

# LE MARCHÉ DES ACTIVITÉS POSTALES ET CONNEXES EN FRANCE

ANNEE 2018

OBSERVATOIRE DES ACTIVITÉS POSTALES

17 octobre 2019

## Sommaire

<b>Remarques générales</b> .....	3
<b>Rupture de séries</b> .....	3
<b>Partie 1 – Panorama des marchés en 2018</b> .....	7
<b>1. Les envois de correspondance distribués en France</b> .....	7
1.1. Les envois de correspondance par niveau d'urgence et poids, hors plis remis contre signature.....	7
1.2. La publicité adressée et les autres envois de correspondance .....	9
1.3. Le trafic égrené et le trafic industriel .....	11
1.4. Les envois de correspondance remis contre signature.....	13
<b>2. Les colis distribués en France</b> .....	15
<b>3. L'activité internationale : import et export</b> .....	18
3.1. Le marché international .....	18
3.2. Focus sur l'export .....	19
3.3. Focus sur l'import.....	21
<b>4. La presse</b> .....	24
4.1. La presse distribuée par portage.....	24
4.2. La presse distribuée par circuit postal.....	25
<b>5. La publicité non adressée</b> .....	27
<b>Partie 2 – Investissements et emploi des activités postales</b> .....	29
<b>1. Les investissements</b> .....	29
<b>2. L'emploi</b> .....	30
<b>Annexe :</b> .....	31
<b>définitions des différents segments de marché</b> .....	31
1.1. Envois de correspondance .....	31
1.2. Colis .....	31
1.3. Distribution de la presse aux abonnés .....	32
1.4. Publicité non adressée .....	32

## Remarques générales

L'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes publie les résultats de l'enquête annuelle 2018 menée sur les marchés des activités postales<sup>1</sup> et des activités connexes. Cette enquête a été conduite auprès des opérateurs autorisés au 31 décembre 2018 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.

## Rupture de séries

En 2017, 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. Cette modification de périmètre a principalement conduit 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 sur les années récentes, les données sont présentées à périmètre constant, c'est-à-dire après réaffectation de ces petits paquets sur la période allant de 2014 à 2018. En revanche, il peut exister une rupture de séries entre les années 2013 et 2014.

---

<sup>1</sup> La [liste](#) des opérateurs est consultable sur le site de l'Autorité

## Synthèse

L'activité postale représente 11,2 milliards d'objets adressés en 2018 (plis, colis hors express, presse par circuit postal, domestique et à l'international), pour un revenu de 10,1 milliards d'euros hors taxes. La contraction du volume total d'objets s'amplifie nettement en 2018 (-7,7% en un an), après quatre années autour de -5% par an. Elle touche tous les types d'objets, à l'exception de l'activité colis domestique, import et export, dont la croissance reste élevée pour la quatrième année consécutive. Le recul du revenu associé à l'activité postale est également plus marqué que l'année précédente (-1,7% en 2018 contre -0,7% en 2017), mais dans une moindre mesure au regard des volumes : il se situe autour de -1% à -2% par an depuis trois ans. Ce phénomène s'explique principalement, en 2018, par les augmentations tarifaires sur les produits du service universel (+5% en 2018 contre +3,3% en 2017).

### **Pour la première fois, moins de 10 milliards de plis ont été distribués en France ou exportés**

Les flux d'envois de correspondance représentent près de neuf objets distribués ou exportés sur dix.

Le volume des envois de correspondance distribués en France diminue pour la onzième année consécutive, et à un rythme jamais atteint auparavant (-8,8% en un an). Au sein des flux de courriers distribués en France, c'est le segment des envois de correspondance hors marketing direct qui subit un recul accru, avec une diminution d'environ -10% (contre -5% en 2017). La diminution du revenu afférent au courrier distribué en France (-4,0% en 2018), plus de deux fois inférieure à celle du trafic, est notamment contenue par l'accroissement tarifaire des lettres distribuées en J+1 et J+2.

A l'import et à l'export, le trafic diminue sensiblement au même rythme en 2018, autour de -5% en un an. Le revenu associé suit la tendance des volumes à l'export, mais la diminution est nettement moindre à l'import, sous l'effet de hausses tarifaires.

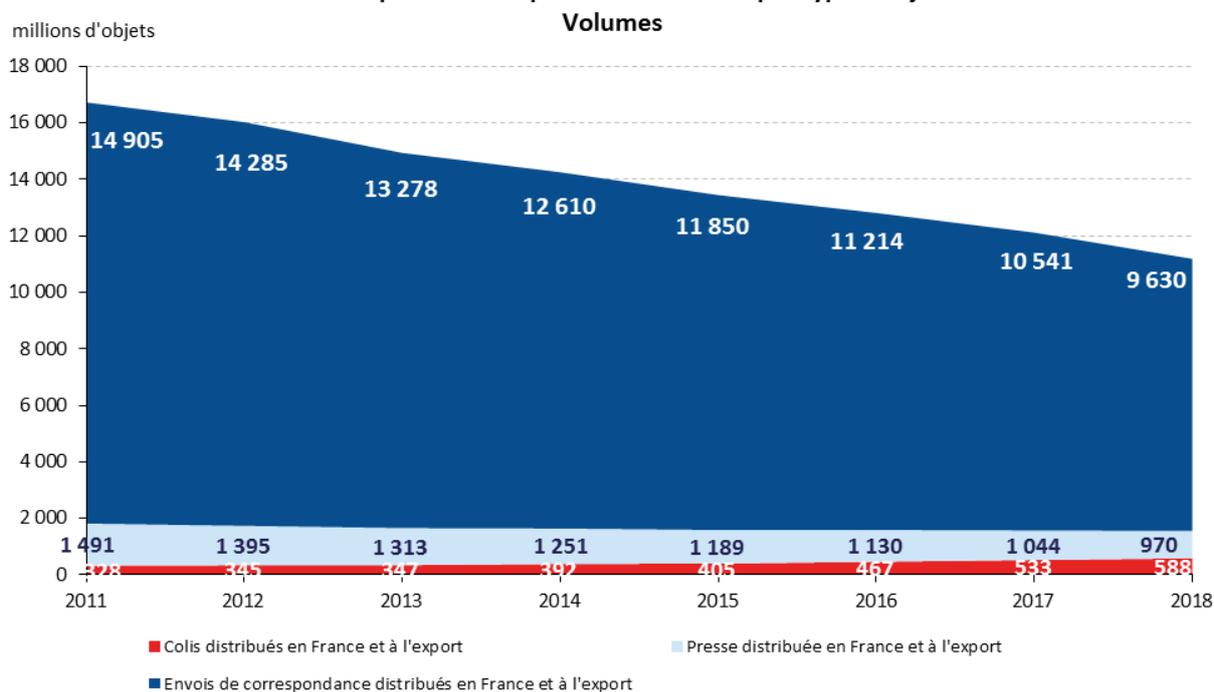
### **Le marché de la distribution de colis par les opérateurs autorisés (hors express) continue de progresser à un rythme soutenu.**

Le nombre de colis distribués en France par les opérateurs autorisés progresse de 10,2%. Cette hausse, supérieure à 10% depuis trois ans, touche tous les types de colis, mais elle est majoritairement portée par celle des colis contenant de petits objets, notamment sous l'effet de la progression petits paquets importés en provenance d'Asie. La croissance du revenu des colis distribués en France est sensiblement identique depuis trois ans (+7,9% en 2018). Le revenu global, y compris l'export (2,3 milliards d'euros) représente près du quart du revenu lié à l'activité postale, contre seulement 5% des flux.

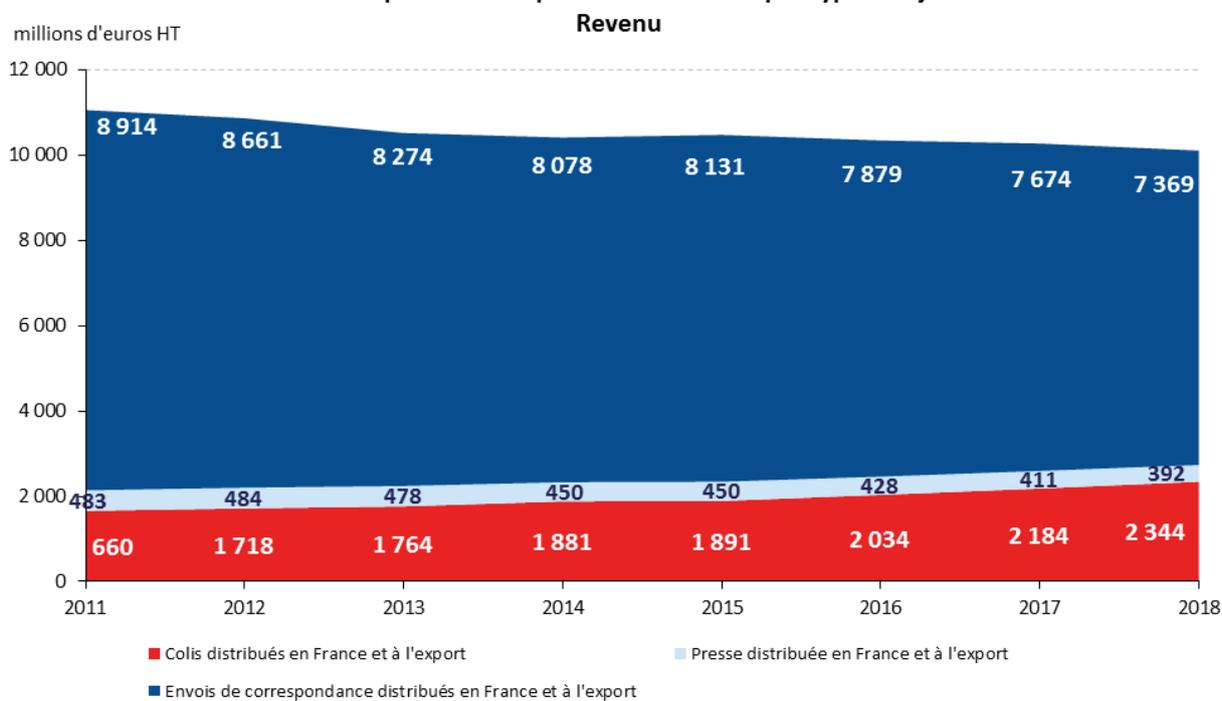
### **Le marché de la distribution de presse à domicile diminue, quel que soit le mode de livraison.**

Quel que soit le mode de distribution de la presse (portage ou circuit postal), le nombre de titres distribués décroît au rythme de 2017 : -3,1% en un an s'agissant du portage, -7,1% concernant la distribution par circuit postal. Le revenu associé à la distribution de presse par circuit postal, diminue dans une moindre mesure (-4,7% en 2018), les hausses tarifaires compensant partiellement le recul des volumes.

