

Observatoire annuel des activités postales
en France

Année 2010

Remarques générales

L'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes publie les résultats de l'enquête annuelle 2010, menée sur les marchés des activités postales. Cette enquête a été conduite auprès des opérateurs autorisés au 31 décembre 2010 et auprès des opérateurs des marchés non soumis à autorisation tels que le colis, l'express, la publicité non adressée ou encore le routage.

L'ensemble des opérateurs autorisés a répondu à l'enquête, permettant ainsi d'obtenir une vision précise de leurs activités. Cette enquête permet de réaliser un objectif commun : publier une information de qualité et de référence sur les activités postales.

Au 31 décembre 2010, outre La Poste (autorisée le 26/10/2006), 21 opérateurs ont été autorisés par l'ARCEP, leur permettant d'exercer des prestations de services postaux relatifs aux envois de correspondance.

Les autorisations pour les services d'envois de correspondance incluant la distribution en France et par date d'autorisation sont :

Adrexo en France (autorisé le 13/06/2006)

Althus dans les agglomérations de Aix les Bains, Annecy, Chambéry et alentours (autorisé le 7/09/2006)

Solgeco 26 (Izigo), franchise d'Althus, dans les agglomérations de Valence, Romans sur Isère et alentours (autorisé le 5/12/06)

Press'Tissimo à Paris et dans les principales communes du département des Hauts-de-Seine (autorisé le 31/05/07)

Procourrier dans l'agglomération de Montpellier et ses alentours (autorisé le 28/06/07)

Courrier Services 03 dans l'agglomération de Vichy et ses alentours (autorisé le 28/06/07)

Courrier Plus dans les agglomérations de Lille, Roubaix, Tourcoing et Villeneuve d'Ascq et leurs alentours (autorisé le 2/10/2007)

Ciblex dans les départements du Nord et du Pas-de-Calais (autorisé le 10/06/2008)

3L (Distriplis) dans l'agglomération d'Angers et ses alentours (autorisé le 23/03/2010)

ARD services (Intercorrespondance) dans l'agglomération de Cholet et ses alentours (autorisé le 23/03/2010)

Frédéric Veigneau (Distriplis Mauges) dans l'agglomération de Cholet et ses alentours (autorisé le 27/05/2010)

Post Center dans l'agglomération de Dole et ses alentours (autorisé le 22/06/2010)

Les autorisations pour les envois de correspondance transfrontalière sortante sont :

IMX (autorisé le 22/06/2006)

Deutsche Post AG (autorisé le 29/06/2006)

Swisspost International France (autorisé le 7/09/2006)

La Poste Belge (autorisé le 5/12/06)

G3 Worldwide (Spring) (autorisé le 5/12/2006)

Deutsche Post Global Mail (France) (autorisé le 15/03/2007)

Royal Mail Group PLC (autorisé le 15/03/2007)

DHL Express (France) SAS (autorisé le 25/10/07)

Österreichische Post AG (autorisé le 08/07/2010)

Synthèse

En 2010, le marché des activités postales des objets adressés s'élève à 13,7 milliards d'euros, pour un volume de 18,8 milliards d'objets. L'année 2010 est marquée par une stabilisation du revenu global (+0,1%), tandis que le flux d'objets adressés diminue de 2,9% en un an. L'année précédente, l'activité avait fortement diminué, tant en revenu qu'en volume.

La stagnation du revenu constatée en 2010 s'explique en premier lieu par la nette progression du revenu provenant de la distribution de colis (+5,0% en un an). Ce revenu atteint 4,0 milliards d'euros en 2010 (y compris les colis envoyés en express), et représente ainsi près de 30% du revenu total des activités postales, soit une augmentation d'un point par rapport à 2009. L'année précédente, ce revenu avait diminué de 2,7%. Le volume de colis distribués atteint 740 millions d'objets, et bénéficie d'une augmentation similaire au revenu (+5,0%), après deux années d'interruption de la croissance. Les colis distribués en express augmentent sensiblement au même rythme que les colis ordinaires, c'est-à-dire les colis hors express.

Le revenu provenant des objets distribués à l'export s'accroît également nettement, de 7,7% en un an, grâce notamment aux recettes liées à l'export de colis, dont le montant progresse de plus de 20% par rapport à 2009. Mais ce revenu représente moins de 5% du revenu global sur le marché des activités postales (soit 562 millions d'euros). Les flux d'objets exportés, quant à eux, diminuent de 5,1% en raison du fort recul des volumes de publicité adressée exportés (-22,3%), la part de ce type d'envoi dans l'ensemble des objets exportés étant relativement importante (plus d'un objet exporté sur quatre est un courrier de publicité adressée).

Avec un revenu d'un peu plus d'un milliard d'euros (soit 8% du marché des envois adressés) pour un volume de 247 millions d'objets, les plis remis contre signature progressent, d'environ 2% en revenu comme en volume.

A l'inverse, le marché des envois de correspondance distribués en France continue de décroître. Le revenu est évalué, en 2010, à 7,6 milliards d'euros, soit un recul de 3,0% et le nombre de courriers distribués est de 14,8 milliards, en baisse de 3,6%. Mais la contraction est bien moins importante qu'en 2009, année où le repli avait atteint 5,7% en revenu et 5,0% en volume.

La moindre contraction de ce marché s'explique par deux phénomènes : d'une part, le marché de la publicité adressée est pratiquement stable, avec un revenu de 1,5 milliard d'euros en 2010 (-0,6%) alors que celui-ci avait reculé d'environ 10% en 2009. Le volume associé suit la même tendance, avec une légère diminution (-1,6%) pour 4,3 milliards de plis distribués, comparé à une chute de 6,6% en 2009. D'autre part, le revenu des envois de correspondance hors publicité adressée connaît un repli moins important en 2010 qu'en 2009 (-3,5% contre -4,8% en 2009) et s'élève, en 2010, à 6,1 milliards d'euros.

En revanche, le nombre d'envois de correspondance hors publicité adressée, qui représente un volume de 10,5 milliards de plis, diminue au même rythme en 2010 qu'en 2009 (-4,3%). Le repli moins important du revenu par rapport au volume s'explique notamment par la hausse du tarif du timbre-poste, intervenue au 1^{er} juillet 2010.

