour élaborer la carte d'implantation des nouveaux bureaux de poste.

En s'appuyant sur les observations réalisées dans 4 bureaux de poste des wilayas enquêtés et sur les entretiens menés avec les guichetiers et les responsables d'Algérie Poste au niveau des localités considérées, on constate que le dysfonctionnement ne se limite pas seulement à un déficit en matière de bureaux de poste, ni au déséquilibre produit par la disparité des densités. Il est souvent le produit du choix de l'utilisateur, quant au bureau de poste qu'il décide de fréquenter inconditionnellement à la proximité géographique de sa résidence ou de son lieu de travail.

---

<sup>18</sup> Séminaire Algérie Poste, Aurassi, mars 2009

## 2.1. Choix de la structure

La fréquentation du bureau de poste n'est pas toujours liée au hasard. Les usagers élaborent dans plusieurs cas une hiérarchie des facteurs qui structurent leur choix selon des critères différents. A travers l'évaluation des prestations de services, offertes par Algérie Poste, la préférence d'un bureau de poste plutôt qu'un autre chez l'utilisateur s'explique de différentes manières :

- ***La distance comme motif de choix des bureaux de poste***

La proximité géographique, du lieu de résidence ou du lieu professionnel, constitue le premier critère à considérer pour certains usagers, dans le choix du bureau de poste. Cependant les résultats de l'enquête montrent que la distance n'est pas un facteur qui détermine toujours la fréquentation et / ou le choix des bureaux de poste. Si 63.11 % des usagers ont fréquenté le bureau de poste le plus proche du domicile ou du lieu de travail ; 36.89 % d'entre eux vont loin de leur résidence ou leur lieu de travail.

Sur 4503 répondants 36,89% d'utilisateurs n'ont pas choisi la structure pour sa proximité avec leur domicile ou leur lieu de travail.

Le critère genre ne semble pas avoir une grande incidence sur la proximité dans le choix de la proximité du bureau de poste: 36,72% d'hommes et 37,19 % de femmes ont choisi le bureau de poste loin de leur résidence ou leur lieu de travail. Presque le tiers 1/3 des utilisateurs des deux sexes préfèrent un bureau éloigné.

**Tableau n° 4 : Genre/Choix de la distance géographique**

	Usagers hommes	Usagers femmes
Oui	63.28 %	62.81 %
Non	36.72 %	37.19 %
Total	4503	100%

Concernant le critère du choix de la distance par les utilisateurs, l'enquête révèle une légère inégalité selon la zone. En effet, 84.56 % des utilisateurs ruraux et 58.94 % parmi les urbains fréquentent la poste la plus proche de leur lieu d'habitat / lieu de travail. On peut relever, cependant, que pour les postes urbaines, il existe une plus grande variété de choix contrairement aux zones rurales.

*Tableau n° 5 : Choix de la distance géographique /zones*

	Urbain	Rural
Oui	58.94 %	84.56 %
Non	41.06 %	15.44 %
Total	100%	100%

Le bureau de poste en zone rurale et la petite poste située au chef-lieu des wilayas enquêtées sont les plus choisis par les usagers qui préfèrent la petite distance. Le taux des usagers qui déclarent que la petite poste est proche de son lieu d'habitat / lieu de travail est de 64.29 %, et il est de 84.56 % pour les usagers de la poste rurale. Par contre les usagers, qui choisissent la grande poste pour la petite distance, représentent un taux de 58,94 % (mais avec un taux de fréquentation plus élevé que pour les deux autres structures).

*Tableau n° 6 : Choix de la distance géographique / structures*

	Grande Poste	Petite Poste	Poste rurale
Oui	58.94 %	64.29 %	84.56 %
Non	41.06 %	35.71 %	15.44 %
Total	100%	100%	100%

Partant de la relation entre les usagers et les structures étudiées en matière de distance vers une autre dimension plus fine qui cherche à comprendre la notion de distance chez les usagers, nous constatons que ces usagers n'accordent pas au facteur « proximité » le même sens.

Si les services d'information, du retrait d'argent, du compte CCP, d'émission d'un mandat, d'envoi ou de réception d'un courrier normal et de réclamation, sont les plus sollicités au niveau des postes les plus proches, ceux, par contre, des services d'envoi et réception d'un courrier express, de colis, de courrier EMS ou de Western Union sont plus sollicités au niveau des postes éloignées car c'est dans ces grandes postes qu'ils fonctionnent le mieux.

Le tableau 7 montre la première catégorie des services les plus sollicités, auprès des postes estimées proches des lieux d'habitat / lieux de travail.

**Tableau n° 7 : Services sollicités auprès d'Algérie/Poste**

	Oui	Non	Total
Retrait d'argent CCP	65.41 %	34.59%	100%
S'informer sur le So.CCP	64.17 %	35.83 %	100%
Compte CNEP	59.38 %	40.62%	100%
Service mandat	60.52 %	39.48 %	100%
Service courrier normal	63.41 %	36.59 %	100%
Demande d'information	64.64 %	35.36 %	100%

Le tableau 8 montre la deuxième catégorie des services sollicités le plus auprès des bureaux de postes estimés loin des lieux d'habitat / lieux de travail.

**Tableau n° 8 : Services sollicités auprès des bureaux de poste**

	Oui	Non	Total
Courrier rapide « express »	51.43 %	48.57 %	100%
Colis normal	54.08 %	45.92 %	100%
Colis, courrier EMS	51.06 %	48.94 %	100%
Western Union	47.50 %	52.50%	100%

La comparaison des taux enregistrés dans les deux tableaux donne:

-Des choix évidents établis par les usagers par rapport à la taille de la structure ; ce qui confirme l'hypothèse des représentations et comportements des usagers par rapport au type de structure du secteur: «des images sont produites par les usagers sur l'entreprise ».

-Le choix est fait généralement selon les estimations de l'utilisateur du degré de satisfaction du service au niveau du bureau de poste choisi ;

-Les taux élevés<sup>19</sup> qui montrent le recours des usagers à un bureau de poste éloigné, indiquent l'existence d'une hiérarchie établie socialement entre les bureaux de poste ;

<sup>19</sup> Presque 1/3 des usagers ne fréquentent pas les bureaux les plus proches

-Les services les plus sollicités auprès des bureaux de poste les plus proches sont les services les plus utilisés comme le service CCP, le courrier normal et le mandat ;

-Les services les plus sollicités auprès des bureaux de poste les plus éloignés, sont les services les moins utilisés comme le service EMS, Western Union et le service colis ;

Que peut-on dire, en définitive, de la relation entre le choix de la structure et celui du service ? La distance, est-elle un facteur qui détermine ces choix ?

La « petite » distance est un élément qui oriente le choix des usagers à l'égard du bureau et des services de poste en zone rurale. Les taux déclarés par les usagers ayant fréquenté les bureaux de la poste en zone rurale sont significatifs même si l'objet de la fréquentation change (services financiers, services postaux).

Les usagers qui ont fréquenté les bureaux de poste pour le retrait d'argent du compte CCP et qui choisissent la poste rurale, proche du lieu d'habitat / lieu de travail, représentent 86.15 % contre ceux qui optent pour un bureau de poste éloigné avec 13.85 %. Le même constat est fait pour le service de l'envoi et/ou de la réception du courrier normal ou express avec un taux d'environ 80 %.

*Tableau n° 9 : Choix de la distance/motif de la présence au bureau de poste*

Usagers des Bureaux de poste en zone rurale	Oui	Non	Total
Retrait d'argent CCP	86.15 %	13.85%	100%
S'informer Sur Le Solde CCP	89.74 %	10.26 %	100%
Compte CNEP	93.33 %	06.67%	100%
Service mandat	80.88 %	19.12 %	100%
Service courrier normal	86.12 %	13.78 %	100%
Demande d'information	77.91 %	22.09 %	100%
Réclamations	81.82 %	18.18%	100%

Les usagers en zone urbaine ont plus de choix dans les communes chefs-lieux des wilayas enquêtées, car il existe plusieurs structures d'Algérie Poste. Le choix se porte généralement sur les petites postes de proximité.

Ce qui est perceptible c'est que

- Pour le retrait d'argent du compte CCP, les usagers se dirigent vers la petite poste considérée comme la plus proche

- Pour s'informer sur son solde, c'est toujours la petite poste qui est choisie.

- Pour l'envoi d'un courrier normal, l'utilisateur se dirige encore vers la petite poste

Si l'image des files d'attente devant les guichets de retrait d'argent par chèque CCP est habituelle, c'est parce que 46.64 % des usagers ont choisi la grande poste pour le retrait d'argent. Et si nous trouvons un encombrement devant le guichet de l'envoi ou de réception du courrier express c'est parce que 59.66 % des usagers qui ont choisi ce service au niveau de la grande poste n'ont pas sollicité ce service au niveau des bureaux de poste de proximité (petite poste) en zone urbaine, ou les bureaux de poste de la zone rurale.

La direction des usagers vers les bureaux de poste relativement éloignés des domiciles et lieux de travail est une pratique courante. Cette pratique montre que la petite distance entre les usagers et les bureaux de poste n'est pas le principal facteur déterminant de la fréquentation, mais il y a aussi l'image des différents bureaux, construite par les usagers ; autrement dit, ce n'est pas seulement l'existence de la structure de la poste dans une zone donnée qui influe sur la fréquentation et sur le choix mais c'est aussi les représentations faites à partir de l'évaluation de l'amélioration et de la satisfaction qui mènent à construire une image sur le bureau de poste fréquenté .

La logique objective et quantitative qui vise à augmenter la satisfaction des usagers à partir de l'augmentation du nombre de bureaux de poste semble limitée, car derrière la fréquentation des usagers des bureaux de poste, il y a des choix subjectifs construits par les usagers à partir de leur estimation et/ou leur évaluation des différentes structures d'Algérie Poste.

### **A. Choix du bureau de poste : proximité ou qualité ?**

Pour comprendre le degré d'influence du facteur « distance » sur le choix des structures, nous avons étudié sa relation avec le facteur « organisation des services » et « rapidité des opérations » au niveau des structures. A cet effet, nous avons posé une question aux usagers sur le choix en prenant en considération dans les modalités de réponses le rapport distance / organisation de travail. Les résultats recueillis montrent que les usagers favorisent plus le facteur « distance » ; par contre l'organisation des services et le type de fonctionnement au niveau des structures sont secondaires dans le choix des bureaux de poste pour les usagers. Le taux des répondants qui ont favorisé la petite distance comme motif de leur choix des bureaux est de 43.06 %, tandis que les répondants qui ont privilégié l'organisation des services et la rapidité des opérations comme motifs de leur choix représentent respectivement des taux équivalant à 11.70% et 11.33%.

Nous signalons que le taux des usagers qui prennent en considération le facteur files d'attente à éviter, comme motif de choix des bureaux de poste, est de 5.45%, ce qui indique que la file d'attente n'est pas un facteur principal qui influe directement sur le choix de structure pour les usagers d'Algérie Poste.

Si nous essayons d'analyser le rapport distance / organisation de travail dans le choix des bureaux de poste chez les usagers en comparant les postes selon la zone, nous constatons que le taux des usagers qui privilégient la petite distance dans le choix des bureaux est plus élevé dans la zone rurale (53.83%) par rapport aux usagers de la zone urbaine (40.98%). En effet, les usagers qui prennent en considération l'organisation de travail à l'intérieur des bureaux dans le choix de ses structures vont plus dans les postes en zone urbaine que dans les postes en zone rurale. Les taux des usagers ayant déclaré l'organisation des services et la rapidité des opérations comme motifs de leurs choix des structures représentent dans la zone urbaine respectivement des taux de 13.24% et 12.71%, tandis que les usagers de la zone rurale qui préfèrent les mêmes motifs dans leur choix des structures représentent respectivement des taux de 3.83% et 4.23%.

**Tableau n° 10 : Motifs du choix du bureau de poste**

Modalité	Urbain	Rural
Il est près de chez moi	40.98%	53.83%
L'organisation des services	13.24%	03.83%
La rapidité des opérations	12.71%	04.23%
Moins d'usagers	05%	07.78%
Je n'ai pas d'autre choix	25.26%	28.69%
Relations avec le personnel du bureau	2.81%	1.64%
Total	100%	100%

En comparant les types de bureaux de poste (grande poste, petite poste), l'enquête révèle que le facteur « petite distance » des lieux d'habitats/ lieux de travail reste principal dans le choix des structures par rapport à l'organisation des services et la rapidité des opérations à l'intérieur des bureaux de poste. Mais elle renseigne aussi que :

Dans la grande poste, les usagers placent la petite distance comme premier facteur dans leur choix de bureau avec un taux équivalant à 38.79 %, par contre le facteur « l'organisation des services et la rapidité des opérations » est en deuxième position comme motif de choix des structures (16.67% pour le motif de l'organisation des services et 14.77% pour la rapidité des opérations).

Dans la petite poste, les usagers placent la petite distance comme premier facteur dans leur choix de bureau avec un taux équivalant à 48.41 %, par contre le facteur « L'organisation des services et la rapidité des opérations » est aussi en deuxième position comme motif de choix des structures (09.64% pour le motif de l'organisation des services et 12.08% pour la rapidité des opérations).

Même si les taux sont minimes, l'organisation des services arrive en deuxième position comme motif de choix des usagers de la grande poste à un taux équivalant à 16.67 %, et elle est en troisième position comme motif de choix des usagers de la petite poste à un taux équivalant à 09.64%.

Même si les taux sont minimes, la rapidité des opérations à l'intérieur des bureaux de poste arrive en troisième position comme motif de choix des usagers de la grande poste à un taux équivalant à 14.77 %, et

elle est en deuxième position comme motif de choix des usagers de la petite poste à un taux équivalant à 12.08 %.

Le genre des usagers n'est pas un indicateur qui influe sur la hiérarchie des motifs de choix entre la distance et « l'organisation des services et la rapidité des opérations », car nous avons constaté que la tendance globale des taux reste la même entre les deux sexes.

Il faut signaler l'importance du niveau d'instruction comme indicateur influant sur la hiérarchie des motifs de choix entre la distance et « l'organisation des services et la rapidité des opérations ».

Malgré que le facteur « petite distance » des lieux d'habitats/ lieux de travail reste principal dans le choix des structures par rapport à « l'organisation des services et la rapidité des opérations » à l'intérieur des bureaux de poste pour tous les niveaux d'instructions des usagers enquêtés, l'enquête révèle que :

Les taux des usagers qui donnent plus d'importance à « la petite distance » par rapport à « l'organisation des services et la rapidité des opérations » à l'intérieur des structures dans le choix des bureaux diminuent dans le cas d'un niveau d'instruction plus élevé (secondaire et plus).

A titre d'exemple, les taux des usagers de niveau primaire ou « sans instruction » qui favorisent la petite distance sont respectivement de 50.51% et 47.21%, par contre les taux des usagers ayant un niveau secondaire et universitaire qui privilégient le même motif sont respectivement de 40.85% et 42.48%.

Les taux des usagers donnant plus d'importance à « l'organisation des services et la rapidité des opérations » à l'intérieur des structures par rapport à « la petite distance » augmentent chez les usagers ayant un niveau d'instruction secondaire et plus, ce qui indique plus d'exigence pour la qualité des services chez eux par rapport à des niveaux moins élevés. A titre d'exemple, Les taux des usagers ayant un niveau secondaire et universitaire qui favorisent la rapidité des opérations comme motif de choix des bureaux de poste sont respectivement de 11.60% et 13.38%, par contre les taux des usagers ayant un niveau d'instruction primaire ou sans instruction qui privilégient le même motif sont respectivement de 6.10% et 7.16%.

Nous signalons aussi que, malgré sa position secondaire (troisième place) comme facteur influant sur le choix des bureaux de poste par rapport à la distance et l'organisation de travail à l'intérieur des structures, le facteur de la file d'attente (moins d'usagers) est évalué plus chez les usagers plus instruits. Le taux des usagers (niveau universitaire à

titre d'exemple) ayant choisi le bureau de poste parce qu'il contient moins d'utilisateurs est de 6.08%, tandis que les utilisateurs ayant un niveau primaire et moyen qui choisissent la structure selon le même motif représentent respectivement des taux de 4.67% et 4.41%.

*Tableau n° 11 : Choix du bureau de poste /niveau d'instruction*

Modalité	Sans instruction	Primaire	Moyen	Secondaire	Universitaire
Il est près de chez moi	47.21%	50.51%	43.13%	40.85%	42.48%
L'organisation des services	09.28%	11.86%	11.22%	13.56%	11.12%
La rapidité des opérations	07.16%	6.10%	10.21%	11.60%	13.38%
Moins d'utilisateurs	05.84%	4.41%	4.67%	5.07%	6.08%
Je n'ai pas d'autre choix	27.59%	24.75%	28.25%	25.82%	24.62%
Relations avec le personnel du bureau	02.92%	02.37%	02.52%	03.10%	02.32%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

En prenant en considération l'indicateur « situation professionnelle des utilisateurs » enquêtés dans l'étude du rapport distance / « l'organisation des services et la rapidité des opérations » à l'intérieur des bureaux de poste et son influence sur le choix des structures, nous constatons que le degré d'influence du facteur principal qui est « la petite distance » se manifeste moins chez les utilisateurs qui ont une profession libérale (35.61% seulement) qui favorisent la petite distance dans le choix des bureaux) par rapport aux autres catégories professionnelles. Les retraités et les étudiants représentent les taux les plus élevés parmi les utilisateurs qui rendent l'importance à la petite distance dans leur choix des bureaux (48.12% pour les retraités et 47.59% pour les étudiants). Ces données indiquent que le coût et les moyens de déplacement sont des facteurs supplémentaires, mais pas de grande importance, qui influent sur le choix des bureaux de poste pour les utilisateurs enquêtés.

Pour les utilisateurs qui rendent l'importance à « l'organisation des services et la rapidité des opérations » à l'intérieur des bureaux de poste dans leur choix des structures, nous constatons que les taux sont plus élevés chez les salariés (secteur public et privé), les professions libérales et les étudiants, ce qui indique le degré d'exigence de qualité des services

chez ses catégories professionnelles. Les retraités représentent les taux les plus faibles.

Pour la catégorie des pensionnés le choix est fait plus pour les bureaux qui contiennent moins d'usagers. Ils représentent un taux un peu plus élevés (09.56%) par rapport autres catégories professionnelles.

*Tableau n° 12 : Critère de choix du bureau de poste*

	Salariés secteur public	Salariés secteur privé	Profession libérale	Etudiants	Retraités	Pensionnés	IAEG	Sans emploi
Il est près de chez moi	41.33 %	40.58 %	35.61%	47.59%	48.12 %	44.12%	43.24 %	44.88 %
L'organisation des services	12.87 %	13.27 %	13.17%	11.42%	11.83 %	7.35%	9.19%	8.58%
La rapidité des opérations	12.17 %	14.62 %	13.90%	10.91%	8.60%	8.09%	10.27 %	8.43%
Moins d'usagers	5.17%	4.81%	6.34%	5.58%	4.57%	9.56%	7.03%	5.12%
Je n'ai pas d'autre choix	25.80 %	23.46 %	28.05%	22.72%	23.66 %	28.68%	27.57 %	30.42 %
Relations avec le personnel du bureau	02.66 %	03.26 %	02.93%	01.78%	03.22 %	02.20%	02.70 %	02.57 %
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

La fréquentation des usagers selon les différents bureaux de poste n'est pas neutre. En effet, cette catégorie d'analyse nous renseigne sur la structure globale des choix des usagers entre les bureaux de postes. Les données de l'enquête montrent que la grande poste dans les communes chefs-lieux des wilayas étudiées est la structure qui attire le plus d'usagers par rapport aux autres structures d'Algérie Poste. Et si nous avons indiqué auparavant que la distance qui peut exister entre les lieux d'habitat / lieux de travail n'est pas un facteur déterminant, nous pouvons confirmer que la grande poste et ses services se trouvent à la tête des choix établis par les usagers.

Pour le retrait d'argent du compte CCP ou pour s'informer sur le solde, les usagers enquêtés préfèrent la grande poste à un taux équivalent de 43.31 %, tandis que 29.41 % préfèrent la petite poste et 27.27 % préfèrent la poste en zone rurale (la fréquentation des bureaux de poste en zone urbaine constitue une occasion parmi d'autre pour visiter la commune chef lieu). Et pour l'envoi normal d'un courrier la grande poste est sollicitée à un taux de 50.82 % des usagers, par contre ce taux ne dépasse pas 24.59 % des usagers qui ont choisis la petite poste. Ainsi que le taux des usagers ayant préféré la grande poste pour l'envoi des colis postaux est de 75.36 %, tandis que ce taux diminue à 15.94 % pour les usagers ayant préféré la petite poste et de 8.69 % ayant préféré la poste de la zone rurale.

Les usagers sollicitent plus la grande poste malgré que cette dernière enregistre les taux les plus faibles de satisfaction. La centralité de la grande poste (située au centre-ville des communes chefs-lieux), l'existence de toutes les prestations de service au niveau du même lieu et les emplois du temps du fonctionnement constituent trois facteurs objectifs qui placent cette structure à la tête des choix des usagers. Mais il n'y a pas seulement que ces facteurs objectifs car derrière chaque choix, il y a une combinaison entre ce qui est considéré comme objectif et ce qui est considéré comme subjectif.

Les préférences des usagers à l'égard des services des structures sont traversées par la dimension de genre. Pour confirmer cette idée nous partons de deux exemples : le premier est celui du service de retrait d'argent CCP et le second celui de l'envoi du courrier express.

Pour les usagers femmes, la grande poste est le premier choix pour le retrait d'argent du compte CCP avec un taux équivalent à 47.71 %, la petite poste est en deuxième position avec un taux de 35.38 %, tandis que les usagers hommes ont la même hiérarchie des préférences mais avec des taux différents. (43.45% pour la grande poste et 28.55 % pour la petite poste. Les usagers femmes choisissent plus que les usagers hommes la grande poste et la petite poste, alors que la poste en zone rurale est choisie par les usagers hommes.

Pour le service du courrier express, les usagers femmes choisissent plus la grande poste que les autres structures d'Algérie Poste (les petites postes et les postes en zone rurale). 79.66 % des usagers femmes ont fréquenté la grande poste pour l'envoi ou la réception d'un courrier express tandis que 16.95 % seulement ont choisi les bureaux des petites postes. La même tendance pour les usagers hommes mais toujours avec des taux moins importants que les taux enregistrés chez les usagers

femmes 63.16 % des usagers hommes fréquentent la grande poste pour l'envoi ou la réception du courrier, tandis que 20.17 % des usagers hommes fréquentent les petites postes. Mais si nous comparons entre les genres d'usagers nous trouvons que les femmes fréquentent plus que les usagers hommes la grande poste pour l'envoi et la réception des courriers express.

Le choix des usagers à l'égard des structures d'Algérie Poste est en relation avec les différents niveaux d'instruction. Les données de l'enquête révèlent que la population des usagers ayant un niveau secondaire et universitaire fréquente plus les grandes postes pour le retrait d'argent du compte CCP avec un taux équivalant à 48.01 %, tandis que ce taux pour le même motif est équivalant à 32.86 % des usagers qui fréquentent la petite poste. la grande poste est aussi le choix des autres usagers ayant des niveaux d'instruction moins que la première catégorie mais avec des taux moins élevés que les usagers ayant un niveau secondaire et plus.

Nous ne pouvons pas confirmer l'existence d'une relation entre le niveau d'instruction des usagers et le choix des structures pour le retrait d'argent du compte CCP, mais nous pouvons dire que la tendance du choix de la grande poste, pour le retrait d'argent, augmente à des petits degrés lorsque le niveau d'instruction des usagers augmente.

### **B. Le choix des services : Algérie Poste ou autres prestataires ?**

L'entreprise Algérie Poste se trouve actuellement<sup>20</sup> dans un environnement commercial structuré autour de la performance et de la qualité des prestations. Si la stratégie de l'entreprise vise l'amélioration de la rentabilité sur le plan économique, l'ouverture sur le marché et le développement des stratégies de communication avec l'environnement proche (les usagers) sont des obligations commerciales incontournables. En effet, l'amélioration de l'image externe de l'entreprise constitue un défi qui encourage la commercialisation des prestations.

La pré-enquête menée au niveau de la commune d'Oran renseigne sur le fait que les usagers évitent parfois les structures d'Algérie Poste pour envoyer un courrier, un colis, ou même pour envoyer de l'argent. Le recours à des structures concurrentielles d'Algérie Poste n'est que le résultat d'un ensemble de représentations construites sur les différents services, et qui marque l'image de l'entreprise.

---

<sup>20</sup> Algérie Poste est une Entreprise Publique Industrielle et Commerciale (EPIC)

A propos des choix des services fournis aux usagers par Algérie Poste, il est à signaler que cette entreprise n'est pas la seule sur le marché. Elle est concurrencée par d'autres structures qui offrent des prestations de services financiers et postaux. Par exemple l'épargne au niveau d'Algérie Poste (CNEP PTT) est en concurrence avec d'autres structures bancaires d'épargne. L'envoi du courrier EMS est en concurrence avec l'envoi par DHL, et l'envoi du courrier par porteur (taxi ou autre) est une pratique perceptible tant en zone urbaine que rurale.

Afin d'analyser les préférences des usagers en matière de choix des prestataires, nous avons proposé plusieurs questions dans le but est de mesurer l'image d'Algérie Poste à travers la dimension « concurrence » qui peut exister. Nous avons ainsi étudié les différents choix:

- des formules d'épargne des usagers : CNEP PTT ou autres structures bancaires,
- des procédures d'envoi et de réception du courrier : guichets d'Algérie Poste ou autres
- d'envoi et de réception d'argent, de colis...

• ***Le marché de l'envoi et de la réception des colis***

Le marché de l'envoi et de la réception des colis postaux n'est pas monopolisé par Algérie Poste car si 65.05 % des usagers ont envoyé ou réceptionné un ou des colis<sup>21</sup> (durant l'année passée) par les services d'Algérie Poste, 34.95 % ont choisis d'autres structures parallèles à savoir l'envoi avec un chauffeur de taxi, un chauffeur de car ou par DHL.

Le recours des usagers à des méthodes parallèles et concurrentielles renseigne sur l'image donnée par les usagers sur le service de l'envoi et de la réception des colis au niveau des structures d'Algérie Poste. Les usagers ne refusent pas seulement l'envoi des colis par Algérie Poste, mais refusent aussi la réception. Ce qui veut dire que l'évaluation de l'envoi influe immédiatement sur les attentes en matière de la réception. Les taux déclarés dans ce rapport sur l'évaluation des degrés d'amélioration et les degrés de satisfaction en témoignent.

Les préférences de l'envoi ou la réception des colis se distinguent entre les usagers de la zone urbaine et les usagers de la zone rurale, car dans la catégorie des usagers de la zone urbaine 65.61 % en appellent au service d'Algérie Poste, et dans la catégorie des usagers de la zone rurale

---

<sup>21</sup> Nombre des usagers qui ont envoyé ou réceptionné un ou des colis dans notre échantillon sont de 841 usagers.

60 % ont recouru au même service. Les mêmes taux sont enregistrés pour le choix de l'envoi par un ami / personne, un chauffeur de taxi ou un chauffeur de bus. La distinction entre les deux zones ne fait pas la distinction dans les taux de recours aux méthodes parallèles.

