



---

# Secteur postal

## Cadre des travaux et enjeux

Comité des Consommateurs  
Réunion plénière du 9 juin 2008

---

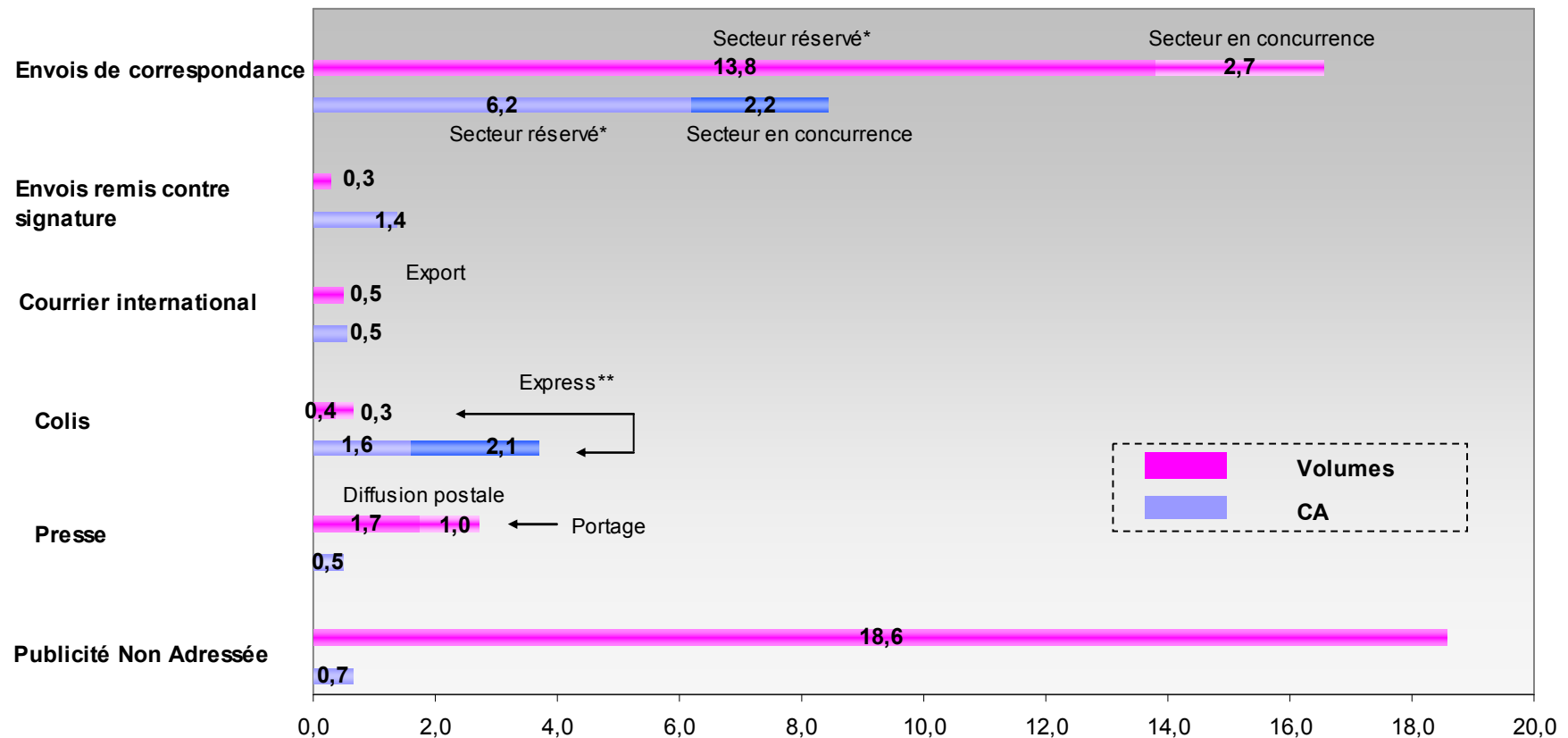