Au sein des envois de correspondance, et comme chaque année depuis 2007, le volume comme le revenu du courrier industriel se contractent moins fortement que ceux du courrier égrené. L'année 2010 ne déroge pas à cette règle : le trafic industriel, qui est évalué à 9,2

milliards de plis, ne diminue que de 1,7%, alors que le courrier égrené (5,6 milliards de plis en 2010) recule de plus de 6% (6,4% exactement). Les revenus associés à ces flux suivent la même tendance. Le revenu provenant du trafic industriel – 3,5 milliards d’euros en 2010 – diminue de 1,3% en un an, tandis qu’avec un montant de 4,1 milliards d’euros, le revenu généré par le courrier égrené recule de 4,3%.

La distribution de presse par circuit postal ou par portage, qui se place en deuxième position en nombre d’objets distribués (près de 15% des flux totaux sont des journaux ou des magazines), décroît régulièrement depuis 2005, excepté en 2007, où le trafic s’était stabilisé. En 2010, ce volume s’élève à 2,6 milliards d’objets (-1,4%) et décroît moins fortement qu’en 2009 (-2,5%), grâce, d’une part, à la progression plus importante du volume de presse portée (+2,8% en 2010 contre +1,8% en 2009) et également à la moindre diminution de la distribution de presse par circuit postal (-4,2% en 2010 comparé à -5,1% en 2009).

Enfin, dans un contexte de stabilisation des dépenses publicitaires, et après une année de repli, les flux de publicité non adressée s’accroissent nettement en 2010, de plus de 8% en un an. Le revenu afférent atteint 693 millions d’euros, en croissance de 2,0%, soit un niveau un peu supérieur à la tendance observée en 2009 (+1,0% en un an).

SOMMAIRE

REMARQUES GENERALES	2
SYNTHESE.....	3
PARTIE 1 – PANORAMA DES MARCHES EN 2010.....	6
1. LES ENVOIS DE CORRESPONDANCE DISTRIBUES EN FRANCE	12
1.1 SECTEUR RESERVE ET SECTEUR EN CONCURRENCE	12
1.2 ENVOIS DE CORRESPONDANCE PAR NIVEAU D'URGENCE	14
1.3 PUBLICITE ADRESSEE ET AUTRES ENVOIS DE CORRESPONDANCE.....	16
1.4 TRAFIC INDUSTRIEL ET TRAFIC EGRENE	17
2. LES ENVOIS REMIS CONTRE SIGNATURE	20
3. COURRIER INTERNATIONAL : EXPORT ET IMPORT	22
3.1 LE MARCHÉ DU COURRIER INTERNATIONAL	22
3.2 FOCUS SUR L'EXPORT	24
4. LES COLIS.....	28
4.1 LES COLIS HORS EXPRESS.....	28
4.2 LES COLIS « EXPRESS »	29
5. LA PRESSE.....	31
5.1 LA PRESSE DISTRIBUEE PAR PORTAGE	32
5.2 LA PRESSE DISTRIBUEE PAR CIRCUIT POSTAL	33
6. LA PUBLICITE NON ADRESSEE.....	35
7. LE ROUTAGE	36
7.1 LES ENVOIS DE CORRESPONDANCE ROUTES DOMESTIQUES.....	36
7.2 LE ROUTAGE DE PUBLICITE ADRESSEE	37
7.3 LE ROUTAGE DE COURRIER DE GESTION	38
PARTIE II – INVESTISSEMENTS ET EMPLOI DES ACTIVITES POSTALES	39
1. LES INVESTISSEMENTS	39
2. L'EMPLOI	41

PARTIE 1 – Panorama des marchés en 2010

Le revenu total sur le marché postal des objets adressés s'élève à 13,7 milliards d'euros en 2010. Ce revenu est stable par rapport à 2009, alors qu'il avait fortement diminué l'année précédente (- 4,2%).

Avec 7,6 milliards d'euros, le revenu des envois de correspondance distribués en France décroît de 3,0% en 2010, après un repli important, de 5,7%, en 2009. Depuis 2005, le revenu de ce marché diminue chaque année, excepté en 2007, l'envoi en masse de plis électoraux ayant compensé la perte de revenus liée à la baisse du nombre d'envois de correspondance classiques. Les envois de correspondance représentent 55% du marché total en valeur, soit un recul de deux points par rapport à 2009.

Le revenu provenant des plis remis contre signature est de 1,1 milliard d'euros en 2010, en légère croissance par rapport à 2009 (+1,6%). Sur la période 2006 - 2008, le revenu associé à ce type de courrier avait nettement augmenté, puis s'était stabilisé en 2009.

Le marché des colis de moins de 30kg – colis ordinaires et colis express – atteint 4,0 milliards d'euros en 2010. Depuis 2005, ce marché n'avait pas connu de croissance aussi forte en valeur (+5,0% en 2010) ; il avait même diminué de 2,7% en 2009. La part des revenus du colis dans le total des revenus est de près de 30%. Elle augmente régulièrement depuis 2007.

Depuis plusieurs années, la distribution de presse par voie postale (abonnements de journaux et de magazines) diminue en valeur (-3,9% en 2008, puis -1,2% en 2009). En 2010, ce revenu est pratiquement stable : il est passé de 459 millions d'euros en 2009 à 456 millions d'euros en 2010 (-0,7%).

Le marché de l'export, tous produits confondus, est évalué à 562 millions d'euros en 2010, en forte progression de 7,7%, après une diminution contenue en 2009 (-1,1%). Cet accroissement est lié d'une part à la croissance de plus de 20% du revenu des colis exportés, et d'autre part à l'augmentation significative des recettes des envois de correspondance, entièrement portée par les envois de correspondance hors publicité adressée.

La publicité non adressée atteint 693 millions d'euros en valeur, en croissance de 2,0% suivant la tendance observée en 2009 (+1,0% en un an). Malgré une volumétrie importante, ce marché génère peu de revenu, en raison de la faible valeur ajoutée de cette prestation. Celle-ci ne nécessite ni collecte ni tournée quotidienne et n'est, de ce fait, pas considérée comme un envoi postal.