Une légère distinction entre les usagers hommes et les usagers femmes sur les choix des méthodes de l'envoi des colis même si la tendance globale reste la même. Si les usagers hommes sollicitent pour l'envoi des colis les services d'Algérie Poste à un taux équivalant à 64.75 % les usagers femmes sollicitent les mêmes services pour la même raison à un taux équivalant à 66.03%. Les usagers hommes sollicitent plus que les usagers femmes l'envoi des colis avec les amis, personne et chauffeur. Si ce taux est de 26.24 % chez les usagers hommes, il est de 23.89 % chez les usagers femmes.

Au niveau des représentations des enquêtés (4525 usagers), le marché de l'envoi et de la réception des colis ne favorise pas les structures d'Algérie Poste. Les réponses des usagers déclarées autour d'une question posée dans le questionnaire<sup>22</sup> révèlent que 44.64 % des usagers préfèrent les méthodes concurrentielles (l'envoi par taxi, bus, ami ou personne). Et ce qui est remarquable dans ces déclarations c'est l'élargissement des méthodes personnalisées (par une personne, un ami, un chauffeur de taxi ou de bus), puisque 38.57 % des usagers enquêtés déclarent, s'ils veulent envoyer des colis, le recours à des amis, des chauffeurs de taxi ou un chauffeur de bus. La part du DHL (un envoi impersonnel ne concerne que 06.07 % des préférences des usagers.

Les mauvaises expériences et souvenirs des usagers pour l'envoi des colis n'incitent pas les sollicitations des services d'Algérie Poste comme procédure impersonnelle de l'envoi. Les risques d'être égaré, l'ouverture, le retard de l'arrivée, le facteur et le retard de l'acquisition de l'information sur l'arrivée des colis sont tous des problèmes évoqués par les usagers sur les causes de l'évitement des structures d'Algérie Poste. De l'autre côté l'envoi personnel augmente sa crédibilité au niveau des usagers. Et les raisons avancées sont la rapidité, l'assurance de l'arrivée et la capacité de suivre l'itinéraire de l'envoi<sup>23</sup>. Le manque de confiance ne touche pas seulement les utilisateurs du service de l'envoi des colis<sup>24</sup> postaux au niveau d'Algérie Poste.

---

<sup>22</sup> La question 83 du questionnaire : Si vous avez le choix d'envoyer un colis, préférez-vous l'envoyer par : 1- les services postaux, 2- un ami / une personne, 3- un chauffeur de taxi / de bus, 4-DHL, 5- Autres.

<sup>23</sup> Pour l'envoi d'un colis par taxi, l'utilisateur paye la prestation, il récupère le téléphone et le numéro de taxi et il le met en relation directe avec le destinataire.

<sup>24</sup> La valeur matérielle et symbolique du colis peut remettre en cause tous les choix.

• *Le marché de l'envoi et de la réception du courrier:*

Avec le développement des technologies de l'information et de la communication, le marché de l'envoi et de la réception du courrier postal a connu un changement considérable surtout avec l'avènement de l'Internet et l'élargissement du secteur de la téléphonie (fixe ou mobile).

Cette nouvelle situation technologique a remis en cause la pertinence et la fiabilité liée à l'utilisation du courrier écrit sur un papier « la lettre ». Il est tout à fait intéressant de savoir le statut qu'occupe actuellement « la lettre » comme moyen de communication dans une société qui connaît une démocratisation importante de la téléphonie portable et de l'Internet. Il faut signaler qu'avant cette période, le téléphone fixe fût parmi les rares moyens utilisés qui concurrencent l'utilisation de la lettre comme moyen de communication.

Afin de mesurer les degrés de choix de « la lettre » et son degré d'utilisation, nous avons posé deux questions aux enquêtés qui sont :

Vous voulez envoyer un message / courrier à un ami / une personne, qu'est ce que vous utilisez ?

Vous voulez envoyer un message / un courrier à une administration institution qu'est ce que vous utilisez ?

Les objectifs ciblés sont :

Y a-t-il une diversité / une hiérarchie des choix chez les usagers à l'égard de l'envoi des messages ?

Quel est le statut de la lettre chez les usagers<sup>25</sup> ?

Entre l'envoi de la lettre à une personne et l'envoi d'une lettre à une administration, les usagers ont-ils les mêmes choix ?

Pour l'envoi des messages à des personnes ou à des administrations, / les supports sont divers. Les usagers ont le choix entre ce qui relève de « l'écrit sur papier » telle que la lettre, ce qui relève de « l'écrit support électronique » comme SMS et le Mail et entre le téléphone.

Les usagers enquêtés déclarent avoir utilisé la lettre pour envoyer un message à une personne à un taux égalant à 32.36 % (message écrit sur papier), tandis que 29.80 % des usagers utilisent le téléphone. Les messages écrits sur des supports électroniques (SMS / Mail) sont à la tête des choix des usagers avec un taux de 37.83 %.

---

<sup>25</sup> L'analyse du statut social accordé à l'utilisation de « la lettre » ne va pas être abordée dans ce rapport. On peut à partir de la base de données faire toute une analyse sur cette question, et c'est intéressant, car ne fait pas parti des objectifs du cadre logique, mais on va se contenter d'analyser les deux autres points.

Le choix de la lettre pour envoyer un message à une personne est en deuxième position après l'utilisation des SMS / Mail, et avant l'utilisation du téléphone. Il faut noter que 02.01 % usagers ont envoyé des lettres à des personnes avec un ami, chauffeur de taxi ou de bus.

Les modalités d'envoi des messages à des particuliers prennent la même tendance entre le milieu urbain et le milieu rural en matière de choix mais avec une légère différence.

Le genre influe sur les choix des usagers des supports d'envoi des messages. Les usagers femmes préfèrent moins l'utilisation des lettres que les usagers hommes. Les taux suivant 28.33 % et 34.78 % montrent respectivement les choix des usagers femmes et les choix des usagers hommes. Ainsi, l'enquête révèle que les usagers femmes préfèrent plus que les usagers hommes l'utilisation des SMS.

*Tableau n° 13 : Modalités de transfert du courrier*

	Usagers hommes	Usagers femmes
Envoi de lettre par PTT	32.51%	26.70%
Envoi de lettre par taxi	02.27%	01.63%
Un SMS	26.39%	35.89%
Mail	08.47%	06.03%
Téléphone	29.67%	29.63%
EMS	00.69%	00.12%
Total	100%	100%

Mais ces choix changent d'une façon radicale chez les usagers lorsqu'il s'agit d'envoyer un message à une institution ou à une administration. Le taux des usagers qui choisissent l'envoi des lettres à des institutions est de 65.09 % de l'ensemble des usagers enquêtés (le premier choix), par contre le comportement « s'adresser directement à l'administration » représente un taux de 20.55 % (deuxième position), et l'envoi des messages sur un support électronique (Mail / SMS) ne vient qu'en troisième position des choix avec un taux minime de 08.56 % et le téléphone sera le dernier choix avec un taux de 06.30 %.

La lettre est plutôt sollicitée par les usagers lorsque le destinataire (récepteur) est une institution, et elle est moins utilisée lorsqu'il s'agit d'un destinataire « personne ».

*Tableau n° 14 : Modalités de transfert selon le destinataire*

Modalité	La lettre	SMS / Mail	Téléphone	Contact direct.	Total
L'envoi des messages à une personne	32.36 %	37.84 %	29.80 %	-----	100%
L'envoi des messages à une administration	65.09 %	08.06%	06.30 %	20.55 %	100%

Si la lettre est beaucoup sollicitée par les usagers, les choix des modalités d'envoi sont différents. Les usagers préfèrent plus l'envoi des lettres sous forme « recommandée ».

- ***Le marché de l'épargne***

A partir de la branche des services financiers au niveau d'Algérie Poste, l'entreprise assure le service d'épargne comme chaque banque dans le marché financier à travers le compte CNEP PTT. Le service d'épargne postale en particulier connaît une concurrence avec les prestations de services des autres banques d'un côté, et il est en face d'un défi de pénétrer le marché à travers une dynamique de l'activité qui vise l'évolution du nombre de clients. Notre enquête cherche à étudier les préférences des usagers enquêtés à propos du service d'épargne pour comprendre le degré de concurrence marchande.

L'enquête révèle que le service d'épargne auprès des bureaux de poste enregistre un taux d'utilisation équivalant à 19.07% (863 usagers), tandis que 62.33% déclarent qu'ils n'ont pas un compte CNEP PTT. Le dernier pourcentage indique qu'il y a un nombre important d'usagers qui fréquentent les bureaux d'Algérie Poste et qui ne sont pas intéressés par le service d'épargne de la poste. Et lorsqu'on a évoqué avec les usagers enquêtés la question du choix des structures pour l'épargne entre Algérie Poste et les autres banques qui fournissent le même service, nous avons constaté que 18.60% des usagers enquêtés préfèrent épargner leurs argents dans des autres banques. Ce résultat confirme une autre réalité, c'est que l'entreprise Algérie Poste se trouve dans un milieu concurrentiel parce que le taux enregistré des usagers qui choisissent des autres banques pour l'épargne est très proche du taux des usagers fidèles à l'épargne postale.

Si nous prenons en considération la dimension de dispersion, nous constatons en premier lieu que le compte CNEP est plus utilisé dans la zone urbaine que dans la zone rurale. L'enquête révèle que parmi les utilisateurs du compte d'épargne, il y a 86.67% dans l'urbain et 13.33%

dans le rural. Mais concernant le choix des usagers entre l'épargne postale et l'épargne dans des autres banques, l'enquête renseigne que les usagers dans les zones rurales préfèrent plus les autres banques pour l'épargne avec un taux de 53.82%, tandis que le taux des usagers qui favorisent le CNEP PTT est de 46.18%. Dans la zone urbaine les taux des préférences des usagers entre l'épargne postale et l'épargne dans des autres banques sont presque égaux (51.37% favorisent la poste et 48.63% choisissent les autres banques), ce qui confirme plus la réalité de la concurrence marchande.

Parmi les utilisateurs du compte CNEP, on trouve 61.09% usagers hommes et 38.91% sont des femmes. Mais en comparant l'utilisation d'épargne postale par rapport aux autres banques concurrentes, On trouve que les femmes sont plus fidèles au service d'épargne d'Algérie Poste que les hommes. Le taux des usagers femmes qui utilisent l'épargne postale est de 54.12%, par contre les hommes enregistrent un taux équivalant à 48.61%. Les usagers hommes qui préfèrent épargner hors Algérie Poste représentent un taux de 51.39%, tandis que les femmes représentent 45.88%.

- ***Le service mandat et les offres concurrentielles***

Pour ce qui concerne les choix des usagers enquêtés pour l'envoi et la réception de l'argent entre les guichets d'Algérie Poste et les autres modalités d'envoi et la réception par un chauffeur de taxi, d'autocar ou par des amis, nous avons constaté que les usagers favorisent, généralement, les services d'Algérie Poste. Le taux enregistré des usagers qui préfèrent l'envoi de l'argent par des mandats cartes ou électroniques est de 75.42%. Malgré ce résultat, il faut signaler aussi qu'Algérie Poste ne monopolise pas le marché de l'envoi et de la réception d'argents, parce qu'il existe une partie des usagers qui privilégient des autres méthodes tels que les bus ou les taxis inter wilayas. Ils représentent un taux équivalant à 21.73%.

Les choix de l'envoi d'argent entre des services d'Algérie Poste et les autres méthodes concurrentes ne se différencient pas entre les usagers de la zone urbaine et les usagers de la zone rurale, car les usagers de la zone urbaine qui préfèrent envoyer de l'argent par le biais des services d'Algérie Poste représentent un taux équivalent à 75.43%, et les usagers de la zone rurale enregistrent un taux de 75.20%. Le même constat est inscrit pour le choix de l'envoi par un ami, un chauffeur de taxi ou un bus avec une petite différence pour les usagers de la zone rurale. Ces résultats confirment que le facteur de la dispersion n'influe pas sur les

choix des usagers dans l'envoi de leur argent entre la poste et d'autres moyens informels.

En prenant en considération l'indicateur du genre dans le choix de l'envoi d'argent entre des services d'Algérie Poste et les autres méthodes concurrentes, l'enquête renseigne que malgré la petite différence entre les taux, le service mandat est plus sollicité dans l'envoi d'argent par les usagers hommes que les femmes. Les usagers hommes enregistrent un taux de 77.28%, tandis que les femmes représentent un taux de 72.57%. Dans le cas du choix de l'envoi d'argent par le biais d'un taxi ou d'un bus, on constate que malgré la petite différence entre les taux enregistrés, les femmes privilégient plus les méthodes informelles par rapport aux usagers hommes. Elles représentent un taux de 24.28% par rapport au taux marqué chez les usagers hommes qui est de 20.05%.

- ***Le marché du transfert d'argent de l'étranger:***

En ce qui concerne les transferts d'argent de l'étranger, les applications de la poste algérienne ont permis la réception et le traitement des mandats émis par les Algériens résidents à l'étranger. Mais, d'autre part, le marché des opérations de transferts d'argent n'est pas tenu seulement par Algérie Poste.

Les données recueillies à partir d'une question posée aux usagers enquêtés sur le choix entre le service Western Union et les services fournis par d'autres structures tel que les banques ou par d'autres méthodes informelles dans la réception d'argent de l'étranger, révèlent que les usagers ayant déclaré l'utilisation du service d'Algérie Poste ne représentent que 22.97%, tandis que 38.68% des usagers favorisent les banques, et 31.11% privilégient la modalité : recevoir l'argent par le biais d'un ami ou d'une personne de confiance.

## ***2.2. Fréquentation des bureaux de poste et agences Télécom***

Une des premières observations relevées, au cours de notre enquête, concerne le phénomène de fréquentation des bureaux de poste et des agences d'Algérie /Télécom.

### **A. La fréquentation des bureaux d'Algérie Poste par les usagers durant l'enquête :**

La fréquentation, selon l'âge, le genre, le niveau d'instruction et la situation professionnelle, en zone urbaine ou rurale, montre que les espaces « bureaux de Poste » sont des lieux où se côtoient toutes les couches sociales de la société (une projection de la société dans les bureaux de Poste). Une première analyse des données concernant le

rythme de fréquentation des bureaux de Poste par les usagers, nous donne une configuration sociodémographique significative, à partir de quatre (04) indicateurs (l'âge, le genre, le niveau d'instruction et la situation professionnelle)

- **Fréquentation des bureaux de Poste/âge des usagers**

Les usagers d'Algérie Poste ne sont pas limités dans une tranche d'âge. L'enquête par observation directe ou par questionnaire montre qu'on peut trouver au niveau des guichets, des usagers de moins de 16 ans comme on peut trouver des usagers de plus de 80 ans. Les espaces et les files d'attentes dans les différentes structures d'Algérie Poste représentent souvent des lieux de rencontre ou de confrontation entre générations diverses.

Les premières difficultés qui peuvent exister semblent liées à l'hétérogénéité des catégories d'âges des usagers, puisque l'accès au service de la Poste n'est conditionné, ni par l'âge ni par l'état physique de l'utilisateur ; ce qui peut indiquer que les prestataires s'exposent à des exigences multiples, des types de comportements et des mentalités divergentes des usagers. Autrement dit, ce qui peut être l'objet de satisfaction pour un usager de 25 ans (en bon état physique par exemple), ne peut pas l'être pour un autre usager de 80 ans. L'état physique en rapport avec l'âge peut être générateur de difficultés qui surviennent dans les bureaux de Poste<sup>26</sup>.

Les résultats de l'enquête par questionnaire renseignent sur la présence de deux catégories d'âge minoritaires : La première se situe entre 15 et 20 ans. Elle ne représente que 03.29 % des usagers enquêtés (soit un total de 132 usagers/ 4012). La deuxième catégorie se situe entre 55 et 90 ans. Elle représente un taux de 14.11 % des usagers enquêtés (soit un total de 566 usagers / 4012). Entre ces deux catégories qui ne représentent que 17.40 %, on note une présence remarquable des usagers âgés entre 20 et moins de 55 ans avec un taux équivalent à 82.60 % (soit un total de 3314 usagers enquêtés/4012).

**Tableau n° 15 : La répartition de la fréquentation des usagers selon l'âge**

Modalité	15 à 19 ans	20 à 54	55 à 90	Total
Usagers enquêtés	132	3314	566	4012
Taux	3,29%	82,60%	14,11%	100,00%

<sup>26</sup> Ex. L'accès aux bureaux de Poste est nettement difficile pour les usagers en fauteuils roulants.

La pyramide des âges, des enquêtés, indique que les bureaux de Poste sont fréquentés, beaucoup plus, par les usagers de moins de 40 ans avec un taux de 65.75%. Cette tendance reste la même en changeant les types de bureaux de Poste (Grande Poste, petite poste) dans la zone urbaine ou dans les bureaux de Poste en zone rurale.

Il est à noter que les usagers âgés entre 25 et 35 ans fréquentent plus souvent, la grande poste, alors que les usagers âgés de plus de 55 ans fréquentent les petites postes de proximité.

- ***Fréquentation des bureaux de poste / genre des usagers***

L'accès aux bureaux de poste selon l'échantillon révèle la présence des deux sexes dans les différentes structures enquêtées. Sur 4012 usagers enquêtés ayant fréquenté les bureaux de poste, 59.32 % sont de sexe masculin, tandis que 40.68% sont de sexe féminin.

Cette tendance de fréquentation des bureaux de poste n'est pas la même si nous prenons en considération la distinction entre la zone urbaine et la zone rurale. Si le taux de présence des usagers selon le genre est presque le même en zone urbaine (grande poste et petite poste) (56.46 % masculin et 43.54 % féminin), la présence est plutôt masculine dans les bureaux de postes en zone rurale (72.27 % masculin et 27.73 % féminin).

La zone urbaine favorise la présence des femmes dans les bureaux de poste, par rapport à la zone rurale où la tendance est en faveur des hommes.

En zone urbaine, quel que soit le genre, les usagers d'Algérie Poste fréquentent plus souvent la grande poste : 68.85 % des usagers visitent la grande poste, tandis que 31.15 % vont vers les petites postes. Le même constat est établi pour les femmes (65.50 % des femmes fréquentent la grande poste et 34.50% la petite poste).

- ***Fréquentation des bureaux de poste / niveau d'instruction des usagers***

Le niveau d'instruction est une donnée importante dans la caractérisation des usagers d'Algérie Poste. Les prestations offertes par les différents services nécessitent un minimum d'alphabétisation (savoir lire et écrire) pour faciliter l'utilisation du chèque CCP, des mandats et de la carte magnétique.

L'enquête renseigne que 66.62 % des usagers enquêtés, ayant fréquenté les bureaux de poste dans la période de l'enquête, ont un niveau d'instruction secondaire ou universitaire, pour 17.65% des usagers

avec un niveau moyen et 06.89% avec un niveau primaire, enfin 08.84 % sont sans instruction.

Les usagers d'Algérie poste sont potentiellement instruits, ce qui donne une possibilité objective pour poursuivre la modernisation des dispositifs liés aux prestations offertes par l'entreprise. Le niveau d'instruction des usagers ne représente pas sur le plan objectif, un obstacle pour la modernisation des services (le cas de l'utilisation de la carte magnétique pour les usagers ayant un compte CCP) ou une difficulté pour le rapport communicationnel usagers / guichetiers.

La répartition « zone urbaine / zone rurale » n'influence pas beaucoup le niveau d'instruction des usagers ayant fréquenté les bureaux d'Algérie Poste. L'enquête révèle que la poste de la zone rurale est fréquentée par 53.25 % des usagers ayant un niveau secondaire et universitaire, 22.13 % un niveau moyen, 11.48 % un niveau primaire et 13.14 % sans instruction. Les usagers d'Algérie poste en zone rurale ne font pas l'exception par rapport à la configuration globale des usagers qui fréquentent les bureaux de poste.

• *Fréquentation des bureaux de poste/situation professionnelle des usagers*

La situation professionnelle des usagers ayant fréquenté les structures d'Algérie Poste peut nous renseigner sur la cadence de fréquentation des bureaux de poste, et ce, par rapport aux horaires d'ouverture et de fermeture des bureaux de poste, comme elle nous renseigne sur le rythme de la fréquentation.

Les bureaux de poste sont généralement fréquentés par toutes les catégories socioprofessionnelles de la société, à savoir les salariés des secteurs publics ou privés, les professions libérales, les pensionnés (retraite, bourse, IAIG) et les sans emploi. La catégorie des salariés (public et privé) fréquente beaucoup plus les bureaux de poste avec un taux de 43.61 % contre celle des professions libérales qui ne représentent que 8.57 % de la configuration globale de la fréquentation. Les étudiants, les retraités et les bénéficiaires de IAIG marquent leur présence avec un taux de 33.9 %, tandis que les sans-emploi représentent seulement un taux de 13.82%.

Si les salariés, les professions libérales et les étudiants représentent plus des deux tiers (2/3) des usagers qui ont fréquenté les bureaux de postes dans la période de l'enquête, cela nécessite d'entamer une réflexion sur les horaires d'ouverture et de fermeture des bureaux, et aussi les plannings de paiement mensuel afin d'éviter les files d'attentes et l'encombrement des espaces postiers.

La répartition des profils socioprofessionnels des usagers selon la dispersion (urbaine/ rurale) montre que la configuration des salariés qui fréquentent les bureaux de poste est restée élevée que ce soit en zone urbaine (43.04 %) ou en zone rurale (46.20 %) ; par contre on constate que le taux des usagers pensionnés (retraite, IAIG, vieillesse, ayants droits) est plus élevé en zone rurale (22.47 %) qu'en zone urbaine (14.95%), contrairement à la catégorie des étudiants qui marquent leur présence beaucoup plus en zone urbaine avec un taux de 19.44 % qu'en zone rurale (avec 09.24 %).

## **B. fréquentation des agences d'Algérie / Télécom durant l'enquête**

Nous retrouvons, en général, dans les bureaux d'Algérie Télécom, des caractéristiques d'accueil du public relativement semblables à Algérie/Poste.

Certaines divergences existent cependant quant aux conditions matérielles offertes par les deux entreprises, notamment sur le plan des moyens d'équipement des salles d'attentes. En effet, si ces derniers font quelque peu défaut au niveau d'Algérie Poste, ce n'est pas le cas d'Algérie Télécom qui fournit, en général, les moyens nécessaires aux besoins d'attente des usagers. Par ailleurs, les files d'attentes, l'encombrement des salles, le bruit..., sont des phénomènes qui donnent les premiers signes de distinction entre les deux sites.

Il est intéressant de présenter, dans cette partie, une configuration sociodémographique à partir de la considération de quatre (04) indicateurs : l'âge, le genre, le niveau d'instruction et la situation professionnelle, par rapport à la fréquentation des bureaux d'Algérie Télécom selon l'échantillon de l'enquête qui est de 513 usagers dans 15 agences situées dans la commune chef lieu des wilayas enquêtées.

### **• *Fréquentation des agences Télécom / âge des usagers***

Les agences d'Algérie Télécom sont généralement fréquentées par toutes les catégories d'âges qui y viennent pour l'acquittement de factures, demandes d'abonnement à Internet, au téléphone, au réseau Mobilis ou pour signaler un dérangement.

L'enquête renseigne sur le fait que la catégorie d'âge, située entre 20 et 54 ans, est la plus présente dans les agences d'Algérie Télécom avec un taux de 87.5 %, tandis que la tranche d'âge située entre 15 et 19 ans ne représente que 04.69 %. Les usagers âgés de 55 ans et plus ne représentent que 07.81% de ceux ayant fréquenté les agences enquêtées.

Les données de l'enquête indiquent que les usagers de moins de 40 ans représentent un taux de 74.20 % de l'ensemble des usagers ayant fréquenté les agences d'Algérie Télécom pendant la même période. En comparant les âges des usagers entre les deux d'entreprises (Algérie Poste / Algérie Télécom), nous constatons que la « clientèle » d'Algérie Télécom est jeune par rapport à celle d'Algérie Poste, si nous prenons en considération deux taux liés aux deux catégories d'âge des usagers « moins de 40 ans » et « de 55 ans et plus ».

Les deux sexes sont présents au niveau des agences d'Algérie Télécom, mais avec une nette domination masculine. Le taux des usagers masculins ayant fréquenté les lieux de l'enquête est de 66.54 %, contre 33.46 % d'usagers féminins.

Nous constatons, également que 74.27 % parmi les femmes enquêtées de moins de 40 ans, fréquentent les agences d'Algérie Télécom.

- ***Fréquentation des agences Télécom/niveau d'instruction***

Les usagers d'Algérie Télécom sont répartis d'une façon inégale selon les différents niveaux d'instruction. Le niveau d'instruction « secondaire et plus » est le niveau majoritaire des usagers ayant fréquenté les lieux de l'enquête avec un taux de 73.52 % contre 04.91 % sans instruction.

Si les usagers d'Algérie Télécom sont plutôt jeunes, ils sont aussi plus instruits par rapport aux usagers d'Algérie Poste.

- ***Fréquentation des agences Télécom / situation professionnelle***

La catégorie des salariés des secteurs publics et/ou privés fréquente plus souvent les agences d'Algérie Télécom, selon notre échantillon. Le taux de fréquentation de cette catégorie professionnelle est de 40.45 %. Les sans-emplois représentent la deuxième catégorie avec un taux de 22.03 %, tandis que les pensionnés (retraités, IAEG, ayant droits..) ne représentent que 07.90 % de l'ensemble des usagers ayant fréquenté les structures enquêtées.

Si nous comparons la fréquentation du public, dans Algérie/ Poste et Algérie/Télécom à partir de la dimension « situation professionnelle », nous constatons que la catégorie des salariés reste majoritaire dans les deux entreprises, comme les catégories « profession libérale » et « sans emploi » restent plus importantes dans les agences d'Algérie/Télécom que dans les bureaux de Poste. Par ailleurs, la fréquentation de la catégorie des pensionnés reste très significative, pour l'enquête: 0.88% pour des agences d'Algérie Télécom et 03,32 % pour les bureaux de poste.

### 3. Information sur les services d'Algérie Poste et Algérie Télécom

Les rapports des usagers aux différents services d'Algérie Poste/ Algérie Télécom sont des rapports complexes, car ils ne sont pas définis seulement par la question de la fréquentation. L'information que les usagers possèdent sur les différentes activités, l'image construite sur la qualité des prestations offertes définissent en grande partie le rendement des services. L'intérêt attribué au degré de connaissance des services : CNEP-PTT, Western union, et EMS, ne va pas de soi, du moment que le recours à une prestation donnée exige sa connaissance d'abord, avant même d'évoquer la question de la compétitivité. Ce deuxième point relève de la décision de l'utilisateur en matière de choix entre des alternatives possibles. Un choix motivé par le prix, la qualité du service, le temps de réalisation et la confiance que l'on a de la prestation. Au bout du processus paraît l'information sur le service, elle demeure décisive, puisque les autres étapes dépendent de celle-ci.

