

LE MARCHÉ DES ACTIVITÉS POSTALES ET CONNEXES EN FRANCE

ANNEE 2017

OBSERVATOIRE DES ACTIVITÉS POSTALES

18 octobre 2018

Sommaire

Remarques générales	3
Synthèse	5
Partie 1 – Panorama des marchés en 2017	9
1. Les envois de correspondance distribués en France	9
1.1. Les envois de correspondance par niveau d'urgence et poids, hors plis remis contre signature.....	9
1.2. La publicité adressée et les autres envois de correspondance	11
1.3. Le trafic égrené et le trafic industriel	13
1.4. Les envois de correspondance remis contre signature	16
2. Les colis distribués en France	17
3. L'activité internationale : import et export	20
3.1. Le marché international	20
3.2. Focus sur l'export	22
3.3. Focus sur l'import.....	24
4. La presse	26
4.1. La presse distribuée par portage.....	26
4.2. La presse distribuée par circuit postal.....	27
5. La publicité non adressée	29
Partie 2 – Investissements et emploi des activités postales	31
1. Les investissements	31
2. L'emploi	32
Annexes	33
1. Définitions des différents segments de marché	33
1.1. Envois de correspondance	33
1.2. Colis	33
1.3. Distribution de la presse aux abonnés	34
1.4. Publicité non adressée	34

Remarques générales

1. Sources

L'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes publie les résultats de l'enquête annuelle 2017 menée sur les marchés des activités postales¹ et des activités connexes. Cette enquête a été conduite auprès des opérateurs autorisés au 31 décembre 2017 et auprès des opérateurs des marchés non soumis à autorisation pour la publicité non adressée.

Les données sur le marché des envois de correspondance sont issues de l'enquête statistique de l'Arcep auprès des opérateurs de services postaux. Cette enquête revêt un caractère obligatoire pour tous les opérateurs titulaires d'une autorisation comme le prévoient les dispositions de l'article L. 135 du code des postes et des communications électroniques : « *L'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes (Arcep) peut recueillir les données et mener toutes actions d'informations sur le secteur des postes. À cette fin, les opérateurs titulaires de l'autorisation prévue à l'article L.3 et le prestataire du service universel postal sont tenus de lui fournir les informations statistiques concernant l'utilisation, la zone de couverture et les modalités d'accès à leur service* ».

Sur les marchés non soumis à autorisation (presse par portage, express et publicité non adressée), des sources complémentaires sont utilisées. Pour l'express, les données proviennent de la publication du Ministère de la Transition écologique et solidaire relative à la messagerie et l'express. Les chiffres sur le volume du portage de presse sont issus de l'observatoire de l'Alliance pour les Chiffres de la Presse et des Médias (ACPM – ex OJD) tandis que les dépenses publicitaires sont celles publiées par iFrance Presse et l'Irep.

Sur le segment des colis hors express, les données de la publication concernent uniquement les colis distribués par les opérateurs autorisés.

2. Rupture de séries

Une meilleure prise en compte des colis contenant des petits objets (ou petits paquets) a entraîné une réaffectation d'une partie de ces objets et des revenus associés des envois de correspondance vers les colis. Cette réaffectation concerne les petits paquets importés et exportés, les petits paquets nationaux étant déjà comptabilisés en tant que colis. Cette modification de périmètre conduit principalement à un transfert de flux et de revenus :

- De la rubrique « envois de correspondance distribués en France » vers la rubrique « colis distribué en France » s'agissant des petits paquets importés;
- De la rubrique « envois de correspondance exportés hors publicité adressée » vers la rubrique « colis exportés » s'agissant des petits paquets exportés.

Afin d'éviter toute rupture de séries les années récentes, les données présentées ici sont à périmètre constant, c'est-à-dire après réaffectation de ces petits paquets, de 2014 à 2017. En revanche, il peut exister une rupture de séries entre les années 2013 et 2014. Dans ce cas, cette rupture est signalée par une délimitation explicite dans les tableaux et graphiques.

¹ La liste des opérateurs est consultable sur le site de l'Autorité : <https://archives.arcep.fr/index.php?id=8988>

Les données révisées par rapport à la publication précédente sont indiquées en italique dans les tableaux.

Synthèse

12,1 milliards d'objets adressés ont été distribués en France ou exportés en 2017 (plis, colis hors express, presse par circuit postal, domestique et à l'international), pour un revenu de 10,3 milliards d'euros hors taxes. Si le volume total d'objets diminue en 2017 dans des proportions similaires au rythme de ces cinq dernières années (-5,4 %), le revenu associé recule deux fois moins vite par rapport à 2016 (-0,7% en 2017 contre -1,3% en 2016). Ce phénomène est lié à plusieurs facteurs. D'une part, les augmentations tarifaires sur les produits du service universel permettent de compenser en partie la contraction des volumes. D'autre part, la tenue des élections présidentielles et législatives ont permis de générer un revenu supplémentaire par rapport à 2016. Enfin, un regain de l'activité internationale sur le marché du colis explique également en partie ce moindre repli.

La décroissance du volume d'envois de correspondance distribués en France se poursuit tandis que le recul du revenu associé reste contenu

Pour la dixième année consécutive, le volume des envois de correspondance distribués en France, y compris les envois remis contre signature, diminue. Il s'élève à 10,3 milliards d'objets (-6,1 % par rapport à 2016). Alors qu'il avait augmenté pour la première fois depuis sept ans en 2015, le revenu des envois de correspondance distribués en France, y compris ceux remis contre signature, diminue à nouveau en 2017, de 2,7 % pour atteindre 7,4 milliards d'euros. Il représente plus de 75% du revenu total des objets adressés en France.

Le marché de la publicité adressée continue de décliner. Le recul du volume s'accélère en 2017 (-8,3 % en 2017) retrouvant ainsi le rythme de baisse observé avant 2016. Cette baisse s'observe en revenu avec un rythme identique depuis deux ans. Le segment des envois de correspondance hors marketing direct connaît une tendance similaire, avec une diminution de 5,3 % du volume et de 2,5 % du revenu associé.

Le segment des plis remis contre signature retrouve également la tendance baissière observée chaque depuis 2011, après une année de hausse exceptionnelle en 2016. En 2017, le recul est un peu inférieur à 1% par rapport à 2016, en volume comme en revenu. Ce marché représente 214 millions d'objets pour 1 milliard d'euros hors taxes en 2017.

Le marché de la distribution de colis par les opérateurs autorisés (hors express) continue de progresser à un rythme soutenu

Depuis deux ans, le nombre de colis distribués en France par les opérateurs autorisés augmente à un rythme soutenu de 15 % environ par an. Cette hausse touche tous les types de colis, mais elle est très majoritairement portée par celle des colis contenant de petits objets qui connaissent un essor supérieur à 35 % ces deux dernières années, notamment sous l'effet de la progression des objets distribués en France en provenance d'Asie.

La croissance du revenu des colis distribués en France est également sensiblement identique depuis deux ans (+7,7 % en 2017), portée pour 70 millions d'euros par l'augmentation du revenu généré par la distribution de petits paquets et pour 50 millions d'euros par celle des colis remis contre signature. Le revenu global atteint 1,9 milliard d'euros hors taxes et représente 20% du revenu des objets distribués en France.

Les volumes

en millions d'objets	2013	2014	2015	2016	2017	Evolution 2016-2017
Distribués en France						
Envois de correspondance (y compris remis contre signature)	12 960	12 304	11 570	10 922	10 258	-6,1%
Colis (y compris remis contre signature et petits paquets)*	331	367	382	441	506	14,6%
Distribution postale de la presse aux abonnés	1 293	1 233	1 171	1 115	1 030	-7,6%
Total des objets adressés distribués en France	14 584	13 904	13 123	12 478	11 794	-5,5%
Distribués à l'Export						
Envois de correspondance	318	306	280	292	282	-3,4%
Colis (y compris petits paquets)	16	25	23	26	27	4,5%
Presse	19	18	17	15	15	-1,2%
Total des objets adressés Export	354	349	320	332	324	-2,7%
Total du marché des objets adressés	14 938	14 253	13 443	12 811	12 117	-5,4%

Source : Arcep, Observatoire statistique des activités postales

L'import est inclus dans l'ensemble des envois de correspondance, objets remis contre signature, colis, presse et publicité non adressée.

*non compris les volumes des acteurs du marché du colis sans autorisation postale

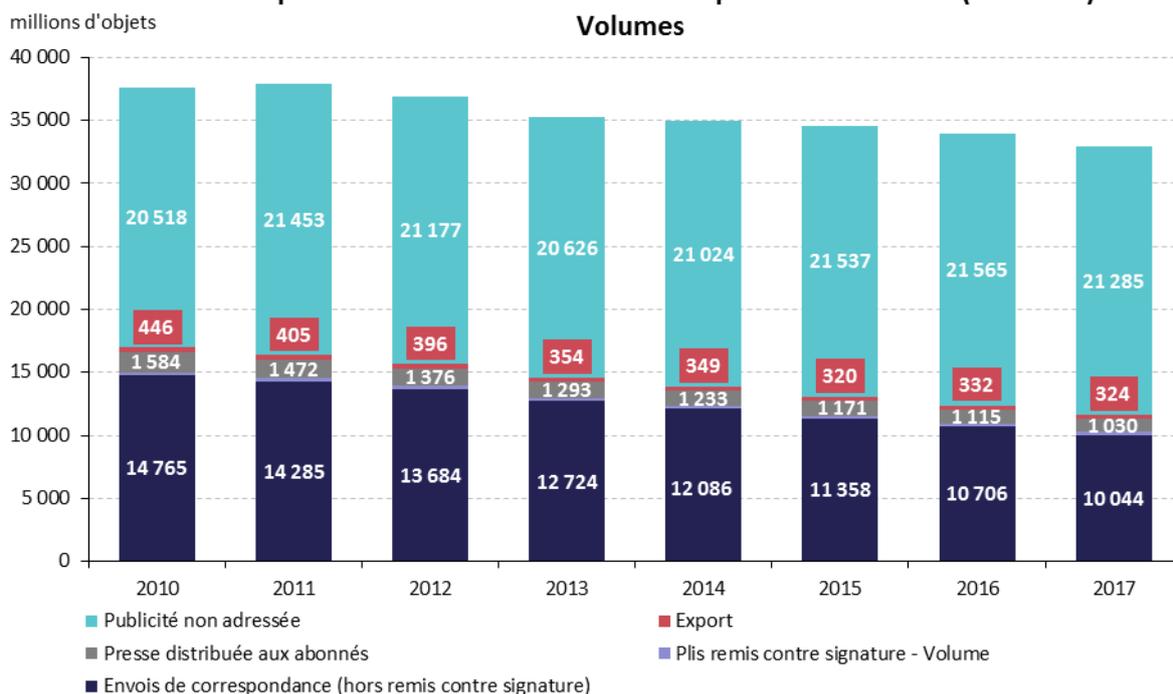
Données modifiées par rapport à la publication précédente

en millions d'objets	2013	2014	2015	2016	2017	Evolution 2016-2017
Total publicité non adressée	20 626	21 024	21 537	21 565	21 285	-1,3%
Total de presse portée*	1 096	1 097	1 052	1 067	1 038	-2,7%

Source: Arcep, Observatoire statistique des activités postales

*Source: ACPM, Observatoire de la presse – Portage de presse payante grand public

Activités postales et marchés connexes des opérateurs autorisés (hors colis)



Le marché de la distribution de presse à domicile diminue, quel que soit le mode de livraison.

Par circuit postal, le nombre de titres distribués décroît plus vite que les années précédentes (7,6 % en 2017 contre 5 % en moyenne par an depuis 2014) et s'élève à 1 milliard d'objets en 2017. Le revenu associé à la distribution de presse par circuit postal, suit la tendance baissière du volume, et recule de 4,0 % en 2017.

Le volume de presse distribuée par portage se contracte également, de 2,7 % en 2017, alors que la tendance était à une légère progression ces dernières années, selon l'observatoire de la presse de l'Alliance pour les Chiffres de la Presse et des Médias (ACPM). Néanmoins, et pour la première fois, le portage de presse supplante la distribution par circuit postal.

Le volume du marché de courrier international en baisse, tandis que le revenu croît, sous l'effet du regain de l'activité colis.

Le nombre d'objets (envois de correspondance, colis et presse) distribués à l'étranger diminue de 2,7 %, tandis que le revenu associé à l'activité export progresse de 2,5% en 2017.

S'agissant du trafic export, la hausse du volume de colis ne permet pas de compenser le repli du nombre d'envois de correspondance et notamment la diminution du trafic de correspondance relationnelle (-6,1 %).

En revanche, la hausse de revenu engendrée par le secteur des colis permet d'enregistrer une évolution à la hausse des revenus sur l'activité export.

A l'import, le recul du nombre d'objets est davantage modéré par rapport à l'export (-1,3 % en un an) en raison de la forte augmentation du segment du colis et en particulier de celle des petits paquets, avec des croissances de l'ordre de 40 % par an ces quatre dernières années. Cette hausse du volume de colis et par conséquent du revenu associé entraîne une augmentation du revenu global du trafic import de 15 % environ pour la troisième année consécutive.

Le segment de la publicité non adressée progresse pour la première fois en valeur depuis 2013

Après deux années de croissance autour de 2 % et une stabilisation en 2016, le nombre d'objets non adressés distribués en France recule à nouveau, d'un peu plus de 1 % en un an. En revanche, le revenu dégagé par ce segment de marché augmente de 3,5 % en un an alors qu'il avait diminué en 2013 et 2014 et qu'il était stable les deux années suivantes. Au total, 21,3 milliards d'objets non adressés ont été distribués en 2017 pour un revenu atteignant 700 millions d'euros, correspondant à un revenu moyen par envoi d'environ 3 centimes d'euros HT.