Activités postales et marchés connexes de distribution - Revenus des envois

(en millions d'euros hors taxes)	2005	2006	2007	2008	2009	2010	Evolution 2009- 2010
Distribués en France							
Envois de correspondance	8 470	8 435	8 581	8 313	7 837	7 605	-3,0%
Remis contre signature	938	949	984	1 042	1 038	1 055	1,6%
Colis	3 440	3 685	3 793	3 939	3 834	4 024	5,0%
dont colis hors express	1 440	1 585	1 593	1 639	1 634	1 724	5,5%
dont express colis légers*	2 000	2 100	2 200	2 300	2 200	2 300	4,5%
Distribution postale de la presse aux abonnés**	492	484	483	464	459	456	-0,7%
Total des objets adressés distribués en France	13 340	13 553	13 841	13 758	13 168	13 139	-0,2%
Distribués à l'Export							
Envois de correspondance	496	419	398	392	376	391	4,0%
Colis	74	85	96	108	121	149	22,8%
Presse	31	29	29	28	24	22	-10,4%
Total des objets adressés Export	602	533	523	527	521	562	7,7%
Total du marché des objets adressés	13 942	14 086	14 364	14 285	13 689	13 701	0,1%

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.

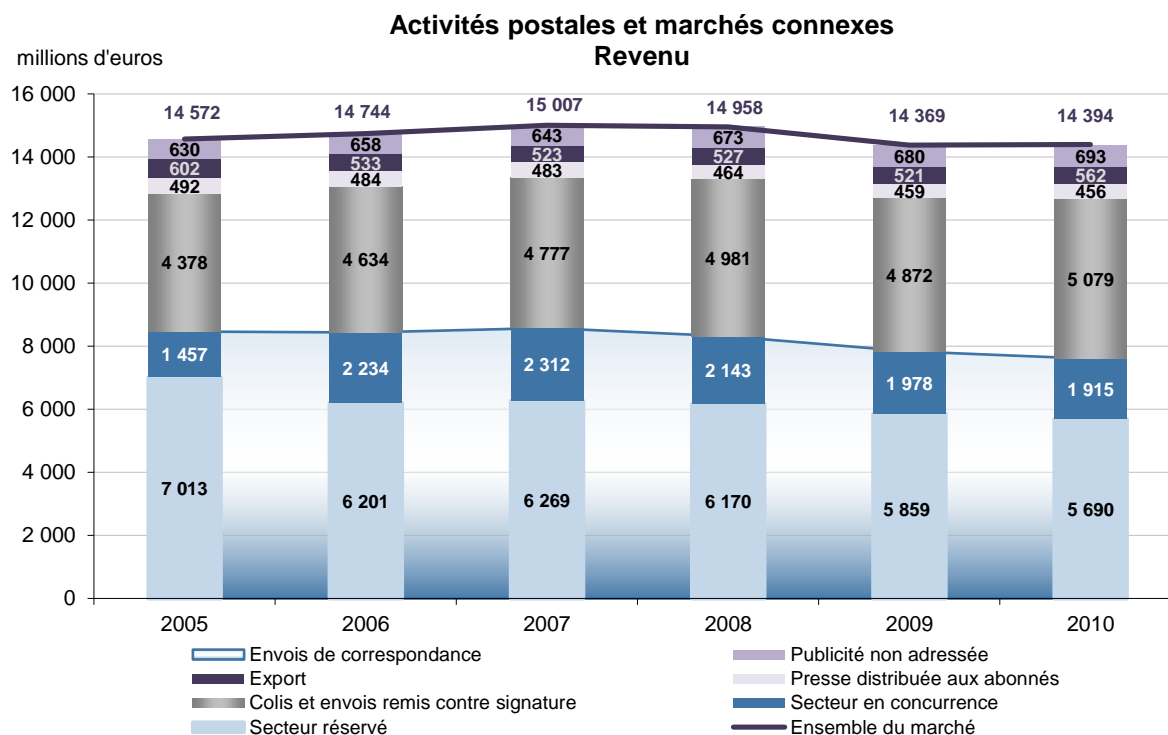
* Estimations, trafic domestique et import

** non compris les revenus générés par le portage de presse

Activités postales et marchés connexes de distribution - Revenus des envois

(en millions d'euros hors taxes)	2005	2006	2007	2008	2009	2010	Evolution 2009- 2010
Total publicité non adressée	630	658	643	673	680	693	2,0%

Source: ARCEP, Observatoire statistique des activités postales



Contrairement au revenu, le volume total sur le marché des objets adressés est en baisse de 2,9% en 2010 par rapport à 2009. Au total, sur le marché des envois adressés, le volume s'élève à un peu plus de 18,8 milliards d'objets, soit une diminution d'environ 600 millions d'objets distribués en un an, l'année 2009 ayant connu un recul exceptionnel du nombre de ces envois, avec près d'un milliard d'objets distribués en moins (-4,5%) par rapport à l'année 2008.

La quasi-totalité de la baisse provient du recul des envois de correspondance. Ces envois représentent près de 8 envois d'objets adressés sur 10 et leur volume diminue de 3,6% en 2010. Là encore, le reflux, bien qu'important, est contenu par rapport à 2009, où le repli avait été de 5,0%.

Le volume de presse distribué par voie postale et par portage représente le deuxième marché le plus important avec près de 15% du volume total. Ces flux n'ont cessé de diminuer depuis l'année 2005, excepté en 2007, où le volume s'est stabilisé. En 2010, le volume de presse est de 2,6 milliards d'objets, soit un léger repli de 1,4%, après une baisse de 2,5% en 2009. Ce moindre repli est lié d'une part à l'accroissement plus important du nombre de journaux et magazines distribués par portage par rapport aux années précédentes (+ 2,8% en 2010 contre +1% à +2% auparavant), et d'autre part à la baisse plus faible du volume de presse distribuée par circuit postal (-4,2% en 2010 contre -5,1% en 2009).

L'ensemble des volumes d'objets à destination de l'étranger (envois de correspondance, colis, presse) suit la tendance observée en 2009, avec un repli de 5,1% en 2010. Ce phénomène provient essentiellement du recul significatif du nombre d'envois de correspondance (-5,3%), qui représente plus de 90% du volume total d'objets à l'export. Le volume d'export de presse diminue également fortement (-10,4%), au même rythme en 2010 qu'en 2009. Seul le volume de colis à l'export s'accroît, de près de 11%, mais celui-ci ne représente qu'un peu plus de 3% du nombre total d'objets exportés.

Avec environ 740 millions d'objets distribués, le marché du colis est dynamique en 2010. L'accroissement de 5,0% des volumes en un an représente environ 30 millions de colis supplémentaires distribués en France par rapport à 2009. Les deux années précédentes, le volume de colis était stable.

