



Secteur postal

Cadre des travaux et enjeux

Comité des Consommateurs
Réunion plénière du 9 juin 2008

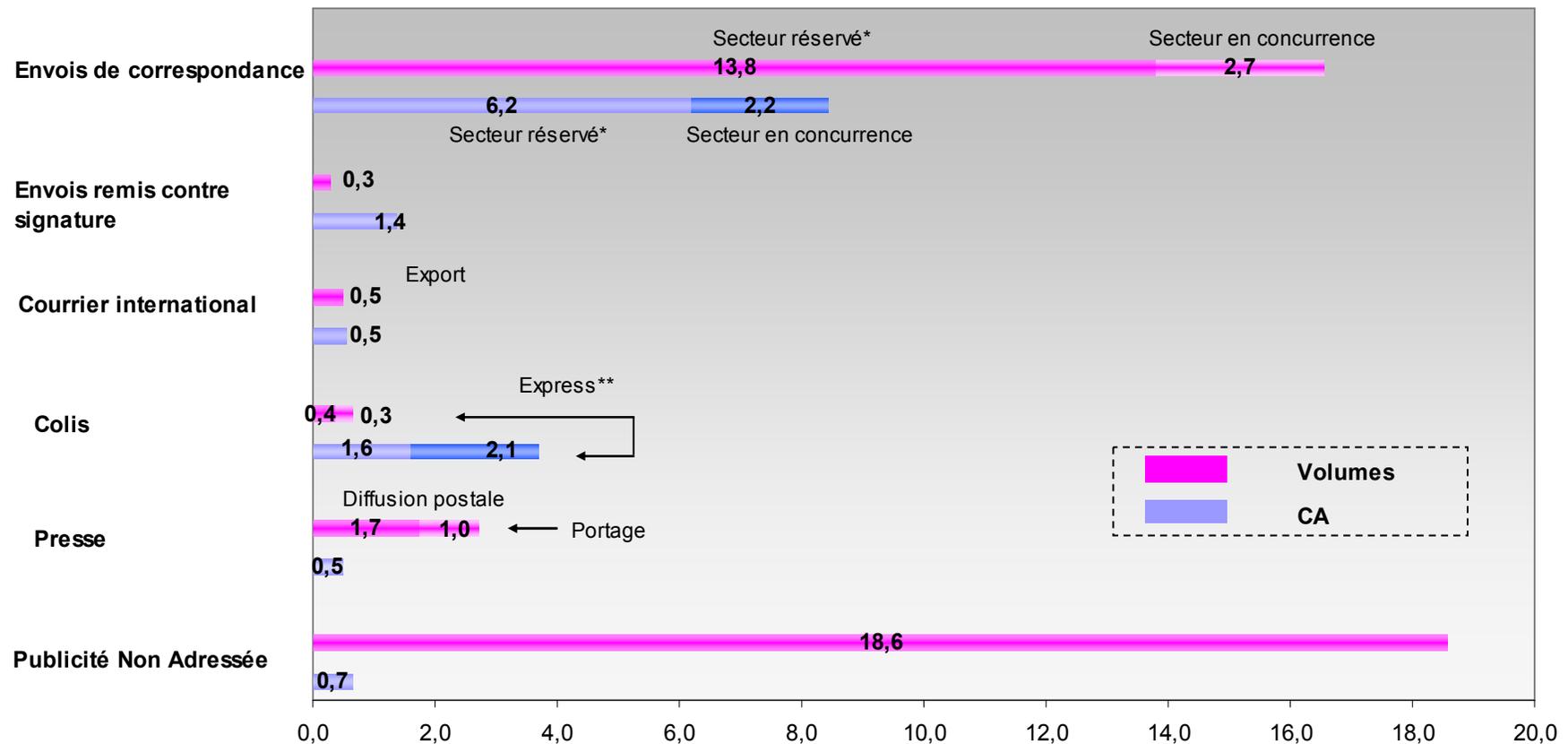
Réunion plénière

1. Les marchés postaux
2. Quelques illustrations de la régulation au quotidien
3. Enjeux des échanges entre les consommateurs et l'ARCEP