Les revenus

Activités postales et marchés connexes de distribution - Revenus des envois

en millions d'euros HT	2013	2014	2015	2016	2017	Evolution 2016-2017
Distribués par les opérateurs autorisés en France						
Envois de correspondance (y compris remis contre signature)	7 916	7 794	7 828	7 574	7 368	-2,7%
Colis (y compris remis contre signature et petits paquets)*	1 597	1 648	1 652	1 773	1 909	7,7%
Distribution postale de la presse aux abonnés	458	430	432	410	393	-4,0%
Total des objets adressés distribués en France	9 972	9 872	9 912	9 757	9 671	-0,9%
Distribués à l'Export						
Envois de correspondance	358	284	303	305	306	0,3%
Colis (y compris petits paquets)	166	233	239	261	275	5,4%
Presse	20	20	18	18	17	-3,5%
Total des objets adressés Export	545	537	560	584	599	2,5%
Total du marché des objets adressés	10 516	10 410	10 473	10 342	10 270	-0,7%

Source : Arcep, Observatoire statistique des activités postales

L'import est inclus dans l'ensemble des envois de correspondance, objets remis contre signature, colis, presse et publicité non adressée.

*non compris les revenus des acteurs du marché du colis sans autorisation postale

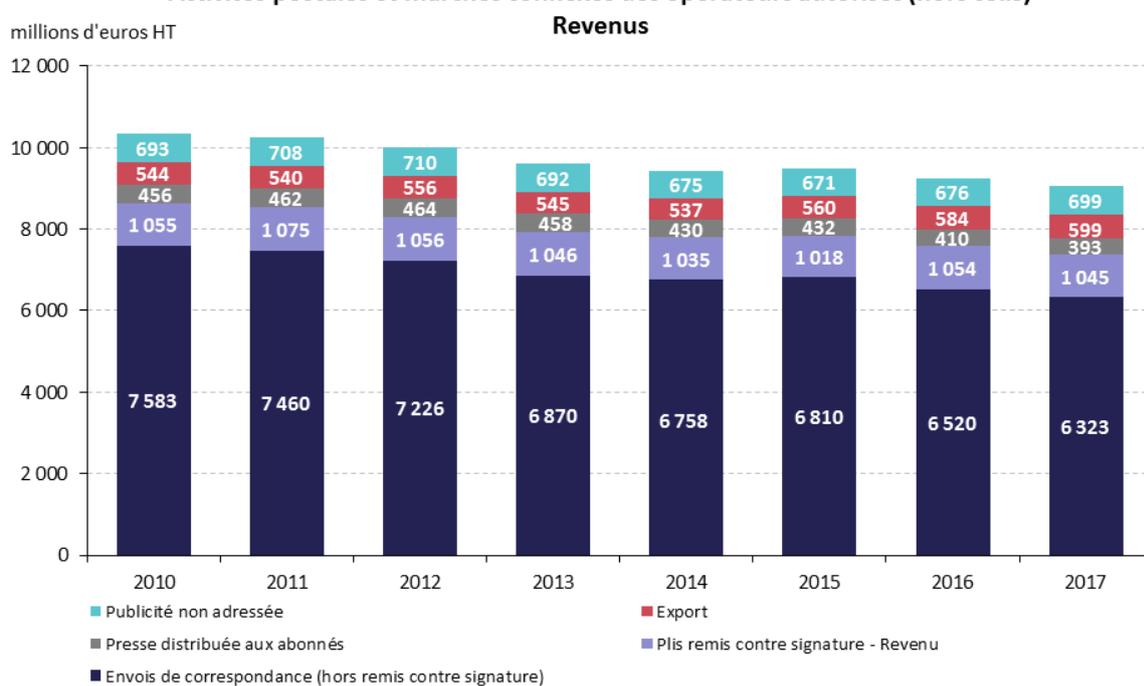
Données modifiées par rapport à la publication précédente

Activités postales et marchés connexes de distribution - Revenus des envois

en millions d'euros HT	2013	2014	2015	2016	2017	Evolution 2016-2017
Total publicité non adressée	692	675	671	676	699	3,5%

Source : Arcep, Observatoire statistique des activités postales

Activités postales et marchés connexes des opérateurs autorisés (hors colis)



Partie 1 – Panorama des marchés en 2017

1. Les envois de correspondance distribués en France

Le marché des envois de correspondance, y compris remis contre signature, se contracte depuis 10 ans. Après un recul de 3 à 4 % par an entre 2008 et 2012, le volume diminue d'environ 6 % par an depuis 2013. L'année 2017 ne fait pas figure d'exception : le trafic chute de 6,1 %, malgré une certaine recrudescence de l'activité liée aux élections présidentielles et législatives. Les revenus associés à ces envois continuent de baisser (-2,7 %), sur un rythme similaire à 2016. Cette moindre contraction du revenu par rapport au volume est en lien avec l'augmentation tarifaire moyenne en 2017 (+3,3 % en moyenne l'ensemble des tarifs du service universel)². Au total, 10,3 milliards d'objets ont été distribués en France en 2017, pour un revenu de 7,4 milliards d'euros

Volumes en millions d'objets	2013	2014	2015	2016	2017	Evolution 2016-2017
Envois de correspondance remis contre signature	236	218	211	216	214	-0,8%
Envois de correspondance hors remis contre signature	12 724	12 086	11 358	10 706	10 044	-6,2%
Total envois de correspondance (y. c. remis contre signature)	12 960	12 304	11 570	10 922	10 258	-6,1%

Source : Arcep, Observatoire statistique des activités postales
Données modifiées par rapport à la publication précédente

Revenus millions d'euros HT	2013	2014	2015	2016	2017	Evolution 2016-2017
Envois de correspondance remis contre signature	1 046	1 035	1 018	1 054	1 045	-0,9%
Envois de correspondance hors remis contre signature	6 870	6 758	6 810	6 520	6 323	-3,0%
Revenu des envois de correspondance (y. c. remis contre signature)	7 916	7 794	7 828	7 574	7 368	-2,7%

Source : Arcep, Observatoire statistique des activités postales
Données modifiées par rapport à la publication précédente

Dans les paragraphes suivants et dans le reste de la publication sauf mention contraire, les envois de correspondance analysés sont hors ceux remis contre signature.

1.1. Les envois de correspondance par niveau d'urgence et poids, hors plis remis contre signature

Le délai d'acheminement est un critère qui permet de segmenter le marché des envois de correspondance, notamment parce qu'il répond à des logiques concurrentielles et tarifaires différentes.

Le marché est structuré en trois niveaux d'urgence qui dépendent du délai d'acheminement : les envois prioritaires (ou urgents) correspondent à un délai de distribution en J+1 ; le trafic rapide correspond à un délai de distribution en J+2 ; le trafic non urgent (ou économique) correspond à un délai de distribution d'au moins J+3. À chacun de ces niveaux d'urgence coïncide un tarif spécifique.

Au 1^{er} octobre 2011, La Poste a créé la « Lettre Verte » (J+2) ce qui a modifié la structure de répartition des niveaux d'urgence au cours des dernières années. Ainsi, les envois rapides ont augmenté, en proportion du total des envois de correspondance, de plus de 3 points par an entre 2012 et 2014 au détriment des envois urgents. Depuis 2015, la croissance des envois rapides s'amenuise d'année en année : +1,4 point environ par an en 2015 et 2016 et +0,4 point en 2017. La part des envois affranchis en J+2 atteint ainsi 20,5 % du total des envois de correspondance distribués en France en 2017. Par ailleurs, la part des envois affranchis au tarif urgent continue de décroître (-0,4 point), confirmant la tendance au report de ce type d'envois vers les envois en J+2,

² L'encadrement tarifaire prévoit une augmentation annuelle moyenne des tarifs du service universel de 3,3 %. Voir [Décision n°2016-0981](#) de l'Arcep en date du 26 juillet 2016 sur le dossier tarifaire de La Poste.

moins onéreux. La part des envois économiques s'élève à 69,3 % des envois et reste inchangée entre 2016 et 2017. Dans l'ensemble, le volume d'envois de correspondance décroît, quel que soit le délai d'acheminement.

Du fait des différences tarifaires significatives entre les différents délais d'acheminement, la part du revenu issu des trafics urgents et rapide s'élève à près de 50% du revenu total des envois de correspondance contre seulement 30% du volume.

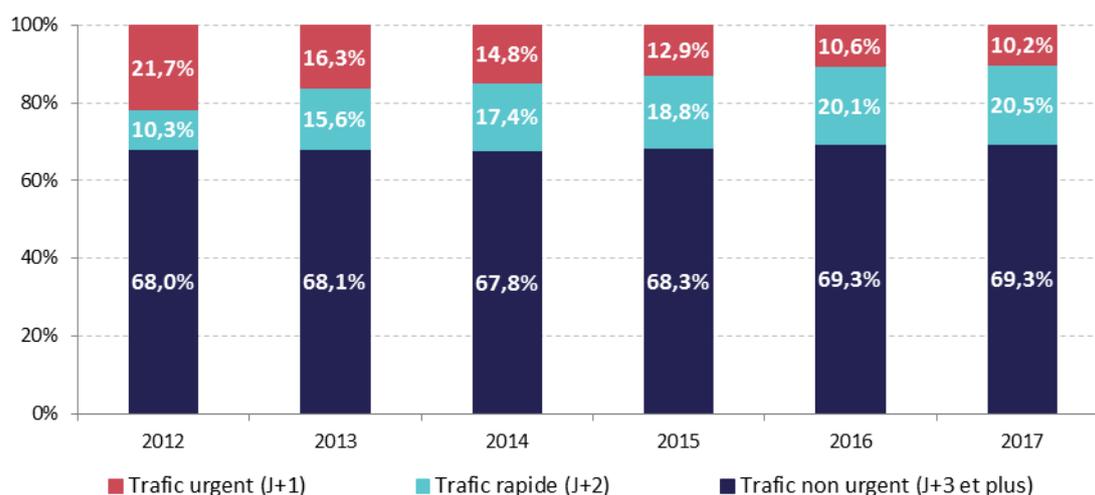
Répartition des envois de correspondance selon l'urgence en millions d'objets	2013	2014	2015	2016	2017	Evolution 2016-2017
Trafic urgent (J+1)	2 078	1 785	1 463	1 136	1 024	-9,9%
Trafic rapide (J+2)	1 985	2 103	2 135	2 149	2 055	-4,3%
Trafic non urgent (J+3 et plus)	8 661	8 198	7 759	7 420	6 964	-6,1%
Total des envois de correspondance distribués en France*	12 724	12 086	11 358	10 705	10 044	-6,2%

Source : Arcep, Observatoire statistique des activités postales

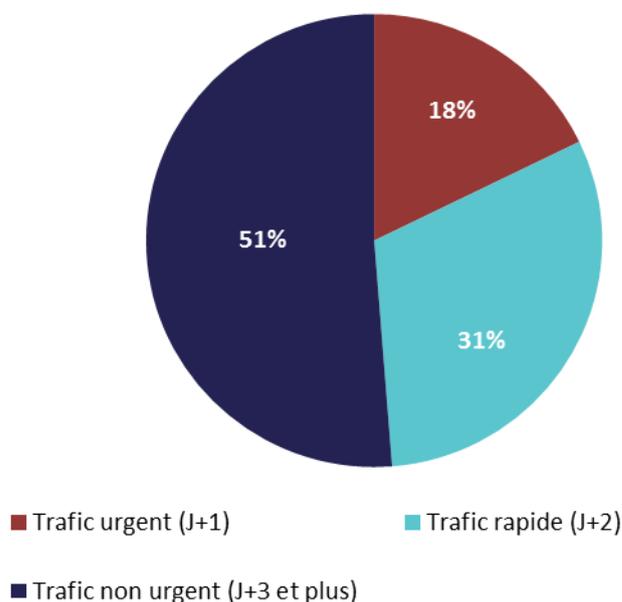
* non compris les envois de correspondance remis contre signature

Données modifiées par rapport à la publication précédente

Répartition des envois de correspondance en fonction du niveau d'urgence



Répartition des revenus de correspondance selon l'urgence



1.2. La publicité adressée et les autres envois de correspondance

Le volume de publicité adressée (2,8 milliards d'objets) diminue de 8,3% en 2017, retrouvant le rythme de baisse observé avant 2016, année où le ralentissement a été contenu (-2,2 % en un an). Cette diminution en volume induit une baisse du chiffre d'affaires en 2017 de 5,3 % en un an.

Le marché du marketing direct, en volume comme en revenu, se contracte ainsi pour la dixième année consécutive, et ce déclin est en adéquation avec la baisse des dépenses publicitaires, et particulièrement celles de publicité adressée (voir section 29 p.29).

Le nombre d'envois de correspondance hors publicité adressée poursuit sa trajectoire baissière avec une diminution de 5,3 % en 2017, soit une baisse de 1,8 point moins importante que l'année précédente, notamment impactée par les élections présidentielles et législatives de 2017. Le revenu associé diminue dans une moindre mesure (-2,5 % en 2017), bénéficiant d'un double effet : d'une part les hausses tarifaires permettent de compenser partiellement la perte des revenus chaque année, et d'autre part la tenue des élections en 2017 a ralenti le rythme de baisse (-4,0% en 2016). Au global, ces envois représentent 7,2 milliards d'objets en volume pour 5,3 milliards d'euros de chiffre d'affaires en 2017 (-410 millions de plis ; -140 millions d'euros en un an).