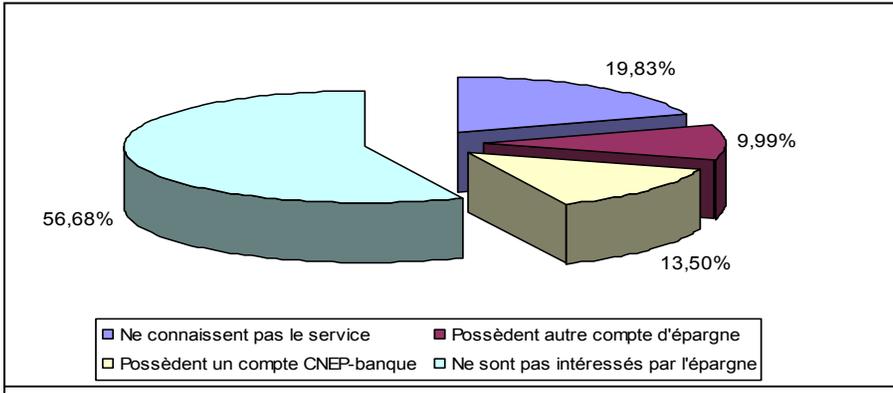
#### 3.1. Connaissance des services par les usagers

- *Visibilité du service CNEP-PTT*

Il est nécessaire de rappeler que sur 4462 enquêtés ayant répondu à la question suivante : « avez- vous un compte CNEP-PTT ? », 80,66% ont répondu par la négative. Il nous semble important de comprendre pourquoi cette activité financière ne suscite pas l'intérêt des enquêtés. Nous constatons que, parmi les différentes justifications avancées par les 3585 questionnés, 19,83% ignorent totalement l'existence de ce service, au niveau d'Algérie /Poste.

Le manque d'information sur ce service figure parmi les contraintes qui relèvent de l'aspect marketing. La question nécessite la diffusion de l'information. Les motivations liées aux avantages du Compte CNEP – PTT, ne semblent pas en mesure de susciter l'intérêt de l'utilisateur en vue de son acquisition. En fait, 56,68% déclarent ne pas être intéressés par l'épargne et presque 10% des usagers ont choisi une autre institution pour ouvrir un compte d'épargne, tandis que 13,50% possèdent ce compte domicilié à CNEP banque.

Graphe n° 8 : Connaissance du service CNEP-PTT

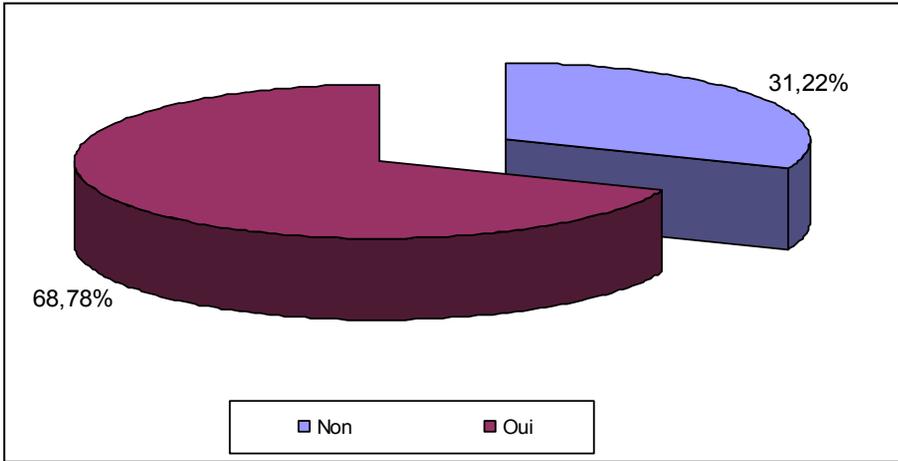


Quel que soit le niveau d'instruction, la situation matrimoniale ou la fonction de l'enquêté, cette méconnaissance est partagée, mais c'est plutôt en zone urbaine que les interviewés déclarent davantage cette méconnaissance. En effet, sur 2969 enquêtés représentant l'ensemble des répondants sur cette question dans les zones urbaines, 21,15% ignorent l'existence de cette activité financière au niveau de la poste. Le degré de méconnaissance est plus bas chez les habitants des zones rurales : 13,38% ne connaissent pas ce service, mais en contre partie, les usagers dans ces zones manifestent moins d'intérêt vis-à-vis de l'épargne. Ils sont 64,76% à dire tout simplement « je ne suis pas intéressé par l'épargne ». En zone urbaine, même si la méconnaissance est plus présente, ces usagers montrent plus d'intérêt à l'égard de cette activité, (tableau n°).

- **Visibilité de Western union**

Si le manque d'information touche le service de CNEP-PTT à un degré exprimé par le taux de 19,83%, le problème est encore plus important quant à la « Western Union ». Nous constatons que sur 4452 ayant répondu à la question suivante : « Connaissez-vous le service Western Union ? », 31,22% usagers déclarent ignorer l'existence de ce service.

*Graphe n° 9 : Connaissez-vous le service Western Union ?*



Nous constatons, par ailleurs, à travers une comparaison entre les zones rurales et les zones urbaines, que le manque d'information touche plus les habitants du milieu rural : sur 728 questionnés dans ces zones 80,08% déclarent ne pas connaître le service en question. Même si cette méconnaissance est liée partiellement à l'absence de ce service dans ces zones, cela n'est pas le seul facteur qui explique le phénomène, puisque 66,57% de l'ensemble des questionnés dans les zones urbaines ignorent totalement son existence.

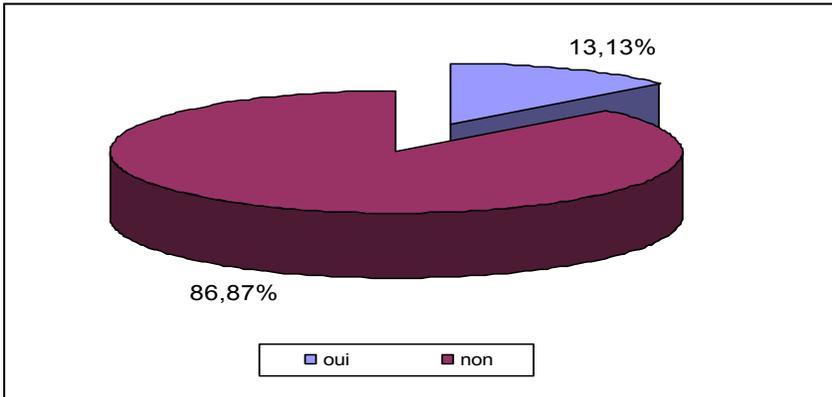
Si la différence entre les sexes (masculin /Féminin) et la situation matrimoniale, n'ont aucun effet sur la méconnaissance de ce service, le niveau d'instruction joue un rôle important pour cette question, dans la mesure où le taux de méconnaissance de ce service diminue avec le niveau d'instruction des individus questionnés.

La profession a aussi des incidences sur le degré de connaissance de ce service ; en effet, on remarque que la méconnaissance de cette activité est plus évidente chez les pensionnés en premier lieu (91,60% sur 131 répondants), puis les enquêtés exerçant une activité à intérêt général (79,10% sur 177), suivis des retraités (78,96% sur 366), les sans emploi (77,59%), et les étudiants avec un taux de (70,88%). Le taux de méconnaissance diminue surtout chez les salariés dans le secteur privé et le secteur public, il est de 59,57% sur 512 chez les premiers et de 61,26% pour la deuxième catégorie, sur un ensemble de 1412 répondants. Par ailleurs, même les enquêtés qui exercent une activité libérale ne connaissent pas suffisamment ce service, comme c'est le cas de 67,73% parmi 406 répondants.

- **Connaissance d'EMS par les usagers**

Si nous devons classer le degré d'information chez les usagers en ce qui concerne les trois services, CNEP-PTT, Western union, et EMS, c'est plutôt ce dernier qui demeure le plus méconnu aux yeux des usagers. En effet, sur un ensemble de 4449 répondants, 86,87% déclarent ignorer ce service.

*Graphes n° 10 : Connaissez-vous le service EMS ?*



Le manque d'information sur ce service ne peut être expliqué par son absence des bureaux de poste dans les zones rurales même si parmi les 729 usagers dans ces zones 93,83% ont répondu « Non ». Le taux reflétant le manque d'information dans les zones urbaines n'est pas si différent ; il est, en fait, de 85,50% sur un total de 3723 répondants.

Nous constatons, par ailleurs, que le taux de connaissance est en rapport croissant avec le niveau d'instruction des enquêtés ; chaque fois que le niveau d'instruction est plus élevé, le degré de connaissance est plus important. Ainsi, les taux les plus élevés concernent ceux qui possèdent un niveau secondaire ou universitaire. Parmi les 1219 usagers ayant un niveau secondaire, 15,26% déclarent connaître EMS. Ce taux n'est pas très différent chez les universitaires : il est de 14,80% pour 1784 répondants. Le degré de connaissance est en diminution chez les usagers ayant un niveau moyen, primaire, ou sans instruction. Pour la catégorie ayant un niveau moyen, seuls 11,92%, des 780 répondants, déclarent connaître EMS. Pour ceux possédant un niveau primaire, seulement 8,62% sur 290 enquêtés, le connaissent, puis ce taux diminue chez ceux qui n'ont aucun niveau d'instruction. Ils sont, seulement, 3,56% parmi 365 à déclarer avoir pris connaissance de l'existence de ce service.

La fonction exercée joue un rôle important dans le degré de connaissance de ce service. Les salariés des secteurs public, privé ou les usagers, exerçant une activité libérale, sont parmi les plus informés sur l'existence de ce service : sur 1405 usagers salariés dans le secteur public, 18,72% déclarent le connaître. Ce taux ne diffère pas de celui enregistré chez ceux relevant du privé qui compte 18,71% parmi 513 enquêtés. Même si, le taux diminue chez des usagers ayant une fonction libérale avec 16,67% de réponses positives sur 408, il demeure, néanmoins, assez important, comparé à celui des retraités qui ne sont que 10,90% sur 367 à déclarer être au courant de l'existence de l'EMS. Cette situation s'applique aussi aux questionnés exerçant une activité d'intérêt général ; ils sont seulement 08,29% à répondre positivement à cette question. Alors que pour les étudiants, le degré de connaissance est encore plus bas avec 7,13% parmi 785 à avoir répondu par l'affirmative.

*Tableau n° 16 : Connaissance du service EMS selon la profession*

Modalité	Oui	Non	Total
Salariés secteur public	18.72 %	81.28%	100%
Salariés secteur privé	18.71%	81.29 %	100%
Profession libérale	16.67 %	83.33%	100%
Etudiants	07.13 %	92.87 %	100%
Retraités	10.90%	89.10%	100%
Pensionnés	03.85 %	96.15 %	100%
Activités à intérêt général	08.29 %	91.71 %	100%
Sans emploi	06.09 %	93.91 %	100%

Ce constat, en fait, confirme la relation étroite entre l'information, le niveau d'instruction et la nature de l'activité professionnelle. On peut supposer que les usages dans ces secteurs détiennent l'information du fait des contraintes liées à leur situation professionnelle. Or, les résultats démontrent que l'information sur ce service reste assez faible même chez les salariés du secteur public, en majorité fonctionnaires. Les réponses formulées par les enquêtés, sur la connaissance des services CNEP-PTT, Western Union et EMS, dévoilent, en fait, une carence dans le dispositif d'information du public sur ces activités financières de la poste.

Nous constatons que les services liés au principe de compétitivité, sont méconnus auprès d'une très grande partie des usagers. Mais l'hypothèse qui nous semble plausible, à ce niveau, est celle du rapport entre le degré de connaissance et le recours à ces services, en d'autres termes le manque d'information est lié à l'absence d'usage et à l'insuffisance du travail de marketing, indispensable à la promotion des produits.

### ***3.2. La demande d'information***

Généralement, la demande d'information est un acte qui passe inaperçu du fait que les regards sont plutôt orientés vers les opérations concrètes. Lorsque nous avons demandé aux responsables des bureaux de poste de nous fournir un état sur les opérations réalisées durant l'enquête, la question relative à la demande d'information ne figure sur aucun document de la fiche technique. Par ailleurs, on constate qu'un nombre important d'usagers fréquentent les structures d'Algérie Poste et Algérie Télécom pour demander de l'information. La satisfaction des usagers en matière d'information, malgré son importance, n'est pas comptabilisée dans les activités postières. Elle continue d'être absente dans leurs bilans d'activité alors qu'elle pourrait constituer un vecteur important de réussite de leur plan de relance.

Par conséquent, nous estimons que l'analyse des données de la fiche technique, un des outils méthodologiques de notre étude, qui devait recenser les opérations réalisées dans une durée déterminée, reste partielle, voire tronquée dans la mesure où elle n'a pu prendre en considération, les demandes d'information.

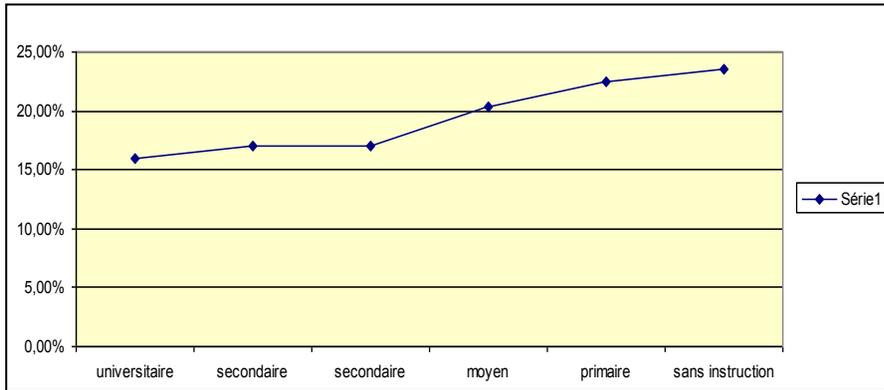
La fréquentation des postes et des agences, pour la demande d'information, est une pratique qui caractérise en majorité, l'espace rural. En effet, on constate que sur 682 questionnés dans ces zones, 25,66% ont subi l'effet des chaînes pour demander l'information. En zones urbaines, le taux des usagers qui s'adressent directement aux structures pour s'informer, est beaucoup plus bas en comparaison avec celui enregistré en zones rurales. Seulement 16,61% sur 3413 déclarent qu'ils se sont déplacés sur les lieux pour obtenir une information.

Le niveau d'instruction des usagers a des incidences sensibles sur leur déplacement sur les lieux à la recherche d'information. Nous constatons que chaque fois que le niveau d'instruction augmente, le taux de ceux qui se déplacent sur les lieux diminue. Sur un ensemble de 1642 d'usagers ayant un niveau universitaire 16,01% se sont déplacés sur les lieux pour avoir l'information, ce taux augmente progressivement chaque fois que le

niveau d'instruction diminue. Il atteint chez les sans instruction 23,56% sur 348 usagers.

Le graphe qui représente une corrélation entre deux variables, à savoir le niveau d'instruction des usagers et la fréquentation des structures pour la demande d'information, reflète pertinemment cette relation.

**Graphe n° 11 : Niveau d'instruction et fréquentation des structures pour demande d'information**



Les carences en matière de circulation d'information entre les structures d'Algérie Poste et Algérie Télécom et les usagers, concernent en priorité ceux qui sont d'un niveau d'instruction relativement faible. Pour que la diminution de la pression sur les lieux, soit évidente, il conviendrait de satisfaire les besoins d'information sans que les usagers se sentent obligés de se déplacer sur les lieux. Cela dépend en grande partie, des qualités performantes d'un système d'information et de communication, fiable aux yeux des usagers, et accessible aux larges catégories.

Si le niveau d'instruction joue un rôle important quant au déplacement des usagers sur les lieux pour se renseigner, l'effet de la fonction n'en est pas moins imprégnant, mais c'est cette pratique qui est plus fréquente chez les pensionnés : 31,40% sur 121 usagers de cette catégorie se sont déplacés sur les lieux pour chercher l'information. Ils sont suivis par les usagers exerçant une activité d'intérêt général, 25% sur 172, justifie la fréquentation de la structure, par la demande d'information. La pression des sans emploi n'est pas moins importante du fait que 20,72% parmi 608 se sont adressés aux services pour s'informer.

Le taux des demandeurs d'information au niveau de la poste est plus ou moins semblable pour les salariés du secteur public ou privé, ainsi que pour les étudiants. Le taux le plus bas de recours à cette pratique est enregistré chez ceux qui exercent une profession libérale ; en fait, 11,94%, sur un ensemble de 386 usagers, se sont rendus sur les lieux pour obtenir l'information.

Si on prend en considération les divergences entre les wilayas enquêtées, on peut distinguer quatre catégories de demandeurs d'information.

On remarque à titre d'exemple que la pression des demandeurs d'information sur les bureaux est plus prégnante à Khenchela avec un taux de 31,62% sur 171. Le service CCP a reçu à lui seul plus de la moitié avec 17,95% de demandes d'information sur le solde ; 13,68%, se sont répartis à travers les différents services. Ce taux n'est pas loin de celui qui a été enregistré à Djelfa, où 31,68% sur 376, ont été demandeurs d'information dont 11,44% pour le service solde. D'après les données de l'enquête, ces deux wilayas, représentent une catégorie distinguée en matière de déplacement de l'utilisateur sur les lieux pour demander l'information.

*Tableau n° 17 : Motif de la présence au bureau de poste*

	S'informer sur le solde CCP	Demander des informations	Total
Oran	10,62%	9,29%	19,91%
Tizi-Ouzou	08,58%	10,30%	18.88%
Constantine	03,29%	14,08%	17.37 %
Sétif	07,05%	11,49%	18.54 %
Ouargla	10,22%	7,53%	17.75 %
Tiaret	08,53%	08,91%	17.44 %
Alger	10,28%	07,13%	17.41 %

La lecture des données du tableau permet de relever des observations importantes : dans les wilayas de Constantine et Sétif, la pression sur le service CCP en matière de demande sur le solde est moins importante, en comparaison avec d'autres wilayas. A Constantine et pour le même motif, ce taux est de 3,29% sur l'ensemble de 213 usagers qui ont fréquenté les structures dans cette wilaya pendant les jours de l'enquête,

par contre le taux de ceux qui se sont répartis sur le reste des service en vu de s'informer, représente 14,08%. Ce qui signifie que la pression sur le service CCP pour information, est moins forte par rapport aux structures de beaucoup d'autres wilayas. Cette observation s'applique aussi à la wilaya de Sétif avec 7,05%. Par ailleurs, cette pression reste relativement plus élevée à Tizi Ouzou avec 8,58% en ce qui concerne le solde CCP (10% se partage les autres services).

Les usagers questionnés à Tiaret, se partagent de manière plus ou moins équitable la répartition. Un peu plus que la moitié (8,91%) se répartit sur différents guichets des services postaux et financiers, tandis 8, 53% se dirige vers le guichet CCP pour obtenir l'information sur le solde. Dans le reste des wilayas (Alger, Ouargla, et Oran), c'est le guichet CCP qui accueille plus de la moitié des demandeurs d'information. En définitive et à quelques exceptions minimales, près, le guichet CCP, reçoit le plus grand nombre de demandes d'information.

**Tableau n° 18 : Le motif de la présence au bureau de poste**

	S'informer / solde CCP	Demander/informations	Total
Blida	08.05 %	08.72 %	16.77 %
Bechar	11.39 %	03.80 %	15.19%
Saida	06.80%	06.80%	13.60 %

Les wilayas de Blida, Béchar et Saida représentent un troisième cas de figure : la demande d'information de la part des usagers est moins importante par rapport aux wilayas déjà citées. Le taux des demandeurs d'information varie entre 16,77% et 13,60% ; même la répartition de ces derniers sur les différents guichets ne figure pas de la même manière. A Béchar par exemple, on constate que la destination de la majorité du public verse sur le guichet CCP, tandis qu'à Blida et Saida, les usagers se partagent de manière presque équitable entre le guichet CCP, et le reste des guichets.

**Tableau n° 19 : Motif de la présence au bureau de poste**

	S'informer sur le solde CCP	Demander des informations	Total
Biskra	06.51 %	01.86 %	08.37 %
Annaba	03.91 %	03.91 %	07.82%
Sidi Bel Abbès	03.50%	04%	07.50 %

La demande d'information auprès des structures d'Algérie Poste et Algérie Télécom est moins importante dans les wilayas de Biskra, Annaba, et Sidi-Bel-Abbès. On remarque que sur le nombre global des questionnés, une petite minorité seulement a fréquenté la poste pour la demande d'information et la seule observation concerne la wilaya de Biskra où le guichet CCP attire une grande majorité, contrairement aux wilayas d'Annaba, et de Sidi- Bel- Abbès.

D'après les données recueillies auprès des usagers, la demande d'information représente le deuxième intérêt manifesté par les usagers en ce qui concerne la fréquentation des structures d'Algérie Poste et Algérie Télécom, elle figure après le retrait par chèque CCP. En effet, sur 4098 usagers ayant répondu à la question : « pourquoi êtes – vous venu ? » ; 742 ont justifié la fréquentation par la demande d'information. Cela représente en termes de pourcentage 18,10%. La demande d'information sur le solde attire, pour elle seule, presque la moitié des demandeurs, c'est-à-dire 361, tandis que 381 s'adressent au reste des services.

Le problème ne se pose pas de la même manière pour toutes les wilayas.

La fréquentation des postes et des agences pour la demande d'information est une pratique qui caractérise beaucoup plus l'espace rural. Nous constatons, cependant que chaque fois que le niveau d'instruction augmente, le taux de ceux qui se déplacent sur les lieux diminue.

Le problème posé par la disponibilité de l'information s'adresse en priorité à ceux qui sont d'un niveau d'instruction relativement faible. Le problème se réglerait avec la disponibilité de l'information, sans que les usagers se sentent obligés de se déplacer sur les lieux. Cela dépend en grande partie, d'un système d'information et de communication, fiable aux yeux des usagers, et accessible aux larges catégories.

### ***3.3. Les logiques d'action des usagers***

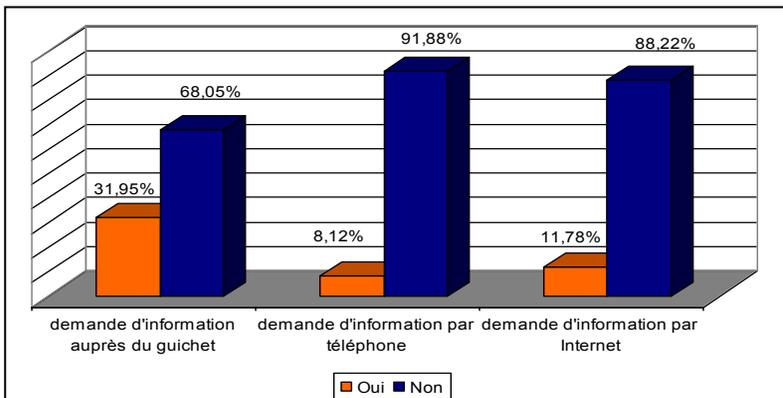
Les pratiques liées à la demande d'information auprès des services d'Algérie Poste et Algérie Télécom prennent, en général, plusieurs formes. Les usagers peuvent se présenter directement sur les lieux, et nous avons pris le cas de ceux qui se sont déplacés pendant les jours de l'enquête pour cela. L'insertion de deux modalités de réponses à la question ; « pourquoi êtes-vous venu ? » nous a permis de quantifier le nombre des usagers qui fréquentent les bureaux et les agences en quête d'information. En ce qui concerne, les moyens utilisés par les usagers, nous avons estimé qu'il était important d'établir un constat en mesure de

nous renseigner sur les moyens les plus appropriés en matière de demande d'information.

La comparaison entre le taux des usagers qui se dirigent directement vers les lieux, ceux qui utilisent le téléphone et les usagers de l'Internet, peut faire ressortir les tendances liées à cette question. Trois questions ont été posées pour repérer ces pratiques : « avez-vous demandé l'information auprès du guichet ? », « Avez-vous demandé l'information par téléphone ? » « Avez-vous demandé l'information par Internet ? ». Les réponses recueillies apparaissent à travers un graphe représentant les trois modes utilisés en vue d'obtenir l'information. On remarque, à priori, les insuffisances en ce qui concerne l'usage des technologies de l'information et de la communication. En fait, le graphe n°05 nous montre que c'est plutôt la communication verbale directe qui demeure la pratique courante.

L'intérêt accordé aux moyens utilisés par les usagers pour obtenir des informations sur les prestations, ne va pas de soi, l'objectif est de savoir si l'activité « d'informer » est une tâche imputée au guichetier ; cette pratique participe davantage à l'augmentation de la pression au niveau du guichet et par conséquent aux interminables chaînes dans les bureaux de poste.

*Graphe n° 12 : Recherche d'information*



- *Demande d'information auprès du guichet*

Nous signalons que le taux de 31,95% représente l'ensemble des usagers qui se sont adressés au guichet pour demander des informations, le même jour de la rencontre avec l'enquêteur ou pendant les jours du mois de l'enquête. Ce qui explique la formation de chaînes interminables au niveau des bureaux de poste et les agences d'Algérie Télécom. Ces

données révèlent que la communication avec les structures d'Algérie Poste et Algérie Télécom passe plutôt par le canal verbal traditionnel.

L'Internet comme moyen de communication entre l'utilisateur et l'institution n'occupe pas une place convenable. Il est toujours loin de constituer une forme de communication médiatisée entre l'utilisateur et l'institution. Ce constat ne concerne pas seulement la relation des usagers avec les services d'Algérie poste et Algérie Télécom, mais il relève d'une problématique générale qui souligne les difficultés liées à l'insertion des TIC dans les sociétés en voie de développement.

*Tableau n° 20 : Demande d'information au guichet selon la structure*

	La grande poste	La petite poste	La poste de la zone rurale	Algérie Télécom
Oui	31.32 %	26.52 %	33.43 %	43.84 %
Non	68.68 %	73.48 %	66.57 %	56.16 %
Total	100%	100%	100%	100%

La pression exercée par les usagers, traduite par la densité de ceux qui se présentent pour demander l'information, concerne davantage les agences d'Algérie Télécom. Sur 511 questionnés, 43,84% se sont présentés au guichet pour demander l'information. Pour ce qui relève des bureaux de poste des zones rurales, la densité est plus importante : 33,43% sur 724 ont déclaré qu'ils se sont déplacés aux bureaux pour s'informer.

Concernant cette question, la comparaison, entre la grande poste et la petite poste en zone urbaine, montre que la pression s'exerce plus sur la première : 31,32% pour 2155 usagers contre 26,52% pour la petite poste.

- ***Demande d'information par téléphone***

Si les usagers s'adressent en priorité au guichet pour obtenir des informations, le recours au téléphone comme moyen de s'informer va automatiquement diminuer. On constate que seulement 8,12% parmi 4448 répondants ont utilisé le téléphone comme moyen de communiquer avec les structures d'Algérie poste et Algérie Télécom.