Enfin, dans un contexte de stabilisation des dépenses publicitaires, et après une année de repli, les flux de publicité non adressée s'accroissent nettement en 2010, de plus de 8% en un an. Le volume atteint ainsi à 20,5 milliards d'objets, contre 19,0 milliards en 2009, soit un accroissement de 1,5 milliard de prospectus supplémentaires distribués dans les boîtes aux lettres en France.

Activités postales et marchés connexes de distribution - Volumes des envois

(en millions d'objets)	2005	2006	2007	2008	2009	2010	Evolution 2009- 2010
Distribués en France							
Envois de correspondance	16 806	16 540	16 616	16 152	15 347	14 800	-3,6%
Remis contre signature	219	216	225	237	241	247	2,3%
Colis	621	655	701	708	702	736	5,0%
dont colis hors express	346	355	386	383	372	386	4,0%
dont express colis légers*	275	300	315	325	330	350	6,1%
Distribution de la presse aux abonnés**	2 789	2 713	2 724	2 688	2 620	2 583	-1,4%
Total des objets adressés distribués en France	20 435	20 124	20 266	19 785	18 909	18 366	-2,9%
Distribués à l'Export							
Envois de correspondance	523	475	462	468	436	413	-5,3%
Colis	7	8	8	10	13	15	10,7%
Presse	28	27	29	25	22	20	-10,4%
Total des objets adressés Export	558	510	499	503	471	447	-5,1%
Total du marché des objets adressés	20 993	20 634	20 765	20 288	19 381	18 814	-2,9%

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 ac

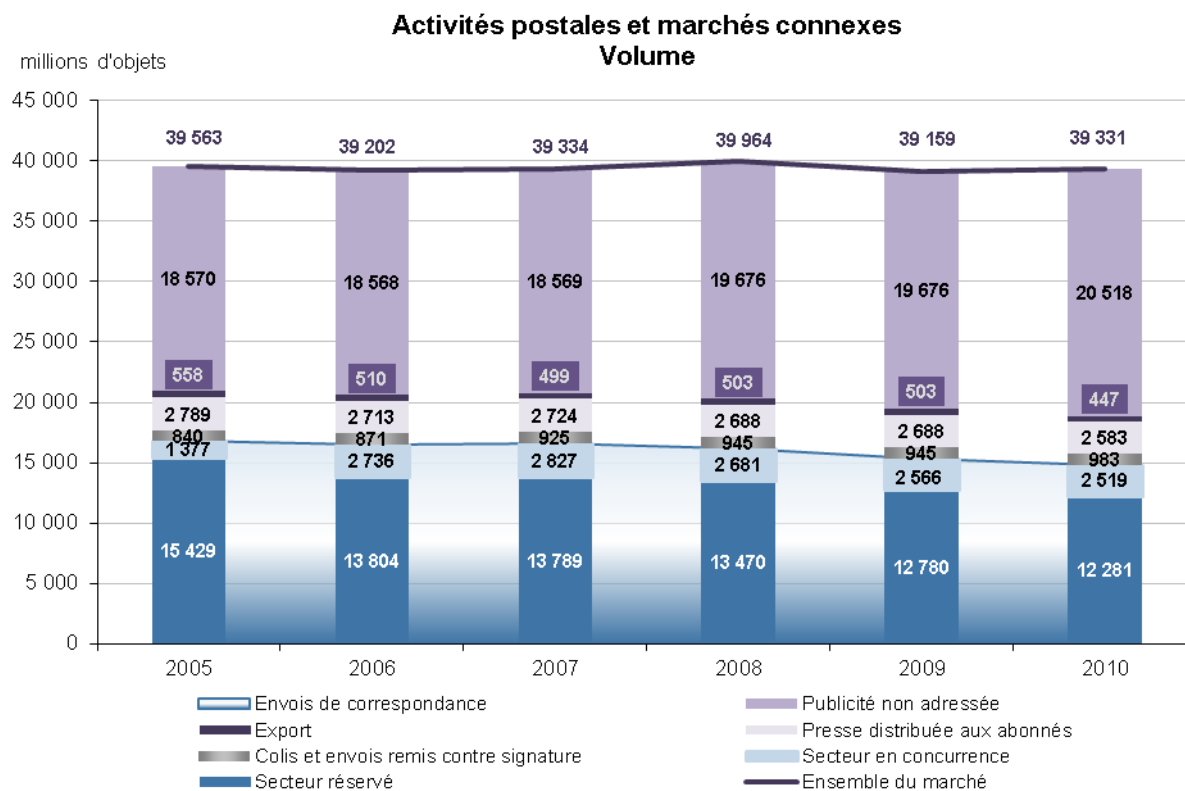
* Estimations, trafic domestique et import

** Y compris les volumes issus du portage de presse

Activités postales et marchés connexes de distribution - Volumes des envois

(en millions d'objets)	2005	2006	2007	2008	2009	2010	Evolution 2009- 2010
Total publicité non adressée	18 570	18 568	18 569	19 676	18 984	20 518	8,1%

Source: ARCEP, Observatoire statistique des activités postales



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.

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.

Secteur réservé (≤ 50 grammes – monopole) :

Depuis le 1^{er} janvier 2006, le secteur réservé correspond aux envois de correspondance intérieure ou en provenance de l'étranger et distribués sur le territoire français, y compris ceux assurés par courrier accéléré, dont le poids ne dépasse pas 50 grammes et dont le prix est inférieur à deux fois et demi le tarif de base. Le secteur réservé a disparu au 1^{er} janvier 2011.

Secteur en concurrence domestique et import (> 50 grammes – hors monopole) :

Il s'agit de tous les envois de correspondance intérieure ou en provenance de l'étranger et distribués sur le territoire français dont le poids est supérieur à 50g et dont le prix est supérieur à deux fois et demi le tarif de base. Depuis le 1^{er} janvier 2011, l'ensemble des envois de correspondance distribués en France est ouvert à la concurrence.

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.

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.

Colis* :

Colis hors express :

L'Observatoire couvre la livraison à domicile et en points de retrait des colis de 0 à 30kg. Ce marché se caractérise par des délais plus importants que ceux des envois express. Il 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. Sont exclus les services d'envois offerts à des entreprises en exécution de contrats portant sur plusieurs envois.

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. Le marché observé est celui des colis légers (jusqu'à 30kg) nés et distribués sur le territoire français.

Distribution de la presse aux abonnés**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.

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 l'observatoire.