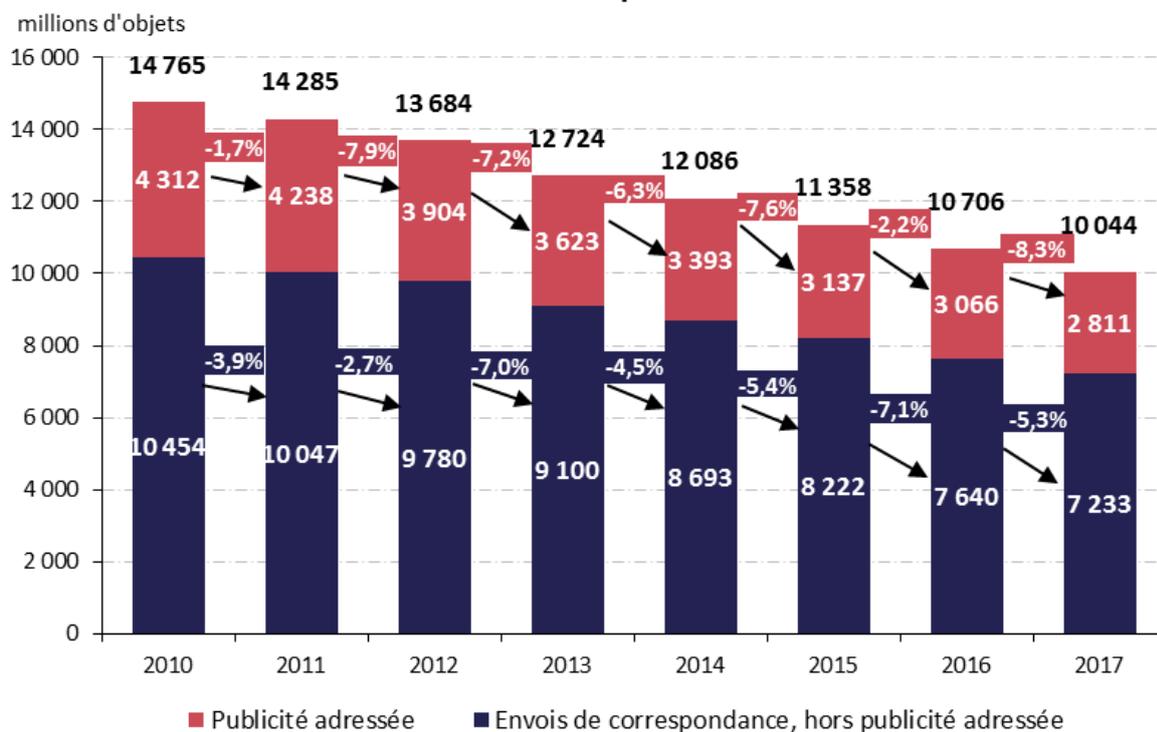
Volumes en millions d'objets	2013	2014	2015	2016	2017	Evolution 2016-2017
Publicité adressée	3 623	3 393	3 137	3 066	2 811	-8,3%
Envois de correspondance, hors publicité adressée	9 100	8 693	8 222	7 640	7 233	-5,3%
Total des envois de correspondance*	12 724	12 086	11 358	10 706	10 044	-6,2%
Part de la publicité adressée	28,5%	28,1%	29,3%	30,5%	28,0%	-2,5 point

Source : Arcep, Observatoire statistique des activités postales

* non compris les envois de correspondance remis contre signature

Données modifiées par rapport à la publication précédente

Volume des envois de correspondance distribués en France



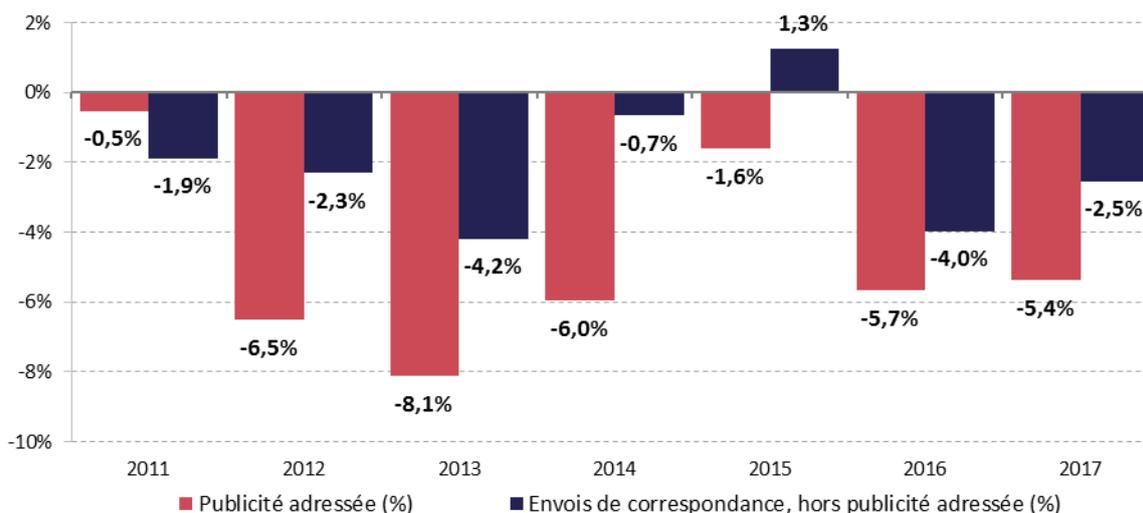
Revenus en millions d'euros HT	2013	2014	2015	2016	2017	Evolution 2016-2017
Publicité adressée	1 248	1 173	1 154	1 089	1 030	-5,4%
Envois de correspondance, hors publicité adressée	5 622	5 585	5 656	5 431	5 293	-2,5%
Revenus des envois de correspondance*	6 870	6 758	6 810	6 520	6 323	-3,0%
Part de la publicité adressée	18,2%	17,4%	17,7%	17,2%	16,3%	-0,9 point

Source : Arcep, Observatoire statistique des activités postales

* non compris les envois de correspondance remis contre signature

Données modifiées par rapport à la publication précédente

Évolution du revenu des envois de correspondance Publicité adressée vs. autres envois de correspondance



1.3. Le trafic égrené et le trafic industriel

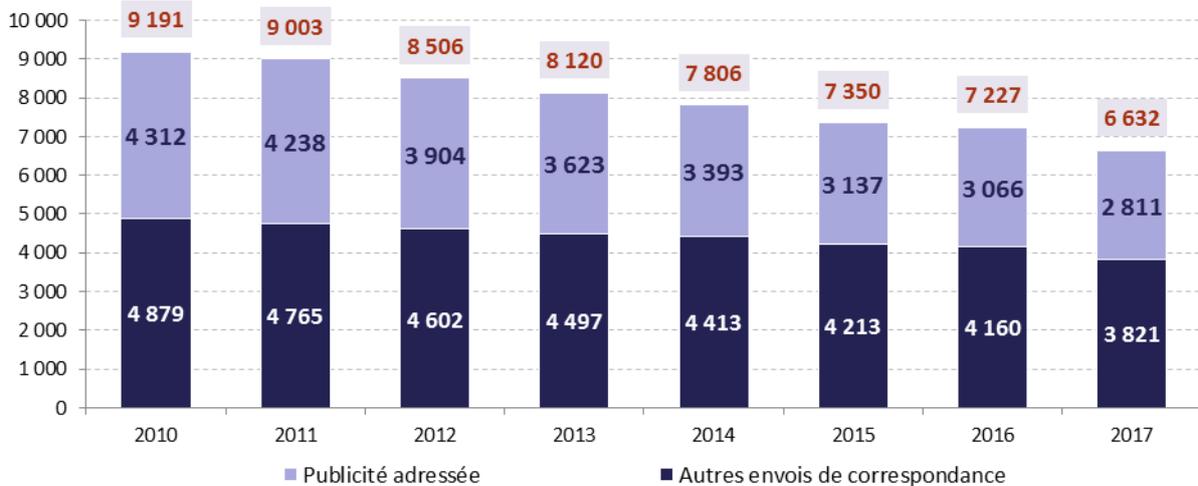
Le volume du trafic égrené diminue et s'établit à 3,4 milliards d'envois en 2017. Cette baisse, observée depuis 2006, se poursuit mais à un rythme moindre en 2017 (-1,9 % contre -13,2 % en 2016). Ce ralentissement s'explique par la hausse en volume du courrier égrené des entreprises (+2,4 %) et correspond en partie à l'effet des élections présidentielles et législatives de 2017. Le volume du courrier égrené des particuliers continue de chuter en 2017 sur un rythme autour de 10% depuis deux ans (-8,1 % en 2017). Le courrier provenant des entreprises représente six plis égrenés sur 10 (+2,6 point en un an).

En parallèle, le revenu associé au trafic égrené diminue en 2017 (-1,8 % en un an), après une forte baisse de 6,2 % en 2016 et une augmentation de 4,1 % en 2015. La hausse des tarifs et le revenu généré par la distribution de plis pour les élections, ont permis de compenser partiellement la baisse des volumes.

Le trafic industriel, c'est-à-dire les envois en nombre supérieur à 100 objets (6,6 milliards de plis en 2017), diminue de 8,2 % en un an, soit 600 millions de plis de moins qu'en 2016. Cela représente un recul important de ce segment de marché, dont le nombre d'envois avait diminué de seulement 1,7 % en 2016. Les deux sous-catégories d'envois en nombre, marketing direct et autres envois de correspondance, connaissent un rythme similaire dans le déclin des volumes, de 8% environ. En 2017, la part du marketing direct dans les flux industriels se stabilise à 42,4 %.

Évolution du trafic industriel

millions d'objets



Les revenus associés décroissent également, de manière plus soutenue que les années précédentes (-4,4 % en 2017 contre 2 % à 3 % par an entre 2012 et 2016). Cette baisse de revenu est également plus importante que sur le trafic égrené en raison d'une évolution relativement modérée des tarifs sur ce secteur : sur les segments du courrier industriel publicitaire et du courrier industriel relationnel, les prix augmentent respectivement de +0,4 % et +1,9 % contre +5 % pour le trafic égrené³. Les revenus provenant du marketing direct diminuent de 5,4 % en un an au rythme de 2016. Les revenus associés au trafic industriel hors marketing direct diminuent également mais à un rythme moindre (3,9 %). En conséquence, la part du marketing direct dans les revenus issus du trafic industriel diminue de 0,4 point en un an, et s'établit à 35,6 % en 2017.

Répartition des envois de correspondance (domestique et import)

Volumes en millions d'objets

	2013	2014	2015	2016	2017	Evolution 2016-2017
Trafic "égrené" déposé chez l'opérateur de distribution	4 602	4 278	4 007	3 478	3 412	-1,9%
dont courrier égrené des entreprises	2 454	2 569	2 425	2 055	2 105	2,4%
dont courrier égrené des particuliers et petits professionnels	2 148	1 709	1 582	1 422	1 307	-8,1%
Trafic industriel (envois en nombre > 100 envois)	8 120	7 806	7 350	7 227	6 632	-8,2%
dont publicité adressée	3 623	3 393	3 137	3 066	2 811	-8,3%
dont autres envois de correspondance	4 497	4 413	4 213	4 160	3 821	-8,2%
<i>Part de la publicité adressée dans le trafic industriel</i>	44,6%	43,5%	42,7%	42,4%	42,4%	+0,0 point
Total des envois de correspondance distribués en France*	12 724	12 086	11 358	10 706	10 044	-6,2%

Source : Arcep, Observatoire statistique des activités postales

* non compris les envois de correspondance remis contre signature

Répartition des envois de correspondance (domestique et import)

Revenus en millions d'euros HT

	2013	2014	2015	2016	2017	Evolution 2016-2017
Trafic "égrené" déposé chez l'opérateur de distribution	3 616	3 577	3 723	3 494	3 431	-1,8%
Trafic industriel (envois en nombre > 100 envois)	3 252	3 178	3 085	3 025	2 891	-4,4%
dont publicité adressée	1 248	1 173	1 154	1 089	1 030	-5,4%
dont autres envois de correspondance	2 004	2 005	1 931	1 936	1 861	-3,9%
<i>Part de la publicité adressée dans le trafic industriel</i>	38,4%	36,9%	37,4%	36,0%	35,6%	-0,4 point
Total des envois de correspondance distribués en France*	6 870	6 758	6 810	6 520	6 323	-3,0%

Source : Arcep, Observatoire statistique des activités postales

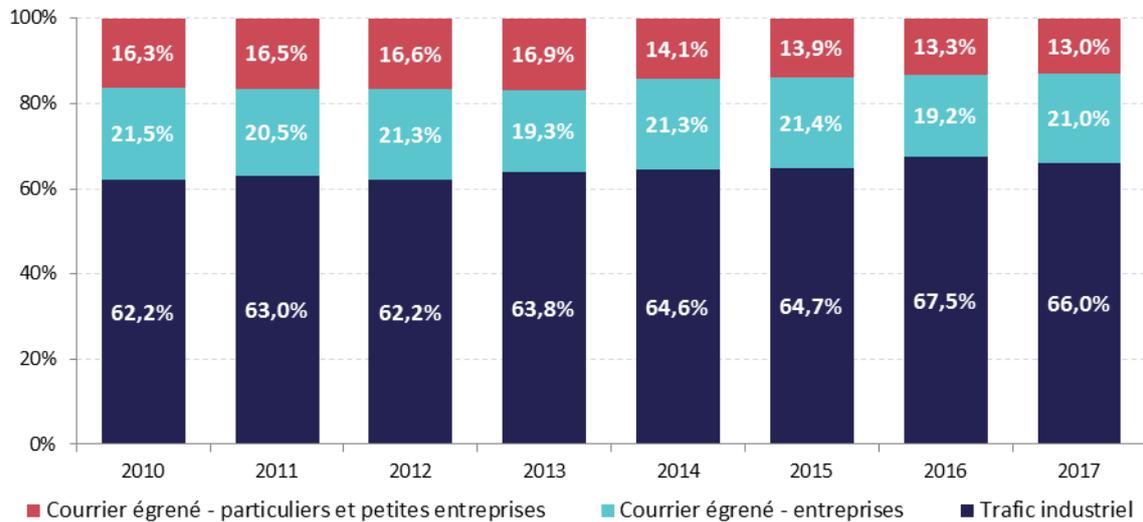
* non compris les envois de correspondance remis contre signature

Données modifiées par rapport à la publication précédente

³ Voir Décision n°2016-0981 de l'Arcep en date du 26 juillet 2016 sur le dossier tarifaire de La Poste.