## Réunion plénière

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

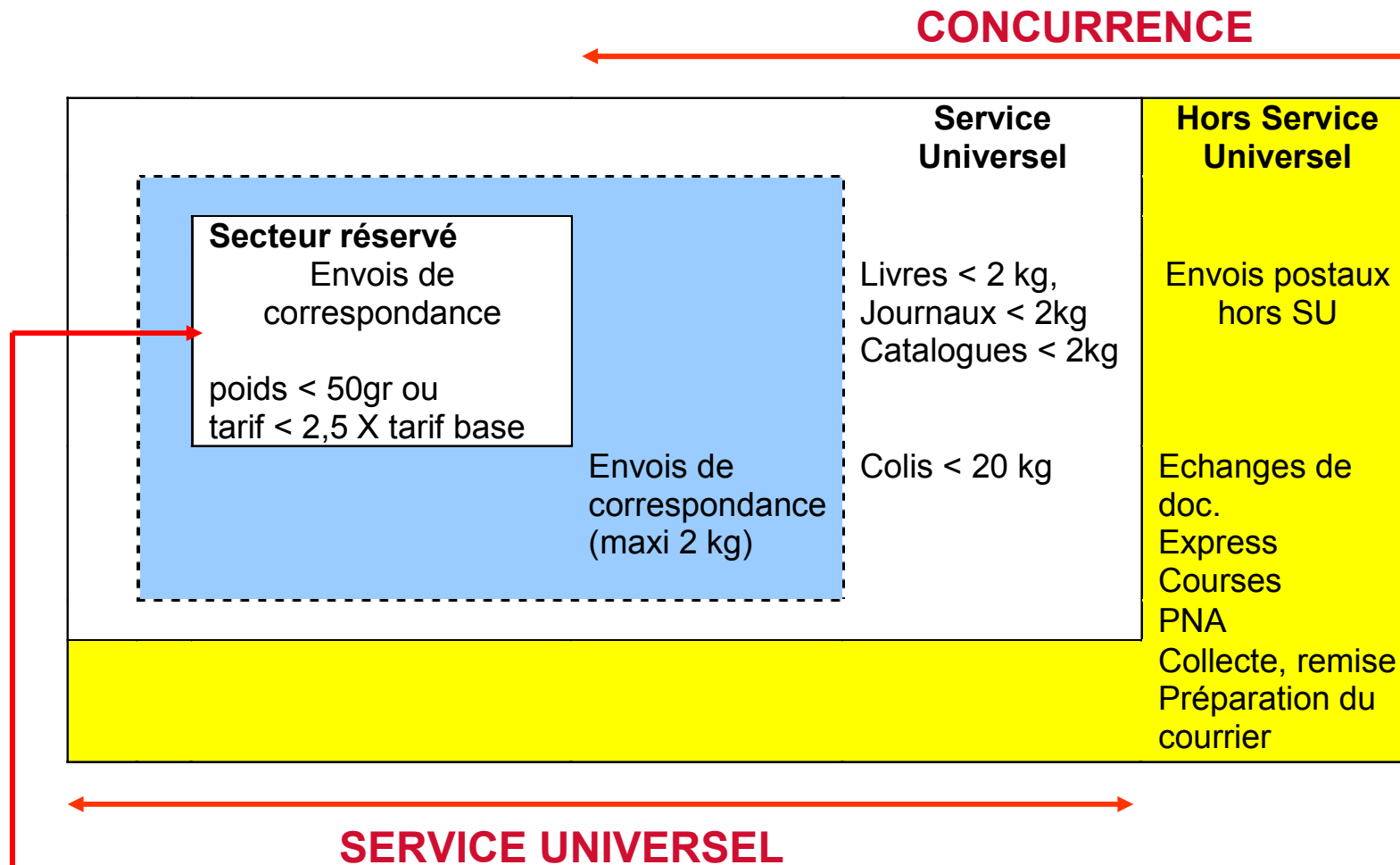


Source : Arcep, Observatoire des activités postales, enquête annuelle 2006