Publicité non adressée (PNA) :

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.

**La frontière entre les marchés des envois remis contre signature et de l'express n'est pas précisément définie et pourrait vraisemblablement évoluer car ces deux prestations à « valeur ajoutée » impliquent une remise contre signature et font l'objet de traitement spécifique. De même, les critères discriminant les marchés de l'express et du colis ne sont pas absolus : limites de poids, délais garantis, etc.*

1. Les envois de correspondance distribués en France

Le revenu total généré par les envois de correspondance, correspondant aux envois postaux ne dépassant pas 2kg, s'élève à 7,6 milliards d'euros en 2010. La baisse de 3,0% de ce revenu est moindre par rapport à l'année 2009, année durant laquelle la décroissance avait atteint 5,7%. Sur l'ensemble de l'année 2010, le nombre de plis distribués en France est de 14,8 milliards de plis contre 15,3 milliards en 2009. Le volume diminue ainsi sensiblement au même rythme que le revenu, soit un recul de 3,6% en un an.

1.1 Secteur réservé et secteur en concurrence

Revenus

(millions d'euros)	2005	2006	2007	2008	2009	2010	Evolution 2009- 2010
Secteur réservé	7 013	6 201	6 269	6 170	5 859	5 690	-2,9%
Secteur en concurrence	1 457	2 234	2 312	2 143	1 978	1 915	-3,2%
Total envois de correspondance	8 470	8 435	8 581	8 313	7 837	7 605	-3,0%

Source: ARCEP, Observatoire statistique des activités postales

En 2005, le secteur réservé est limité aux envois de correspondance de moins de 100 grammes et à un prix inférieur à trois fois le tarif de base dans la limite de un euro maximum

Volumes

(millions d'objets)	2005	2006	2007	2008	2009	2010	Evolution 2009- 2010
Secteur réservé	15 429	13 804	13 789	13 470	12 780	12 281	-3,9%
Secteur en concurrence	1 377	2 736	2 827	2 681	2 566	2 519	-1,8%
Total envois de correspondance	16 806	16 540	16 616	16 152	15 347	14 800	-3,6%

Source: ARCEP, Observatoire statistique des activités postales

En 2005, le secteur réservé est limité aux envois de correspondance de moins de 100 grammes et à un prix inférieur à trois fois le tarif de base dans la limite de un euro maximum

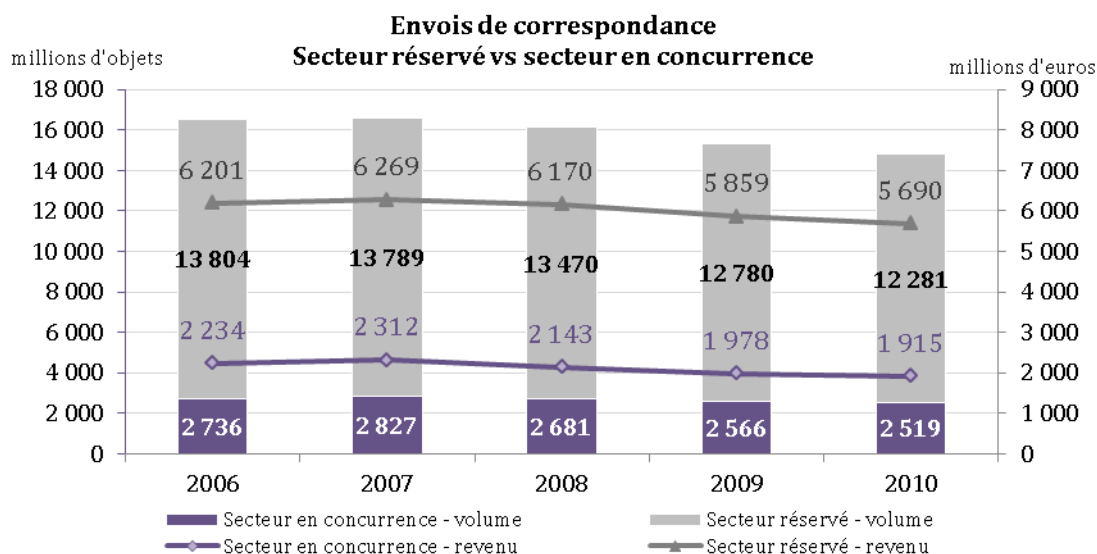
Le volume d'envois de correspondance appartenant au secteur réservé, c'est-à-dire les envois de correspondance inférieurs à 50g et dont le prix est inférieur à deux fois et demi le tarif de base¹, s'élève à 12,3 milliards de plis en 2010, soit un recul de 3,9% en un an contre une diminution de 5,1% en 2009. Malgré une moindre diminution des volumes du secteur réservé en 2010, avec une baisse de 500 millions de plis environ contre 700 millions en 2009, la réduction du volume de plis est patente sur le secteur réservé.

Le revenu généré par ce type d'envois s'établit à 5,7 milliards d'euros sur la même période, bénéficiant d'un repli inférieur à celui du volume (-2,9% en 2010). La hausse du prix du timbre pour les lettres de moins de 20g le 1^{er} juillet 2010² (+3,6%) a permis d'amortir l'impact de l'érosion du trafic du secteur réservé sur les revenus.

Le secteur ouvert à la concurrence – les envois de correspondance supérieurs à 50g et dont le prix est supérieur à deux fois et demi le tarif de base – a diminué de seulement 1,8% en volume, s'établissant ainsi à 2,5 milliards d'objets. Les deux années précédentes, le recul avait été beaucoup plus important (-5,3% en 2008, -4,3% en 2009). Le revenu afférent s'élève quant à lui à 1,9 milliard d'euros en 2010, en repli de 3,2%. Le recul plus important du revenu par rapport au volume peut s'expliquer par un changement de comportement des clients, ceux-ci se tournant vers des produits dont le tarif est moins élevé.

¹ Le tarif de base correspond à celui de la lettre prioritaire de moins de 20g (0,54 euro du 1^{er} octobre 2006 au 1^{er} mars 2008, 0,55 euro du 1^{er} mars 2008 au 2 mars 2009, 0,56 euro du 2 mars 2009 au 1^{er} juillet 2010, 0,58 euro du 1^{er} juillet 2010 au 1^{er} juillet 2011).

² Décision n°09-0001 de l'ARCEP en date du 8 janvier 2009 relative aux tarifs du courrier domestique appartenant au secteur réservé du service universel postal.