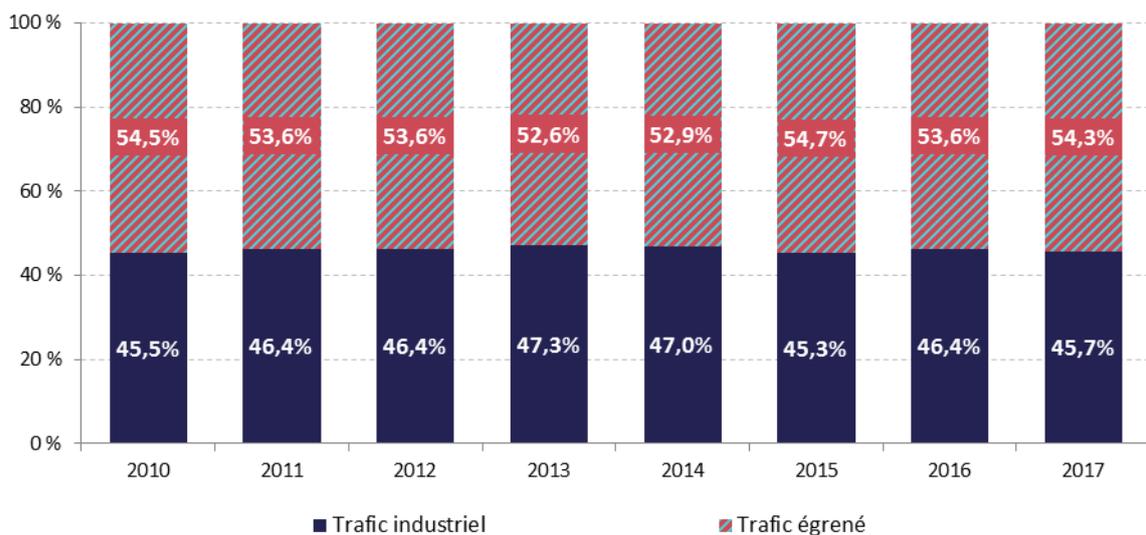
En volume, le fort déclin du trafic industriel et la baisse modérée des envois égrenés provoque une évolution significative de la répartition des différents flux dans l'ensemble des plis distribués en France. La part du trafic industriel baisse de 1,5 point et s'établit à 66,0 %, alors qu'elle augmentait chaque année depuis 2012 au profit du trafic égrené des entreprises, qui représente 21,0 % des envois (+1,8 point).

Répartition des volumes des envois de correspondance distribués en France



En termes de répartition des revenus, le trafic industriel également perd du terrain et son poids s'établit à 45,7 % du chiffre d'affaires en 2017 (-0,7 point en un an). De même que pour les volumes, l'effet positif des élections associé à la mauvaise performance du courrier industriel explique cette évolution.

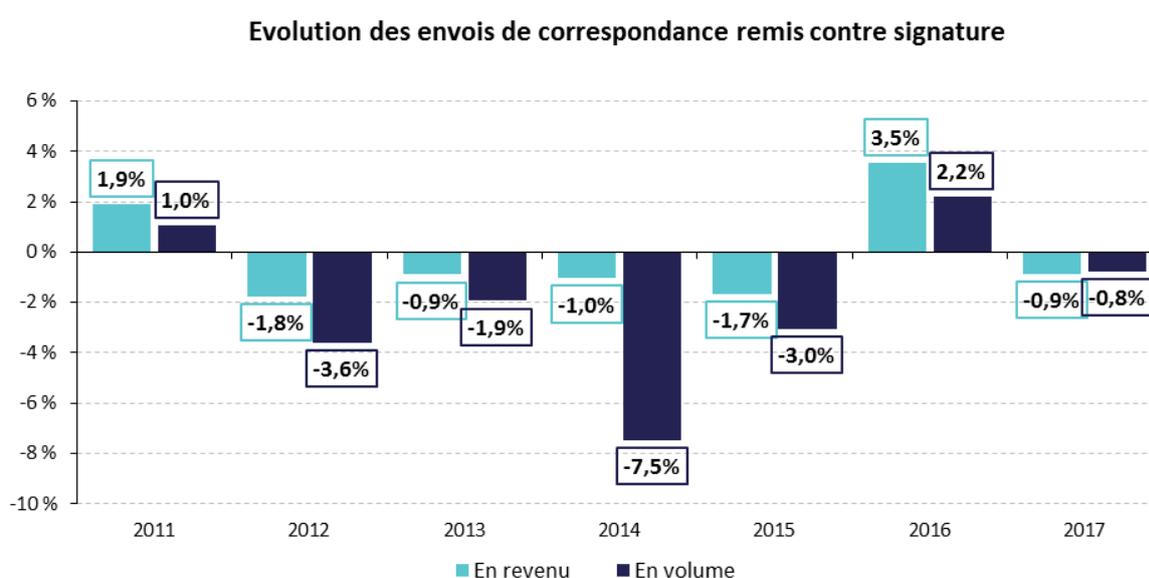
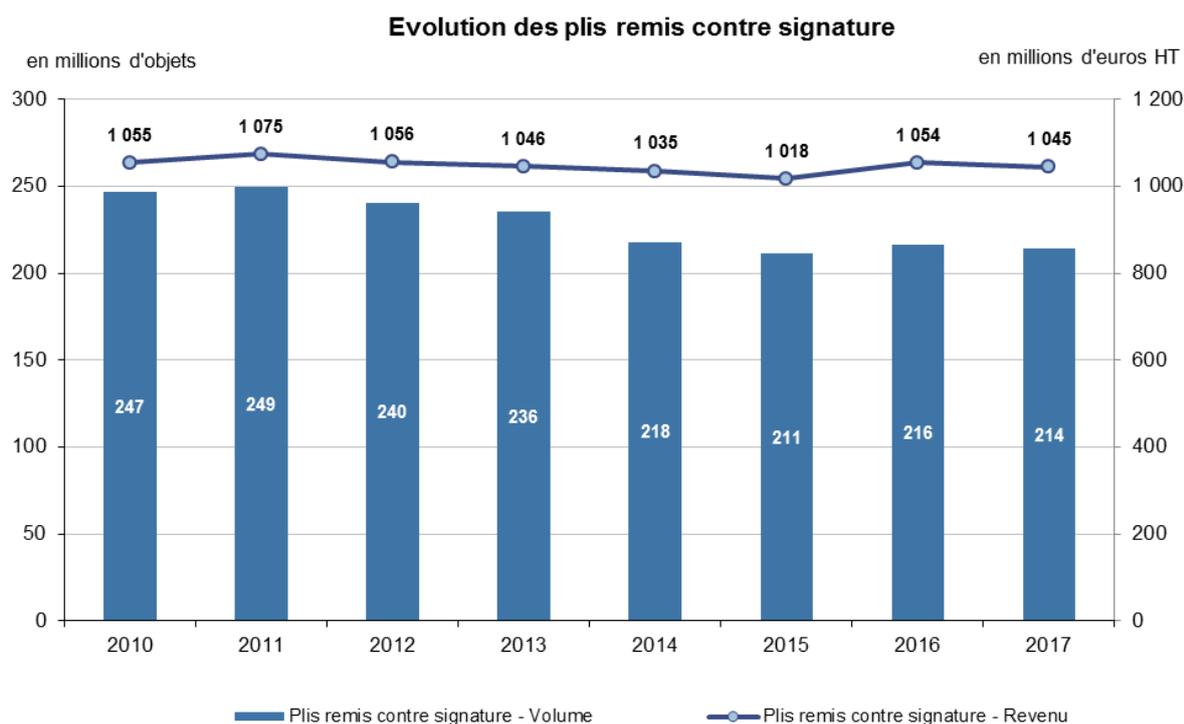
Répartition des revenus des envois de correspondance distribués en France



1.4. Les envois de correspondance remis contre signature

Le marché des envois de correspondance remis contre signature diminue chaque année depuis 2011, en revenu comme en volume (à l'exception de l'année 2016). En 2017, le recul est modéré : le volume de plis remis contre signature diminue de 0,8 % en un an, au rythme du revenu (-0,9 %). Le revenu moyen par envoi est stable, à 4,9€ HT.

Envois de correspondance remis contre signature	2013	2014	2015	2016	2017	Evolution 2016-2017
Volume en millions d'objets	236	218	211	216	214	-0,8%
Revenus en millions d'euros HT	1 046	1 035	1 018	1 054	1 045	-0,9%



2. Les colis distribués en France

En 2017, le nombre de colis hors express distribué en France par les opérateurs autorisés dépasse 500 millions d'objets soit une croissance d'environ 15 % par an pour la deuxième année consécutive. Le revenu associé à ces envois progresse également (+7,7 % en un an), pour atteindre 1,9 milliard d'euros en 2017.

Cette hausse du volume touche tous les types de colis, mais elle est très majoritairement portée par celle des colis contenant de petits objets qui connaissent un essor supérieur à 35% ces deux dernières années, notamment sous l'effet de la progression des objets distribués en France en provenance d'Asie. Les petits paquets constituent une forte part des volumes : 32,7 % du trafic total de colis contre 12,8 % des revenus.

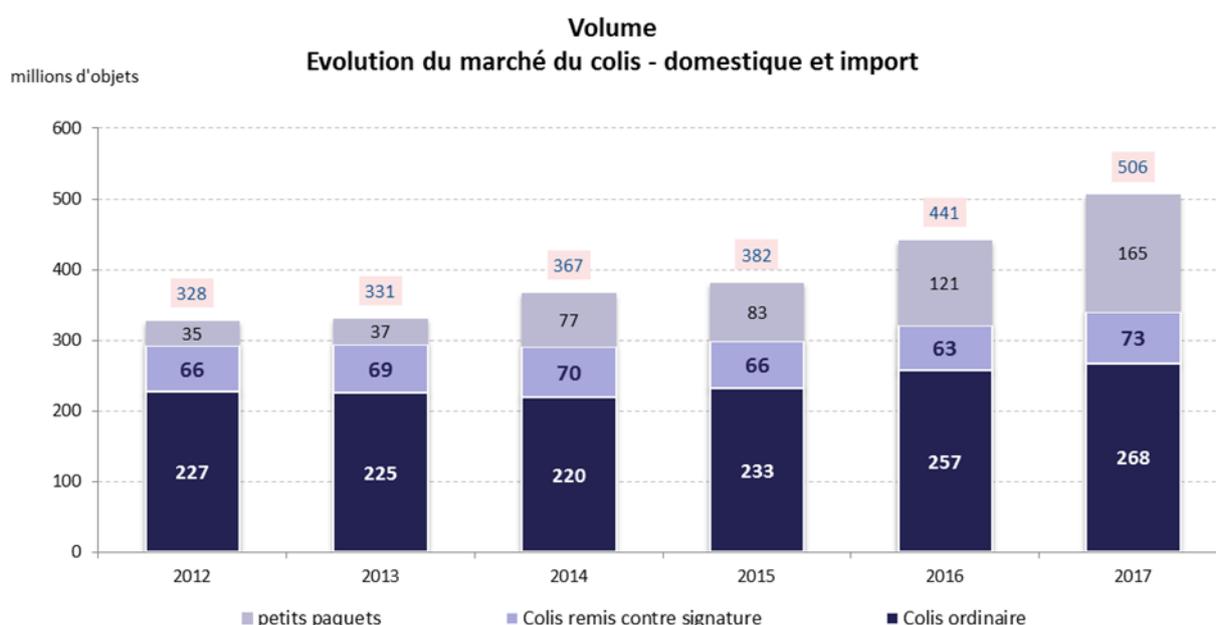
Dans une moindre mesure, les volumes de colis ordinaires et remis contre signature augmentent de 10 millions d'objets chacun en 2017.

Le revenu associé à ces envois progresse à un rythme également identique depuis deux ans (+7,7 % en un an en 2017) porté à 55% par l'accroissement du revenu des colis contenant des petits objets, mais également par la progression du revenu provenant des colis remis contre signature (+50 millions d'euros en un an).

Le segment des colis ordinaires connaît une évolution plus modérée (+4,0 % en volume et +0,9 % en revenu).