\* 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

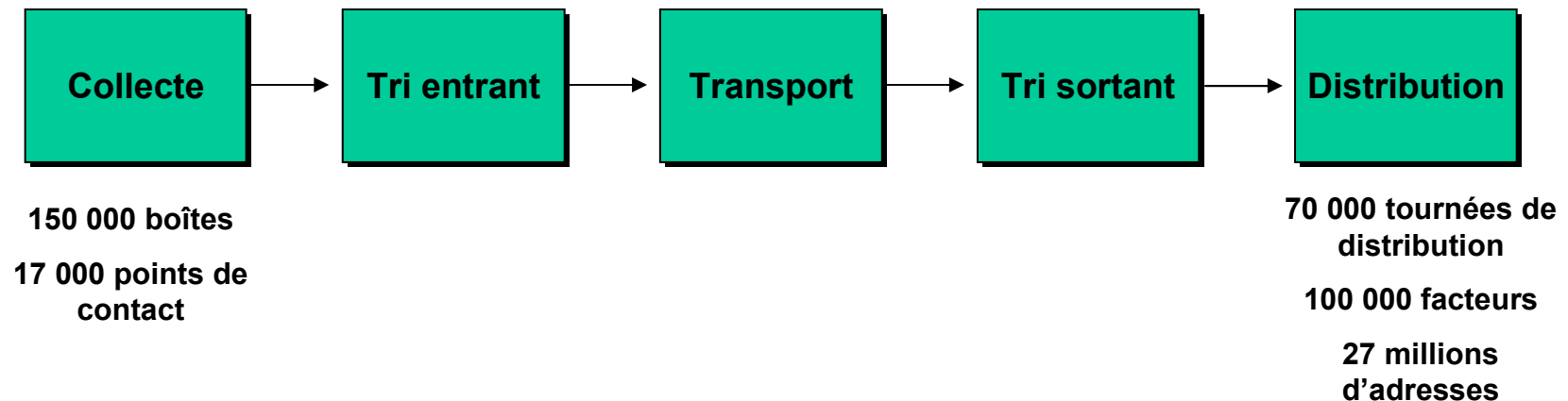
# Panorama juridique au 1<sup>er</sup> janvier 2008 et champ de la régulation postale