Depuis 2006, le secteur en concurrence représente une part stable de l'ensemble des volumes des envois de correspondance, soit environ 17%. En 2010, cette part a légèrement augmenté, de 0,3 point, en raison du moindre recul de ces flux par rapport au secteur réservé, le secteur en concurrence n'ayant contribué qu'à environ 10% du repli des flux totaux des envois de correspondance.

En revenu, le secteur en concurrence représente un quart de l'ensemble des recettes provenant des envois de correspondance. Cette part n'a pas évolué par rapport à 2009, du fait de la baisse équivalente des revenus générés par les envois de correspondance du secteur réservé et ceux du secteur non réservé.

Répartition des envois de correspondance - Revenus (domestique et import)

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Secteur réservé	82,8%	73,5%	73,1%	74,2%	74,8%	74,8%
Secteur en concurrence	17,2%	26,5%	26,9%	25,8%	25,2%	25,2%
Total envois de correspondance	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Source: ARCEP, Observatoire statistique des activités postales

En 2005, le secteur réservé est limité aux envois de correspondance de moins de 100 grammes et à un prix inférieur à trois fois le tarif de base dans la limite de un euro maximum

Répartition des envois de correspondance - Volumes (domestique et import)

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Secteur réservé	91,8%	83,5%	83,0%	83,4%	83,3%	83,0%
Secteur en concurrence	8,2%	16,5%	17,0%	16,6%	16,7%	17,0%
Total envois de correspondance	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Source: ARCEP, Observatoire statistique des activités postales

En 2005, le secteur réservé est limité aux envois de correspondance de moins de 100 grammes et à un prix inférieur à trois fois le tarif de base dans la limite de un euro maximum

Le secteur réservé

Deux directives européennes sont à l'origine de l'établissement des seuils délimitant le champ des services postaux réservés : la directive 97/67/CE du 15 décembre 1997 concernant les règles communes pour le développement du marché intérieur des services postaux et l'amélioration de la qualité du service et la directive 2002/39/CE du 10 juin 2002 qui précise les étapes de la libéralisation du secteur postal.

Transposées en droit français, ces directives ont abaissé le seuil du secteur réservé en trois étapes :

- **29 juin 1999**, le secteur réservé est limité aux services nationaux et transfrontaliers d'envois de correspondance, que ce soit par courrier accéléré ou non, y compris le publipostage, d'un poids inférieur à 350 grammes et dont le prix est inférieur à cinq fois le tarif applicable à un envoi de correspondance du premier échelon de poids de la catégorie normalisée la plus rapide (tarif de base).

- **1^{er} janvier 2003**, le secteur réservé est limité aux envois de correspondance (courrier adressé des ménages et des entreprises, domestique ou provenant de l'étranger) de moins de 100 grammes et à un prix inférieur à trois fois le tarif de base dans la limite de un euro maximum.

- **1^{er} janvier 2006**, la limite poids-prix du monopole postal est abaissée à 50 grammes et à deux fois et demi le tarif de base.

La nouvelle directive postale a fixé à 2011 l'ouverture totale à la concurrence des services postaux (directive 2008/6/CE). A partir du 1^{er} janvier 2011, le secteur réservé est supprimé.

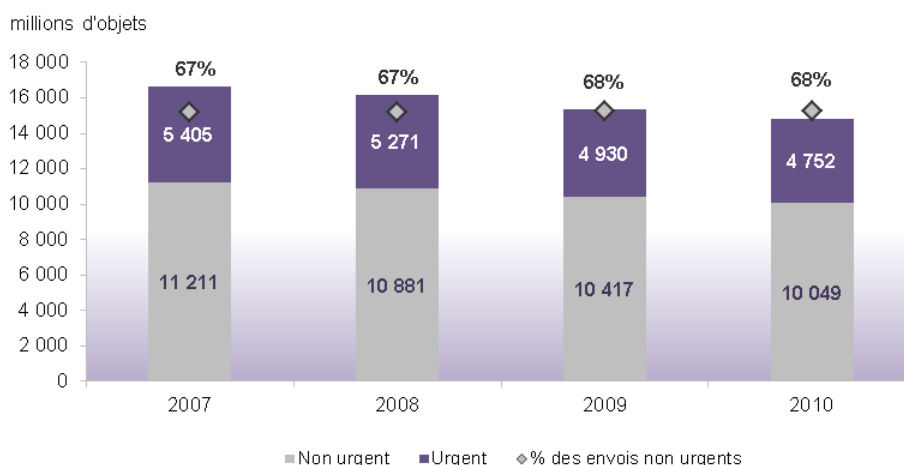
1.2 Envois de correspondance par niveau d'urgence

Après une forte baisse en 2009 (-6,5%), le volume de plis envoyés au tarif urgent (J+1 et J+2) s'élève à 4,8 milliards d'objets en 2010, en baisse de 3,6%. Le trafic non urgent (J+3 et plus) décroît au même rythme et représente, comme en 2009, 68% de l'ensemble des envois de correspondance.

	2007	2008	2009	2010	Evolution 2009- 2010
<i>en millions</i>					
Trafic urgent	5 405	5 271	4 930	4 752	-3,6%
Trafic non urgent	11 211	10 881	10 417	10 049	-3,5%
Total des envois de correspondance distribués en France	16 616	16 152	15 347	14 800	-3,6%