### Activité postale des opérateurs autorisés par type d'objet



### Activité postale des opérateurs autorisés par type d'objet



## Les volumes

### Activités postales et marchés connexes de distribution - Volumes

<i>en millions d'objets</i>	2014	2015	2016	2017	2018	Evolution 2017-2018
<b>Distribués en France</b>						
Envois de correspondance (y compris remis contre signature)	12 304	11 570	10 922	10 258	9 360	-8,8%
Colis (y compris remis contre signature et petits paquets)*	367	382	441	506	557	10,2%
Distribution postale de la presse aux abonnés	1 233	1 171	1 115	1 030	956	-7,1%
<b>Total des objets adressés distribués en France</b>	<b>13 904</b>	<b>13 123</b>	<b>12 478</b>	<b>11 794</b>	<b>10 873</b>	<b>-7,8%</b>
<b>Distribués à l'Export</b>						
Envois de correspondance	306	280	292	282	270	-4,2%
Colis (y compris petits paquets)	25	23	26	27	30	14,0%
Presse	18	17	15	15	14	-8,0%
<b>Total des objets adressés Export</b>	<b>349</b>	<b>320</b>	<b>332</b>	<b>324</b>	<b>314</b>	<b>-2,9%</b>
<b>Total du marché des objets adressés</b>	<b>14 253</b>	<b>13 443</b>	<b>12 811</b>	<b>12 117</b>	<b>11 187</b>	<b>-7,7%</b>

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

### Activités postales et marchés connexes de distribution - Volumes

<i>en millions d'objets</i>	2014	2015	2016	2017	2018	Evolution 2017-2018
<b>Total publicité non adressée</b>	<b>21 024</b>	<b>21 537</b>	<b>21 565</b>	<b>21 285</b>	<b>21 121</b>	<b>-0,8%</b>
<b>Total de presse portée*</b>	<b>1 097</b>	<b>1 052</b>	<b>1 067</b>	<b>1 038</b>	<b>1 005</b>	<b>-3,1%</b>

Source : Arcep, Observatoire statistique des activités postales

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

## Les revenus

### Activités postales et marchés connexes de distribution - Revenus des envois

<i>en millions d'euros HT</i>	2014	2015	2016	2017	2018	Evolution 2017-2018
<b>Distribués par les opérateurs autorisés en France</b>						
Envois de correspondance (y compris remis contre signature)	7 794	7 828	7 574	7 368	7 075	-4,0%
Colis (y compris remis contre signature et petits paquets)*	1 648	1 652	1 773	1 909	2 059	7,9%
Distribution postale de la presse aux abonnés	430	432	410	393	375	-4,7%
<b>Total des objets adressés distribués en France</b>	<b>9 872</b>	<b>9 912</b>	<b>9 757</b>	<b>9 671</b>	<b>9 509</b>	<b>-1,7%</b>
<b>Distribués à l'Export</b>						
Envois de correspondance	284	303	305	306	295	-3,9%
Colis (y compris petits paquets)	233	239	261	275	285	3,5%
Presse	20	18	18	17	17	-2,6%
<b>Total des objets adressés Export</b>	<b>537</b>	<b>560</b>	<b>584</b>	<b>599</b>	<b>596</b>	<b>-0,4%</b>
<b>Total du marché des objets adressés</b>	<b>10 410</b>	<b>10 473</b>	<b>10 342</b>	<b>10 270</b>	<b>10 105</b>	<b>-1,6%</b>

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

### Activités postales et marchés connexes de distribution - Revenus

<i>en millions d'euros HT</i>	2014	2015	2016	2017	2018	Evolution 2017-2018
<b>Total publicité non adressée</b>	<b>675</b>	<b>671</b>	<b>676</b>	<b>699</b>	<b>697</b>	<b>-0,2%</b>

Source : Arcep, Observatoire statistique des activités postales

## Partie 1 – Panorama des marchés en 2018

### 1. Les envois de correspondance distribués en France

Le marché des envois de correspondance, y compris remis contre signature, se contracte pour la onzième année consécutive. En volume, après un recul modéré entre 2008 et 2012 (3 à 4% par an), et plus soutenu entre 2013 et 2017 (-6%), la chute du trafic s'accélère nettement en 2018 pour atteindre environ -9%. La contraction du revenu associé s'amplifie également, mais moins fortement que celle des volumes (-4,0% en 2018 contre -2,7% en 2017). En effet, l'augmentation tarifaire moyenne de l'ensemble produits du service universel (+5,0% en 2018<sup>2</sup>) est supérieure celle de 2017 (+3,3%), notamment sous l'effet de la croissance tarifaire des envois de correspondance. Au total, 9,4 milliards d'objets ont été distribués en France en 2018, pour un revenu de 7,1 milliards d'euros

Envois de correspondance et remis contre signature - Volumes en millions d'objets	2014	2015	2016	2017	2018	Evolution 2017-2018
Envois de correspondance remis contre signature	218	211	216	214	210	-2,2%
Envois de correspondance hors remis contre signature	12 086	11 358	10 706	10 044	9 150	-8,9%
<b>Total envois de correspondance (y. c. remis contre signature)</b>	<b>12 304</b>	<b>11 570</b>	<b>10 922</b>	<b>10 258</b>	<b>9 360</b>	<b>-8,8%</b>

Source : Arcep, Observatoire statistique des activités postales

Envois de correspondance et remis contre signature - Revenus millions d'euros HT	2014	2015	2016	2017	2018	Evolution 2017-2018
Envois de correspondance remis contre signature	1 035	1 018	1 054	1 045	1 012	-3,1%
Envois de correspondance hors remis contre signature	6 758	6 810	6 520	6 323	6 063	-4,1%
<b>Revenu des envois de correspondance (y. c. remis contre signature)</b>	<b>7 794</b>	<b>7 828</b>	<b>7 574</b>	<b>7 368</b>	<b>7 075</b>	<b>-4,0%</b>

Source : Arcep, Observatoire statistique des activités postales

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<sup>er</sup> 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 niveau et en proportion du total des envois de correspondance entre 2012 et 2016 au détriment des envois urgents. A partir de 2017, le volume de ces envois diminue, à l'instar des plis urgents et économiques. Néanmoins, le recul étant, en rythme annuel, bien inférieur à celui des autres courriers, leur proportion dans le nombre total d'envois de correspondance continue de progresser de 1,4 point en 2018. La part des envois affranchis en J+2 atteint ainsi 21,9% du total des

<sup>2</sup> L'encadrement tarifaire prévoit une augmentation annuelle moyenne des tarifs du service universel de 5 %. Voir [Décision n°2017-1227](#) de l'Arcep en date du 17 octobre 2017 sur le dossier tarifaire de La Poste.

envois de correspondance distribués en France en 2018. Par ailleurs, le volume des envois affranchis au tarif urgent continue de décroître au rythme d'environ -20% par an depuis 2011 (à l'exception de 2017 où le recul avait été plus mesuré), recul structurel lié à la dématérialisation du courrier. Ils représentent, en 2018, moins de 10% des volumes distribués. Quant aux envois au tarif économique, l'année 2018 marque une accélération du repli du nombre de ces envois, de près de -10% en un an, contre une moyenne annuelle de -5,5% les six années précédentes.

En raison de hausses tarifaires élevées (autour de +10% en 2018) sur les lettres distribuées en J+1 et J+2, la contraction du revenu associé au trafic urgent est deux fois moins importante que celle du volume, tandis que le chiffre d'affaires lié aux flux distribués en J+2 progresse nettement (+4,1%). Le revenu diminuant le plus fortement concerne le trafic non urgent. Sa décreue, pratiquement au rythme du trafic associé, est en lien avec les hausses tarifaires contenues.

Répartition des envois de correspondance selon l'urgence en millions d'objets	2014	2015	2016	2017	2018	Evolution 2017-2018
Trafic urgent (J+1)	1 785	1 463	1 136	1 024	834	-18,6%
Trafic rapide (J+2)	2 103	2 135	2 149	2 055	2 001	-2,6%
Trafic non urgent (J+3 et plus)	8 198	7 759	7 420	6 964	6 314	-9,3%
<b>Total des envois de correspondance distribués en France*</b>	<b>12 086</b>	<b>11 358</b>	<b>10 705</b>	<b>10 044</b>	<b>9 150</b>	<b>-8,9%</b>

Source : Arcep, Observatoire statistique des activités postales

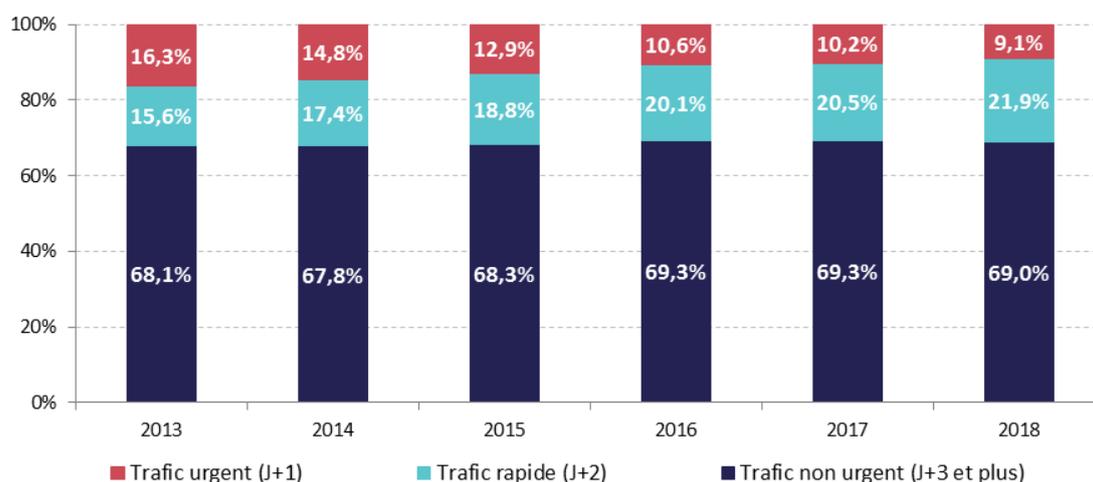
\* non compris les envois de correspondance remis contre signature

Répartition des revenus de correspondance selon l'urgence en millions d'euros HT	2014	2015	2016	2017	2018	Evolution 2017-2018
Trafic urgent (J+1)				1 126	1 038	-7,9%
Trafic rapide (J+2)				1 956	2 037	4,1%
Trafic non urgent (J+3 et plus)				3 241	2 988	-7,8%
<b>Revenus des envois de correspondance distribués en France*</b>				<b>6 323</b>	<b>6 063</b>	<b>-4,1%</b>

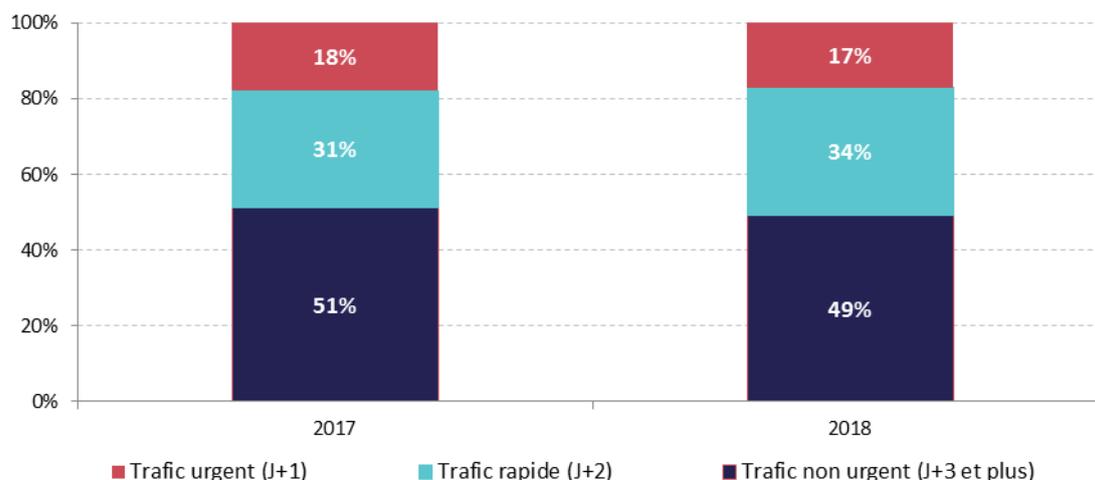
Source : Arcep, Observatoire statistique des activités postales

\* non compris les envois de correspondance remis contre signature

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



### Répartition des revenus de correspondance en fonction du niveau d'urgence



#### 1.2. La publicité adressée et les autres envois de correspondance

Le volume de publicité adressée diminue chaque année depuis 2012 (à l'exception de l'année 2016) au rythme de 6 à 7% par an (-6,9% en 2018). Ce type de courrier a généré, en 2018, 2,6 milliards d'envois, soit un peu moins de 30% du volume total des envois de correspondance. Le revenu afférent connaît une diminution similaire (-6,2% en un an), en raison d'un accroissement tarifaire peu important de ce type d'envoi (+1,8% en moyenne en 2018).

Le marché du marketing direct, en volume comme en revenu, se contracte ainsi pour la onzième année consécutive, et ce déclin est en adéquation avec la baisse des dépenses publicitaires, et particulièrement celles de publicité adressée (voir p.27).

Depuis 2014, le recul du nombre d'envois de correspondance hors publicité adressée se poursuit et s'accélère chaque année (à l'exception de 2017, année soutenue par les élections présidentielles et législatives). Il atteint pratiquement -10% en un an en 2018, la substitution vers les échanges dématérialisés semblant s'accélérer d'année en année.