09 juin 2008

Les marchés postaux

Total du marché en volume / CA en 2006
en milliards d'objets / d'euros

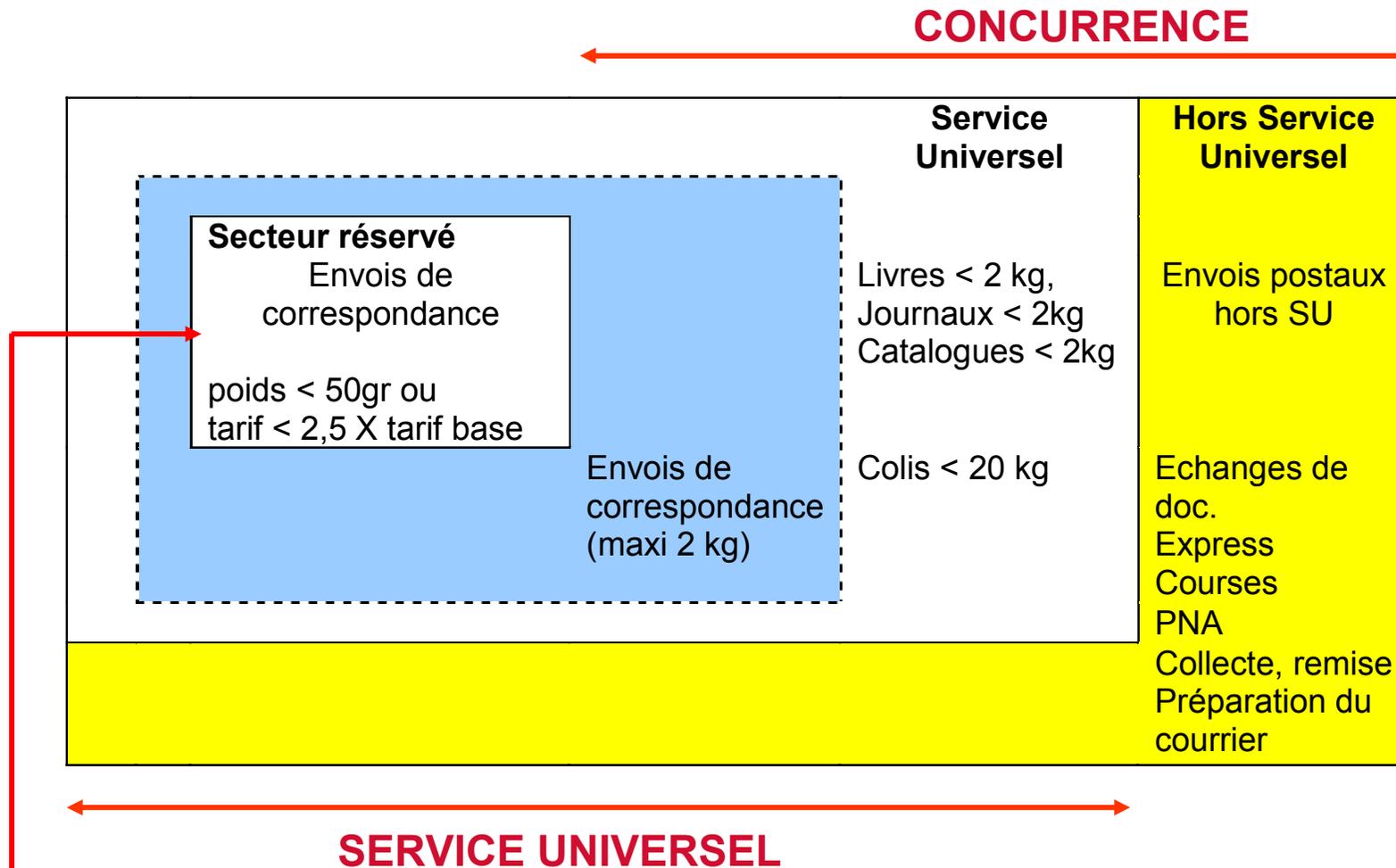


Source : Arcep, Observatoire des activités postales, enquête annuelle 2006

* En 2006, le monopole postal correspond aux envois de correspondance < 50g et dont le prix est < à 2,5 fois le tarif de base