Le recours des usagers au téléphone pour rentrer en contact avec les services d'Algérie Poste et Algérie Télécom fonctionne moins dans les zones rurales. On remarque que sur 724 questionnés dans ces zones, seulement 4,83% ont demandé des informations par téléphone auprès les services d'Algérie Poste ou Algérie Télécom. Le recours au téléphone dans les zones urbaines est plus fréquent par rapport à son utilisation

dans les zones rurales. Sur 3721 questionnés, parmi les urbains, 8,76% ont demandé des informations par téléphone

L'usage du téléphone comme moyen pour s'informer concerne plus les structures d'Algérie Télécom. Pour Algérie Poste ce moyen ne fonctionne pas suffisamment pour alléger la pression sur le guichet qui demeure pour les usagers un lieu privilégié pour l'obtention de l'information.

*Tableau n° 21 : Demande d'informations auprès d'Algérie poste et Algérie Télécom par téléphone selon la profession*

	Oui	Non	Total
Salarié secteur public	09.50 %	90.50%	100%
Salarié secteur privé	11.15 %	88.85%	100%
Profession libérale	07.88 %	92.12 %	100%
Etudiant	09.74 %	90.26 %	100%
retraité	03.01 %	96.99 %	100%
Pensionnaire	03.05 %	96.95 %	100%
Les activités à intérêt général	06.28 %	93.72 %	100%
Sans emploi	05.49 %	94.51 %	100%

Nous savons déjà que seulement 8,12% sur 4448 ont demandé des informations par téléphone, Mais il reste à souligner que la profession a un effet sur cette pratique. Nous constatons que le taux le plus important (11,15%) concerne la catégorie des salariés dans le secteur privé puis les étudiants 9,74%), et les salariés dans le secteur public (9,50%).

#### • *Demande d'information par Internet*

Dans une société dite de l'information, les outils technologiques jouent un rôle ; ils assurent non seulement l'accès rapide à l'information, mais a l'émergence d'un nouveau rapport entre le citoyen et l'institution. Dans ce cadre, l'Internet est considéré comme un moyen permettant un flux d'informations entre les deux parties sans que le citoyen ne se déplace sur les lieux. Les données de l'enquête nous permettent de constater que l'Internet ne constitue pas un moyen considéré pour les usagers ; 11,78% seulement parmi 4466 enquêtés ont répondu à la question suivante : « Avez-vous cherché des informations auprès d'Algérie /Poste ou Algérie/ Télécom, au moyen d'Internet ? »

**Tableau n° 22 : Recherche d'informations auprès d'Algérie / poste ou Algérie /Télécom par Internet**

Modalités de réponses	Taux
Oui	11.78 %
Non	88.22 %
Total	100%

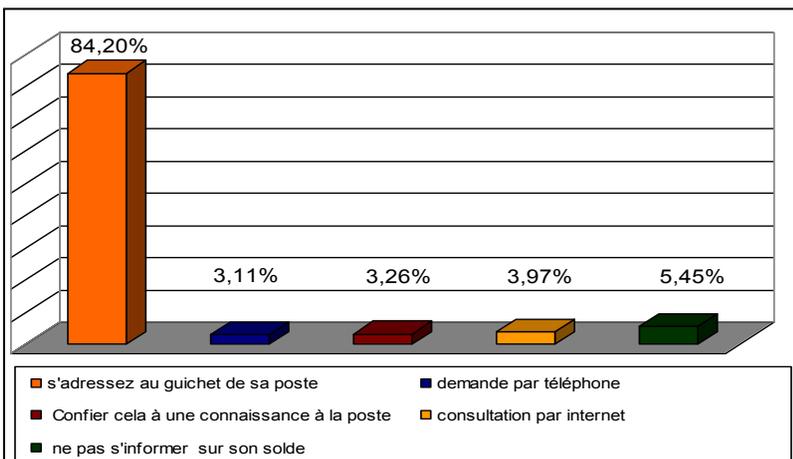
Le recours à l'Internet comme moyen d'information est minime dans les zones rurales. 5,36 % seulement des 727 enquêtés dans ces zones utilisent cet outil pour s'informer. Ce taux est plus élevé dans les zones urbaines où 13,01% des enquêtés consultent le site pour avoir des informations.

La pression exercée par les usagers, traduite par la densité de ceux qui se présentent directement, pour demander l'information, concerne beaucoup plus les agences d'Algérie Télécom.

• **Comment les usagers s'informent-ils sur leur solde ?**

La lecture des données du graphe confirme que le guichet demeure au centre des opérations postières, les usagers à travers leurs pratiques attribuent au guichet chargé des opérations financières CCP deux missions distinctes, le retrait / versement et l'information. Même si l'institution a mis en place un dispositif qui permet aux usagers de consulter leur compte par téléphone, nous constatons que seulement 5,45% des questionnés utilisent ce moyen, mais 84,20% s'adressent au guichet directement.

**Graphe n° 13 : S'informer sur son compte**



Nous avons demandé aux responsables au niveau des postes de nous renseigner sur les fréquences des retraits au cours des jours de l'enquête, ces opérations ne prennent en considération que les opérations financières, et non pas le nombre des usagers qui se présente au guichet pour s'informer sur leur compte. En réalité les problèmes liés à l'encombrement et la chaîne au niveau des bureaux de poste ne peuvent être expliqués par la fréquence des opérations financières sans prendre en considération les 84,20% des usagers qui font la chaîne pour s'informer.

Le taux de 3,97 % des usagers qui utilisent l'Internet compte parmi les enquêtés jouissant d'un niveau d'instruction élevé (Universitaire ou secondaire). Cette pratique est plus présente chez les usagers qui exercent une activité libérale, les salariés dans le secteur privé ou public.

### ***3.4. Qualité de l'information et réclamations***

Lorsqu'on observe les usagers qui entrent dans les bureaux, on se rend compte que pour la plupart d'entre eux, le regard est rivé sur le guichet. L'hypothèse qui s'en inspire est que ce dernier représente, pour eux, le lieu pratique qui leur permet, d'obtenir l'information recherchée ainsi que la possibilité d'être orientés vers les autres services selon leurs besoins.

Pour y répondre, il y a lieu de considérer les trois formes de communication possibles : la communication par contact direct, le téléphone et l'Internet.

-Il s'agit de rechercher parmi ces formes, la plus efficace, compte tenu du fait que l'efficacité englobe, l'accueil, l'orientation et la disponibilité de l'information.

Les résultats de l'enquête prouvent que la pression qui pèse sur le guichet n'empêche pas les agents d'exploitation de satisfaire les besoins des usagers en matière d'information : 86,90% des usagers qui se sont présentés au guichet déclarent que les guichetiers ont pris en charge leur demande.

Les déclarations négatives sur cette question ne se manifestent pas de la même manière dans les différentes zones. En fait, parmi 1179 répondants dans les zones urbaines, 13,91% déclarent que le guichetier n'a pas pris en charge leur demande. Le problème est moins important dans les zones rurales : seuls 9,17%, dans ce milieu, se plaignent du manque de prise en charge de ces demandes par les guichets.

D'après les déclarations recueillies, on peut constater que la prise en charge des demandes formulées par les usagers auprès des guichets est moins appréciée dans les grandes postes où les attitudes négatives représentent un taux de 14,99%. Cela s'applique aussi aux agences d'Algérie Télécom où 13,18% des interviewés, ont donné un avis défavorable sur la question de prise en charge de la demande auprès des guichets.

Ce mécontentement à l'égard de la prise en charge des demandes des usagers concerne surtout les catégories de niveau élevé, nous constatons que les attitudes négatives augmentent avec le niveau d'instruction.

La catégorie des usagers qui se plaignent le plus de la mauvaise qualité de la prise en charge des demandes au guichet, est celle qui exerce une fonction libérale : sur 133 répondants à cette question, 18,05% déclarent que le guichetier n'a pas pris en charge leur demande formulée. La deuxième catégorie est celle des retraités avec 16,09%, suivie par les salariés du secteur public ou privé avec 14,36% pour les premiers et 14,15% pour les seconds

**Tableau n° 23 : Prise en charge de la demande d'information selon la profession**

Modalité	Oui	Non	Total
Salariés / secteur public	85.64 %	14.36%	100%
Salariés / secteur privé	85,85%	14,15%	100%
Profession libérale	81.95 %	18.05 %	100%
Etudiants	90.60 %	09.40 %	100%
Retraités	83.91 %	16.09 %	100%
Pensionnés	88 %	12 %	100%
Activité libérale	86.84 %	13.16 %	100%
Sans emploi	89.50 %	10.50 %	100%

Quant à la catégorie d'âge, il est à signaler que sur 323 usagers âgés de 30 à 35 ans, 17,41% ont déclaré que leur demande d'information n'a pas été satisfaite ; ce taux est plus important en comparaison avec celui enregistré auprès les autres catégories d'âges.

- ***Satisfaction des usagers sur l'orientation vers les services***

Si on prend en considération la distinction entre les zones, on s'aperçoit que les déclarations des usagers dans les zones rurales apprécient mieux la qualité de l'orientation au niveau du guichet, ils sont 92,89% à exprimer une réponse positive sur cette question contre 7,11% qui déclarent que le guichetier ne les a pas orientés. On constate, par ailleurs, que l'attitude positive diminue chez les usagers dans zones urbaines où 11,98% déclarent ne pas être orientés au niveau du guichet.

L'insatisfaction liée à l'orientation au niveau des guichets, est plus importante dans les grandes postes avec un taux de 13,76% parmi les 676 usagers interviewés dans ces espaces. Il diminue légèrement au niveau des agences d'Algérie Télécom (12,16%) sur un total de 222 répondants. La question est moins fréquente au niveau des petites postes avec seulement 8,42% d'insatisfaits sur un total de 285 répondants. C'est dans les postes situées dans les zones rurales que les usagers expriment le moins ce mécontentement ; ils ne sont que 6,20% à déclarer ne pas avoir été orientés au niveau du guichet.

Quel que soit, le genre ou le niveau d'instruction, les usagers observent les mêmes attitudes vis-à-vis de cette orientation. Parmi les catégories professionnelles, on constate que 14,93% de l'ensemble des répondants, ceux qui exercent une profession libérale, déclarent ne pas être orientés au niveau du guichet. Ils sont suivis par les retraités avec 13,64% qui adoptent la même attitude à ce sujet.

- ***Les pratiques communicationnelles des usagers***

Nous constatons que la relation des usagers avec les bureaux d'Algérie Poste et les agences d'Algérie Télécom est traduite par un taux de 8,12% qui représente le nombre de ceux qui demandent des informations par téléphone parmi 4448 répondants. Les tentatives de joindre ces structures n'aboutissent pas de manière automatique.

- ***L'utilisateur et la qualité de l'information par téléphone***

En fait, sur l'ensemble de ceux qui ont pris le téléphone pour joindre les différents bureaux et agences, 22,83% n'ont pas pu entrer en communication avec les préposés au service. Si la question paraît intéressante, c'est parce que la suite donnée aux appels téléphoniques pourrait être en mesure de changer les attitudes des usagers vis-à-vis du téléphone comme moyen de régler des problèmes. Cela pourrait éviter aux usagers le déplacement et aux guichets, la pression.

*Tableau n° 24 : Disponibilité de l'information par téléphone*

<i>Modalité de réponse</i>	<i>Taux</i>
Oui	77.17 %
Non	22.83 %
Total	100%

Nous remarquons ici que sur un taux très réduit des usagers ayant utilisé le téléphone pour toucher les services d'Algérie Poste et d'Algérie Télécom dans les zones rurales, 75 % ont eu une réponse favorable. Cette observation s'applique aussi pour les contacts par téléphone dans les zones urbaines ; les taux ne soulignent pas de grandes différences entre les deux zones, sur la question.

*Tableau n° 25 : Contact par téléphone*

<i>Modalité</i>	<i>Urbain</i>	<i>Rural</i>
Oui	77.41 %	75 %
Non	22.59 %	25 %
Total	100%	100%

L'échec du contact par téléphone est plus fréquent chez les usagers sans instruction et ceux de niveau primaire. Les taux dégagés par l'enquête montrent que 38.46 % des usagers n'ayant aucun niveau d'instruction ont déclaré qu'ils n'ont pas pu joindre des services d'Algérie Poste et Algérie Télécom, alors que ce taux diminue chez les usagers ayant un niveau d'instruction secondaire avec un taux équivalant à 18.10%.

Nous constatons que les contacts par téléphone, initiés par les usagers, aboutissent plus souvent chez les enquêtés dans les agences d'Algérie Télécom : ils sont 83,84% à le déclarer contre 16,16% d'échec ; ce taux demeure le plus bas par rapport à ceux enregistrés dans les bureaux d'Algérie Poste. C'est dans les postes situées en zones rurales que le téléphone fonctionne le moins ; parmi l'ensemble des enquêtés dans ces lieux, ayant tenté de joindre la poste par téléphone : 27,54% ont échoué. Cette forme de communication avec la poste n'est pas, aux yeux des usagers, meilleure dans les grandes postes où 26,19 %, des usagers n'ont pas réussi dans leur tentative de contact.

**Tableau n° 26 : accès de l'information par téléphone / nature de la structure**

	Oui	Non	Total
La grande Poste	73.81 %	26.19%	100%
La petite Poste	78.81 %	21.19 %	100%
poste de la zone rurale	72.46 %	27.54%	100%
Algérie Télécom	83.84 %	16.16 %	100%

• **Attitudes des usagers vis-à-vis de la communication par téléphone**

Les données recueillies en ce qui concerne les attitudes des usagers, vis-à-vis des contacts par téléphone avec les services d'Algérie Poste et Algérie Télécom, révèlent une dépréciation de ce moyen de communication. 36,86% des 350 répondants déclarent que la personne qui répond au téléphone au nom des services concernés ne s'est même pas présentée. Dans une communication de ce genre « se présenter » est non seulement, un acte de bon accueil, mais aussi, pour assurer l'utilisateur qu'il est bien en contact avec les services concernés.

**Tableau n° 27 : Réponse du préposé à la demande d'information par téléphone**

Modalité	Taux
positive	63.14 %
négative	36.86 %
Total	100%

L'attitude négative des usagers questionnés dans les zones urbaines, est plus manifeste vis-à-vis du contact par téléphone avec les différents services. Nous remarquons que sur 316 répondants à cette question, 38,61% déclarent que la personne qu'ils ont eue au téléphone ne s'est pas présentée. Ce problème ne se pose pas de la même manière dans les zones rurales, où le téléphone ne fonctionne pas comme outil d'information dans ces espaces : seuls 4,83% (c'est-à-dire 34 sur 724) ont contacté les différentes structures par téléphone, mais même pour ce

taux très réduit, la personne ayant répondu au nom de l'institution ne s'est pas présentée dans 20,59% d'appels.

- **Réception des demandes formulées par téléphone**

L'utilisation du téléphone, comme moyen d'information par les usagers, demeure en fait, très limitée : 8,12% (361 sur un total de 4448) ont demandé des informations par téléphone. Mais 78,81% ont été orientés par l'agent chargé de la réception des appels téléphoniques.

**Tableau n° 28 : Réception de la demande d'information par téléphone**

Modalité	Taux
Oui	78.81 %
Non	21.19 %
Total	100%

Les déclarations des enquêtés concernant la réception de leur demande ne sont influencées ni par l'âge, ni par la fonction exercée par le préposé au service. Il est à noter que ce sont les usagers interviewés dans les agences d'Algérie Télécom qui se plaignent le moins de cette réception : seulement 25% pour cette dernière structure et 29,51 % de ceux des petites postes, qui déclarent que leur demande par téléphone n'a pas été réceptionnée.

La réception de la demande formulée par l'utilisateur n'est pas une fin en soi; nous avons essayé de pousser l'analyse pour définir le taux des demandes qui aboutissent. Nous constatons que parmi 350 usagers dont l'appel a été effectivement réceptionné : 25,71% ont formulé une réponse défavorable, en d'autres termes, la personne censée informer l'utilisateur a seulement réceptionné l'appel sans pour autant satisfaire la demande de l'utilisateur.

- **L'Internet comme moyen d'information**

Même si l'Internet est un moyen sous utilisé, il demeure néanmoins, plus attractif pour les usagers en comparaison avec le téléphone. Il reste à signaler que parmi 526 usagers ayant utilisé l'Internet pour obtenir l'information, 75,27% déclarent avoir réussi à trouver ce qu'ils recherchaient.

**Tableau n° 29 : satisfaction de la réponse à la demande d'information**

Modalité	Taux
Oui	75.27 %
Non	24.73 %
Total	100%

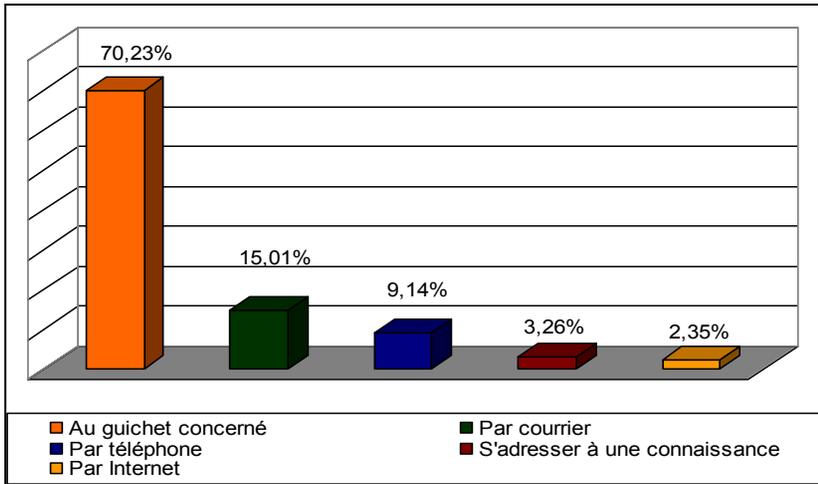
L'hypothèse posée sur le moyen le plus efficace pour obtenir l'information, en l'occurrence, le guichet, n'a pu être vérifiée. L'enquête a prouvé que le recours à un moyen dépend aux yeux des usagers de son efficacité, aussi, ils adoptent le moyen qui assure le mieux le résultat.

Le classement des moyens de communication avec la poste (1-Guichet, 2-Internet, 3-Téléphone), converge avec le taux de réussite de chaque moyen utilisé. La lecture des données recueillies dévoile que c'est l'expérience des usagers en matière de communication avec les structures d'Algérie Poste et Algérie Télécom qui est à la base du choix du moyen de communication à utiliser. Si on s'adresse au guichet, nous avons plus de chance d'être orienté. Le téléphone est le moyen le moins sûr pour avoir l'information. C'est l'expérience qui va orienter les pratiques communicationnelles des usagers avec l'institution (le guichet 31,95%, l'Internet 11,75%, le téléphone 8,12%). Cela implique que l'actualisation du mode de communication avec l'institution dépend des efforts déployés pour rendre le téléphone et l'Internet des outils opérationnels et fiables en matière de diffusion de l'information. Cela pourrait éviter à plus de 31,95% des usagers les corvées du déplacement, les désagréments de la chaîne et la pression sur le guichetier.

- **Les réclamations des usagers**

Nous constatons que sur un ensemble de 4456 d'usagers qui ont répondu à la question : « Avez- vous procédé à des réclamations auprès d'Algérie Poste/Algérie Télécom ? » ; 16,61% ont répondu positivement.

Graphique n° 14 : Comment avez-vous exprimé la réclamation



Il est important ici de signaler que le guichet demeure au centre de toutes les tâches, c'est le lieu où s'effectuent les opérations, la source privilégiée de l'information, et l'endroit préféré pour la formulation de la réclamation : 70,23% des questionnés se présentent préalablement au guichet pour soumettre l'objet de réclamation. Le recours à l'écrit sur un support destiné aux réclamations ne représente en fait qu'un taux minime : 15,01% des usagers, utilisent les formulaires ou le registre pour signaler l'objet de réclamation.

Les pratiques adoptées par les usagers rendent difficile l'organisation des activités ; le recours à la communication verbale amène les usagers à affecter au guichet toutes les tâches quelle que soit leur nature. En d'autres termes, le rapport entre l'organisation institutionnelle et les pratiques des usagers, dévoile un certain décalage, et pour répondre aux besoins exprimés par le public, les services s'inclinent devant les pratiques imposées par les usagers. Dans ce sens, le guichet devient la cheville ouvrière, car il reste le seul moyen évident, aux yeux des usagers, en mesure de répondre verbalement et dans l'immédiat aux demandes.

Quel que soit le niveau d'instruction de l'utilisateur ou la profession exercée, la démarche pour ces catégories est de passer par le guichet en premier lieu, ensuite vient l'imprimé réservé à la réclamation. L'utilisation du téléphone pour régler la situation ne vient pour les usagers qu'en troisième position, avant le recours à l'Internet. La pratique « s'adresser à un agent, personne connue » ne compte pas assez pour les usagers ou bien, ces derniers préfèrent la taire : 3,26% seulement, en parlent sur un total de 766 répondants et c'est surtout dans les zones rurales que la

situation se présente. 8,05% de l'ensemble des 87 usagers, ayant procédé à une réclamation dans les zones rurales, utilisent les relations avec les agents pour régler les réclamations. Ce taux diminue dans les zones urbaines : seulement 2,65% sur 679 comptent sur la connaissance des agents au niveau des bureaux de poste pour régler leur problème.

Les moyens utilisés dans la formulation de la réclamation malgré la proximité, ne se présentent pas de la même manière dans les différentes structures. L'usage des imprimés est fréquent pour les usagers interviewés dans les petites postes par rapport aux autres bureaux. Nous constatons par ailleurs, que l'Internet est plus sollicité par les usagers de la grande poste malgré le taux minime enregistré.

- ***Objets de réclamations des usagers***

Le traitement des objets de réclamations formulées par les usagers et la suite réservée aux différentes doléances, est une question à partir de laquelle se déclinent, non seulement, les limites de la prise en charge des préoccupations des usagers, mais aussi la construction de l'image de l'institution. Certes, le bon fonctionnement d'une institution n'est pas une donnée figée, en fait, il dépend en grande partie de la capacité de prendre en charge les difficultés qui surgissent, sans que cela aboutisse à un dysfonctionnement qui entrave la bonne marche des services. Aussi jugeons-nous utile de traiter trois éléments qui relèvent de la réclamation, à savoir, les objets, les suites données aux réclamations, et l'évaluation de la durée de la prise en charge de la réclamation.

- ***Les réclamations des usagers concernant le service CCP***

Le nombre des réclamations formulées auprès du service CCP, représente le taux le plus élevé en comparaison avec les autres services. 229 Sur 671 usagers ont saisi de différentes manières ces services pour exprimer leur objet de réclamation. Cela n'est pas extraordinaire dans la mesure où le service lui-même effectue le plus grand nombre d'opérations. Les objets de réclamation formulée auprès de ce service concernent beaucoup plus les problèmes liés au facteur temps. Ils sont 41 à avoir soulevé le retard d'arriver du carnet de chèques, tandis que 09 parlent plutôt de difficultés liées à la demande du chéquier. La question du retard a fait encore l'objet de réclamation pour 59 usagers, même si les difficultés pour ces derniers relèvent de la lenteur enregistrée dans les opérations CCP. Une autre procédure est touchée par la lourdeur des opérations financières, il s'agit des virements. Ils sont 12 usagers à avoir formulé des réclamations dans ce sens.<sup>89</sup> usagers ont formulé des réclamations pour signaler les anomalies concernant le solde CCP. Les

manières par lesquelles ils ont manifesté ces réclamations sont différentes : 41 usagers ont juste signalé qu'il y a erreur dans le solde ou dans la paie. 34 dont 7 étudiants l'ont reformulé avec d'autres termes à savoir « il y a manque d'argent dans mon solde ». D'autres n'ont pas manqué de qualifier ce manque par « le vol », c'est le cas de 7 usagers, l'un deux a même déclaré que 5000DA ont été détournés de son solde.

Un certain nombre de réclamations porte sur les chèques. En fait 33 usagers ont soulevé l'absence des chèques de « secours » ou chèque guichet, et 7 autres ont demandé des explications sur l'insuffisance des crédits qui ne couvrent pas la somme demandée. Le blocage du compte a fait l'objet de 13 réclamations formulées par les usagers. Le reste des doléances relève d'une nomenclature variée d'objet, à savoir, l'ouverture de compte, le numéro confidentiel, l'oubli de la signature et l'oubli de carte nationale d'identité.

- ***Les réclamations des usagers concernant le retrait du GAB***

Concernant le retrait électronique d'argent, on peut citer deux catégories d'objets de réclamation :

-la première englobe les difficultés liées à l'utilisation du GAB, à la perte d'argent, même si les usagers expriment cela de manière plus ou moins nuancée : pour quatre (4) usagers, il s'agit d'une erreur au niveau du GAB, qui aboutit « à une perte d'argent ». Pour d'autres usagers, il s'agit « d'un piratage d'argent par le distributeur ».

Lors des observations, plusieurs usagers nous ont fait part de leurs expériences avec cet appareil. La perte d'argent était, en fait la plus importante. Un receveur principal, à qui nous avons exposé ce problème, soulevé par les usagers, nous a répondu « Moi-même j'ai eu plusieurs expériences avec ces situations, une fois un citoyen s'est présenté pour réclamer le manque d'argent. Ce dernier a demandé 2000 Da, l'appareil lui a remis 1000 Da, je me suis dirigé avec lui vers le GAB, les clients qui étaient présents m'ont confirmé cela, et ce n'est qu'après que j'ai su que l'appareil lui a livré deux billets de 500Da, alors que pour moi, il n'y avait que des billets de 1000Da». Un guichetier à Biskra, nous a confirmé ces déclarations, en ajoutant : « j'ai des proches qui ont eu pas mal de problèmes avec le GAB, il te livre une somme, et il inscrit une autre, et c'est très difficile de rectifier ces erreurs.

-La deuxième catégorie des réclamations évoque la carte magnétique. Parmi 17 doléances recueillies, 9 signalent des problèmes de leur carte désactivée ou « en panne » pour reprendre le terme utilisé par les questionnés, les problèmes ne sont pas toujours d'ordre technique, un questionné nous dit tout simplement « j'ai cassé ma carte ». Les 8

réclamations restantes concernent soit, la demande, soit le renouvellement de celle-ci.

- ***Les réclamations des usagers concernant le mandat***

Le retard d'arrivée du mandat reste au centre des réclamations formulées auprès de ce service, 32 objets de doléances formulées par les usagers soulèvent ce retard, même si pour 39 autres la réclamation concerne le mandat chèque sans pour autant expliciter le contenu. La livraison du mandat à une fausse adresse a été soulignée par 3 usagers, tandis qu'un (01) usager dénonce sa disparition.

- ***Les réclamations des usagers à propos du courrier***

Les réclamations, qui concernent le courrier, relèvent en priorité du retard enregistré dans sa remise aux concernés. Sur 32 doléances adressées au service courrier, 11 portent sur la lenteur quant à sa livraison. Sa perte n'est pas exclue du discours des usagers : 09 parmi eux déclarent que ce dernier a été égaré ; d'autres dénoncent son ouverture avant sa remise, c'est le cas de 04 questionnés. Les autres objets de doléances sont relatifs à des sujets de différentes sortes, il est difficile de les intégrer dans une rubrique définie.

- ***Les réclamations des usagers concernant le téléphone***

Signaler le dérangement de la ligne téléphonique est le phénomène récurrent lorsqu'il s'agit du téléphone. En effet, sur 65 réclamations formulées auprès des services concernés, 46 revendiquent le rétablissement de la ligne, 18 sont venus demander des justifications pour la coupure de leur ligne téléphonique.