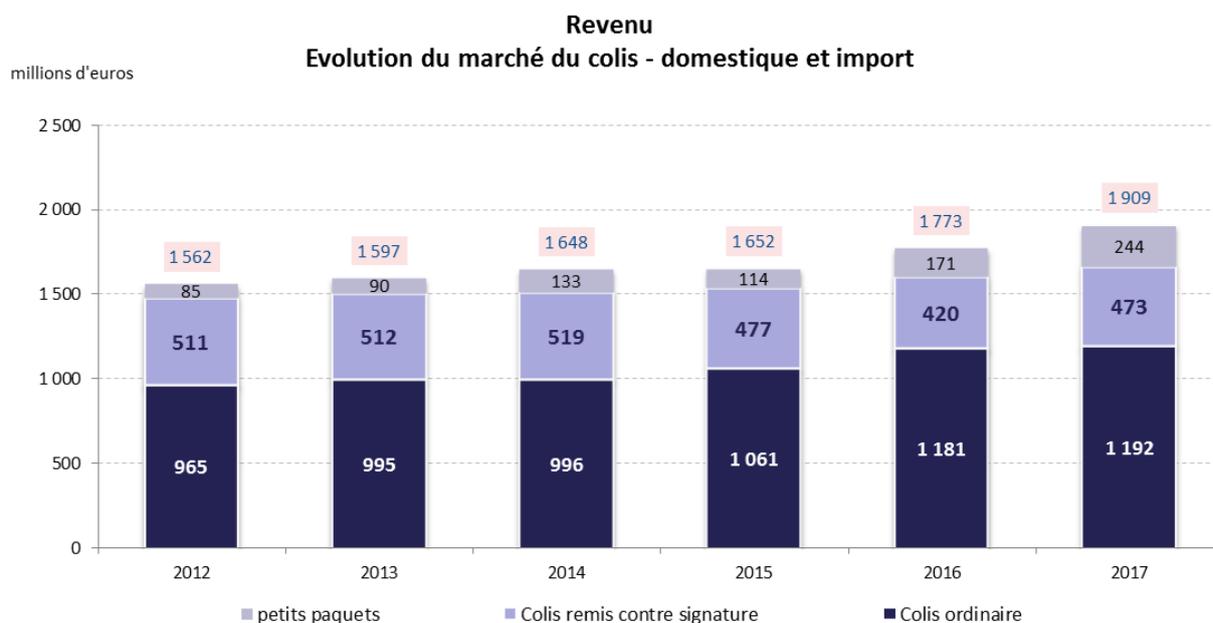
Colis hors express - Volumes en millions d'objets	2013	2014	2015	2016	2017	Evolution 2016-2017
Ensemble des colis	331	367	382	441	506	14,6%
Dont colis ordinaires	225	220	233	257	268	4,0%
Dont colis remis contre signature	69	70	66	63	73	15,0%
Dont petits paquets	37	77	83	121	165	37,2%

Source : Arcep, Observatoire statistique des activités postales
Données modifiées par rapport à la publication précédente



Colis hors express - Revenus en millions d'euros HT	2013	2014	2015	2016	2017	Evolution 2016-2017
Ensemble des colis	1 597	1 648	1 652	1 773	1 909	7,7%
Dont colis ordinaires	995	996	1 061	1 181	1 192	0,9%
Dont colis remis contre signature	512	519	477	420	473	12,6%
Dont petits paquets	90	133	114	171	244	42,3%

Source : Arcep, Observatoire statistique des activités postales
Données modifiées par rapport à la publication précédente



Comptabilisation des revenus et volumes de colis

L'activité colis des opérateurs autorisés ne concerne que le segment des colis traditionnels, c'est-à-dire hors express (le colis express n'étant pas une activité régulée). Les chiffres présentés ici n'intègrent pas les acteurs du marché du colis ne disposant pas d'autorisation postale. Il s'agit par conséquent d'une vision partielle de la distribution des colis domestiques.

En outre, une meilleure prise en compte des colis contenant des petits objets (ou petits paquets) a entraîné le transfert d'une partie de ces objets et du revenu associé de la rubrique « envois de correspondance » à la rubrique « colis ». Les données présentées ici sont à périmètre constant, c'est-à-dire après réaffectation de ces petits paquets, pour les années 2014 à 2017. Pour plus de précisions, se reporter à la section « remarques générales » en p.3 du présent document.

Concernant le segment des colis express, les données proviennent de la publication relative à la messagerie et à l'express réalisée par le Ministère de la Transition écologique et solidaire⁴.

Après plusieurs années de croissance soutenue, le volume des colis express émis et distribués en France diminue pour la première fois en 2017, de 6,7 % en un an. En revanche, le revenu associé augmente de 6,2 %, dans des proportions similaires aux années précédentes. La forte croissance du

⁴ L'enquête a pour but de suivre l'évolution de l'activité française de la messagerie, nationale et internationale intracommunautaire. Les segments étudiés sont : messagerie traditionnelle, express "tous poids" et express "colis légers". Un échantillon de vingt des plus grands groupes de messagerie/express est interrogé trimestriellement. <http://www.statistiques.developpement-durable.gouv.fr/transports/s/messagerie.html>

marché des colis express importés observée en 2016 (+20,3 % en volume et 17,2 % en revenu) ralentit mais reste soutenu en 2017, avec une croissance du volume de 8,0 %, et 5,7 % en revenu. Enfin, concernant les colis express adressés à l'export, leur nombre et le revenu associé augmentent de 11,6 % sur un rythme équivalent à celui de 2016.

Taux de croissance de l'Express Colis Légers - Volumes	2013	2014	2015	2016	2017
Express National	15,8%	7,8%	5,0%	6,7%	-6,7%
Express Import	9,5%	6,6%	15,4%	20,3%	8,0%
Express Export	5,8%	8,7%	12,6%	12,6%	11,6%

Source : Enquête Messagerie, SOeS

Taux de croissance de l'Express Colis Légers - Revenus	2013	2014	2015	2016	2017
Express National	6,8%	6,2%	4,6%	7,1%	6,2%
Express Import	2,3%	3,2%	9,0%	17,2%	5,7%
Express Export	1,8%	2,3%	1,5%	7,1%	6,4%

Source : Enquête Messagerie, SOeS

Règlement européen sur les services de livraison de colis transfrontière

Le règlement n°2018/644 du Parlement européen et du Conseil relatif aux services de livraison transfrontière de colis a été publié au Journal officiel de l'Union européenne le 2 mai 2018. Ce texte s'inscrit dans la stratégie de la Commission européenne pour un marché unique du numérique et vise à faciliter les échanges de colis dans l'Union européenne pour le développement du e-commerce.

Il accroît la transparence des prix de livraison de colis transfrontière pour les consommateurs et les entreprises et instaure une surveillance de ce marché en plein essor pour rendre la livraison transfrontière de colis plus abordable et plus efficace pour le e-commerce.

3. L'activité internationale : import et export

3.1. Le marché international

a) L'ensemble du marché français

Après cinq années de déclin entre 2008 et 2013, le nombre d'objets envoyés ou en provenance des pays étrangers (import et export) s'élève chaque année à environ 750 millions d'objets, malgré de légères fluctuations à la hausse comme à la baisse ces quatre dernières années. L'année 2017 ne fait pas figure d'exception, le trafic (757 millions d'objets) étant en recul de 2% en un an. L'évolution du trafic est contrastée entre import et export. La tendance des dix dernières années est à un recul significatif du volume d'objets exportés, alors qu'à l'inverse, le volume d'import fait l'objet d'une progression modérée. Malgré une légère contraction en 2017 (-1,3% en un an), les flux importés sont majoritaires depuis 2013 et représentent 57% du trafic international (+0,5 point par rapport à 2016).

En revanche, les revenus dégagés par le trafic international progressent. Ils dépassent pour la première fois le milliard d'euros en 2017, et sont principalement tirés par l'expansion des revenus associés à l'import, qui augmentent de 15,3 %, soit un rythme de croissance identique aux deux années précédentes. En parallèle, les revenus associés à l'activité export des opérateurs postaux augmentent de 2,5 % en un an et s'établissent à 600 millions d'euros, soit plus de la moitié des revenus liés à l'activité internationale (59%)

Trafic international - Volumes en millions d'objets	2013	2014	2015	2016	2017	Evolution 2016-2017
Export	354	349	320	332	324	-2,7%
Import	387	419	419	439	434	-1,3%
Total trafic international*	741	768	739	772	757	-1,9%

Source : Arcep, Observatoire statistique des activités postales

*Inclut les envois de correspondance, les envois remis contre signature, la presse et l'ensemble des colis hors express

Données modifiées par rapport à la publication précédente

Trafic international - Revenus en millions d'euros HT	2013	2014	2015	2016	2017	Evolution 2016-2017
Export	545	537	560	584	599	2,5%
Import	244	283	323	363	419	15,3%
Total trafic international*	789	821	883	947	1 018	7,4%

Source : Arcep, Observatoire statistique des activités postales

*Inclut les envois de correspondance, les envois remis contre signature, la presse et l'ensemble des colis hors express

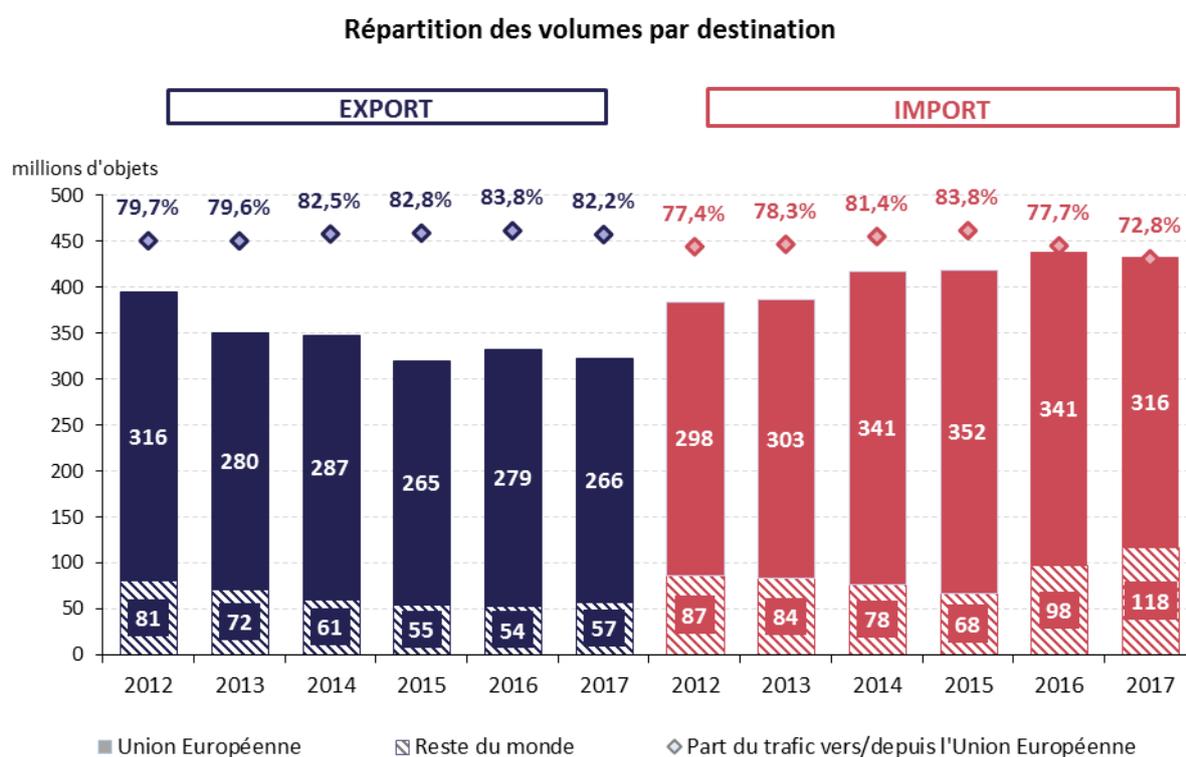
Données modifiées par rapport à la publication précédente

Pour opérer sur le marché du courrier international sortant des envois de correspondance, une autorisation auprès de l'Arcep est nécessaire. Les opérateurs sont pour la plupart des filiales des opérateurs postaux historiques européens.

b) La répartition des flux par zones géographiques

La très grande majorité du trafic postal international est à destination ou provient de l'Union Européenne⁵ – et parmi ceux-ci ce sont les pays frontaliers qui captent le plus de flux.

Néanmoins, ces dernières années sont marquées par des évolutions contrastées selon que les objets sont exportés ou importés. S'agissant des flux exportés, la part du trafic destiné aux pays de l'Union européenne évolue peu et reste un peu supérieure à 80% depuis quatre ans. En revanche, la proportion d'objets importés en provenance des pays de l'Union Européenne diminue significativement depuis deux ans (-11 points par rapport à 2015), sous l'effet de l'augmentation du e-commerce international de petits objets, notamment depuis les pays d'Asie. Au total, plus d'un quart du trafic distribué en France provient d'autres pays que ceux de l'Union européenne.



⁵ Les flux de la zone 1 dite « Union Européenne » couvrent les pays de l'UE ainsi que l'Islande, le Liechtenstein, la Norvège, Saint-Marin, la Suisse et le Vatican.

3.2. Focus sur l'export

Après une année 2016 d'augmentation notable du trafic exporté, sous l'effet de l'accroissement du nombre de plis de publicité adressée envoyés à l'international, le nombre d'objets adressés à l'export retrouve la tendance baissière observée les années précédentes (-2,7% en un an en 2017). Ceci est principalement causé par une baisse de plus de 6 %, des flux de correspondance relationnelle à l'export tandis que les flux de publicité adressée sont stables. En parallèle, le nombre de colis hors express (y compris petit paquet) exportés augmente depuis deux ans (+4,5 % en un an en 2017) et s'établit à 27 millions d'objets.

Le revenu du marché export est en croissance de 2,5 % en 2017, après une hausse de 4,3 % l'année précédente. Cette augmentation provient majoritairement de l'évolution des revenus liés à l'activité colis des opérateurs autorisés (+5,4 % en un an). En effet, si les colis ne représentent qu'une faible fraction des volumes exportés, ce sont des envois à très forte valeur ajoutée (environ 10€ HT par envoi en moyenne), et leur part dans le revenu total du marché export est importante (46,0 % en 2017). En revanche, le revenu des envois de correspondance évolue peu depuis deux ans (+0,3 % en 2017) et le revenu généré par l'envoi titres de presse à l'export continue de reculer, à l'instar du trafic

Comptabilisation des petits objets destinés à l'export

La meilleure prise en compte des petits objets destinés à l'export a conduit à une réaffectation de ces derniers de la rubrique « envois de correspondance hors publicité adressée » vers la rubrique « colis », en volume comme en revenu. Les données présentées ici sont à périmètre constant, c'est-à-dire après réaffectation de ces petits paquets, pour les années 2014 à 2017. Pour plus de précisions, se reporter à la section « remarques générales » en p.3 du présent document.