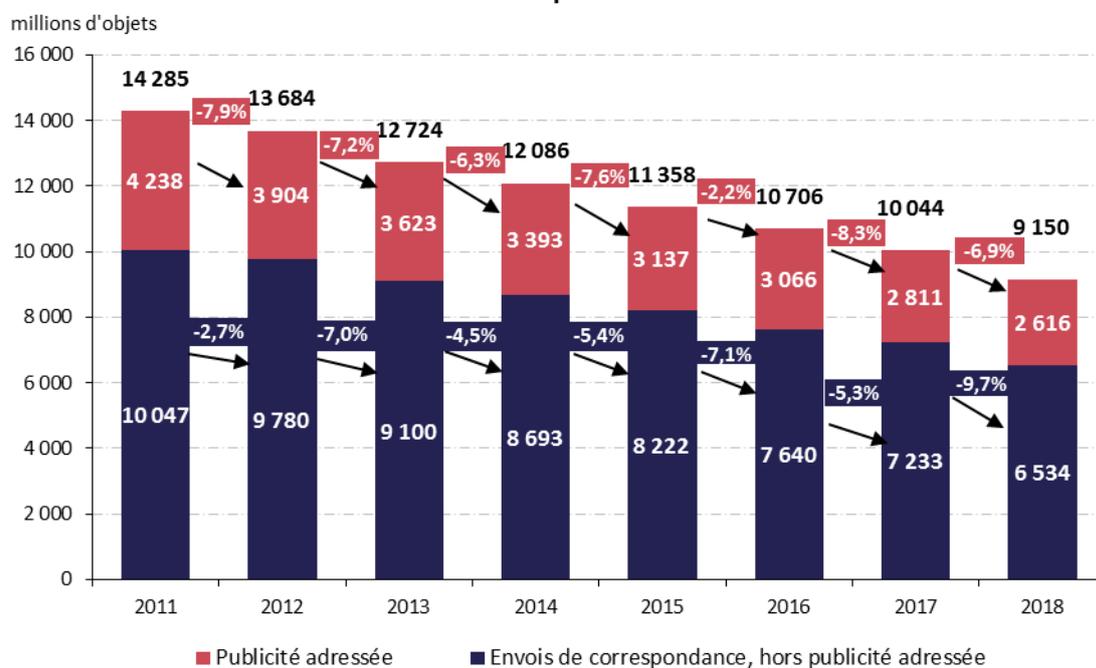
Ce mouvement structurel impacte également le revenu, mais dans une moindre mesure (-3,7% en 2018) en raison des hausses tarifaires. Depuis 2015, ces augmentations tarifaires permettent de compenser partiellement la perte des revenus. Au global, ces envois représentent 6,5 milliards d'objets en volume pour 5,1 milliards d'euros de chiffre d'affaires en 2018.

Volumes en millions d'objets	2014	2015	2016	2017	2018	Evolution 2017-2018
Publicité adressée	3 393	3 137	3 066	2 811	2 616	-6,9%
Envois de correspondance, hors publicité adressée	8 693	8 222	7 640	7 233	6 534	-9,7%
<b>Total des envois de correspondance*</b>	<b>12 086</b>	<b>11 358</b>	<b>10 706</b>	<b>10 044</b>	<b>9 150</b>	<b>-8,9%</b>
<b>Part de la publicité adressée</b>	<b>28,1%</b>	<b>29,3%</b>	<b>30,5%</b>	<b>28,0%</b>	<b>28,6%</b>	<b>+0,6 point</b>

Source : Arcep, Observatoire statistique des activités postales

\* non compris les envois de correspondance remis contre signature

## Volume des envois de correspondance distribués en France

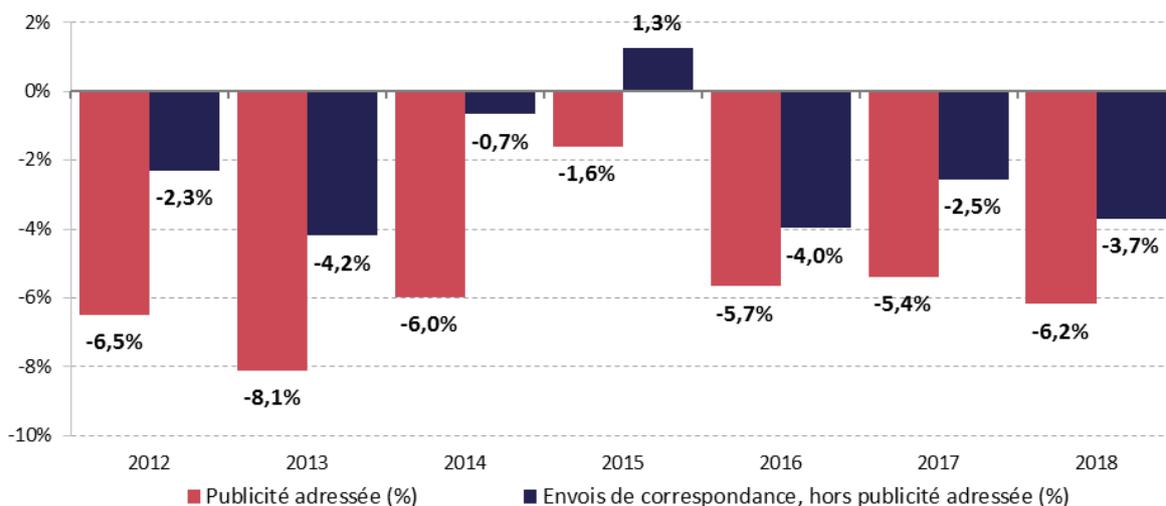


Revenus en millions d'euros HT	2014	2015	2016	2017	2018	Evolution 2017-2018
Publicité adressée	1 173	1 154	1 089	1 030	967	-6,2%
Envois de correspondance, hors publicité adressée	5 585	5 656	5 431	5 293	5 096	-3,7%
<b>Revenus des envois de correspondance*</b>	<b>6 758</b>	<b>6 810</b>	<b>6 520</b>	<b>6 323</b>	<b>6 063</b>	<b>-4,1%</b>
<b>Part de la publicité adressée</b>	<b>17,4%</b>	<b>17,7%</b>	<b>17,2%</b>	<b>16,3%</b>	<b>15,9%</b>	<b>-0,4 point</b>

Source : Arcep, Observatoire statistique des activités postales

\* non compris les envois de correspondance remis contre signature

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



### 1.3. Le trafic égrené et le trafic industriel

Après une année 2017 de légère contraction, soutenue par l'envoi de courriers électoraux, le volume du trafic égrené retrouve le rythme de baisse observé en 2016, autour de 14% par an (-15,7% en 2018). Ce recul important (-536 millions de plis en un an) provient pour plus de 80% de la diminution du volume du courrier égrené des entreprises (-20,6% en un an). Le volume du courrier égrené des particuliers diminue quant à lui au rythme d'environ 8% depuis quatre ans (-7,9% en 2018). Après quatre années de quasi stabilité, la proportion de courrier provenant des entreprises recule de quatre points en 2018 et s'établit à 58%.

La hausse des tarifs étant particulièrement importante sur le secteur du courrier égrené (+10% environ en 2018<sup>3</sup>), le revenu associé au trafic égrené diminue dans des proportions modérées (-4,0% en un an) par rapport aux volumes (-15,7%). Néanmoins, ces hausses de prix ne permettent pas de compenser totalement la forte baisse des volumes. Depuis 2012, le revenu moyen par objet égrené n'a cessé de progresser au rythme moyen de 7,6% par an. Il s'établit à 1,14€ HT en 2018, et a été multiplié par 1,5 au cours des six dernières années.

Le recul structurel du trafic industriel (envois en nombre supérieurs à 100 objets) se poursuit en 2018 avec une contraction pratiquement identique à la baisse annuelle moyenne des six années précédentes (-5,4% en un an). Au sein du trafic industriel, et contrairement à l'année 2017, où le repli était identique quelle que soit la nature des flux industriels, le volume de publicité adressée diminue en 2018 à un rythme supérieur à celui du courrier de gestion (resp. -6,9% et -4,3%). En conséquence, la proportion de ce dernier progresse de 0,7 point en un an pour atteindre 58,3%.

Le trafic industriel est nettement moins impacté par les hausses tarifaires que le courrier égrené en 2018. Quel que soit le type de courrier (relationnel ou publicitaire), les prix moyens ont augmenté de 1,8% en un an. De ce fait, la contraction des revenus provenant de la distribution de trafic industriel

<sup>3</sup> Voir [Décision n°2017-1227](#) de l'Arcep en date du 17 octobre 2017 sur le dossier tarifaire de La Poste.

se fait pratiquement au rythme du volume (-6,2% en un an pour le marketing direct, -3,2% en ce qui concerne les autres envois de correspondance). En outre, du fait de la décreue plus rapide du revenu de publicité adressée, la part du marketing direct dans les revenus issus du trafic industriel diminue de 0,7 point en un an, et s'établit à 34,9% en 2018.

Répartition des envois de correspondance (domestique et import)						
Volumes en millions d'objets						
	2014	2015	2016	2017	2018	Evolution 2017-2018
<b>Trafic "égrené" déposé chez l'opérateur de distribution</b>	4 278	4 007	3 478	3 412	2 876	-15,7%
dont courrier égrené des entreprises	2 569	2 425	2 055	2 105	1 672	-20,6%
dont courrier égrené des particuliers et petits professionnels	1 709	1 582	1 422	1 307	1 204	-7,9%
<b>Trafic industriel (envois en nombre &gt; 100 envois)</b>	7 806	7 350	7 227	6 632	6 274	-5,4%
dont publicité adressée	3 393	3 137	3 066	2 811	2 616	-6,9%
dont autres envois de correspondance	4 413	4 213	4 160	3 821	3 658	-4,3%
<i>Part de la publicité adressée dans le trafic industriel</i>	43,5%	42,7%	42,4%	42,4%	41,7%	-0,7 point
<b>Total des envois de correspondance distribués en France*</b>	12 086	11 358	10 706	10 044	9 150	-8,9%

Source : Arcep, Observatoire statistique des activités postales

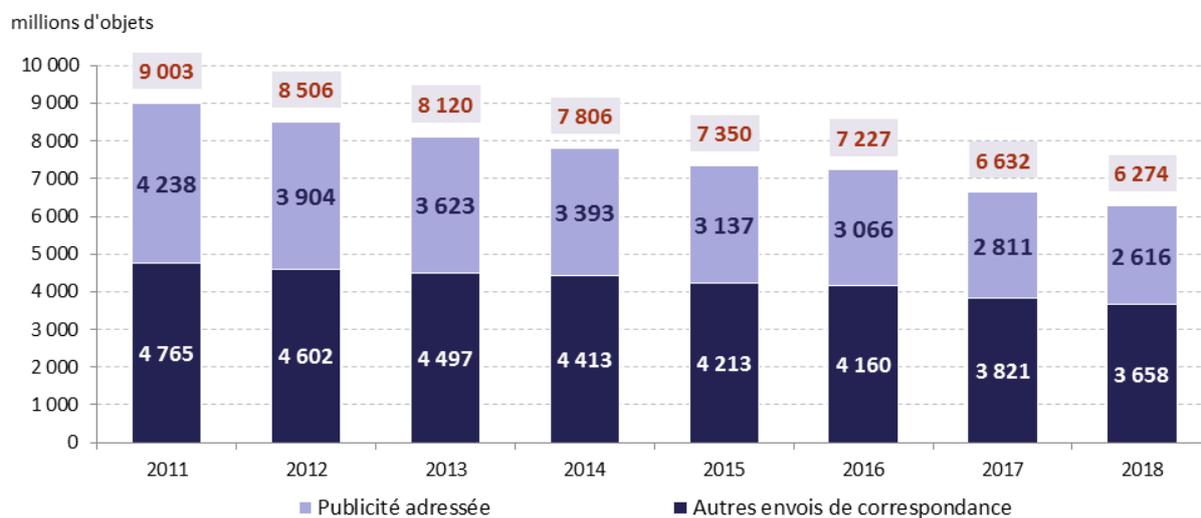
\* non compris les envois de correspondance remis contre signature