Le blocage des appels touche en fait 13 cas sur 16 réclamations formulées en ce qui concerne le téléphone cellulaire, tandis que deux autres ont formulé des réclamations pour bénéficier de l'appel masqué.

- ***Les réclamations des usagers à propos de facturation***

Les réclamations liées aux factures, sont formulées de trois manières différentes. Sur 69 cas, 41 usagers parlent seulement d'un objet de réclamation concernant la facture, deux dénoncent le retard enregistré dans la livraison de la facture, 11 considèrent simplement qu'il y a eu une erreur dans la facturation et 17 parlent de « surfacturation ». Un questionné ayant fréquenté la poste pour réclamation prétend que d'autres utilisent son numéro, la facture est lourde, les réclamations deviennent dans pas mal de cas un champ très vaste où se manifestent les stratégies individuelles pour contourner le fonctionnement normal.

- ***Les réclamations des usagers à propos d'Internet***

Les coupures de connexion Internet ont fait l'objet de 50 réclamations formulées par les usagers ; cela représente un taux assez important sachant que le nombre global des doléances formulées auprès du service concerné est de 61 cas. Le reste des réclamations concerne l'installation de l'Internet, le faible débit, et les contrats d'abonnement.

- ***Les réclamations des usagers sur l'organisation***

Les réclamations des usagers ne sont pas limitées à des sujets en liaison avec des intérêts particuliers, en fait, l'organisation dans les espaces a été au centre des revendications pour certains usagers. La formulation des réclamations reflète les attitudes négatives vis-à-vis de l'organisation ; elle est qualifiée par le désordre où le manque d'organisation dans le meilleur des cas, c'est l'avis d'au moins 05 usagers ayant adressé des réclamations sur cette question.

03 autres usagers se sont plaints pacifiquement, il s'agit de réclamations contre les chaînes interminables ; un usager a réclamé le respect de l'horaire d'ouverture du guichet.

Les rapports agents/ usagers débouchent quelques fois sur des litiges, qui incitent au recours à la réclamation. Trois (3) usagers ont dénoncé le comportement inapproprié des agents.

- ***Autres réclamations des usagers***

Les autres objets de réclamations concernent plusieurs points, le premier a été soulevé par 4 usagers qui demandent à ce qu'on retrouve son dossier perdu et dont la responsabilité incombe à la structure. Un autre usager a sollicité un imprimé. La seule réclamation à propos du service CNEP-PTT a été reçue d'un usager qui se plaint de manque d'argent dans son compte. 7 questionnés ont utilisé la réclamation pour rappeler le changement d'adresse, et 09 ont refusé de s'exprimer sur leur objet de réclamation estimant qu'il s'agit d'une affaire personnelle.

- ***Suites réservées aux réclamations***

Il est important de rappeler que sur 740 usagers ayant formulé des réclamations, 671 ont explicité leur objet. Dans l'ensemble, 62,92%, parmi ceux qui ont procédé à des réclamations, déclarent avoir reçu une suite à leurs réclamations.

**Tableau n° 30 : Suites réservées aux réclamations**

Modalité	Taux
Oui	62.92 %
Non	37.08 %
Total	100%

Ces suites ne sont pas données de la même manière dans tous les services ; parmi les usagers qui se sont adressés à au service CCP : 63,28% déclarent avoir reçu une suite en rapport avec leur objet de réclamation. On constate, par ailleurs, que parmi les usagers du système Monétique, 13 sur 22 ont reçu une réponse à leur réclamation.

Parmi 77 usagers ayant formulé une réclamation auprès du service mandats, 45 déclarent que les destinataires y ont réagi positivement.

La réaction vis-à-vis des réclamations adressées au service courrier, semble moins importante en comparaison avec les autres services, nous constatons que sur 32 doléances formulées auprès de ce service, seulement la moitié accuse réception d'une réponse de la part des concernés.

Sur 67 usagers ayant formulé des réclamations concernant le téléphone fixe, 55 confirment que les responsables ont donné suite à ce sujet. Les réponses concernant les réclamations liées à la téléphonie mobile se décline à travers les réponses positives de 11 usagers sur 14, ils disent qu'effectivement, le service a donné une suite à leur demande.

En ce qui concerne la prise en charge des réclamations sur les factures, 45 usagers parmi 71 déclarent que les services y ont répondu positivement.

Les réclamations formulées par les usagers concernant les différents problèmes liés à l'organisation de l'espace sont relativement prises en charge : 05 sollicitations ont eu une suite sur un ensemble de 07 interventions d'usagers.

- ***Délais de réponse aux réclamations***

Une meilleure prise en charge des réclamations formulées par les usagers, ne s'évalue pas seulement, par la réponse qui lui est fournie ; en fait, la rapidité d'exécution est encore plus importante aux yeux des usagers.

Pour déceler des indicateurs pertinents qui permettent d'évaluer le temps attendu de la part des usagers, dans le règlement du problème, nous avons adressé aux interviewés la question suivante : « Quelle a été la durée mise pour répondre ? » Les réponses recueillies auprès des intéressés nous permettent de noter les remarques suivantes :

*Tableau n° 31 : Les délais de prise en charge des réclamations*

moins de 15 minutes	29,94%
entre 15 à 30 minutes	15,05%
entre 30 à 60 minutes	0,47%
entre 1h à une demi-journée	5,96%
entre 24h à 72h	12,38%
entre 4 jours à 27 jours	15,20%
entre 1 mois à 10 mois	18,03%
Un an et plus	2,98%
Total répondants	100,00%

Le plus grand nombre de plaignants reçoit une réponse dans un délai record allant d'une réaction immédiate de la part de l'institution à 15 minutes maximum. Cela a été l'avis de 191 usagers sur l'ensemble des 638 répondants à cette question. En termes de pourcentage, ils représentent 29,94%. Si la durée d'attente, allant à 30 minutes, semble raisonnable, on constate que 44,98% ont pu avoir une réponse dans un délai n'excédant pas 30 minutes. Le deuxième taux qui nous semble important est celui des usagers qui déclarent avoir attendu entre 1 et 10 mois pour avoir une réaction de la part des services concernés, ils représentent 18,03% du global (638).

En somme, les durées d'attente renvoient à une typologie allant d'une réaction immédiate à plus d'un an. Certes, la nomenclature des objets de réclamation, est très variée, certains exigent un temps de règlement parfois plus long que pour d'autres, cependant il y a des cas qui peuvent être réglés immédiatement. Une organisation rationnelle et transparente, permettrait aux usagers d'être informés sur le volume du travail demandé compte tenu des autres demandes à satisfaire et le temps exigé pour résoudre leur problème.

Il est important ici de signaler que le guichet demeure au centre de toutes les opérations, c'est le lieu où s'effectue les opérations, l'endroit préféré pour la formulation de la réclamation : 70,23% des questionnés se présentent préalablement au guichet pour présenter l'objet de réclamation. Le recours à l'écrit sur un support destiné aux réclamations ne représente en fait qu'un taux minime, 15,01% des usagers utilisent les formulaires ou le registre pour signaler l'objet de réclamation.

62,92%, parmi ceux qui ont procédé à des réclamations, déclarent avoir reçu une suite positive à leur demande.

Les pratiques adoptées par les usagers rendent, l'organisation des activités, difficile, le recours à la communication verbale mène les usagers à affecter au guichet toutes les tâches quelle que soit leur nature.

#### **4. Evaluation de l'amélioration**

##### ***4.1. Evaluation de l'amélioration des services offerts par Algérie Poste***

Engagé dans une période de restructuration, depuis la promulgation de la loi n° 2000- 03 du 05 août 2000, le secteur de la poste et des Télécommunication, vise la modernisation de son système de fonctionnement, en vue de l'adapter aux nouvelles exigences du marché et des usagers. Avec le nouveau statut « EPIC », qui représente le nouveau choix stratégique, Algérie Poste était obligée, d'un côté, d'adapter ses structures et ses prestations de services aux mutations de son environnement et d'autre part, d'assurer le passage « d'une logique administrative » à « une logique de marché ».

Dans cette perspective, l'évaluation par les usagers de l'amélioration des formes de prise en charge est un moyen pour, non seulement évaluer le changement de la qualité des services offerts par Algérie Poste, mais également une occasion pour évaluer les politiques publiques adoptées, afin de moderniser un secteur aussi important que celui des PTT.

L'objectif de cette partie est de décrypter les représentations que se font les usagers du fonctionnement et de l'équipement des bureaux de poste. Notre démarche ici consiste à esquisser une image synthétique sur l'évaluation<sup>27</sup> globale de l'amélioration des services selon les différents indicateurs sociodémographiques des usagers enquêtés, tels que l'âge, le genre, le niveau d'instruction et la situation professionnelle

---

<sup>27</sup> L'évaluation globale est faite par l'ensemble des usagers enquêtés, et l'évaluation par service d'Algérie Poste n'est faite que par les usagers ayant un rapport d'utilisation direct avec le service concerné par l'évaluation.

### A. Evaluation globale de l'amélioration :

Les résultats de l'enquête, concernant l'évaluation des degrés d'amélioration, montrent que 11.72 % des usagers ne notent aucune amélioration des prestations de services d'Algérie Poste. En revanche, 88.28 % reconnaissent une amélioration mais à des degrés divers : pour 13.47 % il s'agit d'une grande amélioration ; 48.40% déclarent que ces services ont connu une amélioration moyenne, dans la mesure où elle répond à une partie de leurs attentes seulement. Alors que 26, 41 % déclarent que l'amélioration est infiniment réduite par rapport aux normes.

*Tableau n° 32 : Evaluation de l'amélioration*

Modalité	Taux
Une grande amélioration	13.47 %
Une amélioration moyenne	48.40%
Une petite amélioration	26.41 %
Aucune amélioration	11.72 %
Total	100 %

Pour affiner ces résultats, nous avons tenté d'identifier l'évaluation globale de l'amélioration selon les structures de postes étudiées<sup>28</sup>, la dispersion et les caractéristiques sociodémographiques et socioprofessionnelles des usagers.

- *Selon les bureaux de postes étudiés*

Les usagers de la petite poste déclarent une grande amélioration des prestations offertes par Algérie Poste avec un taux de 18.01 % contrairement aux usagers de la grande poste exprimant le même sentiment avec un taux de 12.31 %.

Sur l'échelle de l'évaluation globale de l'amélioration, la grande poste se trouve en troisième position après la petite poste ( chef lieu) et la poste en zone rurale ; ce qui peut signifier que le sentiment positif est lié davantage aux petites structures. La proximité et le faible taux de fréquentation des usagers de la petite poste semblent être deux facteurs qui influencent l'évaluation globale de l'amélioration.

---

<sup>28</sup> A savoir la grande poste et la petite poste situé dans la commune chef lieu de la wilaya étudié et la poste de la zone rurale

**Tableau n° 33 : Evaluation de l'amélioration selon la structure**

	<b>La grande poste</b>	<b>La petite poste</b>	<b>La poste de la zone rurale</b>
Une grande amélioration	12.31 %	18.02%	13.79 %
Une amélioration moyenne	48.33 %	46.62%	51.67%
Une petite amélioration	26.21 %	25.98 %	24.65 %
Aucune amélioration	13.15 %	09.38 %	09.89 %
Total	100 %	100 %	100 %

- **L'âge des usagers enquêtés**

La tendance de l'évaluation globale n'est pas déterminée par la dimension « âge » ; nous avons constaté que même si l'âge des usagers change, les taux globaux restent les mêmes. Les analyses faites à partir de cette dimension montrent que :

- La catégorie des usagers âgés de 40 ans et plus a jugé l'existence d'une grande amélioration contrairement à la catégorie des usagers de moins de 40 ans. Le sentiment d'une moyenne amélioration est partagé d'une façon équitable entre les usagers de moins de 40 ans et les usagers de 40 ans et plus. ( moins de 40 ans 48.77 % , 40 ans et plus 47.75 % )

- Le sentiment d'une petite amélioration est partagé d'une façon équitable aussi, entre les usagers de moins de 40 ans et les usagers de 40 ans et plus. ( moins de 40 ans 26.91 % , 40 ans et plus 25.43 % )

- Le sentiment « aucune amélioration » est partagé d'une façon équitable aussi, entre les usagers de moins de 40 ans et les usagers de 40 ans et plus. ( moins de 40 ans 11.47 % , 40 ans et plus 12.15 % ).

- **La dispersion( urbaine / rurale) des usagers enquêtés**

Les usagers de la zone rurale donnent un jugement positif dans l'évaluation globale de l'amélioration . ils sont : 14.60 % à déclarer l'existence d'une grande amélioration et 50.83 % qui déclarent l'existence d'une moyenne amélioration , par contre ils sont seulement 24.93 % déclarant une petite amélioration et pour 9.64 % il n'y aurait « aucune amélioration ».

Or, les usagers de la zone urbaine donnent un jugement moins positif que les usagers de la zone rurale . les chiffres suivants montrent cette tendance :

- 13.26 % des usagers déclarent l'existence d'une grande amélioration
- 47.94 % des usagers déclarent l'existence d'une moyenne amélioration
- 26.69 % des usagers déclarent l'existence d'une petite amélioration
- 12.11 % déclarent « aucune amélioration ».

Les usagers des bureaux de poste de la zone rurale qualifient positivement l'existence de l'amélioration par rapport à que les usagers des bureaux de poste de la zone urbaine, malgré la différence observée<sup>29</sup> entre les deux zones sur le plan des services offerts existants, des équipements et du personnel. Le rythme de fréquentation nous semble un facteur parmi d'autres qui explique cette différence.

- ***Genre des usagers enquêtés***

Même s'il n'y a pas une grande différence entre les deux sexes en matière d'évaluation globale de l'amélioration des services offerts par Algérie Poste, nous constatons que les femmes donnent un jugement moins positif que les hommes sur les différents degrés de l'amélioration. Les résultats suivants montrent que :

- Le taux des usagers femmes qui déclarent « aucune amélioration » est de 13.11 % tandis que le taux des usagers hommes qui déclarent le même sentiment est de 10.83 %.
- Le sentiment « petite amélioration » est plus élevé chez les usagers femmes ( 27.13 %) que les usagers hommes ( 25.89 %)
- Le même constat pour l'échelle d'évaluation « une amélioration moyenne ». ( 46.64 % de femmes pour 49,64% d'hommes jugent l'amélioration moyenne.

- ***Le niveau d'instruction des usagers enquêtés***

Il faut certainement noter que ce sont les usagers les plus instruits (secondaire/ universitaire) qui donnent un jugement négatif en ce qui concerne l'amélioration des services d'Algérie Poste. La grille d'analyse suivante montre que :

- la qualification « aucune amélioration » se manifeste davantage chez les usagers « sans instruction » avec un taux de 17.76 % par rapport à 10.96 % chez les usagers d'un niveau d'instruction primaire et moyen et 11.28 % chez les usagers ayant un niveau secondaire et plus.

---

<sup>29</sup> Les observations faites sur les lieux de l'enquête.

### • *La situation professionnelle des usagers enquêtés*

L'enquête révèle que les salariés du secteur public sont les usagers qui jugent positivement d'une façon globale l'amélioration des services d'Algérie Poste, tandis que les pensionnés (ayant droits, vieillesse, handicapés ..) expriment un sentiment moins positif sur l'amélioration. Ce jugement est confirmé par:

- Les salariés du secteur public qui qualifient l'amélioration de « grande amélioration » pour les services l'Algérie Poste avec 16.03 %, tandis que les catégories des pensionnés (ayant droits, vieillesse, handicapés ..) et des étudiants qui donnent le même jugement ne représentent respectivement que 10.69% et 10.34 %.

- La catégorie des pensionnés (ayant droits, vieillesse, handicapés ..) qui qualifie négativement l'amélioration avec un taux de 22.14 %, contre 09.47 % de salariés du secteur public. La tendance globale de l'évaluation de l'amélioration ne change pas chez les professions libérales, les retraités, les salariés du secteur privé et les sans emploi.

Les taux évoqués, liés à l'évaluation globale de l'amélioration par les usagers enquêtés, nécessitent un affinement pour connaître les facteurs qui ont influencé les résultats globaux de l'estimation. Il se peut qu'un usager construise son évaluation (positive ou négative) à partir du nombre important des bureaux de poste situés dans la commune où il se trouve, ou à partir de la présence ou de l'absence des distributeurs automatiques d'argent (GAB). Il se peut aussi qu'il ait une attitude (positive ou négative) à partir des jugements préétablis sur la qualité et la rapidité des prestations de service.

Pour cela, nous avons posé une question dont l'objectif est de déterminer les critères utilisés par les usagers pour évaluer d'une façon globale les degrés d'amélioration au niveau d'Algérie Poste. Notre questionnaire prévoyait 04 types de critères généralement utilisés par les usagers pour qualifier les degrés d'amélioration :

- les représentations sur le niveau de couverture d'Algérie Poste à savoir le nombre des bureaux de postes et le nombre de GAB,

- les représentations sur la qualité et la rapidité des prestations offertes par Algérie Poste,

- les représentations sur la question de la sécurité (dans l'espace, les lieux de GAB, et le solde pour le CCP),

- les représentations sur des files d'attente.

Nous avons analysé les critères utilisés par les usagers qui ont reconnu l'existence de l'amélioration indifféremment à son degré<sup>30</sup>. Les usagers qui ont déclaré l'absence de l'amélioration aux niveaux des structures d'Algérie Poste ne sont pas concernés par cette question.

*Tableau n° 34 : Degré d'amélioration reconnue*

Degré d'amélioration reconnue par les usagers	Taux
Une grande amélioration	13.47 %
Une amélioration moyenne	48.40%
Une petite amélioration	26.41 %

### **B. Représentations de l'amélioration globale à partir du nombre de bureaux de poste**

74,72% d'usagers ayant évalué l'amélioration des services d'Algérie Poste, à partir de l'existence des bureaux de poste, reconnaissent l'évolution du nombre des bureaux, contrairement à 25,28 % qui ne reconnaissent pas cette évolution. Le taux élevé d'usagers ayant répondu par l'affirmative permet d'établir des corrélations entre l'augmentation du nombre des bureaux et l'évaluation globale de l'amélioration des services d'Algérie Poste.

C'est en zone urbaine que les usagers perçoivent le plus l'évolution en nombre de bureaux de poste.

Et si 76.33 % d'usagers de la grande poste et 85.73 % de la petite poste reconnaissent le nombre élevé des bureaux de poste, les usagers de la poste en zone rurale ne représentent que 57.52 %. Les taux indiquent le grand nombre de choix de bureaux de poste qui s'offrent à l'utilisateur de la zone urbaine contrairement à celui de la zone rurale.

*Tableau n° 35 : Amélioration selon la structure*

Modalité	Grande poste	Petite Poste	Poste de la zone rurale
Oui	76.33 %	85.73%	57.52 %
Non	23.67 %	14.27 %	42.48 %
Total	100%	100%	100%

<sup>30</sup> Grande amélioration, moyenne amélioration ou petite amélioration

La dimension genre des usagers n'influence pas les représentations sur le nombre élevé des bureaux de poste : les deux sexes estiment le nombre élevé avec un taux qui dépasse 74 %.

*Tableau n° 36 : Amélioration exprimée selon le genre*

Modalité	Usagers hommes	Usagers femmes
Oui	75.14%	74.14 %
Non	24.86 %	25.86 %
Total	100%	100 %

### **C. Représentations de l'amélioration globale à partir des distributeurs automatiques**

Algérie poste dispose actuellement de 400 GAB sur le territoire national. Le nombre de distributeurs peut être un indicateur de l'amélioration du service monétique d'Algérie Poste. A ce propos, 65.62 % d'usagers enquêtés ; détenteurs ou non d'une carte magnétique ; perçoivent cette amélioration, contrairement aux 34.38 % d'usagers qui voient les choses autrement

Ce sont les usagers de la zone urbaine qui perçoivent, le plus, l'évolution du service monétique à travers l'existence du nombre relativement important de distributeurs automatiques.

### **D. Représentations de l'amélioration globale à partir de la rapidité des opérations postales**

La capacité des guichetiers à prendre en charge la demande des usagers en fonction des équipements disponibles peut nous renseigner sur la rapidité des prestations de services offerts par Algérie Poste. L'enquête révèle que les représentations de la rapidité sont partagées par 57.70 % des usagers enquêtés. En outre, 42.30% des usagers perçoivent une lenteur dans les délais de réalisation des opérations (financières et postales).

La rapidité des opérations au niveau des guichets d'Algérie Poste est perçue par les usagers qui fréquentent les bureaux situés en zone rurale, tandis que la lenteur est davantage observée par les usagers qui fréquentent les bureaux situés en zone urbaine. Si les bureaux de poste de la zone urbaine sont plus équipés que les bureaux de poste de la zone rurale, l'équipement n'est pas l'unique facteur déterminant de la rapidité.

Si nous comparons les structures étudiées<sup>31</sup> sur le plan de la rapidité, nous voyons que la grande poste se trouve en troisième position après la poste de la zone rurale et la petite poste de la zone urbaine. La rapidité est en relation directe avec le rythme de la fréquentation.

59.57% d'usagers (hommes) estiment que l'exécution des opérations est rapide par rapport à 54.76 % d'usagers (femmes).

### **E. Représentations de l'amélioration globale à partir la qualité de l'accueil**

L'image de l'entreprise passe en premier lieu par l'amélioration de la qualité de l'accueil des usagers ; laquelle est perçue par 60.07 % des usagers. Le service de l'accueil donne une image positive de l'entreprise avec un taux qui dépasse les 50 % des représentations des usagers.

L'accueil dans les postes situées en zone rurale semble meilleur, selon le discours des usagers.

L'amélioration de l'accueil est beaucoup plus perçue dans la petite poste (62.53%) que dans la grande poste (58.12 %). Si nous classons l'évolution de l'amélioration entre les trois structures étudiées, les usagers classent la grande poste en troisième position en matière d'accueil.

*Tableau n° 37 : Amélioration de l'accueil selon les usagers*

Modalité	Grande poste	Petite Poste	Poste rurale
Oui	58.12 %	62.53%	66.47 %
Non	41.88 %	37.47 %	33.53 %
Total	100%	100%	100%

58.54 % de femmes pour 61,02% d'hommes déclarent l'existence d'une évolution de l'amélioration du service « accueil » dans les bureaux de poste.

*Tableau n° 38 : Amélioration de l'accueil exprimée par les femmes*

	Usagers hommes	Usagers femmes
Oui	61.02%	58.54 %
Non	38.98 %	41.46 %
Total	100%	100 %

<sup>31</sup> Grande poste, petite poste, poste de zone rurale

## F. Représentations de l'amélioration globale à partir de la dimension « sécurité »

L'évaluation de l'amélioration des services offerts par Algérie Poste ne pouvait pas ignorer le critère sécuritaire. Aussi, avons-nous abordé le problème de « la sécurité » dans le questionnaire adressé aux usagers ; et ce, à travers plusieurs questions en rapport avec la question de la sécurité dans l'espace « bureaux de poste », « dans l'utilisation de la carte magnétique », « autour du lieu de GAB » et « du solde CCP ». La question liée à la « sécurité » dans le cadre de l'évaluation de l'amélioration englobe d'une façon générale toutes les dimensions indiquées auparavant.

L'enquête révèle que l'absence de l'amélioration de la sécurité est partagée par 37.27 % des usagers enquêtés, alors que 62.73 % déclarent positive cette amélioration.

Le sentiment de l'amélioration des mesures d'assurance et de sécurité est partagé avec les mêmes taux entre les usagers Algérie Poste des zones urbaines et rurales.

64.07 % d'usagers de la grande poste soulignent l'évolution dans les mesures d'assurance et de sécurité. Avec l'amélioration des mesures sécuritaires, les usagers classent la grande poste en tête des structures étudiées.

*Tableau n° 39 : Amélioration par la sécurité*

Modalité	Grande poste	Petite Poste	Poste rurale
Oui	64.07 %	63.81%	61.48 %
Non	35.93 %	36.19 %	38.52 %
Total	100%	100%	100%

L'amélioration des conditions sécuritaires est observée par presque un nombre semblable d'usagers hommes (63,27%) et femmes (61,91%) ; de même que pour l'amélioration exprimée par l'accueil

Tableau n° 40 : Amélioration par l'accueil, exprimée par les deux sexes

Modalité	Usagers hommes	Usagers femmes
Oui	63.27%	61.91 %
Non	36.73 %	38.09 %
Total	100%	100 %

### G. Les usagers d'Algérie Poste et l'évaluation de l'amélioration par service

L'évaluation de l'amélioration globale des services d'Algérie Poste selon les usagers nous donne une image globale sur l'entreprise ; quoique cette dernière ne soit pas suffisante pour repérer dans quel service exactement se situe vraiment l'amélioration. Notre hypothèse est que les services ne sont pas au même niveau d'amélioration.

Nous présentons dans cette partie du rapport l'évaluation faite par les usagers ayant utilisé les services suivants : le service de retrait d'argent par chèque CCP, le service mandat, le service CNEP PTT, le service courrier et le service colis.

- *Evaluation du service « retrait d'argent par chèque CCP »*

Le retrait d'argent par chèque CCP est le service le plus sollicité au niveau des bureaux de poste. La lenteur des opérations liées au paiement à vue, les coupures de connexion et les défauts de planning (lors du versement de la paye des salariés), influencent de façon négative l'évaluation globale des prestations de services. Sur un ensemble de 3246 usagers répondants, 09.58 % considèrent que les opérations de retrait d'argent par chèque a connu une grande amélioration ; en revanche 17.28 % estiment qu'il n'y a aucune amélioration. Les deux taux liés aux échelles d'évaluation « une grande amélioration » et « aucune amélioration » sont nettement significatifs. Le service financier « retrait d'argent par chèque CCP » influence d'une façon négative l'image donnée par les structures.

**Tableau n° 41 : Evaluation du service retrait CCP**

<b>Modalité</b>	<b>Evaluation globale d'A/ Poste</b>	<b>Evaluation du service CCP</b>
Une grande amélioration	13.47 %	09. 58 %
Une moyenne amélioration	48.40 %	47. 57 %
Une petite amélioration	26.41 %	25. 57 %
Aucune amélioration	11.72 %	17. 28 %
Total	100 %	100%

Si nous prenons en compte les différentes appréciations de l'amélioration selon les trois types de structures étudiées à savoir la grande poste, la petite poste et la poste de la zone rurale, nous voyons que les sentiments « grande amélioration » et « aucune amélioration » sont répartis d'une façon inégale par les usagers du service retrait d'argent par CCP sur les différentes structures. La Grande Poste est la structure qui enregistre le taux le plus faible en ce qui concerne le critère «grande amélioration » (07.25 %) et le taux le plus élevé pour le critère « aucune amélioration » (19,78%)

Malgré l'informatisation du service CCP, les prestations de service de la grande poste sont loin de produire une image positive. Par contre les postes de la zone rurale, avec un niveau d'équipement moins conséquent, sont davantage appréciées

**Tableau n° 42 : Evaluation du service retrait CCP**

<b>Modalité</b>	<b>Grande amélioration/ CCP</b>	<b>Aucune amélioration</b>
La grande poste	07.25 %	19.78 %
La petite poste	12.30%	16.19 %
La poste rurale	14.55 %	11.19 %

La distinction urbain / rural est une donnée importante pour analyser les degrés d'évaluation de l'amélioration des services. L'enquête révèle des différences d'appréciation selon les zones. 15.30 % d'usagers de la poste rurale optent pour le critère « grande amélioration » contrairement aux usagers qui fréquentent les bureaux situés en zone urbaine (8.49 %)

La comparaison par genre montre que l'option pour le critère « grande amélioration » est relativement plus grande chez les hommes avec 10,34% pour 08,38% chez les femmes.