Export - Volumes en millions d'objets	2013	2014	2015	2016	2017	Evolution 2016-2017
Envois de correspondance	318	306	280	292	282	-3,4%
publicité adressée	102	126	113	135	135	-0,2%
hors publicité adressée	216	180	167	157	148	-6,1%
Presse	19	18	17	15	15	-1,2%
Colis (y compris petits paquets)	16	25	23	26	27	4,5%
Total Export	354	349	320	332	324	-2,7%

Source : Arcep, Observatoire statistique des activités postales

* y compris le trafic ABC

Données modifiées par rapport à la publication précédente

Export - Revenus en millions d'euros HT	2013	2014	2015	2016	2017	Evolution 2016-2017
Envois de correspondance	358	284	303	305	306	0,3%
publicité adressée	55	60	59	62	61	-1,9%
hors publicité adressée	303	224	244	243	245	0,8%
Presse	20	20	18	18	17	-3,5%
Colis (y compris petits paquets)	166	233	239	261	275	5,4%
Total Export	545	537	560	584	599	2,5%

Source : Arcep, Observatoire statistique des activités postales

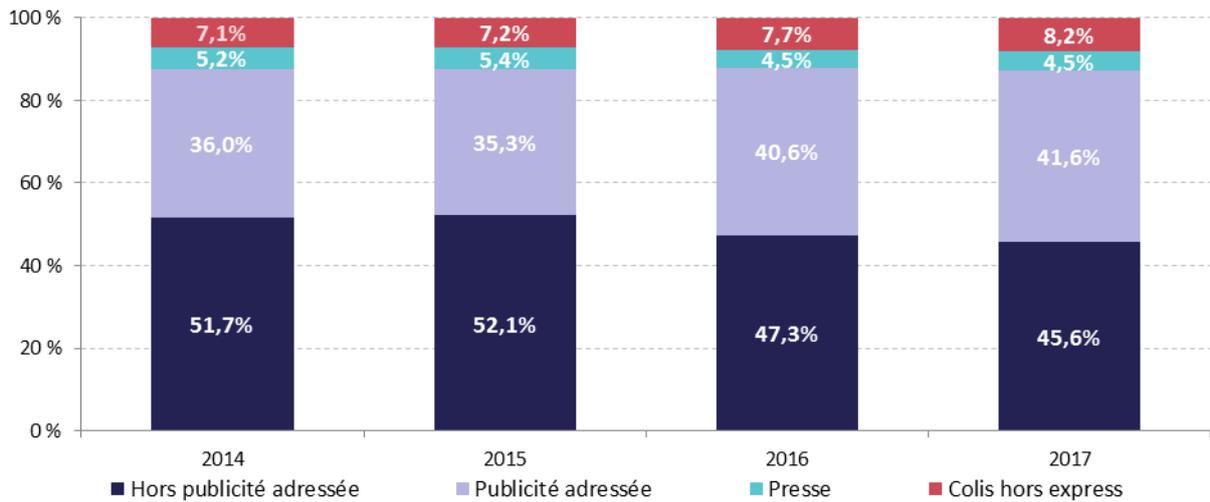
Données modifiées par rapport à la publication précédente

En termes de répartition, les envois de correspondance (y compris publicité adressée) dominent largement en volume, à 87,2 % du trafic en 2017, soit un poids pratiquement stable. En revanche, du fait de la forte diminution du trafic de correspondance relationnelle, la part des envois de publicité adressée augmente de 1 point et atteint 41,6 %, au détriment des envois de correspondance hors

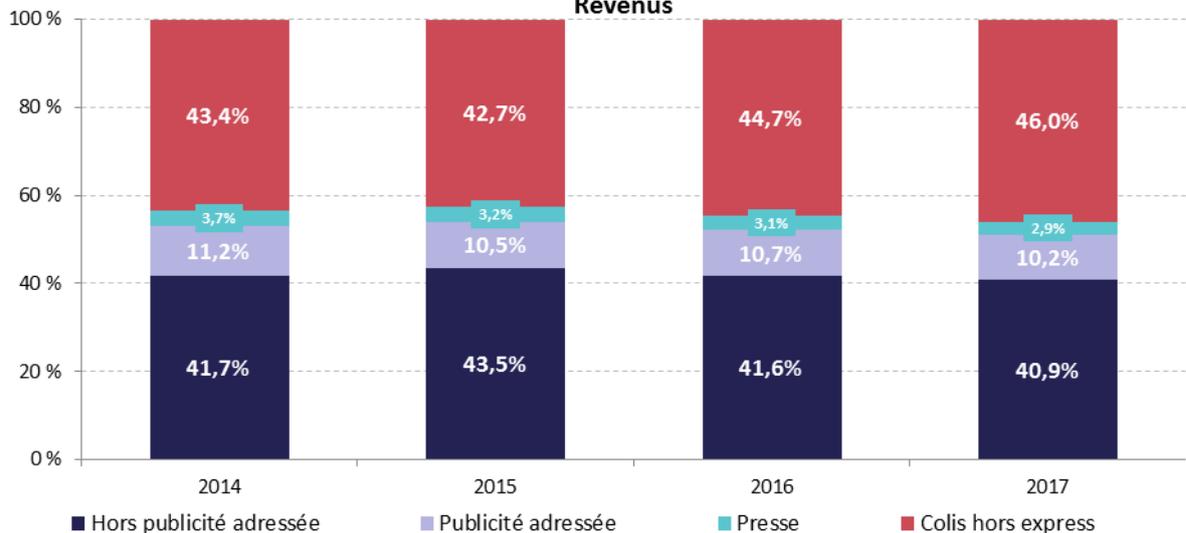
marketing direct. Le poids des colis croît de 0,5 point mais ces derniers représentent encore moins d'un objet exporté sur dix.

Les revenus du marché export sont moins fortement dominés par les envois de correspondance, qui représentent 51,1 % du chiffre d'affaires total. La part de ces envois diminue de 1,2 point par rapport à 2016 au profit du revenu des colis hors express (+1,3 point) qui atteint 46,0 % en 2017.

Répartition des envois export (correspondance, presse et colis)
Volumes



Répartition des envois export (correspondance, presse et colis)
Revenus



3.3. Focus sur l'import

Le nombre d'objets importés dans le territoire baisse de 1,3 % en 2017. Cette évolution est expliquée par la diminution de l'ordre de 15% par an du trafic de correspondances depuis deux ans, non totalement compensée par l'augmentation pourtant significative du nombre de colis ces trois dernières années, à un rythme d'environ 40% par an. Ainsi, les colis représentent en volume 40 % du total (+10 points par an depuis trois ans) bien que les envois de correspondance soient toujours majoritaires en 2017 (60 %). Ce rapport est néanmoins bien plus équilibré qu'il y a 4 ans et résulte d'une forte croissance du trafic de colis importés, et en particulier des colis contenant des petits objets.

Au sein des envois de correspondance, le déclin en volume touche davantage le secteur hors publicité adressée (-21,6 %) que le marketing direct (-10,1 %).

Le revenu du marché import s'accroît au rythme d'environ 15% par an depuis quatre ans (+15,3 % en 2017). Cette hausse est portée par l'essor du revenu des colis, de plus de 30% chaque année entre 2014 et 2017. En effet, les colis sont toujours minoritaires dans les volumes importés, mais représentent plus de 70% des revenus issus de l'import. A l'instar des volumes, le montant a presque triplé en l'espace de 4 ans (297 millions d'euros en 2017 contre 102 en 2014). Cette augmentation en revenu compense largement la baisse observée sur le segment des envois de correspondance, en diminution de 15,7 %, au rythme du trafic.

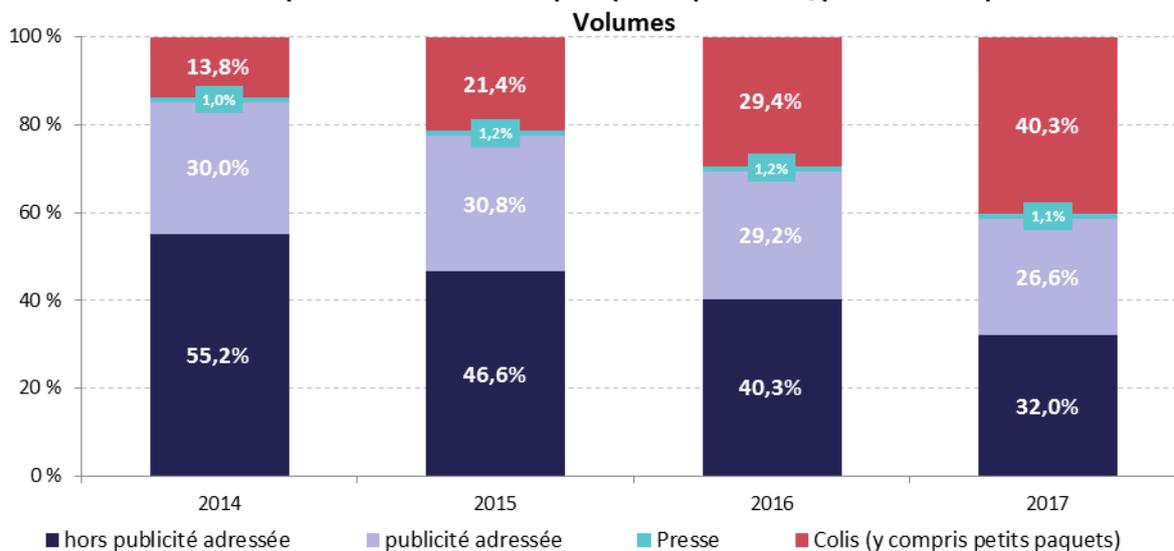
Import - Volumes <i>en millions d'objets</i>	2013	2014	2015	2016	2017	Evolution 2016-2017
Envois de correspondance (y compris remis contre signature)		357	324	305	254	-16,8%
publicité adressée		125	129	128	115	-10,1%
hors publicité adressée		231	195	177	139	-21,6%
Presse		4	5	5	5	-8,7%
Colis (y compris petits paquets)		58	90	129	175	35,6%
Total Import	387	419	419	439	434	-1,3%

Source : Arcep, Observatoire statistique des activités postales

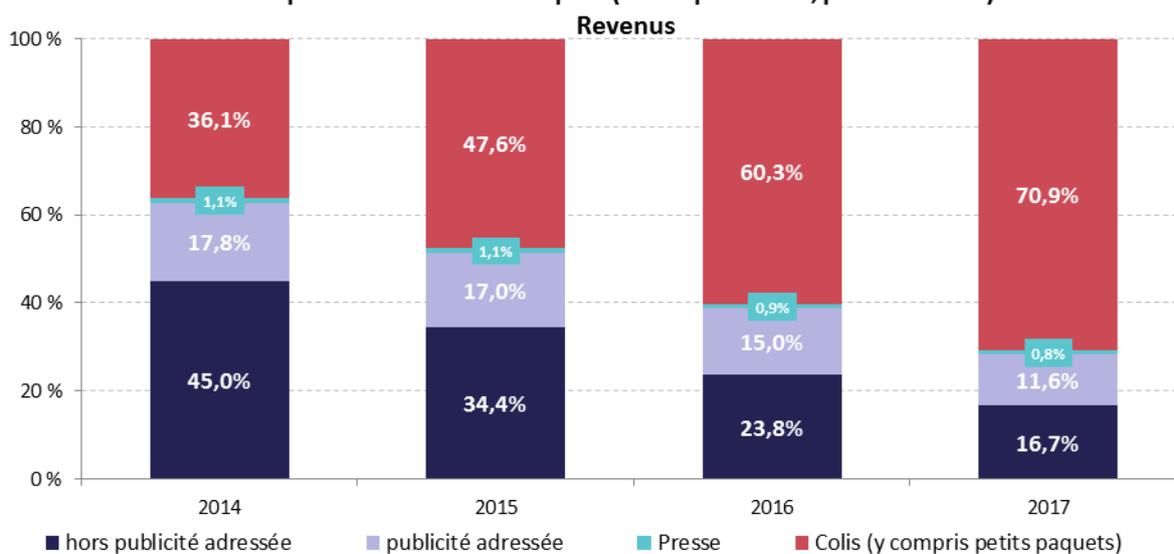
Import - Revenus <i>en millions d'euros HT</i>	2013	2014	2015	2016	2017	Evolution 2016-2017
Envois de correspondance (y compris remis contre signature)		178	166	141	119	-15,7%
publicité adressée		50	55	54	49	-10,6%
hors publicité adressée		127	111	86	70	-18,9%
Presse		3	4	3	3	-2,8%
Colis (y compris petits paquets)		102	154	219	297	35,5%
Total Import	244	283	323	363	419	15,3%

Source : Arcep, Observatoire statistique des activités postales

Répartition des envois import (correspondance, presse et colis)



Répartition des envois import (correspondance, presse et colis)