Répartition des envois de correspondance (domestique et import)						
Revenus en millions d'euros HT						
	2014	2015	2016	2017	2018	Evolution 2017-2018
<b>Trafic "égrené" déposé chez l'opérateur de distribution</b>	3 577	3 723	3 494	3 431	3 293	-4,0%
<b>Trafic industriel (envois en nombre &gt; 100 envois)</b>	3 178	3 085	3 025	2 891	2 769	-4,2%
dont publicité adressée	1 173	1 154	1 089	1 030	967	-6,2%
dont autres envois de correspondance	2 005	1 931	1 936	1 861	1 802	-3,2%
<i>Part de la publicité adressée dans le trafic industriel</i>	36,9%	37,4%	36,0%	35,6%	34,9%	-0,7 point
<b>Total des envois de correspondance distribués en France*</b>	6 758	6 810	6 520	6 323	6 063	-4,1%

Source : Arcep, Observatoire statistique des activités postales

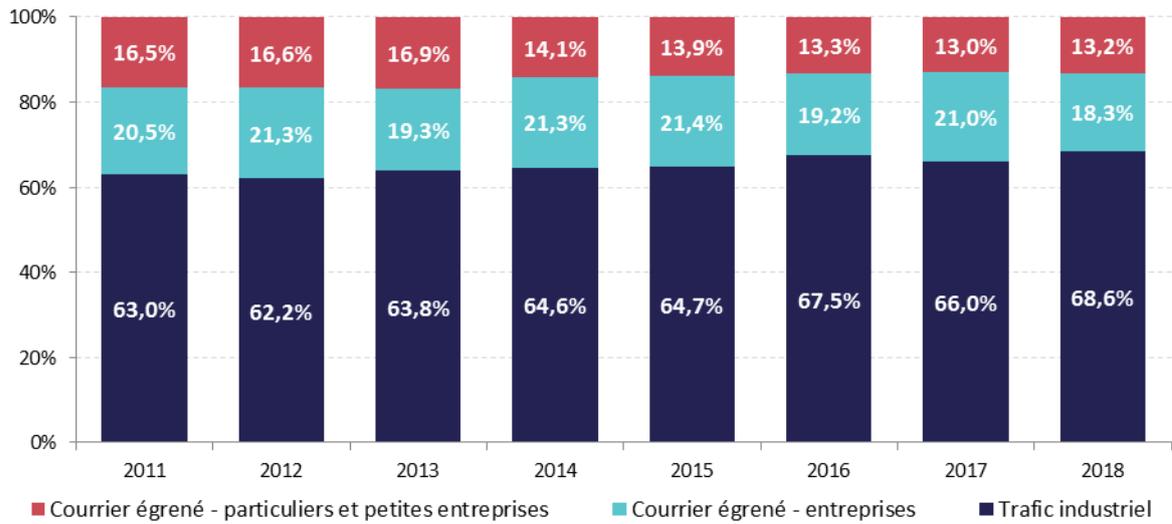
\* non compris les envois de correspondance remis contre signature

### Évolution du trafic industriel



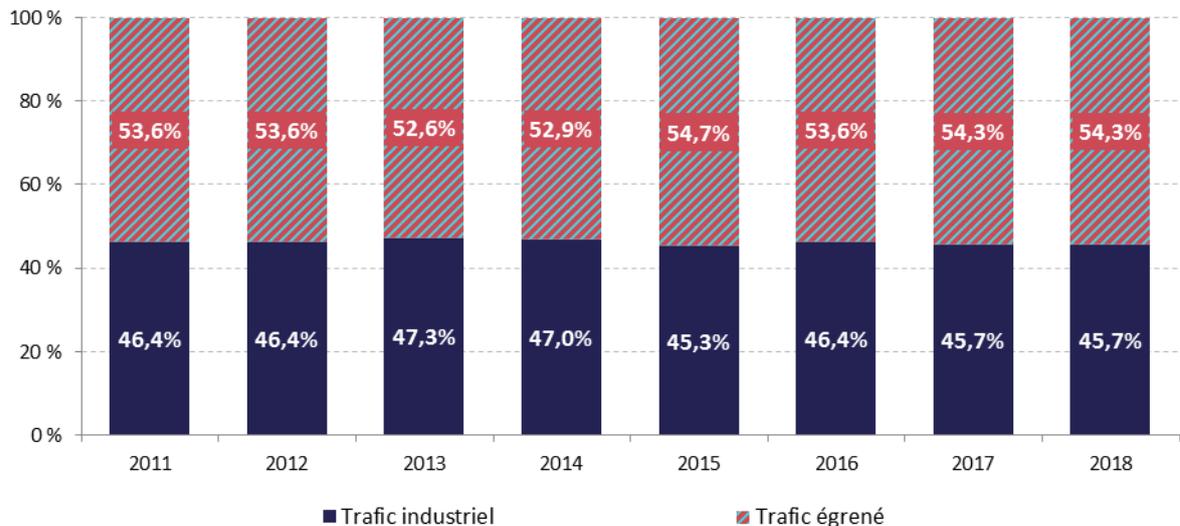
En volume, le fort déclin du courrier égrené des entreprises en comparaison des envois industriels et du courrier égrené des particuliers et petites entreprises entraîne une évolution significative de la répartition des différents flux dans l'ensemble des plis distribués en France. La part du trafic industriel augmente de 2,6 points et s'établit à 68,6% en 2018, au détriment du trafic égrené des entreprises.

### Répartition des volumes des envois de correspondance distribués en France



En termes de répartition des revenus, la part du trafic industriel se stabilise à 45,7% du revenu total issu des envois de correspondance en 2018.

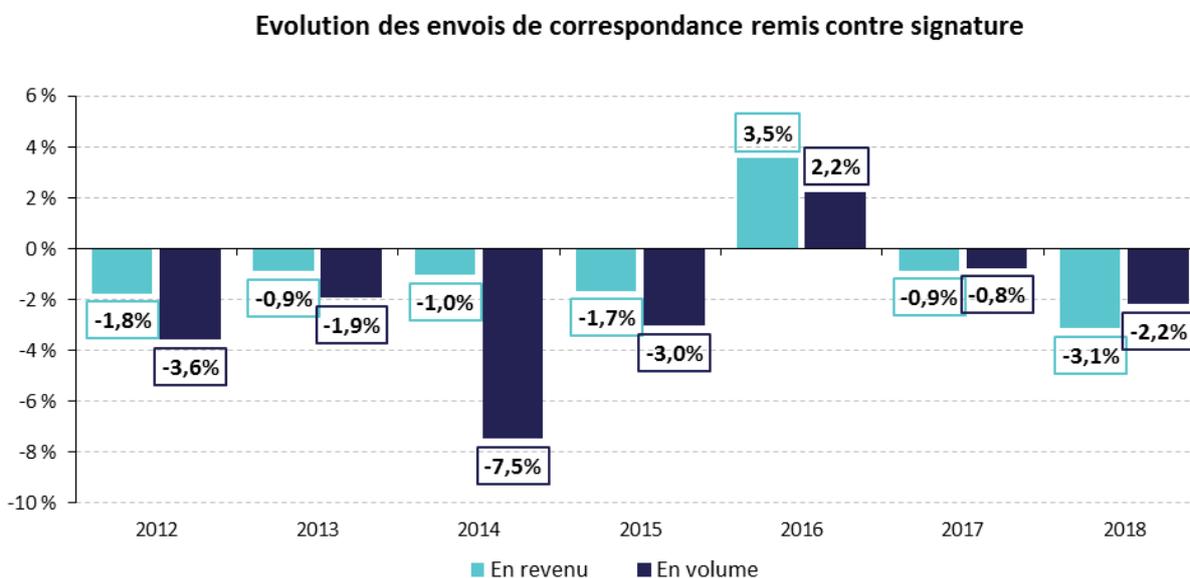
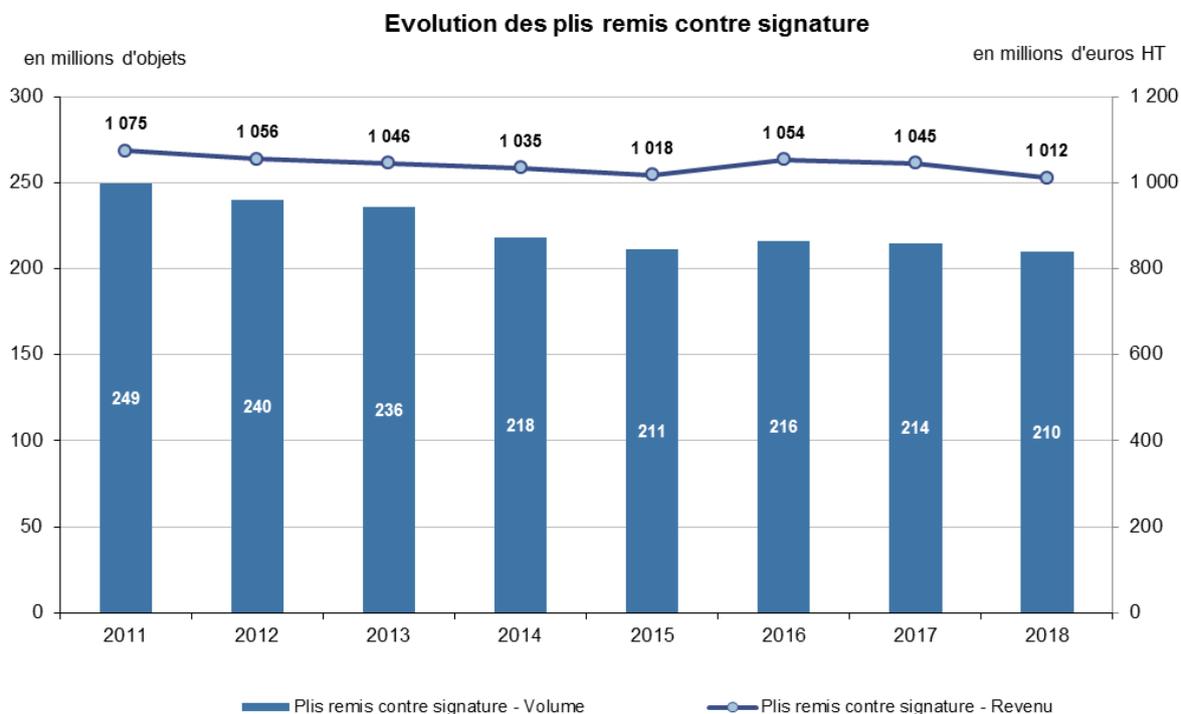
### Répartition des revenus des envois de correspondance distribués en France



#### 1.4. Les envois de correspondance remis contre signature

A l'exception de l'année 2016 où le trafic avait augmenté, le volume de courrier remis contre signature connaît un recul structurel depuis 2012. L'année 2018 ne déroge pas à cette règle, avec une baisse de 2,2% en un an et 210 millions de courrier distribués. En outre, les prix moyens ayant peu évolué, le revenu lié à ces envois diminue sensiblement au rythme du volume (-3,1% en un an). En conséquence, Le revenu moyen par envoi s'est stabilisé depuis quatre ans à environ 4,8€ HT.

	2014	2015	2016	2017	2018	Évolution 2017-2018
<b>Envois de correspondance et remis contre signature</b>						
Volume en millions d'objets	218	211	216	214	210	-2,2%
Revenus en millions d'euros HT	1 035	1 018	1 054	1 045	1 012	-3,1%



## 2. Les colis distribués en France

En 2018, les opérateurs autorisés ont distribué près de 560 millions de colis hors express en France. La croissance annuelle de ces envois reste vive (supérieure à 10% en un an), bien qu'en retrait par rapport aux deux années précédentes, et touche tous les types de colis.

A l'image des années précédentes, l'augmentation du volume de colis reste majoritairement portée par celle des colis contenant de petits objets, qui progressent d'environ 40 millions par an depuis trois ans. Ces petits paquets proviennent exclusivement de l'étranger et leur croissance est notamment due à l'augmentation des flux en provenance d'Asie. Les petits paquets importés représentent plus d'un tiers des volumes (36%) contre seulement 15% des revenus.