Les taux d'amélioration du service retrait d'argent par chèque CCP sont différenciés selon le niveau d'instruction des usagers. Ceux ayant un niveau d'instruction secondaire et universitaire ne perçoivent pas une grande amélioration (08.34 %) contrairement à ceux ayant un niveau d'instruction primaire et moyen <sup>32</sup>

Nous pouvons dire que plus le niveau d'instruction des usagers qui utilisent le chèque CCP pour le retrait d'argent augmente plus le sentiment « grande amélioration » diminue. L'image négative de l'amélioration est confirmée à travers la modalité « aucune amélioration ». Les usagers de niveau secondaire et universitaire sont ceux qui déclarent, le plus, l'absence d'une amélioration pour ce service par rapport aux autres niveaux d'instruction des usagers.

L'évaluation de l'amélioration, du service retrait d'argent par chèque CCP, change aussi selon les situations professionnelles. L'enquête montre que pour 11,15% de salariés du secteur public, il existe une amélioration du service de retrait d'argent. Tandis que les pensionnés (ayant droits, ..), les professions libérales et les étudiants partagent faiblement ce sentiment. <sup>33</sup>

- *Evaluation du service mandat*

L'évaluation du deuxième service financier, les mandats (différents types) ne peut être mesurée que par rapport aux usagers qui utilisent cette prestation. Sur un ensemble de 4525 usagers enquêtés nous signalons que 44.49 % ont utilisé régulièrement les mandats. Les taux enregistrés en ce qui concerne les degrés d'amélioration de ce service rejoignent les taux enregistrés dans l'évaluation globale, dans la mesure où 11.76 % d'usagers qualifient l'amélioration comme « grande » contre, seulement 09.24 % qui déclarent une stagnation. La catégorie des usagers qui estiment que l'amélioration est moyenne représente 56.84 %. Globalement on peut dire que le service mandats, comme service financier, se trouve en meilleure position par rapport à l'autre service financier « retrait d'argent par chèque CCP ». Le taux « aucune amélioration du service mandat » est de 09.24 % contrairement au taux « aucune amélioration - globale » (11.72%) et au même taux concernant le CCP (17.28%).

---

<sup>32</sup> Respectivement 11.84 % et 13.76 %

<sup>33</sup> Respectivement 04.62%, 05. 88% et 07.52 %.

**Tableau n° 43 : Evaluation du service mandat**

Modalité	Taux
Une grande amélioration	11.76 %
Une moyenne amélioration	56.84 %
Une petite amélioration	22.16 %
Aucune amélioration	09.24 %
Total	100 %

Si l'amélioration du service mandat est perçue par un grand nombre d'utilisateurs, elle l'est davantage en zone rurale où 15.49 %, d'utilisateurs expriment leur satisfaction, par rapport 11.14 % d'utilisateurs en zone urbaine. Par ailleurs, avec le manque d'équipement et même de personnel, le service « mandat » est mieux estimé en zone rurale qu'en zone urbaine.

Ce sont les utilisateurs de la zone rurale qui viennent en tête dans l'échelle d'appréciation du service mandat avec 15,09 %.

En ce qui concerne le degré d'amélioration du service mandat selon le genre des enquêtés, l'enquête révèle que les utilisateurs femmes remarquent moins que les utilisateurs hommes l'amélioration dans ce service. Le taux des utilisateurs femmes qui déclarent « une grande amélioration » est de 10.42 % contre 12.53 % des utilisateurs hommes.

L'amélioration du service mandat est mieux appréciée par les utilisateurs ayant un niveau d'instruction moyen, primaire ou même sans instruction avec 14,37% contre 09,81% d'utilisateurs de niveau secondaire ou universitaire.

- ***Evaluation du service CNEP PTT***

Le service d'épargne au niveau d'Algérie Poste est représenté par les guichets « CNEP PTT ». L'enquête montre que le taux des utilisateurs qui ont un compte CNEP PTT est de 19.34 %. Ce service financier est peu sollicité par les utilisateurs d'Algérie poste selon les données recueillies durant la période de l'enquête. Les clients qui ont un compte CNEP PTT reconnaissent l'existence d'une grande amélioration. La reconnaissance globale se décline comme suit : 18.33 % déclarent l'existence d'« une grande amélioration », 51.87 % estiment que l'amélioration est moyenne, et 18.95 % parlent d'une petite amélioration.

Le sentiment d'une grande amélioration est plus prégnant chez les usagers de la zone urbaine (18.79 %) que ceux de la zone rurale (15.24 %).

Contrairement aux autres services financiers<sup>34</sup>, le service CNEP PTT est dit en « grande amélioration par les usagers femmes

**Tableau n° 44 : Evaluation du service CNEP PTT selon le genre**

	<b>Usagers hommes CNEP PTT</b>	<b>Usagers Femmes CNEP PTT</b>
Une grande amélioration	16.67 %	20.02 %
Une moyenne amélioration	51.85 %	51.91 %
Une petite amélioration	20.16 %	16.88 %
Aucune amélioration	11.32 %	10.19 %
Total	100%	100%

L'estimation de l'amélioration est plus élevée chez les usagers ayant un niveau d'instruction moyen, primaire et sans instruction que chez les usagers ayant un niveau d'instruction secondaire et universitaire. La modalité « une grande amélioration » est enregistrée auprès de 17.01 % d'usagers. Ce taux augmente pour la même modalité à 20.59 % pour d'autres catégories. Les taux enregistrés pour la modalité « aucune amélioration » ne confirment pas le premier constat. Par ailleurs, 12.85 % de niveau secondaire et plus, déclarent l'absence d'amélioration du service CNEP PTT contre 06.74 % des usagers ayant un niveau d'instruction inférieur.

Quel que soit le secteur (privé ou public) 18,28% de salariés estiment l'existence d'une grande amélioration.

• ***Evaluation de l'amélioration du service courrier***

En appliquant l'échelle d'évaluation des degrés d'amélioration pour le service courrier et en comparant avec les résultats recueillis dans le cadre de l'évaluation globale de l'amélioration, nous constatons que ces résultats influencent de façon négative le jugement global quant à l'amélioration des services et l'image de l'entreprise Algérie Poste.

<sup>34</sup> Le retrait d'argent par chèque CCP ou l'envoi / réception de l'argent par mandat

**Tableau n° 45 : Evaluation globale et service courrier**

<b>Modalité</b>	<b>Evaluation globale</b>	<b>Evaluation du service courrier</b>
Une grande amélioration	13.47 %	6,08%
Une amélioration moyenne	48.40%	39,49%
Une petite amélioration	26.41 %	34,15%
Aucune amélioration	11.72 %	20,27%
Total	100 %	100 %

Si nous prenons en considération la dispersion (urbaine/rurale) dans l'évaluation de l'amélioration du service courrier, nous constatons une dépréciation du service courrier par les usagers de la zone urbaine . Le taux des usagers s'étant prononcé pour une « une petite amélioration » est de 37.16% dans la zone rurale, alors qu'il est de 33.56% dans la zone urbaine. Les usagers qui déclarent l'existence d'une moyenne amélioration représentent un taux de 40.27% dans la zone urbaine, tandis que le taux diminue dans la zone rurale à 35.52%.

**Tableau n° 46 : Evaluation de l'amélioration selon la zone**

	<b>Zone urbaine</b>	<b>Zone rurale</b>
Une grande amélioration	5,83%	7,38%
Une amélioration moyenne	40,27%	35,52%
Une petite amélioration	33,56%	37,16%
Aucune amélioration	20,34%	19,95%
Total	100%	100%

Ce sont, surtout, les usagers de la grande poste qui reconnaissent que le service courrier est en amélioration.

**Tableau n° 47 : Evaluation de l'amélioration selon l'importance de la structure**

Modalité	Grande poste	Petite poste
Une grande amélioration	5,80%	6,57%
Une amélioration moyenne	42,00%	35,83%
Une petite amélioration	32,96%	35,18%
Aucune amélioration	19,24%	22,42%
Total	100%	100%

L'évaluation du service courrier n'est pas influencée par la dimension genre pour les usagers enquêtés.

**Tableau n° 48 : Evaluation de l'amélioration selon le genre.**

Modalité	Masculin	Féminin
Une grande amélioration	6,10%	5,97%
Une amélioration moyenne	39,56%	39,34%
Une petite amélioration	34,06%	34,50%
Aucune amélioration	20,28%	20,20%
Total	100%	100%

Par ailleurs, les données de l'enquête indiquent l'influence du facteur « niveau d'instruction » sur le degré de reconnaissance de l'amélioration du service courrier. Le taux des usagers qui expriment le sentiment d'une moyenne amélioration diminue chez ceux ayant un niveau d'instruction universitaire (37,40%) ou secondaire (37,03%), par rapport aux usagers des autres niveaux qui expriment le même sentiment avec des taux plus élevés ; à titre d'exemple les usagers ayant un niveau d'instruction primaire et moyen représentent respectivement des taux de 44.64% et de 42.33%.

39,19% d'usagers sans instruction déclarent l'existence d'une petite amélioration du service courrier.

En prenant en considération les caractéristiques socioprofessionnelles des usagers enquêtés dans l'évaluation de l'amélioration du service courrier, nous relevons que :

- Les taux des pensionnés (ayant droits, vieillesse, handicapés ..) et des étudiants qui reconnaissent l'amélioration du service courrier sont les plus faibles par rapport aux autres catégories professionnelles. Les pensionnés qui qualifient l'amélioration de ce service de « grande amélioration » et de « moyenne amélioration » représentent des taux de 3,76% et 30,08%.

- Les salariés du secteur public et les professions libérales sont les catégories qui jugent positivement l'amélioration moyenne du service courrier avec respectivement des taux de 42,14% et 44,20%.

- 24,42% d'usagers étudiants ne perçoivent pas d'amélioration dans le service

• ***Evaluation de l'amélioration du « service Colis »***

830 usagers, utilisant ce service, ont reconnu son amélioration. Les usagers qui perçoivent une « petite amélioration » et ceux qui n'observent « aucune amélioration » représentent respectivement des taux de 30.96% et 19.16% (les taux globaux sont de 26.41% et 11.72%).

***Tableau n° 49 : Evaluation du service « colis »***

	<b>Evaluation globale</b>	<b>Evaluation du service colis</b>
Une grande amélioration	13.47 %	8,43%
Une amélioration moyenne	48.40%	41,45%
Une petite amélioration	26.41 %	30,96%
Aucune amélioration	11.72 %	19,16%
Total	100 %	100 %

Si nous intégrons l'indicateur de dispersion (zone urbaine/zone rurale) dans l'évaluation de l'amélioration du service colis , nous notons que contrairement aux données inhérentes au service courrier et son éventuelle amélioration, le service colis est plus apprécié en zone rurale où 14,47% d'usagers notent sa « grande amélioration » par rapport à 07,82% seulement d'usagers en zone urbaine.

Pour localiser le jugement sur l'amélioration du service colis par rapport au type de bureau de poste (grande poste, petite poste), nous signalons que les usagers qui reconnaissent l'existence d'une grande amélioration du service colis sont plus dans la petite poste (14,04%) que dans la grande poste (07,05%).

Si nous prenons en considération l'évaluation « amélioration moyenne », nous notons que les usagers de la grande poste jugent d'une façon plus positive l'amélioration du service colis ( 44,44%), par rapport aux ceux des petites postes ( 35,96%), Mais, parallèlement à cette évaluation partiellement de la part des usagers de la grande poste, nous signalons que le taux de ces usagers ayant déclaré « aucune amélioration » est de 20,09% , pour 16,29% chez les usagers des petites postes .

*Tableau n° 50 : Evaluation du service « colis » par les usagers, selon la structure.*

	Grande poste	Petite poste
Une grande amélioration	07,05%	14,04%
Une amélioration moyenne	44,44%	35,96%
Une petite amélioration	28,42%	33,71%
Aucune amélioration	20,09%	16,29%
Total	100%	100%

Concernant l'évaluation de l'amélioration du service colis à partir de la dimension genre, l'enquête montre que les usagers femmes donnent un jugement partiellement positif par rapport aux hommes. Le taux des usagers femmes qui reconnaissent une moyenne amélioration du service colis est de 43,14%, contre 40,19% d'usagers hommes Le taux des usagers ayant déclaré « aucune amélioration » est plus faible chez les femmes (17,97%) que chez les hommes (20,00%).

Les taux d'évaluation des degrés d'amélioration de service « colis » varient selon les différents niveaux d'instruction, mais en notant que les « sans instruction » reconnaissent moins l'existence d'une grande amélioration avec un taux de 6,06% contre les usagers ayant un niveau secondaire qui inscrivent le taux le plus élevé (11,34%).

Les universitaires marquent le taux le plus élevé parmi les usagers ayant déclaré « aucune amélioration » de service colis (21,07%).

60% de pensionnés (ayant droits, vieillesse, handicapés ..) qualifient l'amélioration de ce service de moyenne, par rapport à 48,53% de salariés du secteur privé. Les appréciations des autres catégories sont variables : 35,19% pour les retraités, 42,72% pour les professions libérales.

## 4.2. Evaluation de l'amélioration des services et satisfaction des usagers d'Algérie Télécom

### • Utilisation du téléphone fixe par rapport au téléphone portable

Il est intéressant de déterminer, à partir de cette enquête, le statut sociologique du téléphone fixe comme moyen de communication à la maison par rapport à l'utilisation du téléphone portable ainsi que le rôle joué par le téléphone mobile qui va réduire partiellement les différences entre les zones urbaines et les zones rurales. L'enquête montre que 53.84 % des usagers possèdent un téléphone fixe à la maison contre 86,03% qui déclarent posséder un téléphone portable.

**Tableau n° 51 : Usagers en possession d'un téléphone fixe et d'un téléphone mobile**

	Téléphone fixe	Téléphone mobile
Oui	53.84 %	86.03 %
Non	46.16%	13.97%
Total	100%	100%

Nous notons aussi que les lignes téléphoniques (téléphone fixe) sont distribuées de façon inégale entre les zones urbaine et rurale : 61.17% des répondants du milieu rural affirment ne pas posséder de téléphone fixe à leur domicile contre 43,25% d'usagers urbains.

**Tableau n° 52 : Distribution des lignes téléphonique par zone**

	Zone urbaine	Zone rurale
Oui	56.75%	38.83%
Non	43.25%	61.17%
Total	100%	100%

Quant au téléphone mobile, nous constatons l'élargissement de son utilisation dans les deux zones : rurale et urbaine. Le taux des usagers enquêtés ayant un téléphone mobile est de 87.30% dans la zone urbaine et de 79.53% dans la zone rurale.

**Tableau n° 53 : Usagers en possession d'un téléphone mobile/zone**

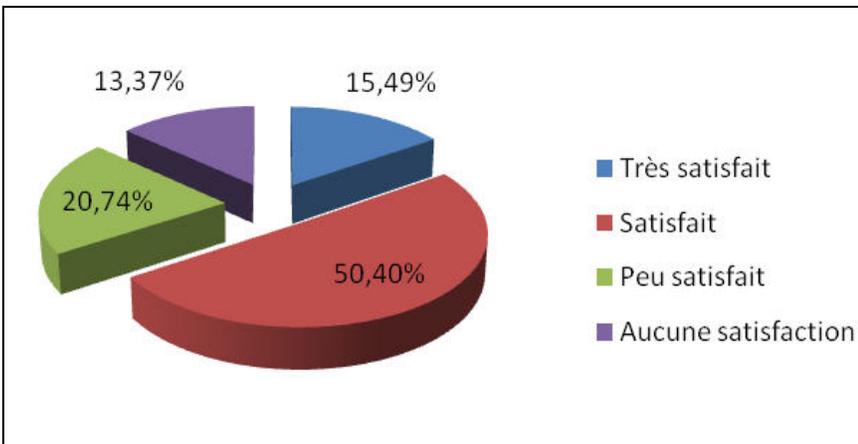
	Zone urbaine	Zone rurale
Oui	87.30%	79.53%
Non	12.70%	20.47%
Total	100%	100%

A partir de ces données, on peut dire que le degré d'utilisation du téléphone fixe à la maison ne fait que confirmer une reproduction de l'inégalité entre les zones urbaine et rurale, tandis que le taux important d'utilisation du téléphone portable réduit de plus en plus cet écart.

**• Evaluation de la satisfaction des usagers lors d'une réclamation pour rétablissement de ligne téléphonique**

65.89% des usagers sont satisfaits ou très satisfaits de l'accueil qui leur est réservé par les agents d'Algérie Télécom, lors de leur passage à l'agence pour signaler un dérangement ou faire une réclamation, 13.37 % déclarent ne pas être satisfaits et 20.74% affirment être moyennement satisfaits.

**Graphe n° 15 : Evaluation de la satisfaction de l'accueil lors d'une signalisation d'un dérangement du téléphone fixe**



Les taux des usagers qui ont déclaré être « satisfaits » et « très satisfaits » de l'accueil lors d'une réclamation ou d'un signalement de dérangement de la ligne de téléphonie fixe en zone urbaine sont respectivement de 50.96 % et 15.39%. Ils sont relativement élevés par rapport aux usagers de la zone rurale (46.13 % et 16.24%).

Le nombre des usagers qui affirment l'absence de satisfaction enregistre avec 12,95% chez les usagers de la zone urbaine pour 16,60% chez les usagers de la zone rurale.

**Tableau n° 54 Satisfaction de l'accueil selon la dispersion**

Modalité	Milieu urbain	Milieu rural
Très satisfait	15.39%	16.24%
Satisfait	50.96%	46.13%
Peu satisfait	20.70%	21.03%
Pas du tout satisfait	12.95%	16.60%
Total	100 %	100 %

• **Les problèmes liés à l'utilisation du téléphone fixe**

La pré-enquête menée auprès des usagers nous a renseignés sur l'existence d'un nombre de problèmes liés à l'utilisation du téléphone fixe à la maison. Les données de l'enquête confirment l'existence de ces problèmes à des degrés différents:

- Le coût élevé de la facture par rapport au téléphone mobile.
- Les erreurs de la facturation
- Les dérangements répétés
- La lenteur du rétablissement.
- La non délivrance de la facture ou le retard de cette délivrance.

Nous remarquons que 46.59 % des usagers enquêtés ayant utilisé le téléphone fixe à la maison déclarent qu'ils n'ont pas de problèmes dans l'utilisation de cet outil de communication. Cependant une autre catégorie d'usagers, soulève quelques problèmes selon des modalités différentes. Deux problèmes majeurs signalés par les usagers retiennent l'attention. Ce sont : les dérangements répétés et le coût élevé du service par rapport au téléphone portable .15,77% des usagers ont confirmé l'existence du premier problème et 15.39% parmi eux l'ont fait pour le deuxième. Les autres problèmes soulevés ont porté sur les erreurs de facturation avec 10,62%, la non délivrance de la facture ou le retard dans sa transmission avec 06,24% et la lenteur du rétablissement avec 04.89%.

*Tableau n° 55 : Les problèmes liés au téléphone fixe*

<b>Modalités</b>	<b>Taux</b>
Le coût élevé de la facture par rapport au téléphone mobile	15.39%
Les erreurs de la facturation	10.62%
Les dérangements répétés	15.77%
La lenteur du rétablissement	04.89%
La non délivrance de la facture ou le retard de cette délivrance	06.24%
Autres problèmes	00.50%
Aucun problème	46.59%
Total	100%

La hiérarchie des problèmes liés à l'utilisation du téléphone fixe distingue entre les usagers de la zone urbaine et ceux de la zone rurale. Les problèmes soulevés par les usagers de la zone rurale gardent la même hiérarchie déjà soulignée auparavant concernant les deux premiers problèmes. Les dérangements répétés enregistrent le taux élevé (17.27%), suivis par le problème du coût des factures (12.95%). Les autres problèmes soulevés sont classés comme suit : Les erreurs de la facturation (08.99%), la lenteur du rétablissement (06.47%) et la non délivrance de la facture ou le retard de cette délivrance (02.88%).

Pour ce qui concerne les usagers de la zone urbaine, la hiérarchie des problèmes liés à l'utilisation du téléphone fixe est renversée pour les deux premiers problèmes majeurs par rapport aux déclarations des usagers de la zone rurale. Pour les usagers de la zone urbaine, le problème du coût de la facture est le premier problème soulevé. Il enregistre un taux de 15.71%, suivi par le problème des dérangements répétés (15.57%). Les autres problèmes soulevés sont classés comme suit : les erreurs de la facturation (10.84%), la non délivrance de la facture ou le retard de cette délivrance (06.69%) et la lenteur du rétablissement (04.68%).

**Tableau n° 56 : Les problèmes liés au téléphone fixe selon la dispersion**

<b>Modalité</b>	<b>Urbain</b>	<b>Rural</b>
Le coût élevé de la facture par rapport au téléphone mobile	15.71%	12.95%
Les erreurs de la facturation	10.84%	08.99%
Les dérangements répétés	15.57%	17.27%
La lenteur du rétablissement	04.68%	06.47%
La non délivrance de la facture ou le retard de cette délivrance	06.69%	02.88%
Autres problèmes	00.52%	00.36%
Aucun problème	45.99%	51.08%
Total	100%	100%

- **Usagers et réseau Mobilis**

Le secteur de la téléphonie mobile a connu un développement considérable à partir du début des années 2000. Cette technologie, est devenue un des éléments les plus marquants de la nouvelle culture de communication. L'accès au téléphone portable devient de plus en plus facile, étant donné la diminution du prix de la puce et l'élargissement de la couverture des différents réseaux existants. Le marché de la communication mobile, réparti actuellement entre trois opérateurs (Mobilis, Djazzy et Nedjma) compte plus de 16 millions d'usagers.

L'enquête révèle que le phénomène de la fidélité des usagers à un réseau est devenu actuellement une réalité observable : 92.12 % des usagers enquêtés ayant un téléphone portable déclarent avoir une seule puce. Par contre la figure « usagers avec deux puces » ou « trois puces » ne représentent ensemble qu'un taux minime équivalant à 07.88 %. La fixation des choix des usagers à un seul réseau nous renseigne sur le degré d'attachement au numéro unique personnel.

**Tableau n° 57 : Choix du nombre de puce(s)**

Une (01)puce	3532	92.12%
Deux (02) puces	265	06.91%
Trois (03) puces	37	00.97%
Total	3834	100%

L'enquête révèle aussi que l'opérateur « Djezzy » qui se trouve en tête de liste des opérateurs de la téléphonie mobile, occupe plus de 50 % du marché des puces, suivi par l'opérateur *historique* Mobilis qui couvre 24.26 % du marché selon les usagers enquêtés.

**Tableau n° 58 : Choix de(s) puce(s)**

Mobilis	1014	24.26%
Djezzy	2426	58.02%
Nedjma	741	17.72%
Total	4181puces/	100%

Le choix des usagers est un indicateur qui renseigne sur l'estimation personnelle donnée sur la qualité des prestations offertes. Il nous renseigne aussi sur l'interaction des choix entre les usagers eux-mêmes, et il nous donne une image sur l'influence des critères objectifs « le degré de couverture » ainsi que sur le choix subjectif des usagers à l'égard des réseaux.

Les usagers qui n'ont pas choisi le réseau Mobilis évoquent en premier lieu le motif « les proches sont liés au même réseau » avec un taux de 34.10 %, tandis que le motif de la grande couverture du réseau se trouvent en deuxième position avec un taux équivalant à 22.30 %, suivi par les usagers qui avancent le motif de l'existence de plus de bonus avec un taux de 19.40%. Le choix des usagers semble être structuré en premier selon la nature des puces de l'entourage immédiat des usagers.

**Tableau n° 59 : Pourquoi avez-vous choisi d'autres réseaux ?**

Les motifs de choix	%
Plus économique	14.80 %
Les proches sont liés au même réseau	34.10 %
Une grande couverture	22.30 %
Plus de bonus	19.40%
Autres	09.40 %
Total	100%

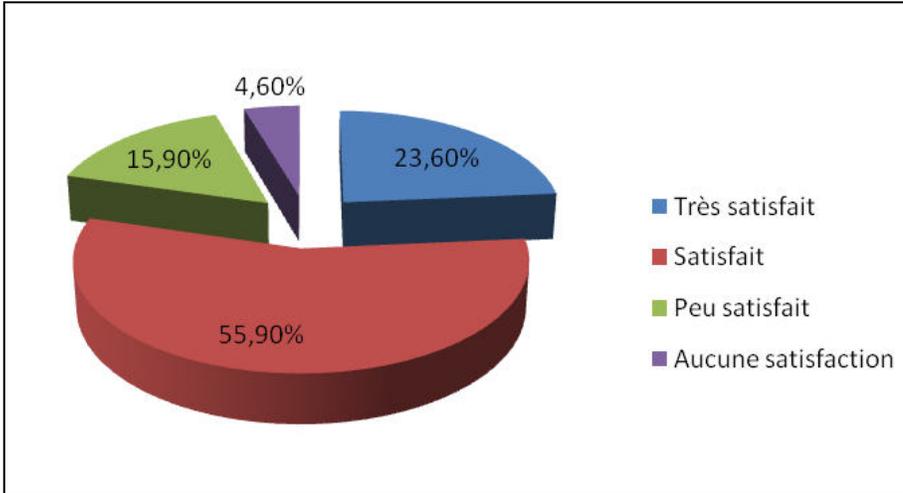
Les usagers enquêtés qui ont choisi le réseau Mobilis évoquent plus « la grande couverture » comme motif de leur choix avec un taux de 32.90%. Le motif de l'existence de plus bonus se trouve en deuxième position avec un taux équivalent à 16.20%, suivi par les usagers qui évoquent le motif « prestige du 0661 » avec un taux de 12.10%.