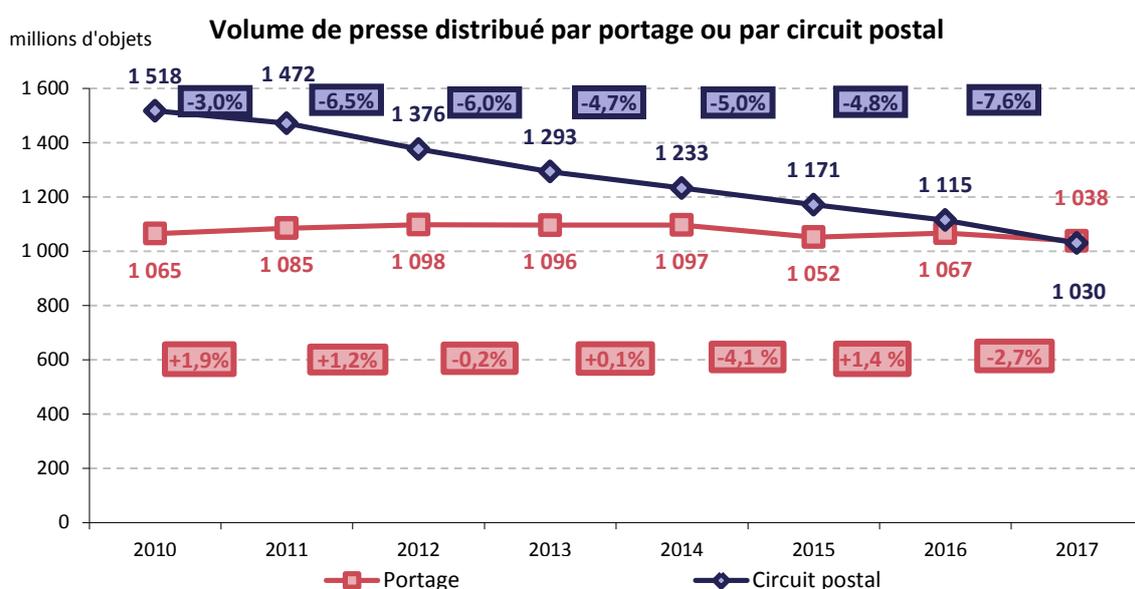
4. La presse

Le trafic de presse aux abonnés s'élève à 2,1 milliards de titres en 2017, soit une diminution de 5,2 % en un an contre -1,9 % en 2016. Ce recul davantage marqué s'explique en partie par une accélération du repli de la presse distribuée par circuit postal (-7,6 % contre environ -5% par an les trois années précédentes). En outre, le portage de presse, qui progressait légèrement en 2016, décroît également en 2017 (-2,7 % en un an). Les tendances de ces dernières années, à la baisse continue et soutenue pour le trafic distribué par circuit postal et à la hausse en ce qui concerne les titres portés, permettent au trafic par portage de supplanter pour la première fois celui des titres distribués par circuit postal.

Presse - Volumes en millions d'objets	2013	2014	2015	2016	2017	Evolution 2016-2017
Circuit postal	1 293	1 233	1 171	1 115	1 030	-7,6%
Portage*	1 096	1 097	1 052	1 067	1 038	-2,7%
Distribution totale de la presse aux abonnés	2 389	2 330	2 223	2 182	2 067	-5,2%

Source : Arcep, Observatoire statistique des activités postales

* Source : ACPM, Alliance pour les Chiffres de la Presse et des Médias – Portage de presse payante grand public



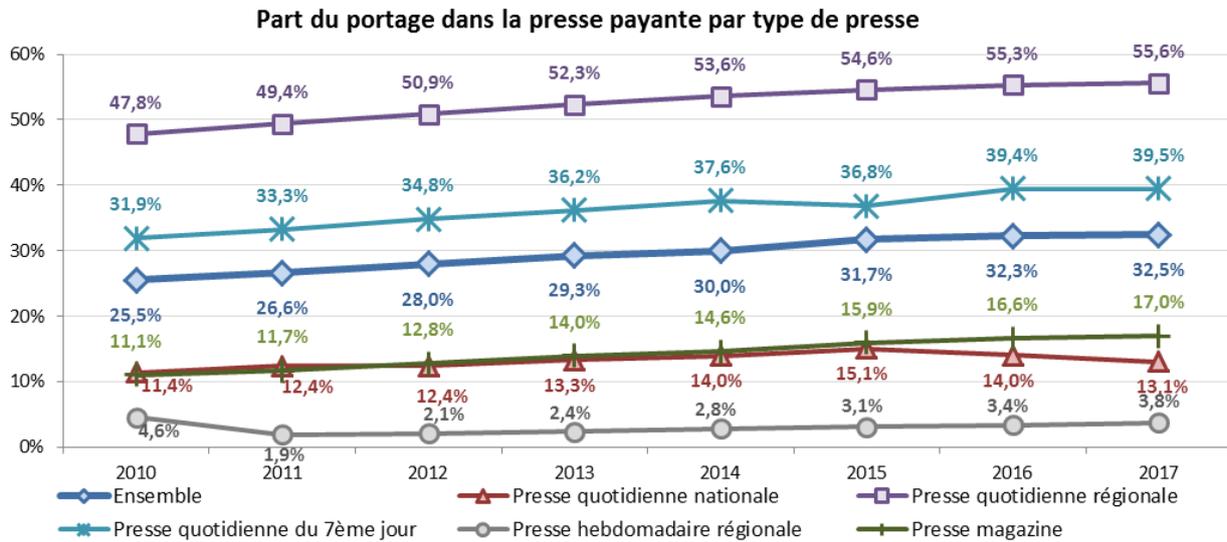
4.1. La presse distribuée par portage

L'Alliance pour les Chiffres de la Presse et des Médias (ACPM) calcule chaque année la part du portage dans la diffusion de presse payante par type de presse. Elle ne peut pas être comparée à la part du portage dans la distribution de presse aux abonnés. En effet, les chiffres de l'ACPM concernent la diffusion globale et non la distribution aux seuls abonnés, et incluent donc la vente de titres de presse hors abonnement (dépositaires de presse, librairies, bibliothèques de gare, etc.) qui représente près de la moitié de la diffusion de presse.

La part du portage dans la diffusion de presse augmente pour la quasi-totalité des types de presse payante. Elle est importante s'agissant de la presse quotidienne régionale (56 % des titres sont portés) et de la presse du 7^{ème} jour (40 %) et continue de progresser légèrement en 2017.

Environ 15 % des titres de presse quotidienne nationale et de presse magazine sont portés, mais leurs évolutions diffèrent : la part du portage de presse quotidienne régionale diminue significativement depuis deux ans (-1 point par an environ en 2016 et 2017), tandis qu'elle continue de croître s'agissant de la presse magazine.

Le taux de diffusion des titres de presse hebdomadaire régionale par portage reste faible, à 3,8 % des envois.

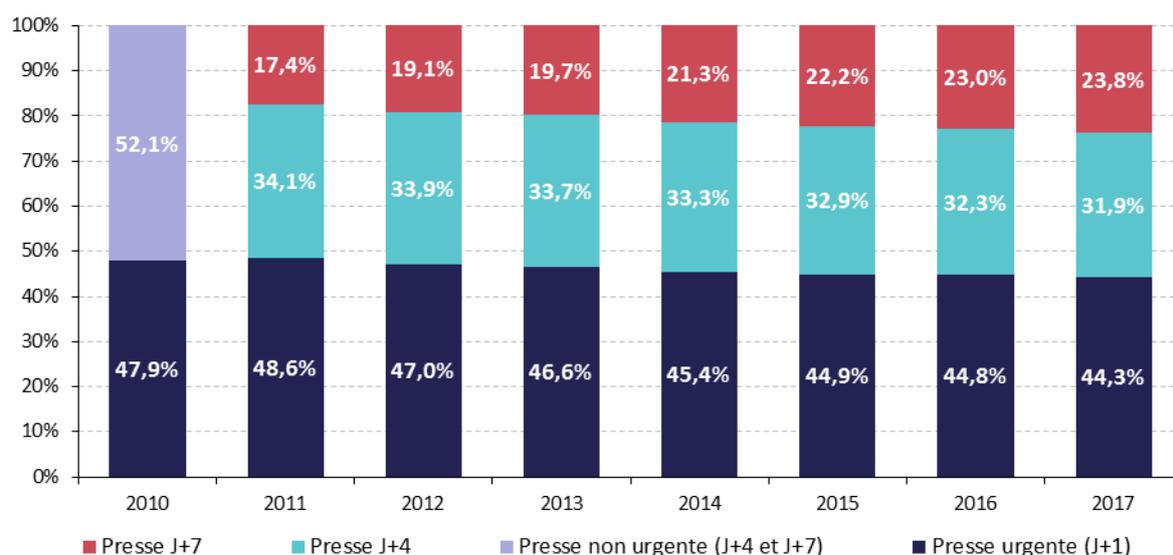


Source : ACPM, Observatoire de la presse et des médias 2017

4.2. La presse distribuée par circuit postal

En 2017, la part du trafic de presse distribué par circuit postal selon les différents niveaux d'urgence évolue sur une tendance similaire à celle observée les années précédentes. Le trafic de presse urgente (J+1) et celui distribué en J+4 continuent de diminuer à un rythme supérieur (-8 % en un environ) à celui de la presse non urgente (-5 % en un an). En conséquence, le taux de titres distribué en J+7 s'accroît, de 0,8 point en un an, mais représente encore moins d'un quart du trafic de presse distribué par circuit postal.

Répartition de la presse distribuée par circuit postal selon l'urgence



Les revenus liés à la distribution de la presse par circuit postal diminuent encore en 2017, de 15 millions d'euros par rapport à sa valeur en 2016. Cette diminution provient de celle du revenu de l'activité « presse » des opérateurs, en baisse de 4,0 % en 2017. La contribution de l'Etat⁶, qui augmente de 2 millions d'euros en 2017, ne parvient pas à compenser totalement ce recul.

Presse - Revenus en millions d'euros HT	2013	2014	2015	2016	2017	Evolution 2016-2017
Chiffre d'affaires "Presse"	458	430	432	410	393	-4,0%
Contribution provisionnelle de l'Etat*	217	151	130	119	121	1,7%
Compensation liée au moratoire*	32	0	0	0	0	-
Total	707	581	562	529	514	-2,7%

Source : Arcep, Observatoire statistique des activités postales

*Source : Ministère de l'Economie, de l'Industrie et du Numérique

⁶ <http://www.entreprises.gouv.fr/services/mission-transport-et-la-distribution-la-presse>

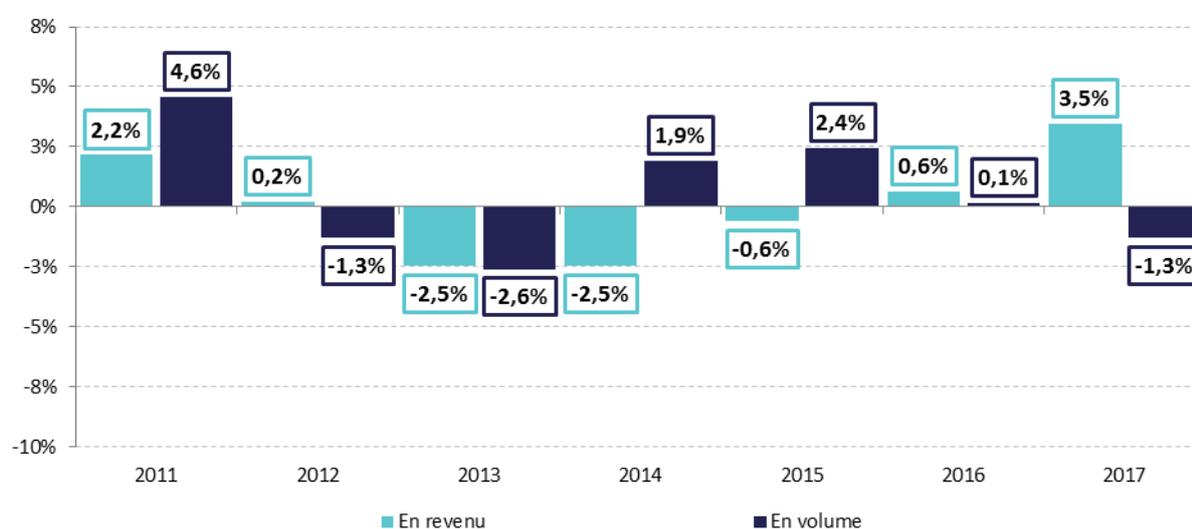
5. La publicité non adressée

Après deux années de croissance autour de 2% et une stabilisation en 2016, le nombre d'objets non adressés distribués en France recule à nouveau, d'un peu plus de 1% en un an, après deux années de quasi stabilité. En revanche, le revenu dégagé par ce segment de marché augmente de 3,5 % en un an. Au total, 21,3 milliards d'objets non adressés ont été distribués pour un revenu atteignant 700 millions d'euros, correspondant à un revenu moyen par envoi d'environ 3 centimes d'euros HT.

Publicité non adressée	2013	2014	2015	2016	2017	Evolution 2016-2017
Volume en millions d'objets	20 626	21 024	21 537	21 565	21 285	-1,3%
Revenus en millions d'euros HT	692	675	671	676	699	3,5%

Source : Arcep, Observatoire statistique des activités postales

Évolution de la publicité non adressée



L'analyse des données publiées par France Pub et l'Institut de recherche et d'études publicitaires (Irep⁷) confirme la croissance des dépenses relatives aux imprimés sans adresse (+3,2% en an). Ces objets publicitaires représentent, en 2017, près de 40 % dépenses publicitaires globales. En revanche le recul des dépenses de publicité adressée, entamé il y a plus de 10 ans, se poursuit en 2018, sur une tendance similaire à la tendance moyenne observée les cinq dernières années (-6,5 % en 2017). Ces dépenses publicitaires ont ainsi perdu près d'un quart de leur valeur depuis 2013. Les dépenses publicitaires totales reculent à un rythme d'environ 1,5% depuis deux ans, après trois années autour de 5%.