La croissance des volumes de colis remis contre signature se poursuit au rythme élevé de 10 millions d'objets supplémentaires par an depuis deux ans. Leur proportion dans le volume global de colis distribués reste néanmoins faible et stable pour la troisième année consécutive (14%).

Le segment des colis ordinaires croît également en volume, mais cette progression s'amoinde d'année en année. Elle s'établit à +2,0% en 2018 contre +11% en 2016.

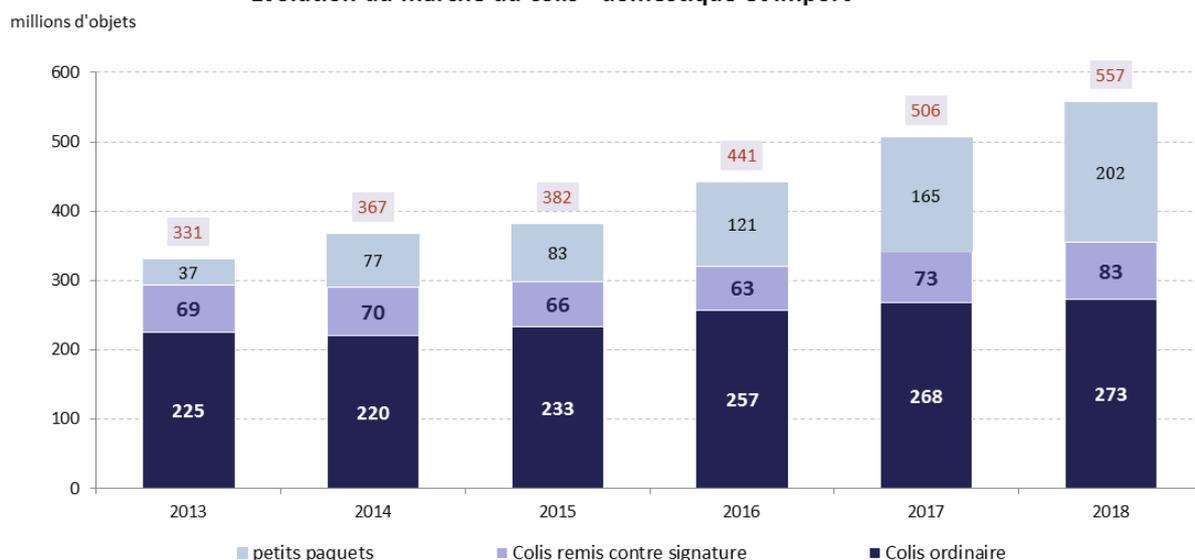
Le revenu associé à ces envois progresse au rythme de 7 à 8% depuis trois ans (+7,9% en 2018). La croissance du revenu provient majoritairement de l'augmentation du revenu des colis contenant des petits objets, mais également de progression du revenu provenant des colis remis contre signature.

Colis hors express - Volumes <i>en millions d'objets</i>	2014	2015	2016	2017	2018	Evolution 2017-2018
<b>Ensemble des colis</b>	367	382	441	506	557	<b>10,2%</b>
Dont colis ordinaires	220	233	257	268	273	2,0%
Dont colis remis contre signature	70	66	63	73	83	13,3%
Dont petits paquets	77	83	121	165	202	22,1%

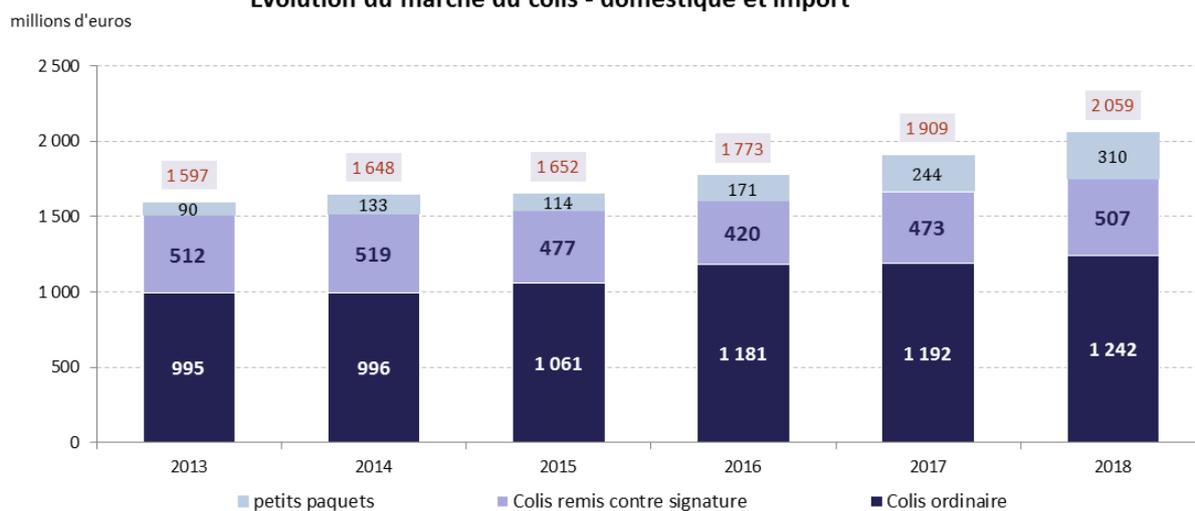
Colis hors express - Revenus <i>en millions d'euros HT</i>	2014	2015	2016	2017	2018	Evolution 2017-2018
<b>Ensemble des colis</b>	1 648	1 652	1 773	1 909	2 059	<b>7,9%</b>
Dont colis ordinaires	996	1 061	1 181	1 192	1 242	4,2%
Dont colis remis contre signature	519	477	420	473	507	7,2%
Dont petits paquets	133	114	171	244	310	27,1%

Source : Arcep, Observatoire statistique des activités postales

## Volume Evolution du marché du colis - domestique et import



## Revenu Evolution du marché du colis - domestique et import



### 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.

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 solidaire<sup>4</sup>.

En 2018, le marché du colis express évolue sur des tendances similaires au colis ordinaire, et ce, quel que soit le lieu d'émission et de destination du colis. Les colis express importés progressent à un rythme supérieur à 10% par an, en revenu comme en volume. Les colis domestiques ou destinés à un pays étranger augmentent également nettement mais dans des proportions moindres par rapport aux colis importés.

Taux de croissance de l'Express Colis Légers - Volumes	2014	2015	2016	2017	2018
Express National	7,8%	5,0%	6,7%	-6,7%	6,3%
Express Import	6,6%	15,4%	20,3%	8,0%	13,6%
Express Export	8,7%	12,6%	12,6%	11,6%	5,3%

Source : Enquête Messagerie, SOeS

Taux de croissance de l'Express Colis Légers - Revenus	2014	2015	2016	2017	2018
Express National	6,2%	4,6%	7,1%	6,2%	7,7%
Express Import	3,2%	9,0%	17,2%	5,7%	12,9%
Express Export	2,3%	1,5%	7,1%	6,4%	7,2%

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.

<sup>4</sup> 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.

### 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, avec de légères fluctuations selon les années. L'année 2018 ne fait pas figure d'exception, le trafic (770 millions d'objets) étant en hausse de 1,7% en un an. L'évolution du trafic reste 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 pratiquement ininterrompue depuis 2012. En 2018, il augmente de 5,2% et est majoritaire depuis 5 ans (près de 60% du trafic international en 2018, +2 points en un an).

Les revenus dégagés par le trafic international progressent au rythme d'environ +7% par an depuis quatre ans. Ils représentent près de 1,1 milliard d'euros en 2018, et sont entièrement portés par l'expansion des revenus associés à l'import. Ces derniers augmentent au rythme d'environ 15% par an depuis quatre ans (+17,4% en 2018). Les revenus associés à l'activité d'export des opérateurs postaux autorisés, se stabilisent en 2018 (-0,4% en un an), après 3 années de croissance. Ils représentent 600 millions d'euros, soit plus de la moitié des revenus liés à l'activité internationale (55%).

Trafic international - Volumes <i>en millions d'objets</i>	2014	2015	2016	2017	2018	Evolution 2017-2018
Export	349	320	332	324	314	-2,9%
Import	419	419	439	434	456	5,2%
<b>Total trafic international*</b>	<b>768</b>	<b>739</b>	<b>772</b>	<b>757</b>	<b>770</b>	<b>1,7%</b>

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

Trafic international - Revenus <i>en millions d'euros HT</i>	2014	2015	2016	2017	2018	Evolution 2017-2018
Export	537	560	584	599	596	-0,4%
Import	283	323	363	419	491	17,4%
<b>Total trafic international*</b>	<b>821</b>	<b>883</b>	<b>947</b>	<b>1 018</b>	<b>1 088</b>	<b>6,9%</b>

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

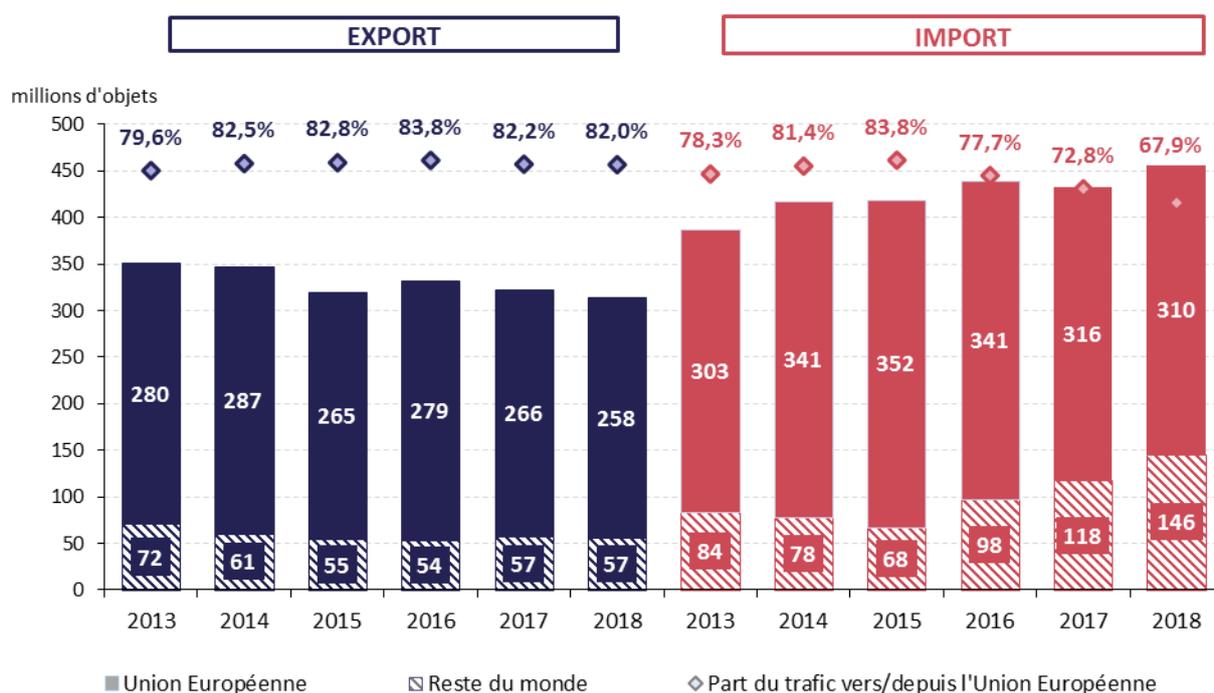
*Pour opérer sur le marché du courrier international sortant des envois de correspondance, une autorisation auprès de l'Arcep est nécessaire. Les opérateurs sont pour la plupart des filiales des opérateurs postaux historiques européens.*

## b) La répartition des flux par zones géographiques

La très grande majorité du trafic postal international est à destination ou provient de l'Union Européenne<sup>5</sup> – 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 soient exportés ou importés. S'agissant des flux exportés, la part du trafic destiné aux pays de l'Union européenne évolue peu et reste supérieure à 80% depuis cinq ans. En revanche, si la part des objets importés en provenance des pays de l'Union Européenne reste majoritaire, elle diminue pour la troisième année consécutive et représente, en 2018, deux tiers des objets importés contre plus de 8 objets sur 10 en 2015 (-16 points en trois ans). Ce recul provient de l'augmentation du e-commerce en provenance des pays hors Union européenne et principalement de ceux d'Asie.