**Libéralisation 1<sup>er</sup> 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

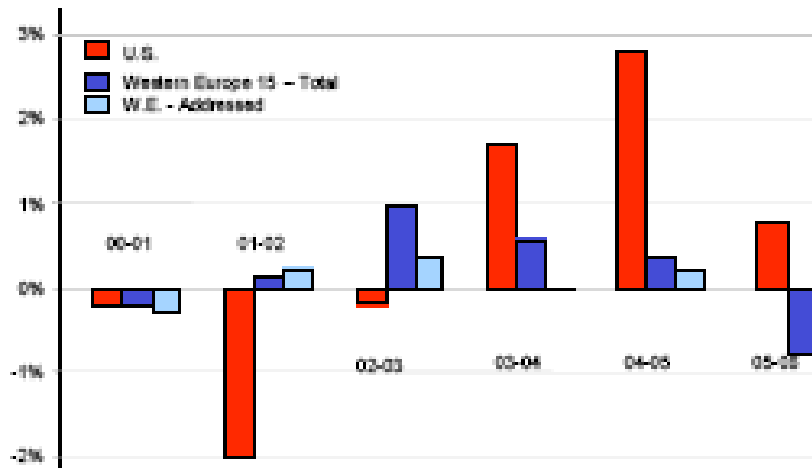
# Du côté de la demande

- ❑ ~ 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 %           |

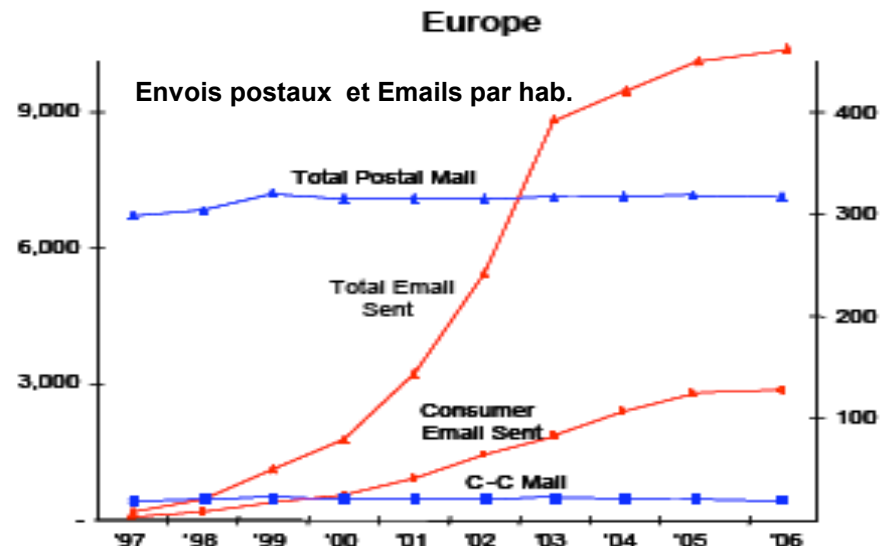
95%

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

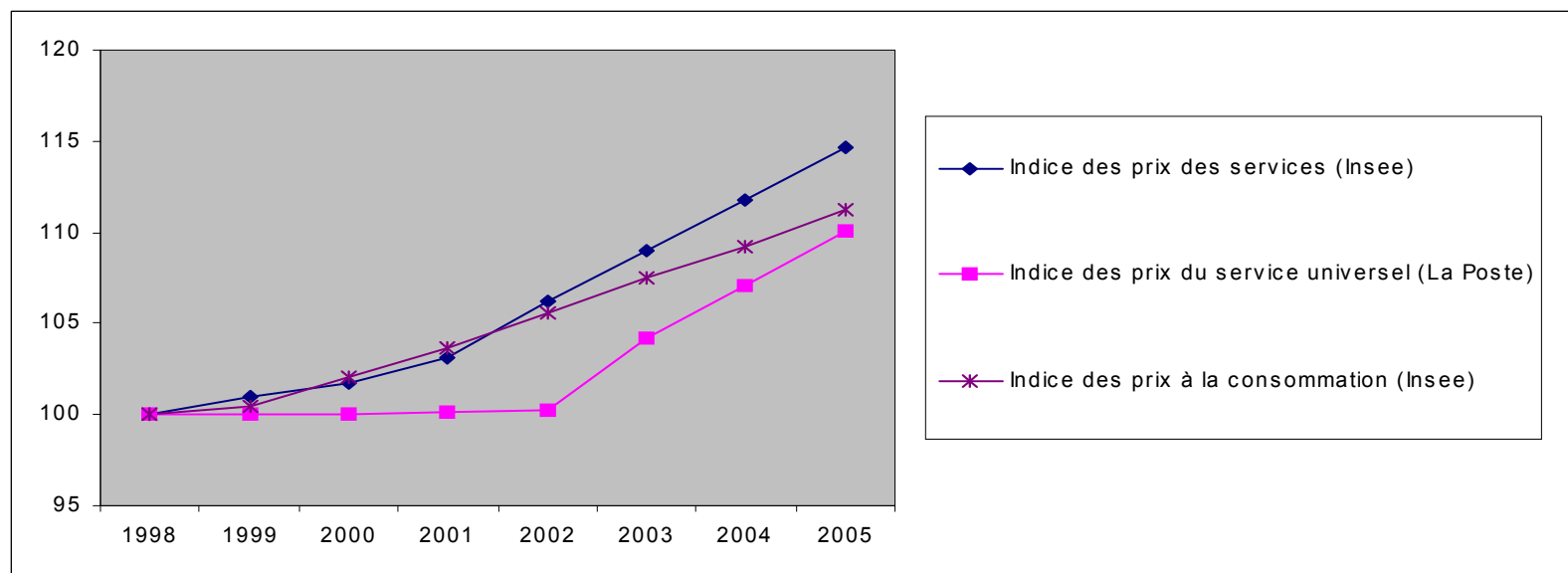
### ❑ Les évaluations de l'Autorité :

- 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.