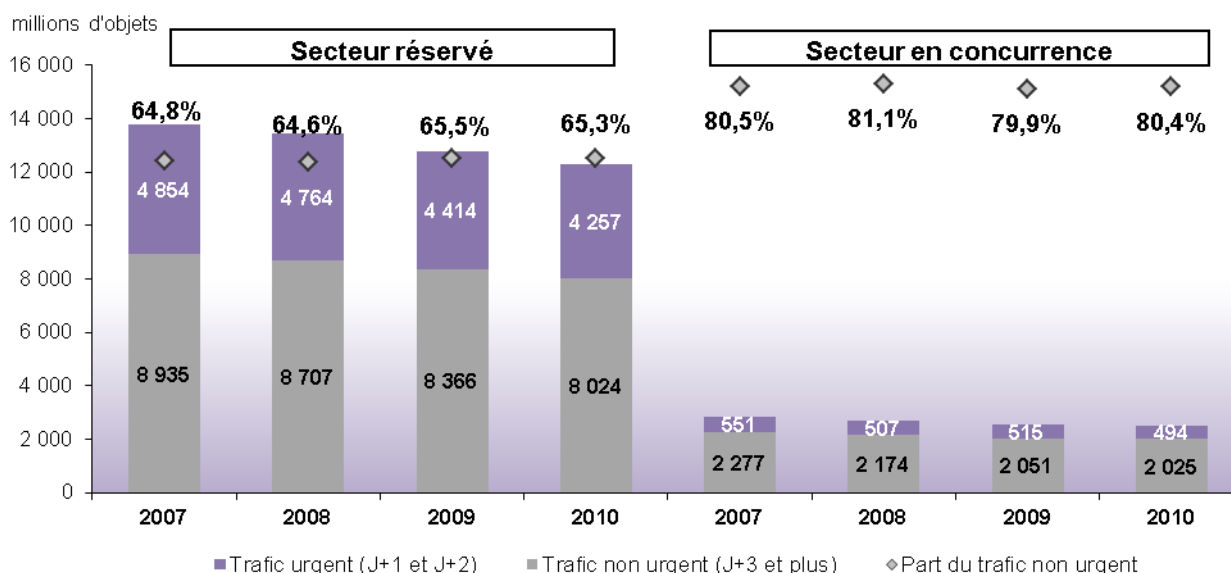
Source: ARCEP, Observatoire statistique des activités postales

Répartition des envois de correspondance selon l'urgence



Les envois de correspondances envoyés au tarif urgent ont diminué sensiblement en 2010, dans le secteur réservé (-3,6% en un an), mais également dans le secteur non réservé (-4,1% par rapport à 2010). Le volume de courrier envoyé au tarif non urgent diminue, quant à lui, fortement dans le secteur réservé, avec un recul équivalent à celui de 2009 (-4,1%, soit -340 millions de plis), tandis qu'il baisse faiblement pour le secteur en concurrence (-1,3%). Globalement, la baisse des envois sur le secteur en concurrence se répartit équitablement entre trafic urgent et non urgent (-20 millions de plis environ sur chacun des deux segments), alors que le trafic urgent ne représente que 20% du secteur en concurrence. Cela a pour conséquence une légère augmentation de la part du trafic non urgent dans ce secteur (+0,5 point).

Répartition des envois de correspondance des secteurs réservés et non réservés selon l'urgence



1.3 Publicité adressée et autres envois de correspondance

De la même manière que les années précédentes, la publicité adressée et les autres envois de correspondances suivent des évolutions différentes, que ce soit en revenu ou en volume.

Après un fort recul en 2009, tant en volume (-6,6% par rapport à 2008), qu'en revenu (-9,9%) notamment en raison de la baisse des dépenses publicitaires en 2009 liée à une contraction de l'activité en France, le volume de publicité adressée (4,3 milliards d'objets distribués) diminue faiblement (-1,6%) en 2010, et se stabilise en revenu (-0,6%), avec 1,5 milliard d'euros. Comme le font apparaître les données relatives aux dépenses publicitaires publiées par l'UFMD (tableau en p.35), l'année 2009 a été marquée par un fort reflux de ces dépenses (principalement le marketing direct et la publicité non adressée), puis en 2010, le montant de ces dépenses est stable.

Le revenu des autres envois de correspondance (hors publicité adressée), diminue, quant à lui, de 3,5% en un an, s'établissant ainsi à 6,1 milliards d'euros. Le recul constaté en 2010 est moins important que celui de 2009, qui s'élevait à près de -5%. En revanche, avec 10,5 milliards d'objets distribués, le volume d'envois de correspondance hors publicité adressée décroît au même rythme qu'en 2008, soit un recul de 4,3%. La dématérialisation (envoi d'e-mails, factures en ligne, etc.) se poursuit et impacte le volume de ces courriers.

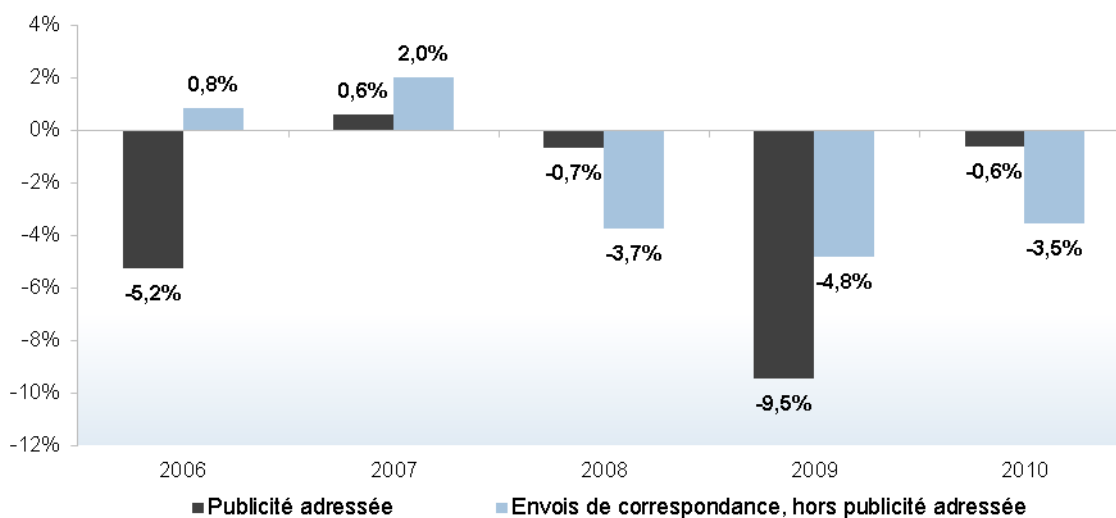
Ces évolutions contrastées ont pour conséquence une légère augmentation de la part de la publicité adressée dans l'ensemble des envois de correspondance, en revenu (19,5%) et en volume (28,9%), en hausse d'environ 0,5 point, après une diminution importante en 2009.