** Estimation

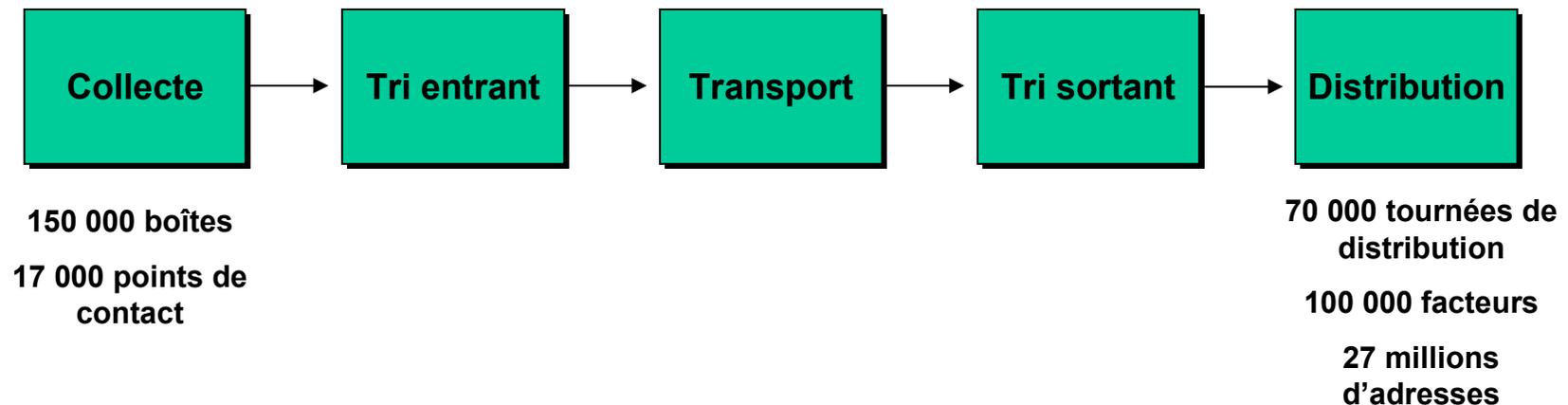
Panorama juridique au 1^{er} janvier 2008 et champ de la régulation postale



Libéralisation 1^{er} janvier 2011

Quelle organisation pour distribuer les envois de correspondance ?

- ❑ La Poste, prestataire du service universel :



- ❑ Les opérateurs alternatifs se concentrent sur des segments limités du marché:
 - Courrier industriel non urgent distribué dans les zones denses (ex : campagnes publicitaires)
 - Courrier local (ex : Inter-entreprises, prospectus ciblés, journal de la mairie)
 - Courrier B-to-B

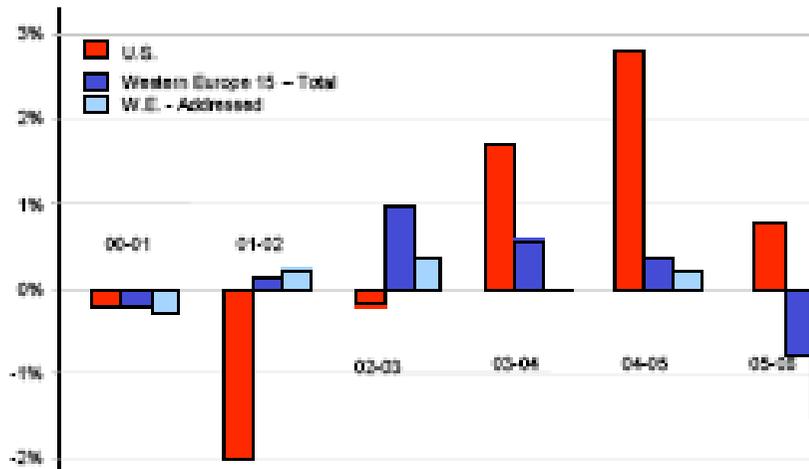
Du côté de la demande

- ❑ ~ 70% du trafic est constitué de flux des professionnels vers les ménages
- ❑ Dépenses postales moyennes annuelles des ménages : autour de 40€
- ❑ Le volume des envois adressés stagne