### Répartition des volumes par destination



### 3.2. Focus sur l'export

Le nombre d'objets adressés à l'export se contracte pour la troisième année consécutive. En 2018, le recul est équivalent à celui de l'année 2017 (-2,9% en un an). Celui-ci est principalement lié au repli, depuis huit ans (-9,4% en un an en 2018) des flux de correspondance hors publicité adressés à l'export tandis que le trafic de publicité adressée est stable pour la troisième année consécutive. En parallèle, le nombre de colis hors express (y compris petit paquet) exportés augmente depuis trois ans (+14% en un an en 2018) et s'établit à 30 millions d'objets.

Le revenu du marché export se stabilise en 2018 (-0,4% en un an), après trois années de croissance. Le seul poste de revenu en recul est celui provenant des flux de correspondance hors publicité

<sup>5</sup> 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.

adressée (-5,1% en 2018), après deux années de stabilité. Cette contraction, moindre par rapport aux volumes associés, s'explique par les augmentations tarifaires intervenues sur ce segment de marché.

Le recul du revenu provenant du courrier est compensé par l'augmentation du revenu lié à l'activité colis des opérateurs autorisés (+3,5% en un an). En effet, si les colis ne représentent qu'une faible proportion des volumes exportés, ce sont des envois à très forte valeur ajoutée (environ 10€ HT par envoi en moyenne). Leur part dans le revenu total du marché export continue de progresser et s'élève en 2018 à 48% (contre 10% en volume).

<b>Export - Volumes</b> <i>en millions d'objets</i>	2014	2015	2016	2017	2018	<b>Evolution 2017-2018</b>
<b>Envois de correspondance</b>	306	280	292	282	270	-4,2%
publicité adressée	126	113	135	135	136	1,4%
hors publicité adressée	180	167	157	148	134	-9,4%
<b>Presse</b>	18	17	15	15	14	-8,0%
<b>Colis (y compris petits paquets)</b>	25	23	26	27	30	14,0%
<b>Total Export</b>	<b>349</b>	<b>320</b>	<b>332</b>	<b>324</b>	<b>314</b>	<b>-2,9%</b>

Source : Arcep, Observatoire statistique des activités postales

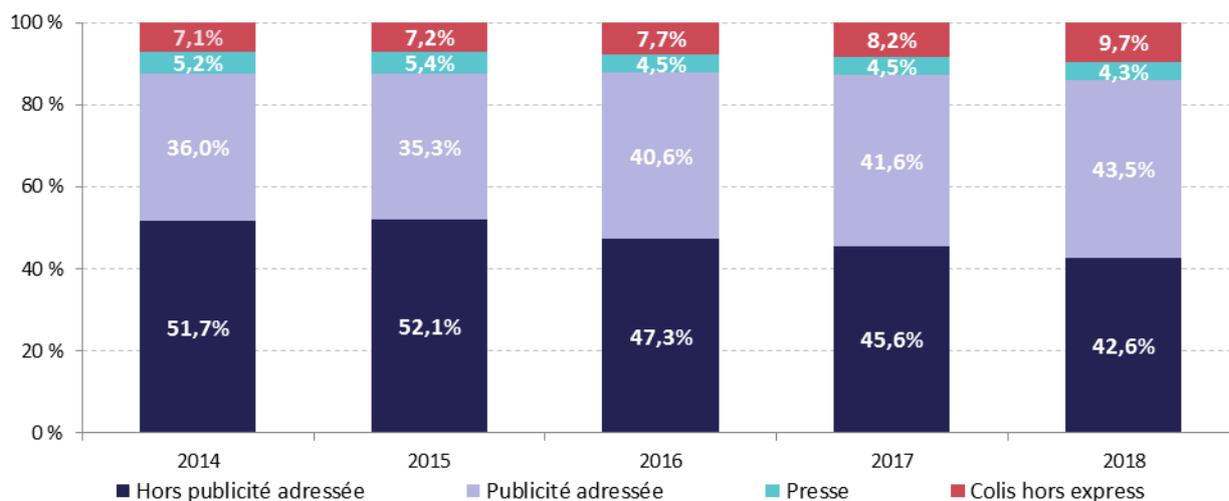
<b>Export - Revenus</b> <i>en millions d'euros HT</i>	2014	2015	2016	2017	2018	<b>Evolution 2017-2018</b>
<b>Envois de correspondance</b>	284	303	305	306	295	-3,9%
publicité adressée	60	59	62	61	62	1,0%
hors publicité adressée	224	244	243	245	233	-5,1%
<b>Presse</b>	20	18	18	17	17	-2,6%
<b>Colis (y compris petits paquets)</b>	233	239	261	275	285	3,5%
<b>Total Export</b>	<b>537</b>	<b>560</b>	<b>584</b>	<b>599</b>	<b>596</b>	<b>-0,4%</b>

Source : Arcep, Observatoire statistique des activités postales

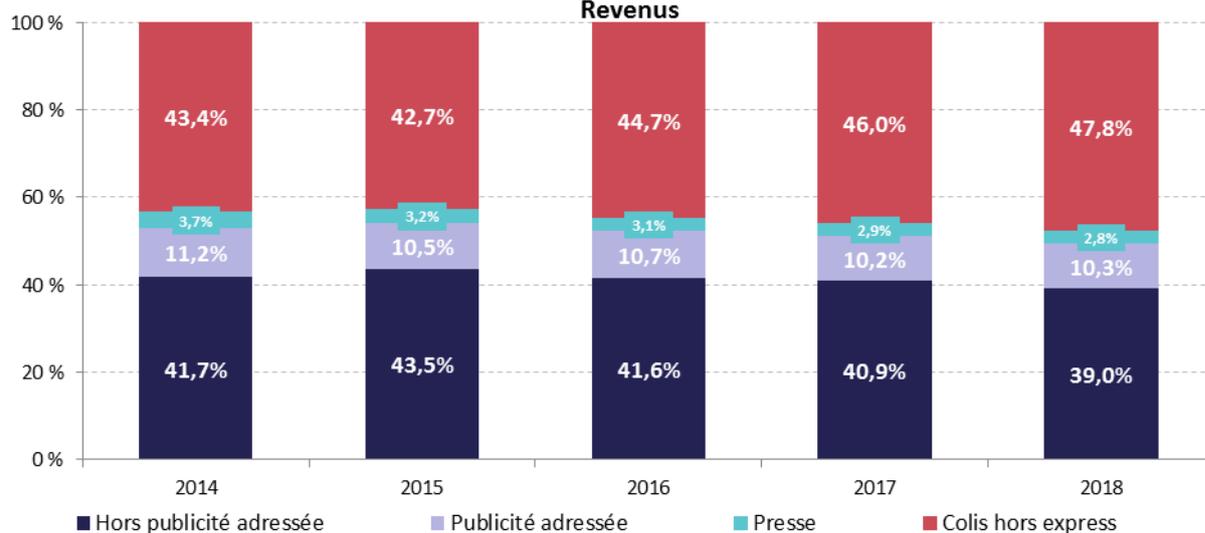
En termes de répartition, les envois de correspondance (y compris publicité adressée) dominent largement en volume (86,0% du trafic total en 2018, -1,2 points en un an). En revanche, du fait de la forte diminution du trafic de correspondance hors publicité adressée, la part des envois de publicité adressée progresse chaque année depuis 2015, et dépasse pour la première fois le courrier hors marketing direct en 2018 (43,5% du trafic total, +1,9 point en un an). La proportion de colis dans le trafic total croît de 1,4 point mais ces derniers représentent, en 2018, seulement un objet exporté sur dix.

Les revenus du marché export sont moins fortement dominés par les envois de correspondance, qui ne représentent désormais plus la majorité du revenu total (49% en 2018). La part de ces envois diminue de 1,8 point en un an au profit du revenu des colis hors express qui atteint 47,8% en 2018.

### 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 en France augmente de 5,2% en 2018, retrouvant ainsi la croissance observée en 2016, après une année 2017 de léger recul. Cette progression provient essentiellement de deux phénomènes. D'une part, le nombre de colis importés, et principalement les petits paquets import, ne cesse de progresser au rythme d'environ 40 millions d'objets par an depuis trois ans. En conséquence, la part des colis représente 47% du flux total des objets importés, soit +7 points en un an. D'autre part, la contraction des volumes de correspondance importés, entamée en 2014, avait fortement augmenté en 2017 (-50 millions de plis). En 2018, ce repli est bien inférieur (-15 millions de courriers importés en un), quel que soit le secteur (publicité adressée et courrier hors marketing direct).

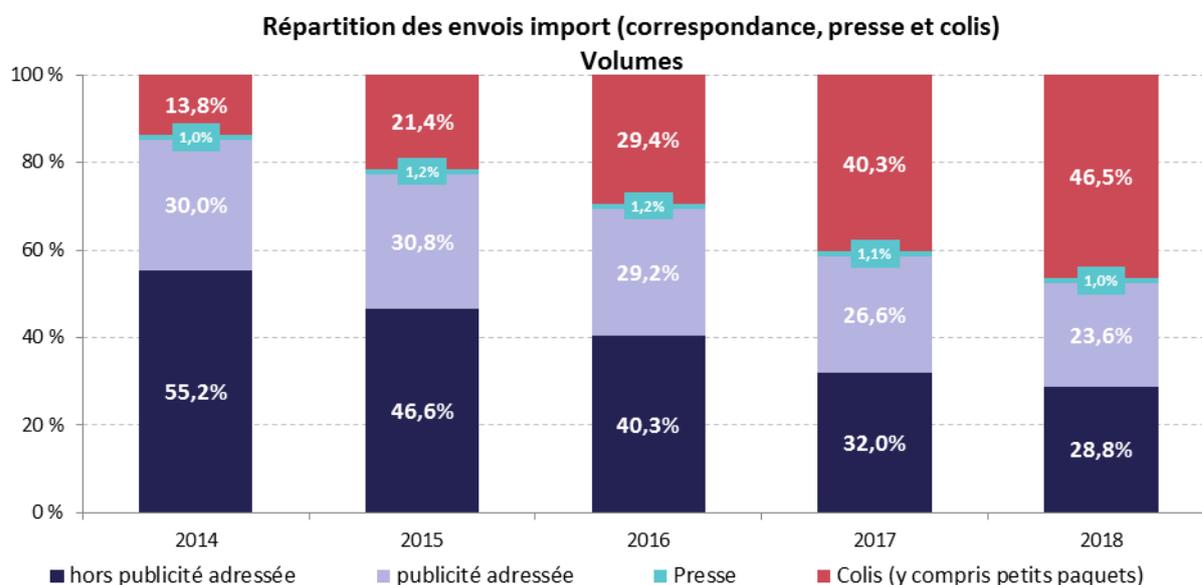
Le revenu du marché import s'accroît de plus de 15% par an depuis quatre ans (+17,4% en 2018). Cette hausse est portée par l'essor du revenu des colis, d'environ 70 millions d'euros HT par an pour la troisième année consécutive. Si les colis sont toujours minoritaires dans les volumes importés, ils représentent 75% des revenus issus de l'import en 2018 (+4 points en un an). A l'instar des volumes, le montant des revenus a pratiquement quadruplé en l'espace de 5 ans. Cette augmentation compense largement la baisse observée sur le segment des envois de correspondance, en diminution de 2,3%. Cette contraction, réduite par rapport à 2017 (-16%), s'explique par l'augmentation du revenu de la correspondance importée hors publicité adressée (+2% en 2018 contre -20% environ les deux années précédentes) sous l'effet de hausses tarifaires.