⁷ http://www.irep.asso.fr/files/marche_publicitaire/communiquede-presse-mpf-2017.pdf

Dépenses en publicité <i>en millions d'euros</i>	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Dépenses publicitaires totales	9 042	8 621	8 192	7 897	7 806	7 684
dont publicité adressée	4 079	3 773	3 411	3 155	3 025	2 828
dont Imprimés sans adresse	2 991	2 908	2 864	2 835	2 866	2 958
dont autres éditions publicitaires	1 152	1 115	1 093	1 065	1 050	1 024
dont autres (marketing téléphonique, ...)	820	825	825	842	865	874

Source: France Pub - Irep

Evolution annuelle des dépenses en publicité <i>évolutions annuelles (en %)</i>	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Dépenses publicitaires totales	-1,3%	-4,7%	-5,0%	-3,6%	-1,2%	-1,6%
dont publicité adressée	-4,5%	-7,5%	-9,6%	-7,5%	-4,1%	-6,5%
dont Imprimés sans adresse	1,2%	-2,8%	-1,5%	-1,0%	1,1%	3,2%
dont autres éditions publicitaires	0,9%	-3,2%	-2,0%	-2,6%	-1,4%	-2,5%
dont autres (marketing téléphonique, ...)	3,1%	0,6%	0,0%	2,1%	2,7%	1,0%

Source: France Pub - Irep

Partie 2 – Investissements et emploi des activités postales

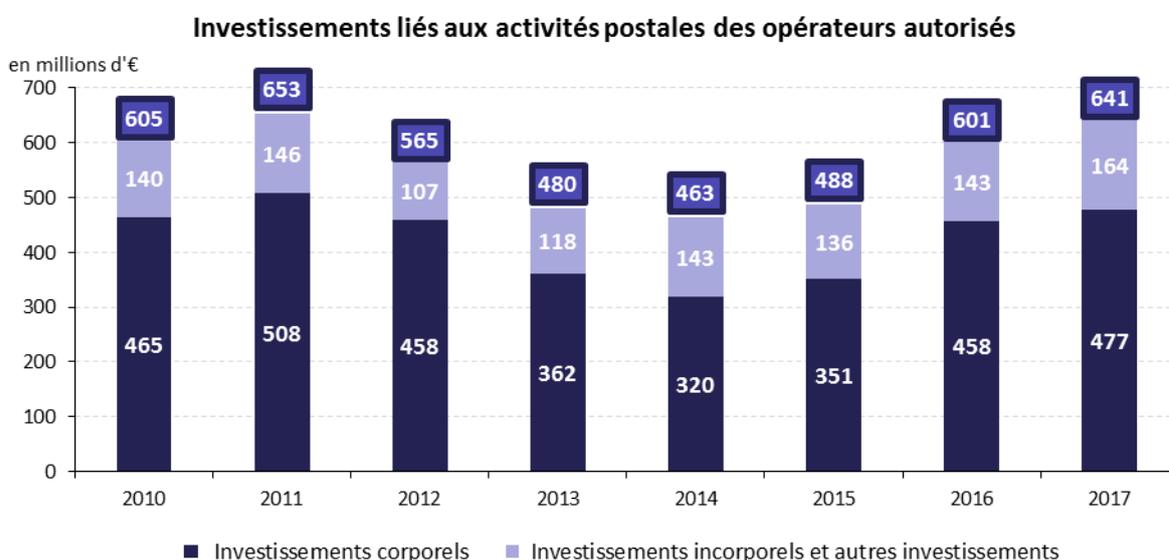
1. Les investissements

Le montant des investissements des opérateurs postaux autorisés par l'Arcep et de leurs filiales^[1] s'élève à 641 millions d'euros en 2017, soit le plus haut niveau enregistré au cours des six dernières années. Il augmente pour la troisième année consécutive, de +6,9 % en un an, mais à un rythme moins soutenu par rapport à 2016, année où les investissements avaient progressé de plus de 23%, notamment en raison des dépenses engagées dans le cadre du projet « Village La Poste ».

L'accroissement des investissements (+40 millions d'euros en un an) se répartit, en 2017, presque équitablement entre investissements corporels (infrastructures, équipements, machines de tri, bâtiments) et investissements incorporels (brevets, licences, logiciels, etc.). Néanmoins, les investissements corporels constituent toujours la très grande majorité des sommes engagées (75% en 2017).

Investissements liés aux activités postales en millions d'euros	2013	2014	2015	2016	2017	Evolution 2016-2017
Ensemble des investissements des opérateurs autorisés	480	463	488	601	641	6,7%
Investissements corporels	362	320	351	458	477	4,2%
Investissements incorporels et autres investissements	118	143	136	143	164	14,6%

Source : Arcep, Observatoire statistique des activités postales
Données modifiées par rapport à la publication précédente



^[1] Les investissements comptabilisés ici sont ceux des opérateurs autorisés par l'Arcep en fin d'année, ainsi que ceux de leurs filiales en France qui réalisent des investissements dans des activités postales. Par exemple, les investissements immobiliers du groupe La Poste sont réalisés par Poste Immo, filiale à 100 %. Poste Immo gère les investissements en infrastructure de sa maison mère (renfort de ses centres de tri et rénovation des bureaux de poste, modernisation de l'appareil de production) ainsi que la gestion de son patrimoine immobilier. Ils ne couvrent donc que les activités de prestations postales au sens strict en excluant l'express, la publicité non adressée et le routage.

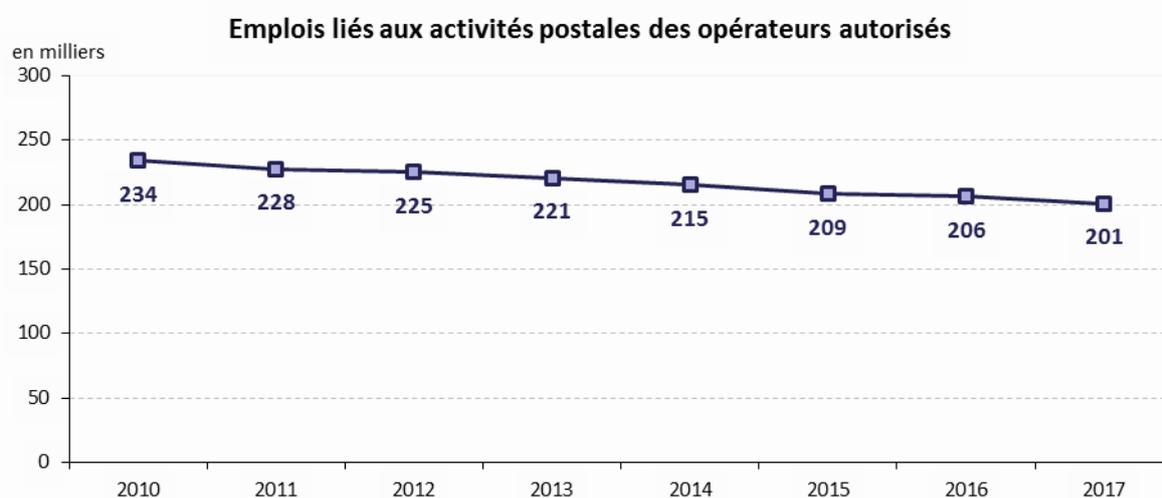
2. L'emploi

Le nombre d'emplois liés aux activités postales des opérateurs autorisés diminue de 2,5% en 2017, à un rythme deux fois supérieur à celui de 2016. Pourtant, avec une perte de 5 000 emplois en un an, le recul se situe au niveau annuel moyen observé ces sept dernières années.

Au total, 201 000 emplois sont consacrés aux activités postales par les opérateurs autorisés par l'Arcep, soit 30 000 emplois de moins par rapport à 2010.

Emplois liés aux activités postales des opérateurs autorisés	2013	2014	2015	2016	2017
Nombre d'emplois (en milliers)	221	215	209	206	201
Evolution annuelle	-1,7%	-2,8%	-3,1%	-1,2%	-2,5%

Source : Arcep, Observatoire statistique des activités postales



Comptabilisation du nombre d'emplois

Le nombre d'emplois considéré ici correspond au nombre de personnes physiques employées par les opérateurs autorisés, non compris les filiales, pour leurs prestations postales, c'est-à-dire en excluant les activités d'express, de publicité non adressée et le routage.

Les salariés de la Banque Postale, filiale du groupe La Poste, ainsi que ceux des services financiers de La Poste maison-mère, employés uniquement à des activités non postales, sont exclus.

Sont également exclus les personnels des agences ou relais partenaires auxquels les opérateurs autorisés délèguent certaines de leurs prestations.

Les salariés dont l'activité n'est consacrée que pour partie aux prestations postales, en particulier les guichetiers (leur activité est partagée entre des services liés aux prestations postales - affranchissement d'envois de correspondance ou de colis « ordinaires » par exemple - et d'autres services pour le compte de filiales comme La Banque Postale, ou Chronopost), sont comptabilisés pleinement et non au prorata du temps passé sur des activités postales.

Cet indicateur n'appréhende ainsi qu'imparfaitement l'emploi lié aux prestations postales.

Annexes

1. Définitions des différents segments de marché

Constitue un envoi postal tout objet destiné à être remis à l'adresse indiquée sur l'objet lui-même ou sur son conditionnement et présenté dans la forme définitive dans laquelle il doit être acheminé. Outre les envois de correspondance, sont notamment considérés comme des envois postaux les livres, les journaux, les périodiques et les colis postaux contenant de la marchandise avec ou sans valeur commerciale.

Les colis envoyés en express, la presse portée et la publicité non adressée ne sont pas des envois postaux.

1.1. Envois de correspondance

L'envoi de correspondance est un envoi postal ne dépassant pas deux kilogrammes. Les envois postaux adressés tels que les livres, catalogues, journaux ou périodiques ne font pas partie des envois de correspondance. Le publipostage (publicité adressée ou marketing direct) est un envoi de correspondance.

1.1.1. Envois remis contre signature

Ces envois peuvent correspondre aux envois recommandés et aux envois à valeur déclarée. L'envoi recommandé est un service consistant à garantir forfaitairement contre les risques de perte, vol ou détérioration et fournissant à l'expéditeur, le cas échéant à sa demande, une preuve du dépôt de l'envoi postal et / ou sa remise au destinataire. L'envoi à valeur déclarée est un service consistant à assurer l'envoi postal à concurrence de la valeur déclarée par l'expéditeur en cas de perte, vol ou détérioration.

1.1.2. Export

Le segment du courrier international (envois de correspondance) sortant est ouvert à la concurrence pour toutes tranches de poids. Les opérateurs sont pour la plupart des filiales des postes européennes.

1.2. Colis

Le marché des colis regroupe deux segments : celui du colis hors express et celui du colis express. Les délais d'acheminement constituent le premier critère de distinction entre ces deux premiers segments : ils sont généralement supérieurs à un jour pour le colis hors express (J+2 à J+5) et égaux ou inférieurs à un jour pour l'express (J+1). L'identité des expéditeurs et des récepteurs de colis constitue le second critère. Le colis hors express concerne majoritairement les échanges entreprises-consommateurs ou entre particuliers alors que l'express répond davantage aux besoins interentreprises (délais courts, logistique adaptée). La distinction entre ces deux segments s'avère toutefois de plus en plus difficile à établir, les opérateurs proposant des produits de plus en plus convergents.

1.2.1. Colis hors express

Il s'agit de la livraison à domicile et en points de retrait des colis de 0 à 30kg. Ce marché est complètement ouvert à la concurrence mais partiellement régulé : le service universel garantit qu'une offre de colis jusqu'à 20kg en envoi ordinaire ou en recommandé soit disponible au public à l'unité sur tout le territoire. Outre La Poste, d'autres acteurs tels que Colis Privé, Adrexo ou les filiales de distribution des groupes de vente à distance (Sogep, Mondial Relay) sont également présents sur le marché et procèdent à des livraisons à domicile. Leurs clients sont avant tout des acteurs de la Vente à Distance (VAD). Cette catégorie inclut les colis ordinaires, les colis remis contre signature et les colis contenant des petits objets ou petits paquets, définis comme des envois postaux destinés à contenir principalement des marchandises, ne dépassant pas 2kg, dont le traitement est au moins partiellement mutualisé avec le traitement des envois de correspondance.

1.2.2. Colis express

Marché complètement ouvert à la concurrence, l'express correspond à la livraison d'objets et de plis dans des délais garantis, du seuil de la porte de l'expéditeur jusqu'à celui du destinataire. Deux catégories d'acteurs se concurrencent sur les différents segments du marché express colis légers de moins de 30 kg : les filiales de groupes postaux, qu'elles soient françaises (Chronopost, Exapaq) ou étrangères.

D'autres sociétés issues du transport routier sont également présentes mais l'express tous poids et la messagerie constituent leur cœur de marché.

1.3. Distribution de la presse aux abonnés

1.3.1. Circuit postal

La presse écrite est l'ensemble des quotidiens et des publications périodiques diffusant une information générale, judiciaire ou technique, inscrits à la commission paritaire des papiers de presse. La Poste offre une prestation de distribution au titre du « service public de transport et de distribution de presse » et une prestation au titre du « service universel postal ». Les distributions gratuites de presse écrite sont exclues du champ de l'enquête ; seule la presse payante distribuée aux abonnés est prise en compte.

1.3.2. Portage de presse

Il s'agit du deuxième canal de distribution qui s'ajoute à celui de La Poste. Certains éditeurs de presse ont créé leur propre réseau de distribution (sur liste d'abonnés). Les distributions gratuites de presse écrite sont exclues du champ de la publication.

1.4. Publicité non adressée

Totalement en concurrence, ce marché correspond à la distribution des messages sans référence personnelle, sans adresse et sans nom. Ces plis ne nécessitent ni collecte, ni tournée quotidienne de distribution.