de \ vers	Ménages	Professionnels
Ménages	5 %	65 %
Professionnels	10 %	20 %

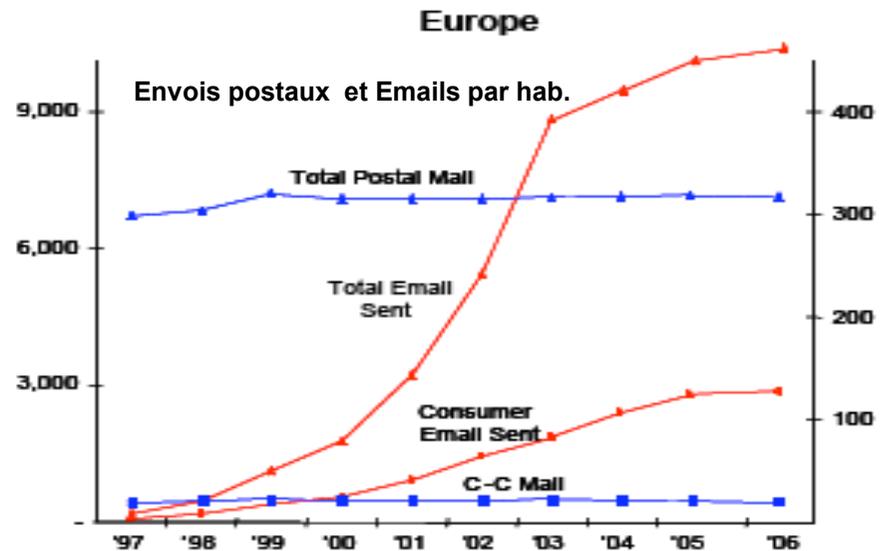
95%

Croissance des envois postaux distribués par les postes historiques (USA / Europe)



Source : Mail data base

Substitution ? L'observation du passé récent ne donne pas de perspective absolument claire



Source : IDC E-Mail Report

Réunion plénière

1. Les marchés postaux

2. Quelques illustrations de la régulation au quotidien

3. Enjeux des échanges entre les consommateurs et l'ARCEP

L'encadrement des tarifs postaux : le price-cap 2006-2008

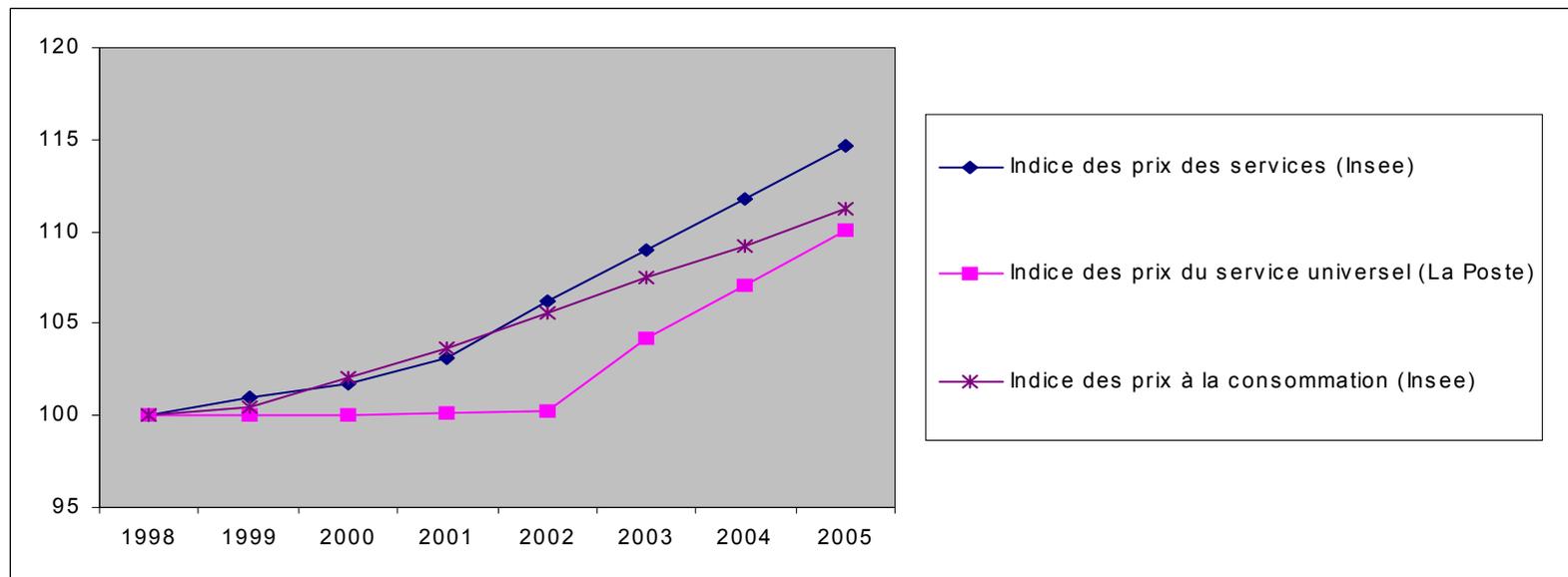
❑ Les évaluations de l'Autorité :