**Tableau n° 60 : Pourquoi avez-vous choisi le réseau Mobilis ?**

Les motifs de choix	%
Le prestige du « 0661 »	12.10%
La régularité de la connexion	07.30%
Une grande couverture	32.90%
Le coût raisonnable	07.60%
Des options intéressantes	06.70%
Un accueil convenable au paiement	01.70%
La facturation régulière	02.50%
La disponibilité de la carte de recharge	02.80%
Plus de bonus	16.20%
Autres	10.2%
Total	100%

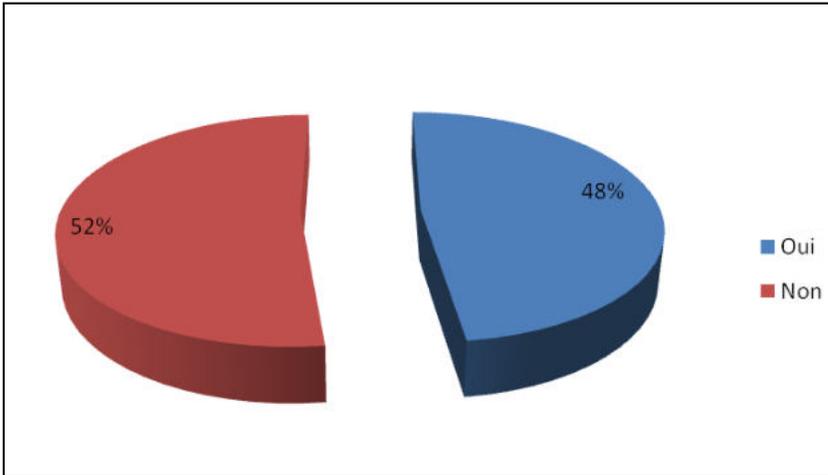
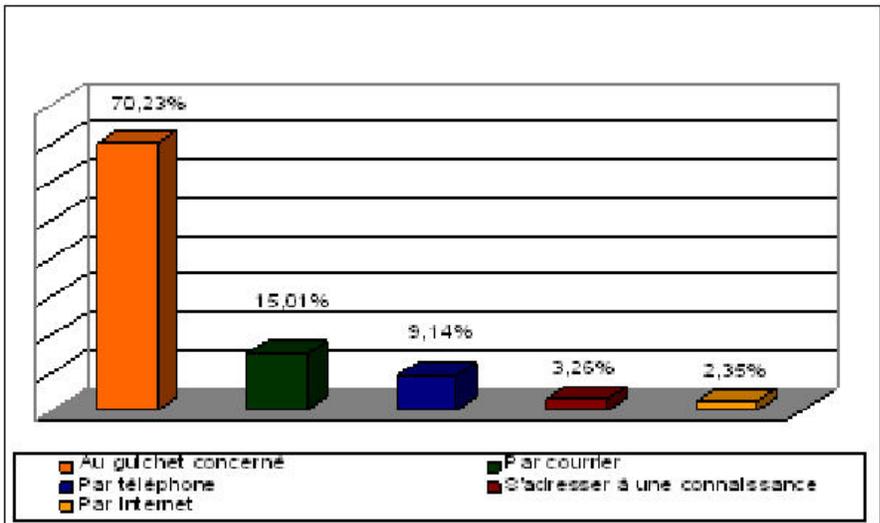
Si nous consacrons l'analyse de la satisfaction aux usagers ayant une puce Mobilis, nous trouvons que le taux le plus élevé des récurrences s'aligne devant la modalité « satisfait » (55.90 %), tandis que 23.6 % déclarent être très satisfaits des prestations offertes par Mobilis. Les « pas du tout satisfaits » représentent un taux de 4.6 %. Par ailleurs 15.90 % déclarent être « peu satisfaits » de ces prestations.

*Graphe n° 16 : Evaluation de la satisfaction des services offerts par Mobilis*



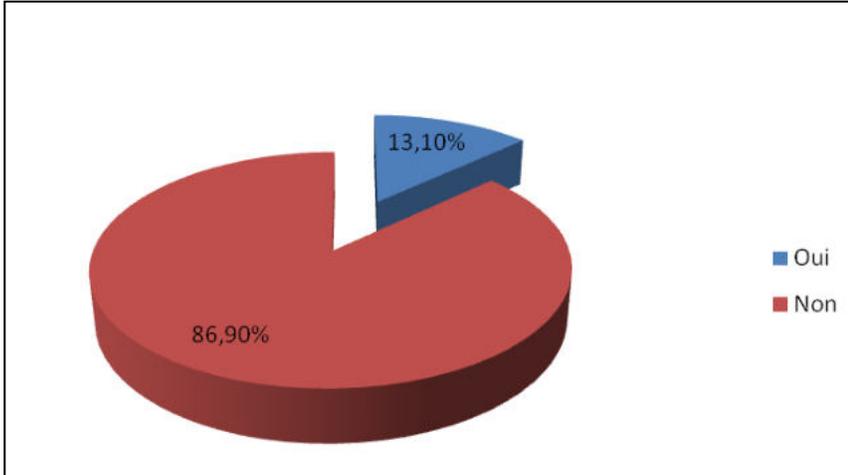
- *Usagers et Internet*

La possession des nouvelles technologies à la maison tels que les ordinateurs et l'Internet a connu un développement dans les dix dernières années. L'enquête confirme cette réalité car nous trouvons que 48 % des usagers enquêtés déclarent posséder un micro-ordinateur à la maison comparativement à 52 % déclarant ne pas en avoir.

*Graphe n° 17 : Possession d'un micro ordinateur à la maison**Graphe n° 18 : Comment avez-vous exprimé la réclamation ?*

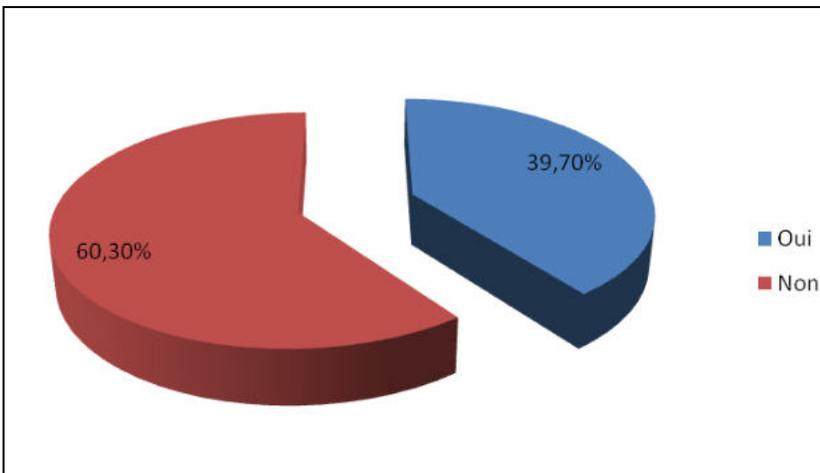
L'enquête montre aussi que l'acquisition d'un micro ordinateur dans le cadre du programme OSRATIC ne représente que 13,10 % des répondants ayant l'ordinateur.

*Graphe n° 19 : Possession d'un micro ordinateur dans le cadre du programme OUSRATIC*



Pour ce qui concerne la possession de l'internet, les données de l'enquête nous montrent le degré important d'utilisation du service Internet par la famille algérienne . Le taux des usagers enquêtés déclarent être connectés au réseau Internet à la maison est de 39.70 %. Parmi ses usagers nous constatons que 50.60% ayant confirmé l'utilisation de l'Internet à la maison par les différents membres de la famille. Les usagers favorisent le soir comme moment d'utilisation de l'Internet à la maison. Ils enregistrent un taux équivalent à 66.80%.

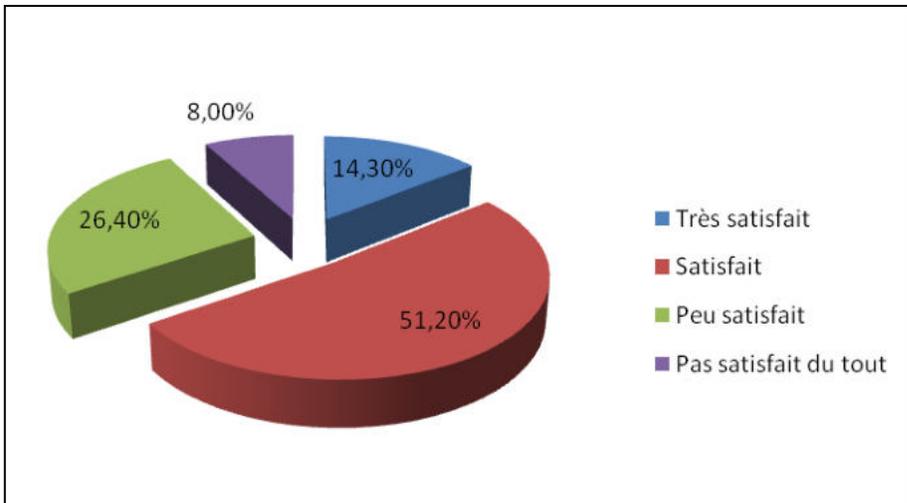
*Graphe n° 20 : Possession de l'internet à la maison*



L'enquête révèle aussi que 34.10% des usagers utilisent de l'Internet au cybercafé et le motif évoqué par eux est surtout l'absence d'Internet à la maison. Le taux des répondants qui soulèvent ce problème est de 79.60%, tandis que le taux des usagers qui évoquent le motif de la déconnexion à la maison ne dépasse pas 04.10%. Les usagers qui vont au cybercafé favorisent aussi le soir comme moment d'utilisation de l'Internet . Ils enregistrent un taux équivalent à 51.70%.

Les taux enregistrés dans l'évaluation globale de la satisfaction à l'égard des prestations de services offertes par ACTEL montrent que 65.50 % des usagers internautes sont satisfaits ou très satisfaits des services, par contre 26.40 % sont peu satisfaits. Il faut signaler aussi que 8 % des usagers déclarent ne pas être satisfaits du tout.

*Graphe n° 21 : Evaluation de la satisfaction du service Internet*



Pour ce qui concerne les problèmes soulevés par les usagers qui utilisent de l'Internet à la maison, la pré enquête menée auprès des usagers nous a renseigné l'existence de 05 types de problèmes à différents degrés d'importance déclarés par les différents types d'usagers. Ces problèmes soulevés sont :

- La déconnexion
- La cherté du haut débit
- L'insécurité (virus, spam)
- La lenteur du service d'installation
- La lenteur du rétablissement en cas de dérangement

A partir de la question posée dans le questionnaire sur les problèmes liés à l'utilisation de l'Internet à la maison, nous avons constaté que 42.30 % des usagers déclarent qu'ils n'ont pas de problèmes dans l'utilisation de ce moyen de communication. Mais une autre catégorie des usagers enquêtés soulève les cinq types de problèmes majeurs signalés auparavant avec des évaluations différentes.

Les données recueillies de l'enquête nous renseignent que le problème de la déconnexion est le premier problème majeur soulevé par les usagers qui utilisent de l'Internet à la maison. Le taux des usagers qui évoquent ce problème est de 28.8%. Le coût élevé du haut débit est aussi parmi les problèmes soulevés par les usagers internautes mais avec un taux minime équivalent à 06%. L'insécurité (virus, spam), la lenteur du rétablissement en cas de dérangement et la lenteur du service d'installation enregistrent respectivement des taux équivalents à 04%, 03.10% et 02%.

**Tableau n° 61 : Les problèmes liés à l'utilisation de l'Internet à la maison**

	%
La déconnexion	28.80%
La cherté du haut débit	06%
L'insécurité (virus, spam)	04%
Lenteur du service d'installation	02%
Lenteur du rétablissement en cas de dérangement	03.10%
Autres problèmes	13.80%
Aucun problème	42.30%
Total	100%

## 5. Services offerts et satisfaction des usagers

La satisfaction des usagers représente un objectif important à atteindre auprès des usagers/ clients, dans la conception d'une politique publique. Elle implique des actions à entreprendre sur les produits / services à promouvoir dans le sens d'une amélioration permanente, compte tenu des attentes.

Quelles satisfactions d'usagers pour quel service d'Algérie Poste?

### 5.1. Evaluation de la satisfaction globale des usagers

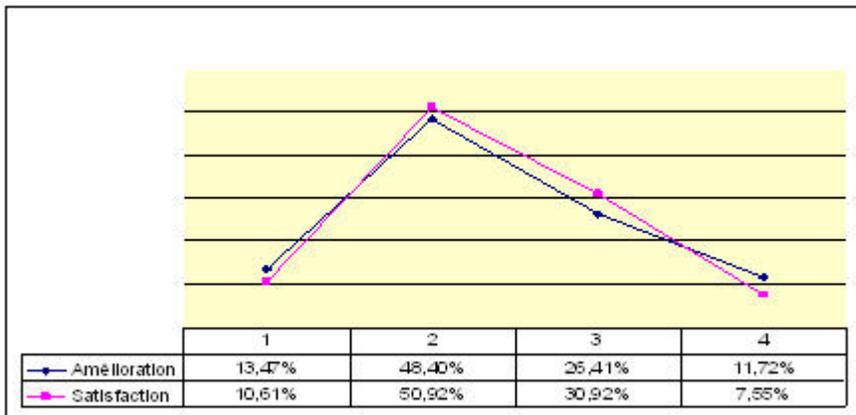
Les taux enregistrés dans l'évaluation globale de la satisfaction à l'égard des prestations de services offerts par Algérie Poste, montrent que 61.53 % des usagers sont satisfaits ou très satisfaits, contre 38.48 % qui déclarent n'être pas satisfaits (07.55 %) ou peu satisfaits (30.92 %). Ce qui est loin de correspondre aux attentes des usagers.

**Tableau n° 62 : Evaluation de la satisfaction**

Modalités	Taux
Très satisfait	10.61 %
Satisfait	50.92 %
Peu satisfait	30.92 %
Aucune satisfaction	07.55 %
Totale	100

L'évaluation positive de l'amélioration peut être corrélée à l'indice de satisfaction des usagers. En d'autres termes, plus l'amélioration est perçue et plus le degré de la satisfaction est élevé.

**Graphe n° 22 : La relation entre l'amélioration et la satisfaction**



- **Satisfaction selon l'âge des usagers enquêtés**

La tendance globale des taux de satisfaction n'est pas en relation causale avec l'âge ; généralement les taux de satisfaction enregistrés ne changent pas beaucoup. Cette lecture peut illustrer les résultats de

l'analyse : 50,92 % d'usagers déclarent être pleinement « satisfaits ». En ce qui concerne les usagers qui déclarent être « très satisfaits », le taux est en rapport croissant avec l'âge.

- **Satisfaction selon la dispersion (zone urbaine / rurale)**

54.20 % d'usagers ont déclaré être satisfaits des prestations de services d'Algérie Poste en zone rurale<sup>35</sup>. On note la même distinction entre les postes de la zone urbaine et ceux de la zone rurale. Si le taux des insatisfaits des postes situés en zone rurale est de 05.04 %, il est de 08.01 % en zone urbaine. La satisfaction à l'égard des prestations tend vers une certaine augmentation si nous passons du milieu urbain au milieu rural.

**Tableau n° 63 : Evaluation de la satisfaction selon la zone**

	Milieu urbain	Milieu rural
Très satisfait	10.59 %	10.69%
Satisfait	50.31 %	54.20%
Peu satisfait	31.09 %	30.08 %
Pas du tout satisfait	08.01 %	05.03 %
Total	100 %	100 %

- **Satisfaction des usagers selon les bureaux de poste étudiés**

Le taux des satisfaits ou plutôt très satisfaits, est plus élevé chez les usagers qui fréquentent les petits bureaux de poste situés en zone urbaine que chez ceux qui fréquentent les grandes postes ou les postes situées en zone rurale. Les taux suivants témoignent du degré de satisfaction, selon les bureaux de poste. Ainsi,

- 69.20% des usagers fréquentent les petits bureaux de postes
- 63.52 % des usagers fréquentent des postes situées en zone rurale
- 58.52 % des usagers fréquentent les grandes postes.

- **Satisfaction selon le genre des usagers enquêtés**

En matière d'évaluation globale de la satisfaction des services offerts par Algérie Poste , nous constatons que les femmes donnent un jugement un peu plus sévère . Les résultats suivants montrent que :

<sup>35</sup> Taux relativement élevé par rapport à celui des usagers d'Algérie Poste de la zone urbaine (50.31 %).

- 51.86 % d'utilisateurs hommes expriment leur satisfaction par rapport à 49.52 % de femmes.

- 09.09% d'utilisateurs femmes ne sont pas satisfaites du tout contre 06.56 % d'utilisateurs hommes. Les utilisateurs femmes paraissent plus exigeantes

#### • *Satisfaction selon le niveau d'instruction des utilisateurs enquêtés*

La satisfaction des utilisateurs est en relation décroissante avec le niveau d'instruction des enquêtés. Les données de l'enquête renseignent sur le taux des utilisateurs « satisfaits » et « très satisfaits ». Ces données semblent plus élevées chez les utilisateurs ayant un niveau d'instruction secondaire et universitaire que chez les utilisateurs d'un niveau primaire, moyen ou sans instruction.

#### • *Satisfaction selon la situation professionnelle des utilisateurs*

L'existence d'une certaine satisfaction est enregistrée auprès d'un nombre appréciable d'utilisateurs, : plus de 55 % parmi les répondants, tous profils professionnels confondus, à l'exception de ceux qui occupent une profession libérale ou étudiants, ont affirmé être « satisfaits ou très satisfaits » par les prestations de service offerts par Algérie poste. Le taux des « très satisfaits » est de 07.71 % chez les utilisateurs exerçant une profession libérale et de 08.06 % chez les étudiants.

Le taux le plus élevé des « très satisfaits » est enregistré chez les utilisateurs intégrés dans les activités à intérêt général ( 14.55 %) et chez les pensionnés ( 12.50 %).

Le taux le plus élevé des « peu satisfaits » est localisé chez les utilisateurs étudiants (36.94 %).

#### **4.2. *Evaluation de la satisfaction selon les services***

Les degrés de satisfaction globale déclarée par les utilisateurs d'Algérie Poste se déclinent par des taux différenciés lorsqu'il s'agit de l'évaluation de la satisfaction par service : financiers et postaux. Les résultats de l'évaluation de la satisfaction, se reflètent à travers ceux de « l'amélioration ». Autrement dit, lorsqu'il y a amélioration de service, affirmée par les utilisateurs, les données soulignent la présence de satisfaction avec un taux aussi intéressant. Il est intéressant de cibler les degrés de satisfaction déclarée par les utilisateurs selon les différents services afin d'identifier les prestations qui produisent les taux élevés de satisfaction chez les utilisateurs et celles qui n'arrivent pas à générer cet état chez les clients.

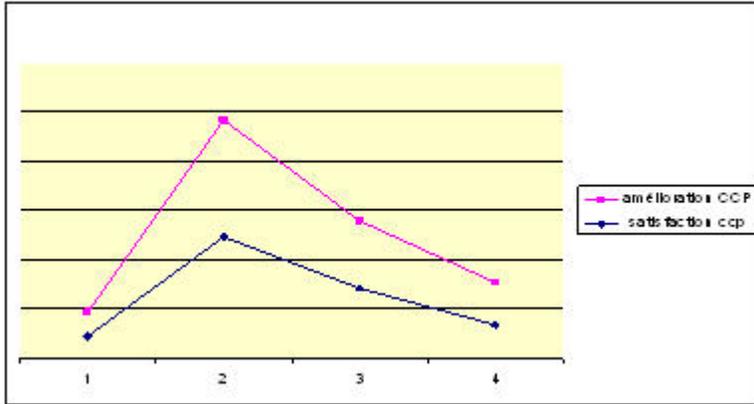
• *L'évaluation de la satisfaction des usagers à l'égard du service « retrait d'argent par chèque CCP »*

Le retrait d'argent par chèque CCP est l'un des services qui influent d'une façon intense et décisive sur les comportements des usagers, notamment sur leur choix des bureaux de poste à fréquenter. Les résultats de l'enquête montrent que le taux des usagers qui déclarent être satisfaits ou plutôt très satisfaits est de 58.39 %. Il est moins de 03 % par rapport à l'évaluation de la satisfaction globale. Et le taux des usagers qui affirment l'absence de toute satisfaction concernant ce service (13.40 %) est plus élevé que celui de l'évaluation de la satisfaction globale. Si nous en ajoutons les usagers « peu satisfaits » ce taux devient 41.61 % des usagers qui déclarent l'existence d'une distance importante entre les attentes et les besoins d'un côté et la réalité du service au niveau des bureaux de poste.

*Tableau n° 64 : Evaluation de la satisfaction / service retrait CCP*

	<b>Satisfaction globale des usagers d'Algérie Poste</b>	<b>L'évaluation de la satisfaction du service retrait CCP</b>
Très satisfait	10.61 %	09.03 %
Satisfait	50.92 %	49.31%
Peu satisfait	30.92 %	28.25%
Pas du tout satisfait	07. 55 %	13.41%
Total	100 %	100%

Si nous comparons les taux enregistrés sur l'évaluation de l'« amélioration » du service retrait d'argent par chèque CCP et ceux enregistrés dans l'évaluation de la « satisfaction » nous trouvons que les attentes des usagers sont au-dessous des taux de l'amélioration déclarée. Donc, quelque soit l'amélioration du service retrait d'argent par chèque CCP la satisfaction est moindre. Les usagers apprécient mieux l'amélioration qui existe au niveau des bureaux de poste mais elle reste loin de satisfaire les exigences des usagers.

**Graphe n° 23 : La relation amélioration / satisfaction chèque CCP**

Les usagers qui fréquentent les postes situées en zone rurale sont plus satisfaits du service du retrait d'argent par chèque CCP que les usagers qui fréquentent les bureaux de postes de la zone urbaine. En zone rurale le taux des « très satisfaits » et des « satisfaits » est de 69.35 % dont 56.30% en zone urbaine. Les usagers très satisfaits se trouvent plus en zone rurale (12.84%) qu'en zone urbaine, et les « pas du tout satisfaits » sont plus nombreux en zone urbaine. Une hiérarchie de la satisfaction s'installe entre deux types de structures d'Algérie Poste en relation avec le service du retrait d'argent par chèque CCP selon les usagers.

La satisfaction n'est pas ressentie au même degré entre les usagers selon les trois types de structures étudiées. On enregistre des taux plus élevés de la satisfaction dans les postes de la zone rurale que dans les petites et les grandes postes. Les usagers classent la grande poste en troisième position en matière de satisfaction dans l'utilisation du chèque CCP pour le retrait d'argent. Par ailleurs, 45.65 %, parmi les répondants, déclarent être peu ou pas du tout satisfaits pour 54.35 % de satisfaits ou très satisfaits. La satisfaction des usagers comme l'amélioration, par rapport au service du retrait par CCP, classe la grande poste en troisième position dans l'échelle des appréciations.

*Tableau n° 65 : Evaluation de la satisfaction selon la structure*

	<b>Grande Poste</b>	<b>Petite Poste</b>	<b>Poste Rurale</b>
Très satisfait	08.33 %	09.82 %	11.99 %
Satisfait	46.02 %	53.78 %	55.61 %
Peu satisfait	30.82%	23.05 %	24.53 %
Pas satisfait du tout	14.83 %	13.35 %	07.87 %
Total	100%	100 %	100 %

Le taux d'évaluation de la satisfaction chez les usagers femmes est moins élevé que celui enregistré chez les hommes. On peut dire que les attentes chez les usagers femmes ne sont pas toujours bien satisfaites. Les usagers hommes sont « satisfaits » du service du retrait d'argent par chèque CCP avec un taux de 46%.

Les taux de satisfaction sont en relation décroissant avec les niveaux d'instruction. Le taux des usagers insatisfaits est de 65.35 % chez les usagers ayant un niveau d'instruction moyen primaire ou plus bas, alors que ce taux est de 55.54 % chez les usagers ayant un niveau d'instruction secondaire et plus ; L'insatisfaction est bien localisée chez les usagers les plus instruits.

Les salariés du secteur public sont les plus satisfaits du service du retrait d'argent par chèque CCP par rapport à ceux des autres professions. Les résultats suivants montrent cette tendance : 64.31 % des salariés du secteur public qui déclarent être « satisfaits » ou « très satisfaits », tandis que ce taux diminue pour les catégories de salariés dans le secteur privé (53.39 %), les professions libérales (55.92%) et les étudiants (49.55 %).

L'insatisfaction « pas du tout satisfaits » est plus déclarée par les catégories des professions libérales (14.47 %), les retraités (14.76 %) et les étudiants (18.67 %).

• *L'évaluation de la satisfaction des usagers à l'égard du service « mandat »*

La satisfaction pour le deuxième service financier est mesurée à partir du taux d'utilisation des mandats qui est de 44.49 % pour un total de 4525 d'usagers enquêtés. Les taux de satisfaction enregistrés sur le service mandat, à travers les déclarations des usagers, sont plus élevés que ceux de la satisfaction, signalés par les usagers, à propos du retrait

d'argent par CCP. L'enquête révèle que plus de 70 % des usagers affirment d'être « satisfaits » ou « très satisfaits » alors que le taux des « peu satisfaits » et « pas du tout satisfaits » ne dépasse pas 29 %. Le service mandat, en tant que service financier, exprime les taux les plus faibles d'insatisfaction par rapport aux autres services financiers et postaux qui est de 05.66 %. Le tableau suivant indique cette réalité recueillie auprès des usagers d'Algérie Poste.

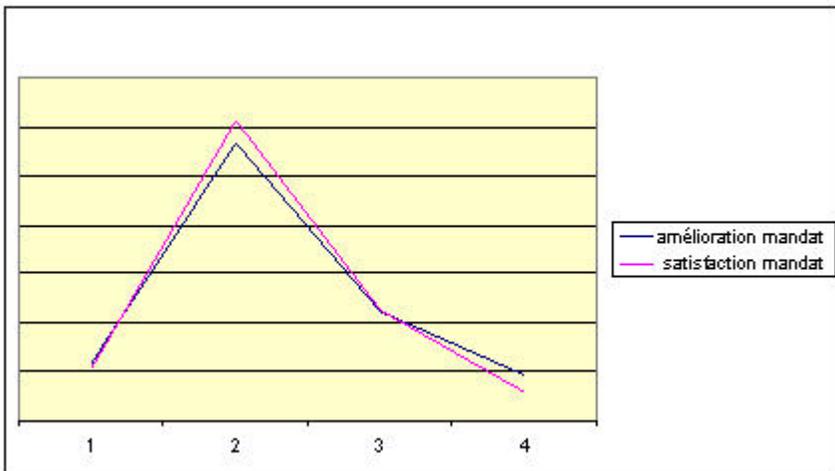
Les taux de satisfaction du service mandat, est nettement plus élevé que celui de la satisfaction globale des usagers. Il influe positivement sur le taux global de la satisfaction.

*Tableau n° 66 : Evaluation de la satisfaction du service « mandat »*

	Satisfaction globale des usagers d'Algérie Poste	L'évaluation de la satisfaction du service mandat
Très satisfait	10.61 %	10.62 %
Satisfait	50.92 %	61.27%
Peu satisfait	30.92 %	22.45%
Pas du tout satisfait	07.55 %	05.66%
Total	100 %	100%

L'existence d'une amélioration dans le service mandat est liée à celle de la satisfaction comme le montre le graphe suivant :

*Graphe n° 24 : La relation amélioration / satisfaction mandat*



Si, globalement, la satisfaction est considérée positivement par plus de 70 % des usagers par rapport au service « retrait d'argent par chèque CCP », elle l'est davantage par rapport aux zones rurales. Le taux des usagers de ces dernières qui déclarent être « satisfaits » ou « très satisfaits » est de 84.04 %, tandis que celui des zones urbaines, pour les mêmes modalités de réponse, est de 69.87%. Le même constat pour la modalité « pas satisfait du tout » (03.55 % en zone rurale et 06.01 % en zone urbaine).

Malgré une insuffisance relative en équipement et même en personnel, le service « mandat » procure des taux intéressants de satisfaction en zone rurale qu'en zone urbaine.