<b>Import - Volumes</b> en millions d'objets	2014	2015	2016	2017	2018	Evolution 2017-2018
<b>Envois de correspondance (y compris remis contre signature)</b>	357	324	305	254	239	-5,9%
publicité adressée	125	129	128	115	108	-6,7%
hors publicité adressée	231	195	177	139	131	-5,2%
<b>Presse</b>	4	5	5	5	5	1,5%
<b>Colis (y compris petits paquets)</b>	58	90	129	175	212	21,4%
<b>Total Import</b>	419	419	439	434	456	5,2%

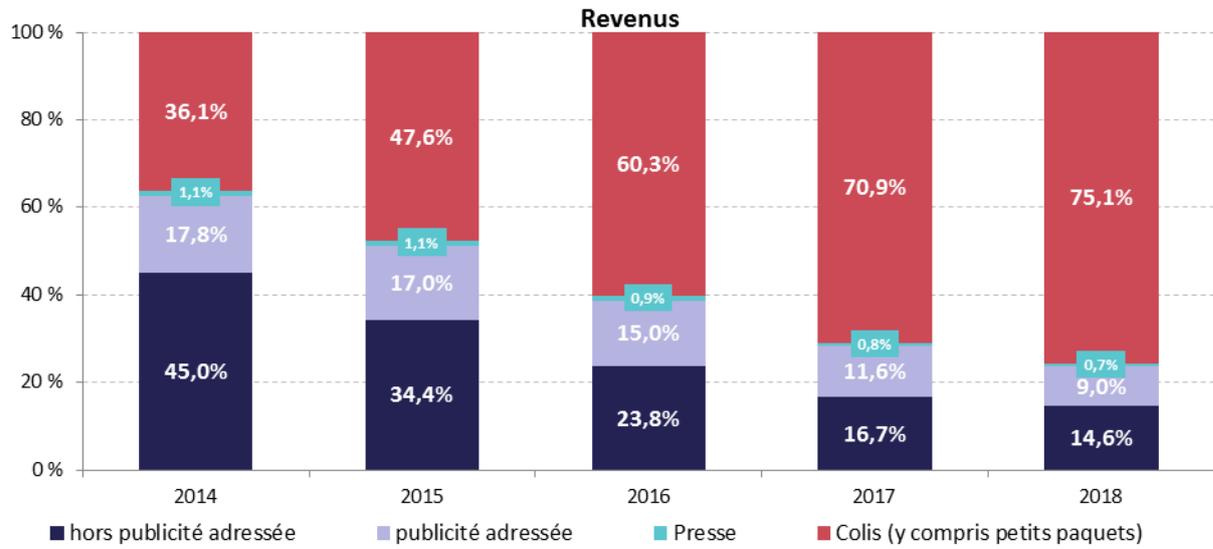
Source : Arcep, Observatoire statistique des activités postales

<b>Import - Revenus</b> en millions d'euros HT	2014	2015	2016	2017	2018	Evolution 2017-2018
<b>Envois de correspondance (y compris remis contre signature)</b>	178	166	141	119	116	-2,3%
publicité adressée	50	55	54	49	44	-8,8%
hors publicité adressée	127	111	86	70	72	2,2%
<b>Presse</b>	3	4	3	3	4	9,0%
<b>Colis (y compris petits paquets)</b>	102	154	219	297	369	24,4%
<b>Total Import</b>	283	323	363	419	491	17,4%

Source : Arcep, Observatoire statistique des activités postales



### Répartition des envois import (correspondance, presse et colis)



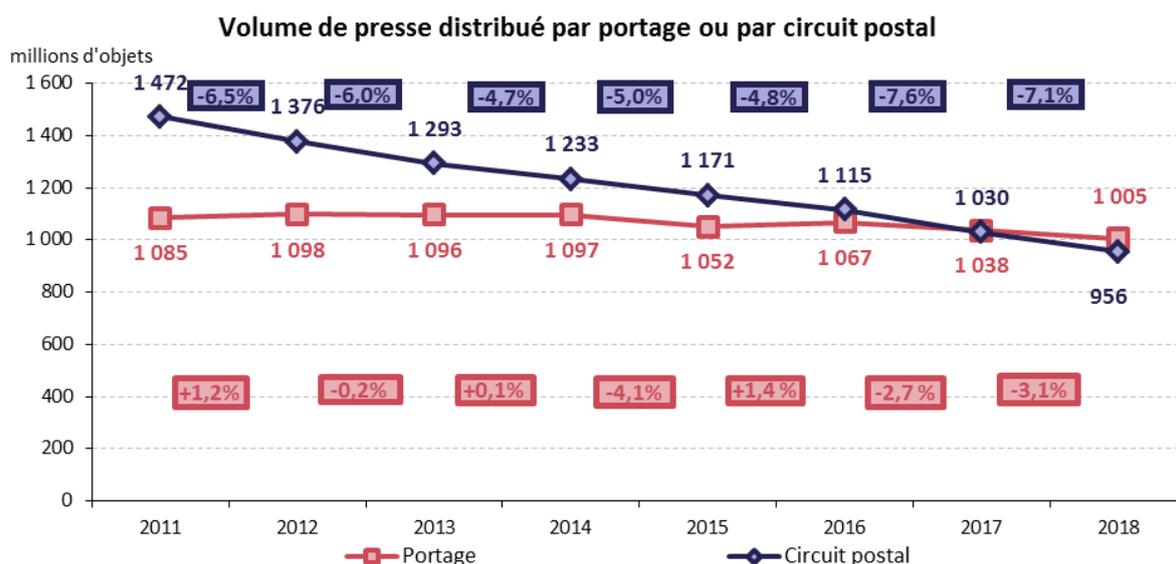
## 4. La presse

Les flux de presse distribués aux abonnés s'élevaient à 2,0 milliards de titres en 2018. Ils diminuent au rythme d'environ 5% par an pour la deuxième année consécutive. En outre, la contraction est également pratiquement identique à 2017, quelle que soit la nature de distribution de presse : le trafic par circuit postal recule de 7% depuis deux ans tandis que la baisse des flux par portage s'élève à -3% par an environ. Depuis 2017, en raison du repli supérieur des volumes de presse distribués par circuit postal, le niveau de distribution par portage supplante ces derniers.

Presse - Volumes en millions d'objets	2014	2015	2016	2017	2018	Evolution 2017-2018
Circuit postal	1 233	1 171	1 115	1 030	956	-7,1%
Portage*	1 097	1 052	1 067	1 038	1 005	-3,1%
<b>Distribution totale de la presse aux abonnés</b>	<b>2 330</b>	<b>2 223</b>	<b>2 182</b>	<b>2 067</b>	<b>1 962</b>	<b>-5,1%</b>

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

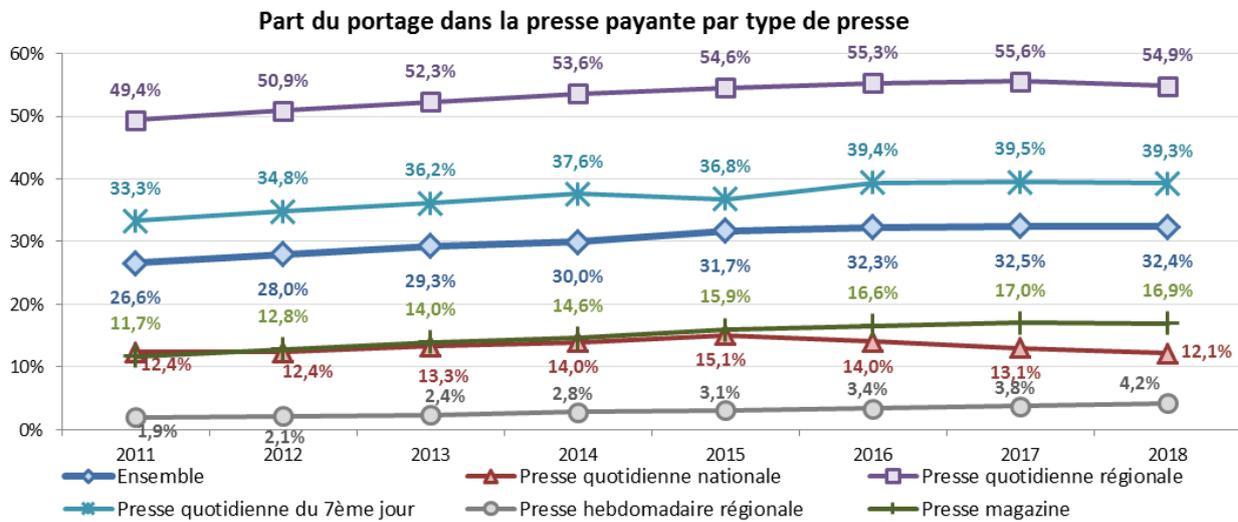


### 4.1. La presse distribuée par portage

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 se stabilise pour la quasi-totalité des types de presse payante. Deux d'entre eux font figure d'exception : la presse quotidienne régionale pour laquelle la proportion de numéros portés diminue de 0,7 point en un an. Elle reste cependant la plus portée avec 55% des titres. En outre, la presse quotidienne nationale, dont le taux de titres portés s'élevait à

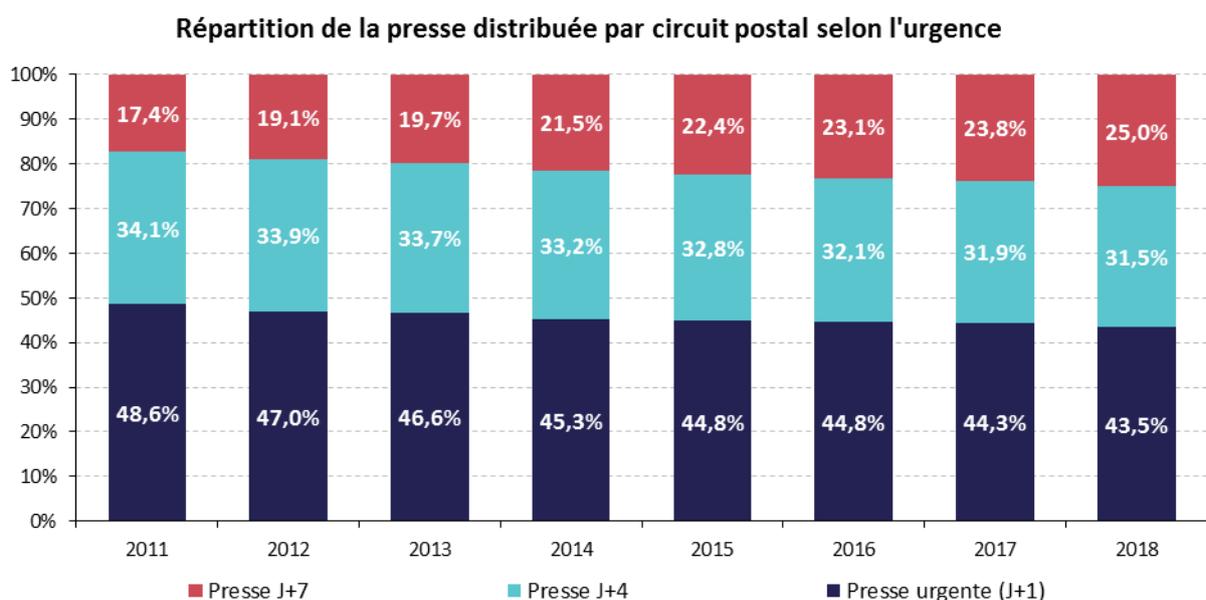
15% en 2015, n'a cessé de diminuer (-1 point par an chaque année) et s'élève désormais à 12% seulement.



Source : ACPM, Observatoire de la presse et des médias 2018

#### 4.2. La presse distribuée par circuit postal

Depuis 2015, les volumes de presse distribués par circuit postal diminuent, quel que soit le niveau d'urgence. En 2017 et 2018, le trafic de presse urgente (J+1) et celui distribué en J+4 se sont contractés d'environ 8% par an tandis que celui de la presse non urgente recule de seulement 2% en 2018. En conséquence, le taux de titres distribué en J+7 s'accroît de 1,3 point en un an, et représente désormais un quart du trafic de presse distribué par circuit postal. Même si elle diminue chaque année, la proportion de presse urgente reste largement prépondérante, avec 43,5% des flux distribués par circuit postal.