- L'évolution attendue des coûts de La Poste est estimée à + 1,65 % par an sur la période 2006-2008 ;
- L'évolution attendue des volumes est estimée à - 0,35 % par an sur la période 2006-2008.

❑ Avec ces hypothèses de départ et une inflation anticipée de 1,8%, le niveau du *price-cap* a été fixé à 2,1% chaque année de 2006 à 2008

❑ Possibilité d'ajustements

=> La Poste a la possibilité d'augmenter les tarifs du service universel dans une enveloppe globale de 2,1% chaque année de 2006 à 2008



20 opérateurs autorisés : 12 pour la distribution d'envois de corresp. 8 pour acheminer le courrier sortant

Donner les meilleures garanties aux utilisateurs

Permettre une concurrence équitable

Les devoirs

Les droits

- le secret de la correspondance et le respect de la vie privée
- la protection des consommateurs par des garanties de qualité et de fiabilité du service

- Un égal accès aux boîtes aux lettres
- L'accès aux moyens indispensables détenus par La Poste : référentiel des codes postaux, service de réexpédition, distribution dans les boîtes postales, changement d'adresse.
- La possibilité de saisir l'ARCEP en cas de différend avec La Poste



Plus de transparence sur la qualité du service universel

❑ Publication d'un tableau de bord par La Poste amené à évoluer en fonction des attentes des consommateurs :

- Pour les chiffres 2004, 2005, 2006, l'ARCEP et La Poste ont travaillé en commun à la publication d'indicateurs de QS ;
- Les informations publiées pour 2005 et 2006 concernaient les délais d'acheminement des principales prestations postales :
 - Lettre prioritaire ;
 - Colissimo Guichet ;
 - Courrier international ;
 - informations sur le nombre de réclamations déposées et la façon dont elles ont été traitées.

❑ Afin de cerner les besoins additionnels d'informations, lancement d'une consultation publique en 2007.

Nouveaux indicateurs	2007	2008	envisagés
Nombre de boîtes aux lettres et répartition par heures limite de dépôt	X		
% de satisfaction vis-à-vis de la rapidité et l'efficacité avec laquelle La Poste traite une réclamation	X		
Délais d'acheminement de la presse	X		
Délais d'acheminement du courrier industriel	X		
% de lettres recommandées distribuées en J+1		X	
% de Colissimo Guichet délivrés en J+7		X	
% de délais aberrants pour les envois recommandés		X	
Délais d'acheminement des avis de réception			X
Délais d'acheminement des lettres intra-régionales			X
Indicateur relatif à la satisfaction vis-à-vis de l'accessibilité			X
% de satisfaction vis-à-vis du service de distribution			X
Actions entreprises pour améliorer la qualité sur la base des informations des réclamations			X

Enjeux des échanges entre les consommateurs et l'ARCEP

- ❑ **L'ARCEP a besoin du point de vue des consommateurs dans la régulation au quotidien :**
 - Consultations publiques :
 - Sur les informations relatives à la qualité du service universel ;
 - Sur l'accès aux boîtes aux lettres ;
 - Informations sur les pratiques postales ;
 - Remontées d'informations sur des pratiques nécessitant une intervention du régulateur (ex: l'envoi de petits objets au tarif lettre).

- ❑ **Les associations de consommateurs sont sollicitées par La Poste sur des sujets pour lesquels ils peuvent avoir besoin d'une expertise ARCEP :**
 - Conditions Générales de Vente (CGV) ;
 - Modifications de l'offre postale.

- ❑ **Premier comité postal le 31 mars 2008 :**
 - Neuf associations de consommateurs ainsi que l'INC ont participé.