*Tableau n° 67: Evaluation du service « mandat » selon la zone*

	<i>Poste en zone rurale</i>	<i>Poste en zone urbaine</i>
Très satisfait	12.41 %	10.32 %
Satisfait	71.63 %	59.55 %
Peu satisfait	12.41%	24.12 %
Pas satisfait du tout	03.55 %	06.01 %
Total	100%	100 %

Malgré le taux élevé de satisfaction, la grande poste reste selon les estimations des usagers en troisième position par rapport aux autres postes (la petite poste et la poste située en zone rurale).

Les données de l'enquête affirment que les usagers de poste situées en zone rurale, sont ceux qui déclarent être « satisfaits » ou « très satisfaits » du service mandat avec un taux de 81.62 % contre, les usagers de la grande poste avec un taux de 68.55 %. Il existe aussi, une légère supériorité de la petite sur la grande poste dans cette échelle d'évaluation de la satisfaction.

Par ailleurs, le taux de satisfaction des usagers, du service mandat, qui déclarent « pas du tout satisfaits », est presque le même au niveau de toutes les structures d'Algérie Poste.

**Tableau n° 68: Evaluation de la satisfaction selon la structure**

	<b>Grande Poste</b>	<b>Petite Poste</b>	<b>Poste Rurale</b>
Très satisfait	09.75%	10.41 %	12.01 %
Satisfait	58.80 %	67.19 %	69.61 %
Peu satisfait	25.91%	16.9 %	13.79 %
Pas satisfait du tout	05.54 %	05.40 %	04.59 %
Total	100%	100 %	100 %

En ce qui concerne les divers niveaux de satisfaction des usagers du service mandat, selon le genre, l'enquête révèle que les usagers des deux sexes déclarent « être satisfaits » avec une légère différence. Le taux des usagers femmes qui déclarent « très satisfaites » est de 09.75 % contre 11.03 % des usagers hommes. La tendance est inversée pour la modalité « pas du tout satisfaits,» qui enregistre 07.06 % pour les usagers femmes contre 04.96 % pour les usagers hommes.

**Tableau n° 69 : Evaluation de la satisfaction selon le genre**

	<b>Usagers hommes</b>	<b>Usagers femmes</b>
Très satisfait	11.03 %	09.75 %
Satisfait	61.47 %	60.88%
Peu satisfait	22.54%	22.32%
Pas satisfait du tout	04.96 %	07.05 %
Total	100%	100 %

L'estimation de la satisfaction des usagers, pour le service mandat, est répartie selon des taux équitables entre les différents niveaux d'instruction des usagers. Par exemple, les usagers ayant le niveau d'instruction secondaire et plus, estiment être « satisfaits » avec un taux de 61.10 %. La satisfaction est déclarée, avec le même taux, par les usagers ayant le niveau d'instruction moyen ou plus bas. L'égalité se situe aussi au niveau des taux des déclarations enregistrées dans la modalité de réponse « pas du tout satisfaits ».

La différence ne se limite pas au niveau d'instruction ; elle est observable aussi dans l'utilisation du service. Sur un ensemble de 1979 usagers qui utilisent les différents types de mandat, 70,49 % sont de niveau secondaire ou universitaire.

Si le niveau d'instruction n'influe pas sur les degrés de satisfaction déclarée par les usagers, on retrouve à peu près les mêmes résultats concernant les profils professionnels. On peut dire que le service mandat est celui qui procure le plus de satisfaction pour tous les usagers indifféremment du genre, du niveau d'instruction ou de la situation professionnelle.

• *L'évaluation de la satisfaction des usagers à l'égard du service « CNEP PTT »*

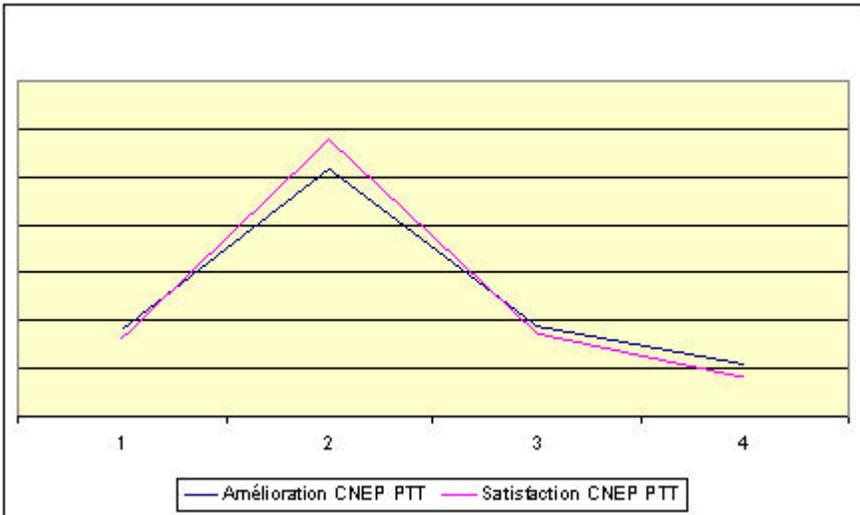
Avec un taux de fréquentation qui ne dépasse pas 05.47 % (selon une question posée dans le questionnaire : Pourquoi être vous venu(e) ?) et un taux d'usagers détenteurs d'un compte épargne avec 19.34 %, le service CNEP PTT est celui qui procure le plus de satisfaction avec un taux de 74.45 % d'usagers qui déclarent être « satisfaits » ou « très satisfaits ».

Les taux de satisfaction des usagers du service CNEP PTT est meilleur se distingue de celui de la satisfaction globale. En effet, malgré sa moindre sollicitation (peu fréquenté), le service CNEP PTT influe lui aussi, positivement sur le taux global de la satisfaction.

*Tableau n° 70 : Evaluation de la satisfaction du service « mandat »*

	Satisfaction globale des usagers d'Algérie Poste	Satisfaction du service mandat
Très satisfait	10.61 %	16.50 %
Satisfait	50.92 %	57.95%
Peu satisfait	30.92 %	17.36%
Pas du tout satisfait	07. 55 %	08.19%
Total	100 %	100%

Les taux de satisfaction exprimés par les usagers reflètent les jugements positifs déclarés sur l'amélioration.

*Graphie n° 25 : La relation amélioration / satisfaction CNEP PTT*

Le sentiment de satisfaction est déclaré fortement, par les usagers qui fréquentent les bureaux de poste situés en zone rurale avec 80.73 % contre 73.48 % en milieu urbain. La distinction entre les structures d'Algérie Poste dans les deux zones se décline à travers la modalité « pas satisfaits du tout ». Si ce taux est de 05.50 % pour les usagers qui fréquentent les bureaux de poste en zone rurale, il est de 08.60 % pour ceux qui fréquentent les bureaux de poste en zone urbaine.

*Tableau n° 71: Evaluation de la satisfaction selon la zone*

	Poste urbaine	Poste rurale
Très satisfait	16.36 %	17.44 %
Satisfait	57.12 %	63.30 %
Peu satisfait	17.91%	13.76 %
Pas satisfait du tout	08.60 %	05.50 %
Total	100%	100 %

Par ailleurs, les taux de satisfaction sont répartis d'une façon inégale entre les différentes structures d'Algérie Poste. Bien que la première place dans le classement par priorité, est détenue par les postes rurales, les usagers de la grande poste sont plus satisfaits que les usagers qui fréquentent les bureaux des petites postes avec 74.67 % de « satisfaits »

ou « très satisfaits ». Les usagers qui utilisent le service CNEP PTT dans les petites postes sont plus nombreux à ne pas être satisfaits du tout.

*Tableau n° 72 : Evaluation de la satisfaction selon la structure*

	Grande Poste	Petite Poste	Poste Rurale
Très satisfait	18.94%	14.45 %	16.51 %
Satisfait	55.73%	54.44 %	65.14 %
Peu satisfait	16.74%	22.22 %	14.68 %
Pas satisfait du tout	08.59%	08.89 %	03.67 %
Total	100%	100 %	100 %

Le service CNEP PTT est parmi les services qui procurent le plus la satisfaction chez les usagers femmes que chez les usagers hommes. Nous avons constaté la même tendance lorsque nous avons analysé les degrés de « l'amélioration » chez les femmes qui utilisent ce service. Le taux des femmes qui affirment l'existence de la satisfaction en utilisant le service CNEP PTT est de 75.4 % « satisfaits » et « très satisfaits » et le taux des usagers femmes qui déclarent ne pas être satisfaites du tout est de 06.62 %, contre 73.75 % chez les hommes pour « satisfaits » et 09.22 % pour « insatisfaits ».

*Tableau n° 73 : Evaluation de la satisfaction selon le genre*

	Usagers hommes	Usagers femmes
Très satisfait	15.43 %	18.30 %
Satisfait	58.32 %	57.10%
Peu satisfait	17.03%	17.98%
Pas satisfait du tout	09.22 %	06.62 %
Total	100%	100 %

Le taux de satisfaction chez les usagers n'accuse pas de grandes différences chez les usagers compte tenu de leur niveau d'instruction. Les usagers de niveau secondaire et universitaire restent parmi les usagers les plus exigeants en matière de qualité, rapidité et sécurité du service.

**Tableau n° 74 : Evaluation de la satisfaction selon le niveau d'instruction**

	Usagers de niveau moyen et moins	Usager de niveau secondaire et plus
Très satisfait	16.48 %	16.32 %
Satisfait	63 %	55.65%
Peu satisfait	15.42%	18.55%
Pas satisfait du tout	05.10 %	09.46 %
Total	100%	100 %

Le service d'épargne CNEP PTT est mieux estimé par les différents profils professionnels avec de satisfaction qui dépassent généralement 65 %.

• *L'évaluation de la satisfaction des usagers à l'égard du service « western Union » :*

Le service Western Union est un service qui assure le transfert d'argent de l'étranger vers les usagers à travers Algérie Poste. Le taux de connaissance de sa procédure ne dépasse pas 32 % des usagers d'Algérie Poste, alors que le taux de sa utilisation en est inférieur (11.89 %). L'étude de la satisfaction porte sur la catégorie des usagers (529 usagers) d'Algérie Poste qui connaissent et utilisent le service Western Union. Le taux de satisfaction des usagers de ce service rejoint celui de la satisfaction signalés du service « retrait d'argent par chèque CCP » malgré la différence notée quant à son utilisation. Le taux des usagers de Western Union, qui déclarent être « satisfaits » ou « très satisfaits » est de 59.73 % pour 28.90% de « peu satisfaits ». Ce taux est de 58,34% pour les modalités « satisfaits » ou « très satisfaits » et de 28,25% concernant la catégorie « peu satisfaits » pour le service retrait d'argent par chèque CCP.

**Tableau n° 75 : Evaluation de la satisfaction selon le service Western U ou CCP**

	<b>Western Union</b>	<b>Retrait par chèque CCP</b>
Très satisfait	14.45 %	09.03 %
Satisfait	45.28%	49.31%
Peu satisfait	28.90%	28.25%
Pas satisfait du tout	11.37 %	13.41 %
Total	100%	100 %

Le taux de satisfaction semble faible si nous prenons en considération également le taux des usagers qui ont fréquenté les bureaux de poste pour le retrait d'argent du service Western Union avec 01.98 % sur l'ensemble des usagers qui ont fréquenté les bureaux de poste durant l'enquête.

Le taux de satisfaction des usagers du service Western Union en milieu urbain est supérieur à celui des usagers en milieu rural. Si 56.09 % des usagers estiment être satisfaits du service de transfert d'argent par le biais de Western Union en milieu rural, ce taux augmente à 60.22 % pour les usagers en milieu urbain. L'insatisfaction est aussi élevée chez les usagers en milieu rural (17.68 %) contre (10,53%) en milieu urbain. La localisation du service au niveau de la grande poste peut expliquer cette situation.

Le service Western Union est le seul service qui enregistre des taux élevés de satisfaction chez les usagers en milieu urbain et rural.

**Tableau n° 76 : Evaluation de la satisfaction du service de Western Union, selon la zone**

	<b>En milieu urbain</b>	<b>En milieu rural</b>
Très satisfait	14.51 %	14.02 %
Satisfait	45.71%	42.07%
Peu satisfait	29.25%	26.22%
Pas satisfait du tout	10.53 %	17.69 %
Total	100%	100 %

Les usagers qui fréquentent les bureaux de la grande poste sont « satisfaits ou très satisfaits » par rapport aux usagers des autres structures étudiées. L'indisponibilité du service au niveau de plusieurs bureaux de poste (à l'exception de ceux de la grande poste), est un facteur qui explique le taux de satisfaction pour la grande poste. Les usagers en zone rurale sont obligés de se déplacer vers la grande poste pour s'informer ou utiliser ce moyen pratique de transfert d'argent. Ce service, donne la priorité, pour la première fois, à la grande poste par rapport à la satisfaction des usagers.

Les usagers femmes du service Western Union sont plus satisfaites avec un taux de 61.78 % contre 58.58 % pour les hommes.

*Tableau n° 77 : Evaluation de la satisfaction selon le genre*

	Usagers hommes	Usagers femmes
Très satisfait	14.25 %	14.65 %
Satisfait	44.33 %	47.13%
Peu satisfait	28.73%	29.11%
Pas satisfait du tout	12.69 %	09.11 %
Total	100%	100 %

Les taux de satisfaction ne changent pas même si le niveau d'instruction et la situation professionnelle des usagers changent.

• *L'évaluation de la satisfaction des usagers à l'égard du service« Courrier »*

Les taux de satisfaction selon les déclarations des usagers classent les services postaux (courrier et colis) en deuxième position par rapport au taux de satisfaction estimés pour les services financiers. Les taux faibles de satisfaction des usagers, confirment les faibles taux d'estimation affectés aux degrés d'amélioration. La relation causale entre « la satisfaction » et « l'amélioration » est nettement claire dans les déclarations de jugements des usagers, établis, sur le service courrier et colis. A partir d'une première lecture sur les différents taux de satisfaction des usagers par rapport aux différents services, nous pouvons dire que les services postaux influent d'une façon négative sur les taux de satisfaction globale des services d'Algérie Poste.

Les résultats de l'enquête révèlent que 46.68 % usagers déclarent être « satisfaits » ou « très satisfaits » tandis que plus de la moitié des usagers sont « peu satisfaits » (34.24 %) ou « pas du tout satisfait » (19.08 %).

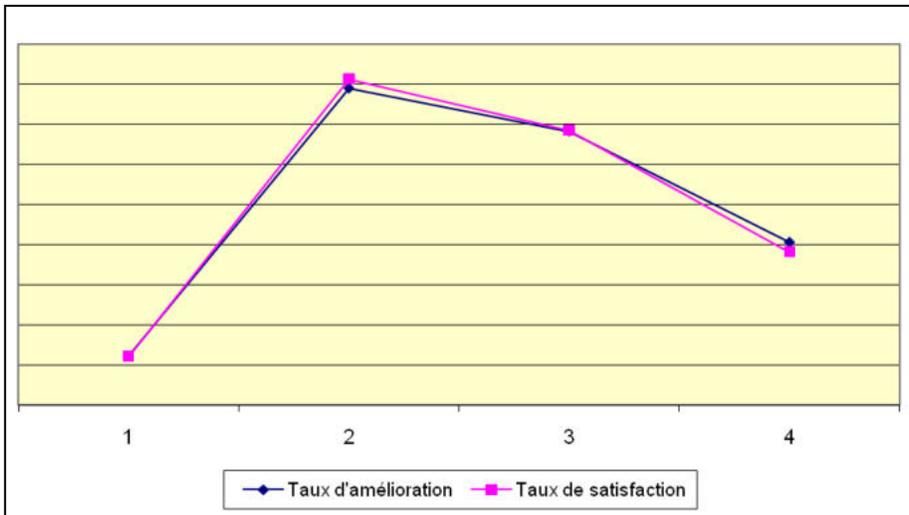
Les taux qui hiérarchisent les degrés de satisfaction des usagers sur le service « courrier », sont inférieurs aux taux de satisfaction globale, mais aussi à ceux du service financier, en l'occurrence, celui du retrait d'argent par chèque CCP qui est le plus sollicité et qui pose le plus de problèmes.

**Tableau n° 78 : Evaluation de la satisfaction selon le service**

	Satisfaction globale des usagers d'A/ Poste	Satisfaction des usagers / retrait par chèque CCP »	Satisfaction des usagers / service courrier
Très satisfait	10.61 %	09.03 %	06.06 %
Satisfait	50.92 %	49.31%	40.62 %
Peu satisfait	30.92 %	28.25%	34.24 %
Pas du tout satisfait	07. 55 %	13.41%	19.08 %
Total	100 %	100%	100 %

Les degrés faibles de « l'amélioration du service courrier » déclarés par les usagers, sont à l'origine des faibles taux déclarés sur la satisfaction. Le graphe suivant indique cette relation.

**Graphe n° 26 : Amélioration / satisfaction courrier**



Comme nous l'avons vu en analysant les degrés de « l'amélioration », la satisfaction des usagers du monde rural est supérieure à celui du monde urbain. Le taux des usagers qui déclarent l'existence de la « satisfaction » est de 38.39 % en zone rurale, tandis que ce taux est estimé à 41.09 % par les usagers de la zone urbaine. Le même constat est fait pour la catégorie des « peu satisfaits » avec 36.07 % en zone rurale et 33.85 % en zone urbaine. Malgré la différence sur le plan de l'utilisation du service courrier pour les deux milieux, les usagers de la zone rurale sont moins satisfaits du service par rapport aux usagers de la zone urbaine.

Les usagers qui fréquentent les grandes postes sont plus satisfaits que les usagers qui fréquentent les autres structures d'Algérie Poste : petites ou grandes poste ou celles situées en milieu rural. Les taux des « satisfaits » et des « très satisfaits » parmi les usagers sont respectivement, répartis sur les trois types de structures étudiées d'Algérie Poste à savoir la grande poste, la petite poste et la poste rurale.

Les taux informent sur les « peu satisfaits » et les « pas satisfaits du tout » des usagers qui sont respectivement répartis sur les trois types de structures étudiées d'Algérie Poste avec comme suit: -grande poste : 52.19 %, petite poste : 53.83 % et poste rurale : 55.11 %. Ces taux montrent que le passage des usagers de la grande poste vers la poste en zone rurale en passant par la petite poste fait ressortir une diminution respective des taux de satisfaction. En fait, les usagers, malgré les taux signalés au-dessous de la moyenne, classent la grande poste en première place en matière de satisfaction liée au service courrier.

Le genre n'influe pas sur les taux de satisfaction concernant le service courrier, puisque les taux des usagers hommes et femmes qui déclarent être « satisfaits » sont pratiquement les mêmes. Cette tendance à l'égalité sur le plan de l'évaluation de la satisfaction traverse les autres catégories d'évaluation telles que « peu satisfaits », « pas du tout satisfaits » et « très satisfaits ». L'image *négative* sur le service courrier est partagée par les usagers hommes et femmes.

Tableau n° 79 : Evaluation de la satisfaction selon le genre

	Usagers hommes	Usagers femmes
Très satisfait	05.72 %	06.49 %
Satisfait	40.95 %	40.12%
Peu satisfait	34.41%	34.14%
Pas satisfait du tout	18.92 %	19.25 %
Total	100%	100 %

Les usagers ayant un niveau d'instruction secondaire et plus et qui utilisent le service courrier sont moins satisfaits que les usagers des autres niveaux d'instruction. Si le taux des « satisfaits » est de 39.99 % pour la première catégorie, il est de 42.04 % pour la deuxième. La différence des taux de satisfaction déclarée se retrouve à travers les autres modalités d'évaluation. Si l'enquête révèle un taux de 15.15 % des « pas du tout satisfaits » pour les usagers ayant un niveau moyen, primaire ou même sans instruction, ce taux augmente à 20.91 % pour les usagers de niveau d'instruction secondaire et universitaire.

Par ailleurs, si les taux des « pas du tout satisfaits » sont répartis d'une façon presque équitable entre les différents profils professionnels, les taux qui expriment l'existence de la satisfaction sous forme « satisfaits » et « très satisfaits » sont relatifs à chaque profession. L'enquête montre que les salariés du secteur public, les professions libérales, les retraités et les bénéficiaires du régime IAIG sont plus satisfaits que les salariés du secteur privé, les étudiants et les pensionnés.

En ce qui concerne le service EMS, le taux des usagers qui déclarent être « satisfaits » ou « très satisfaits » est de 56.34 % pour un nombre d'utilisateurs qui ne dépasse pas 233 personnes de l'ensemble des usagers enquêtés, soit un taux de 05.15 %. Le degré de connaissance et le coût peuvent être deux facteurs qui influent sur le taux de son utilisation et par conséquent de la manifestation de la satisfaction à l'égard de ce service.

**Tableau n° 80 : Evaluation de la satisfaction du service EMS**

Modalités	Service EMS
Très satisfait	12.15 %
Satisfait	44.19 %
Peu satisfait	33.80%
Pas satisfait du tout	09.86 %
Total	100%

• *L'évaluation de la satisfaction des usagers à l'égard du service « colis » :*

Le taux de satisfaction des usagers à l'égard du service colis est inférieur par rapport au taux global de « la satisfaction ». Le service colis enregistre un taux de satisfaction de 48.75 %, pour 841 usagers, ce qui veut dire que plus de la moitié des usagers ne sont pas satisfaits des prestations liées aux colis. Ce dernier est le deuxième service postal, après le service courrier qui enregistre un taux de satisfaction de moins de 50 % pour l'ensemble des usagers enquêtés ou ayant utilisé ces services.

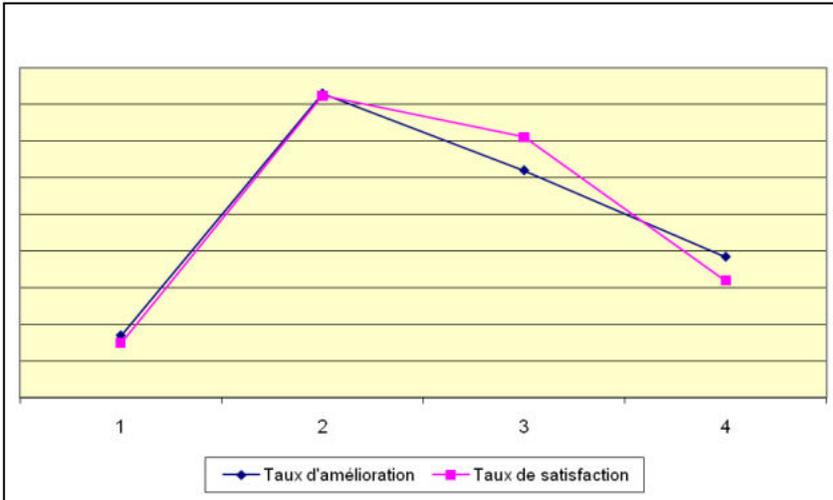
Les données concernant ce service confirment la place mineure réservée aux services postaux par rapport aux services financiers.

**Tableau n° 81 : Evaluation de la satisfaction selon le service**

	Satisfaction globale des usagers d'Algérie Poste	Satisfaction des usagers « du retrait par chèque CCP »	Satisfaction des usagers du service colis »
Très satisfait	10.61 %	09.03 %	07.42 %
Satisfait	50.92 %	49.31%	41.15 %
Peu satisfait	30.92 %	28.25%	35.53 %
Pas du tout satisfait	07. 55 %	13.41%	15.90 %
Total	100 %	100%	100 %

Les taux de satisfaction enregistrés sont en relation avec les estimations déclarées sur les degrés d'amélioration.

Graph n° 27 : Amélioration / satisfaction colis



Contrairement aux taux déclarés sur le service « courrier », les usagers des services d'Algérie Poste en zone rurale déclarent être « satisfaits » ou « très satisfaits » par rapport aux usagers de la zone urbaine. Si le taux déclaré est de 47.36 % en zone urbaine , il est de 60.26 % en zone rurale. Le même constat est établi sur les taux des deux catégories « peu satisfaits » ou « pas du tout satisfaits » qui signalent la faible satisfaction en zone rurale , seulement 08.97 % déclarent « pas du tout satisfaits » du service colis. Ce taux atteint 16.62 % d'insatisfaction en zone urbaine. Cette différence de satisfaction entre le milieu urbain et le milieu rural à l'égard du service colis existe aussi pour l'utilisation de ce service dans les deux zones. Sur un ensemble de 841 usagers qui affirment l'envoi ou la réception d'un ou des colis , 90.67 % sont des usagers du milieu urbain contre 09.33 % seulement en milieu rural.

Tableau n° 82 : Evaluation de la satisfaction du service « colis » selon la zone

	En milieu urbain	En milieu rural
Très satisfait	06.99 %	11.54 %
Satisfait	40.37%	48.72%
Peu satisfait	36.02%	30.77%
Pas satisfait du tout	16.62 %	08.97 %
Total	100%	100 %

La hiérarchie des taux de satisfaction (« satisfait » et « plus satisfait ») des usagers à l'égard du service colis place la poste situé en zone rurale en première place avec un taux équivalent à 60 %, la petite poste en deuxième position avec un taux de 54.49 % et en dernière place la grande poste avec un taux de 48.08 %. Il faut signaler que la hiérarchie de l'envoi ou de la réception du colis est catégoriquement l'inverse, puisque sur 841 usagers 69.38 % des usagers fréquentent les grandes postes pour envoyer ou récupérer un colis, tandis que ce taux est de 21.29 % des usagers qui fréquentent la petite poste, et 09.33 % les postes de la zone rurale.

**Tableau n° 83 : Evaluation de la satisfaction du service colis selon la structure**

	Usagers Grande Poste	Usagers Petite Poste	Usagers Poste Rurale
Très satisfait	07.02%	09.55 %	11.54 %
Satisfait	41.06%	44.95 %	31.80 %
Peu satisfait	36.81%	28.65 %	44.55 %
Pas satisfait du tout	15.11%	16.85 %	20.91 %
Total	100%	100 %	100 %

Le genre n'influe pas sur les taux de satisfaction concernant le service colis, puisque les taux des usagers hommes et femmes qui déclarent être « satisfait » ou « très satisfait » sont les mêmes. Cette tendance d'égalité des sur le plan de l'évaluation de la satisfaction traverse les autres catégories d'évaluation tel que « peu satisfait », « pas du tout satisfait » et « très satisfait ». L'image plutôt *négative* sur le service colis est partagée par les usagers hommes et femmes.

**Tableau n° 84 : Evaluation de la satisfaction du service selon le genre**

	Usagers hommes	Usagers femmes
Très satisfait	08 %	06.19 %
Satisfait	40 %	43%
Peu satisfait	35.24%	36.16%
Pas satisfait du tout	16.76 %	14.65 %
Total	100%	100 %

Le niveau d'instruction n'opère pas de distinction entre les usagers à l'égard du service colis : les taux de satisfaction sont partagés à travers les quatre modalités, d'évaluation d'une façon équitable.

La catégorie des usagers pensionnés et des usagers intégrés dans le cadre de l'IAIG sont deux catégories qui déclarent être « satisfaits » ou « très satisfaits » par rapport aux usagers des autres profils professionnels. La catégorie des usagers ayant une profession libérale, les étudiants, les sans emploi ou les salariés dans le secteur public sont, parmi ceux qui déclarent l'absence de satisfaction vis-à-vis du service du colis.