Depuis dix ans, le revenu provenant de la distribution de la presse par circuit postal diminue et cette tendance ne se dément pas en 2018 (-5,4%). Cette contraction est principalement portée par le revenu de l'activité presse des opérateurs, en baisse de 4,7% en 2018. Le recul est moindre en revenu par rapport au volume (-7,1% en un an) en raison d'augmentations tarifaires intervenues sur ce segment de marché. La contribution de l'Etat<sup>6</sup> diminue également, de 9 millions d'euros en 2018, après une légère progression en 2017.

<b>Presse - Revenus</b> <i>en millions d'euros HT</i>	2014	2015	2016	2017	2018	<b>Evolution 2017-2018</b>
Chiffre d'affaires "Presse"	430	432	410	393	375	-4,7%
Contribution provisionnelle de l'Etat*	151	130	119	121	112	-7,9%
<b>Total</b>	<b>581</b>	<b>562</b>	<b>529</b>	<b>514</b>	<b>487</b>	<b>-5,4%</b>

Source : Arcep, Observatoire statistique des activités postales

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

---

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

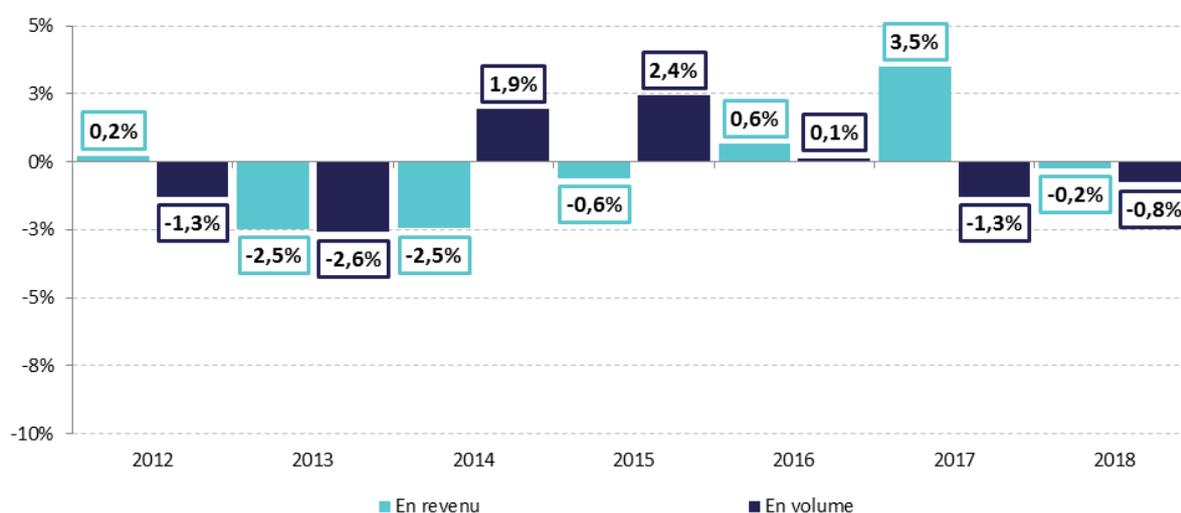
## 5. La publicité non adressée

Depuis deux ans, le marché de la publicité adressée connaît en volume une tendance légèrement baissière (environ -1% par an), portant le nombre d'objets distribués à 21,1 milliards en 2018. Le revenu afférent se stabilise à 700 millions d'euros, après une année 2017 de nette progression. Ce segment génère une volumétrie importante, mais à faible valeur ajoutée : le revenu moyen par envoi s'élève à environ 3 centimes d'euros HT.

Publicité non adressée	2014	2015	2016	2017	2018	Evolution 2017-2018
Volume en millions d'objets	21 024	21 537	21 565	21 285	21 121	-0,8%
Revenus en millions d'euros HT	675	671	676	699	697	-0,2%

Source : Arcep, Observatoire statistique des activités postales

### Évolution de la publicité non adressée



Selon l'analyse des données publiées par France Pub et l'Institut de recherche et d'études publicitaires (Irep), les dépenses relatives aux imprimés sans adresse se stabilisent après deux années consécutives de croissance. Ces objets publicitaires représentent, en 2018, près de 40% dépenses publicitaires globales. Par ailleurs, 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 (-4,6% en 2018). Ces dépenses publicitaires ont ainsi perdu plus d'un quart de leur valeur depuis 2013. Les dépenses publicitaires totales<sup>7</sup> reculent à un rythme d'environ 1,5% depuis trois ans, après trois années de contraction plus intense.

<sup>7</sup> <http://www.irep.asso.fr/actualites.php?id=234>

<b>Dépenses en publicité</b> <i>en millions d'euros</i>	2013	2014	2015	2016	2017	2018
<b>Dépenses publicitaires totales</b>	8 621	8 192	7 897	7 806	7 684	7 546
dont publicité adressée	3 773	3 411	3 155	3 025	2 828	2 697
dont Imprimés sans adresse	2 908	2 864	2 835	2 866	2 958	2 947
dont autres éditions publicitaires	1 115	1 093	1 065	1 050	1 024	1 005
dont autres (marketing téléphonique, ...)	825	825	842	865	874	897

Source: France Pub - Irep

<b>Evolution annuelle des dépenses en publicité</b> <i>évolutions annuelles (en %)</i>	2013	2014	2015	2016	2017	2018
<b>Dépenses publicitaires totales</b>	-4,7%	-5,0%	-3,6%	-1,2%	-1,6%	-1,8%
dont publicité adressée	-7,5%	-9,6%	-7,5%	-4,1%	-6,5%	-4,6%
dont Imprimés sans adresse	-2,8%	-1,5%	-1,0%	1,1%	3,2%	-0,4%
dont autres éditions publicitaires	-3,2%	-2,0%	-2,6%	-1,4%	-2,5%	-1,9%
dont autres (marketing téléphonique, ...)	0,6%	0,0%	2,1%	2,7%	1,0%	2,6%

Source: France Pub - Irep

## Partie 2 – Investissements et emploi des activités postales

### 1. Les investissements

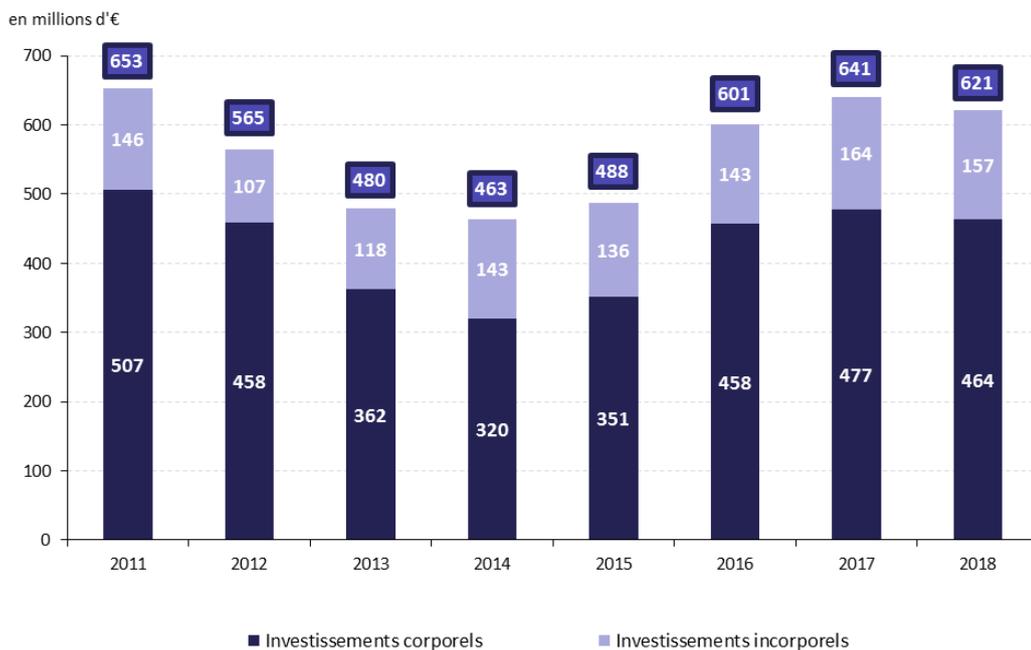
Après trois années consécutives de croissance, le montant des investissements des opérateurs postaux autorisés par l'Arcep et de leurs filiales<sup>[1]</sup> (621 millions d'euros en 2018), diminue sensiblement par rapport à 2017. La progression de ces dernières années avait notamment été marquée par les dépenses engagées dans le cadre du projet « Village La Poste ».

La contraction des investissements (-20 millions d'euros en un an) se répartit de manière équilibrée entre investissements corporels, avec un recul de 2,8% en un an (infrastructures, équipements, machines de tri, bâtiments) et investissements incorporels : brevets, licences, logiciels, etc. (-3,8%). Dans le secteur postal, les investissements corporels représentent trois euros dépensés sur quatre.

Investissements liés aux activités postales des opérateurs autorisés En millions d'euros	2014	2015	2016	2017	2018	Evolution 2016-2017
Investissements corporels	320	351	458	477	464	-2,8%
Investissements incorporels	143	136	142	164	157	-3,9%
<b>Total des investissements des opérateurs autorisés</b>	<b>463</b>	<b>487</b>	<b>600</b>	<b>641</b>	<b>621</b>	<b>-3,1%</b>

Source : Arcep, Observatoire statistique des activités postales

Investissements liés aux activités postales des opérateurs autorisés



<sup>[1]</sup> 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.

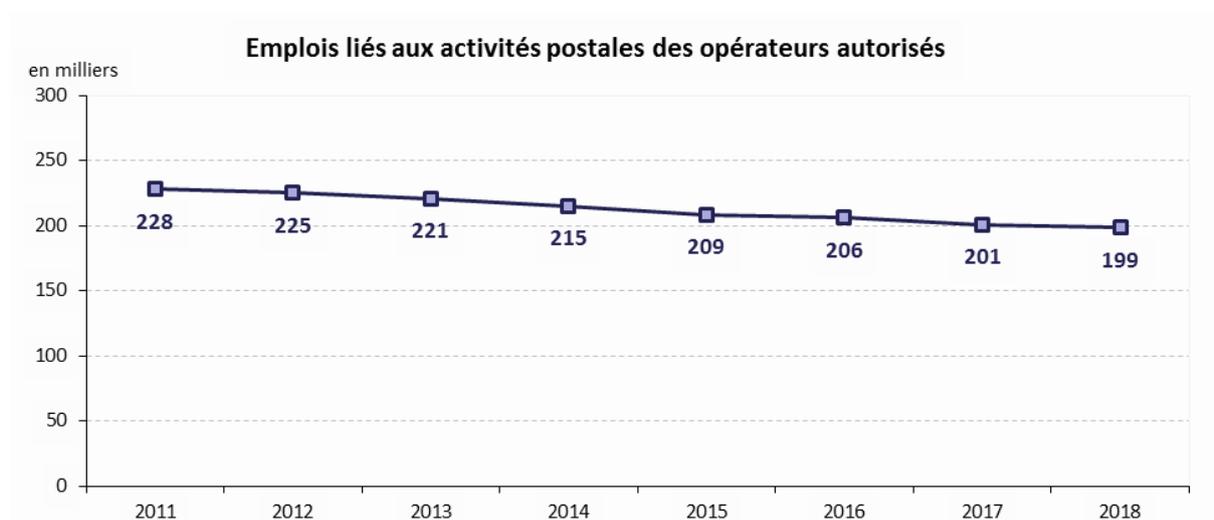
## 2. L'emploi

L'année 2018 est marquée par une perte de 2 000 emplois liés aux activités postales des opérateurs autorisés. Pourtant, ce recul est largement inférieur à la contraction moyenne observée ces huit dernières années (-5 000 emplois par an moyenne).

Au total, 199 000 emplois sont consacrés aux activités postales par les opérateurs autorisés par l'Arcep, soit 35 000 emplois de moins par rapport à 2010.

	2014	2015	2016	2017	2018
<i>Emplois liés aux activités postales des opérateurs autorisés</i>					
<b>Nombre d'emploi (en milliers)</b>	215	209	206	201	199
Evolution annuelle	-2,5%	-3,1%	-1,2%	-2,5%	-1,1%

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.

## Annexe : 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.