Revenus

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	Evolution 2009- 2010
<i>millions d'euros HT</i>							
Publicité adressée	1 738	1 647	1 657	1 646	1 491	1 482	-0,6%
Envois de correspondance, hors publicité adressée	6 732	6 788	6 924	6 666	6 346	6 123	-3,5%
Total des envois de correspondance	8 470	8 435	8 581	8 313	7 837	7 605	-3,0%

Source: ARCEP, Observatoire statistique des activités postales

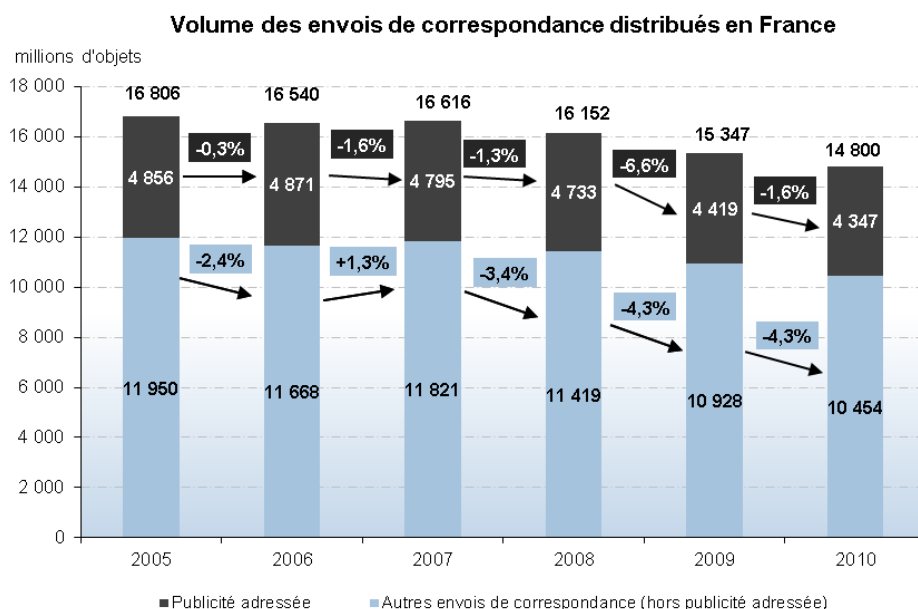
Evolution du revenu des envois de correspondance Publicité adressée vs autres envois de correspondance



Volumés

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	Evolution 2009-2010
<i>millions d'objets</i>							
Publicité adressée	4 856	4 871	4 795	4 733	4 419	4 347	-1,6%
Envois de correspondance, hors publicité adressée	11 950	11 668	11 821	11 419	10 928	10 454	-4,3%
Total des envois de correspondance	16 806	16 540	16 616	16 152	15 347	14 800	-3,6%

Source: ARCEP, Observatoire statistique des activités postales



1.4 Trafic industriel et trafic égrené

Le trafic industriel, qui représente plus de 60% du trafic distribué en France (le reste étant du trafic égrené), s'élève à 9,2 milliards d'objets en 2010 et diminue de 1,7%, après un fléchissement important, de 4,2%, en 2009, lié à la forte baisse des volumes de publicité adressée. Le volume des autres envois de correspondance diminue de 1,8% en 2010, alors qu'il était stable en 2009 (-0,4%).

Le revenu associé à l'ensemble du trafic industriel est de 3,5 milliards d'euros en 2010, en recul de 1,3%. L'arrêt de la remise de 1% accordée par La Poste sur les produits qui ne sont pas affranchis par timbre-poste (machine à affranchir) est probablement à l'origine de la baisse un peu plus faible du revenu par rapport au volume de trafic industriel.

Trafic industriel - Revenus

	2007	2008	2009	2010	Evolution 2009-2010
<i>millions d'euros</i>					
Trafic industriel	3 693	3 654	3 522	3 474	-1,3%
dont publicité adressée	1 657	1 646	1 491	1 482	-0,6%
dont autres envois de correspondance	2 036	2 008	2 031	1 993	-1,9%
Part de la publicité adressée dans le trafic industriel	44,9%	45,0%	42,3%	42,6%	+0,3 point

Source: ARCEP, Observatoire statistique des activités postales

Trafic industriel - Volumes

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	Evolution 2009- 2010
<i>millions d'objets</i>							
Trafic industriel	9 873	9 571	9 701	9 631	9 389	9 226	-1,7%
dont publicité adressée	4 856	4 871	4 795	4 733	4 419	4 347	-1,6%
dont autres envois de correspondance	5 017	4 700	4 905	4 899	4 970	4 879	-1,8%
Part de la publicité adressée dans le trafic industriel	49,2%	50,9%	49,4%	49,1%	47,1%	47,1%	+0,0 point

Source: ARCEP, Observatoire statistique des activités postales

La baisse du volume de courrier égrené se poursuit en 2010, en recul de 6,4% après une forte décroissance de 8,6% en 2009. Le nombre de plis égrenés distribués n'a cessé de diminuer depuis 2006, et la baisse s'est intensifiée au cours des trois dernières années (-5,7% en 2008 contre -0,7% en 2007). Le revenu associé a reculé de 4,3%, pour partie en raison de la hausse des tarifs du timbre-poste au 1^{er} juillet 2010.

Le trafic des particuliers et petits professionnels, qui représente quatre courriers égrenés sur dix, contribue à plus de la moitié du recul du trafic égrené, soit 200 millions de plis de moins qu'en 2010 (-8,0%). Globalement, le trafic des particuliers et petits professionnels a diminué tous les ans depuis 2005, à un rythme, en moyenne annuelle, de 5,9%, avec une intensification du reflux depuis 2008. Le trafic égrené provenant des entreprises a également chuté, de 5,2%, mais moins intensivement qu'en 2009 (-11,2%).

Parallèlement à ce fort reflux du courrier égrené, le trafic industriel connaît, encore en 2010 une moindre contraction (-1,7%). D'un côté, le courrier industriel provenant des grands émetteurs continue de décroître sensiblement au même rythme qu'en 2009 (-4,4% en 2010 contre -5,5% en 2009) tandis que, de l'autre, le trafic routé est stable en 2010. Comme en 2009, les grands émetteurs semblent se tourner de plus en plus vers des prestataires externes, et par conséquent internalisent moins le traitement de leur courrier.

Répartition des revenus d'envois de correspondance (domestique et import)

	2007	2008	2009	2010	Evolution 2009- 2010
<i>en millions d'euros</i>					
Trafic industriel (envois en nombre >100 envois)	3 693	3 654	3 522	3 474	-1,3%
Trafic "égrené" déposé chez l'opérateur de distribution	4 888	4 658	4 315	4 130	-4,3%
Total des envois de correspondance distribués en France	8 581	8 313	7 837	7 605	-3,0%

Source: ARCEP, Observatoire statistique des activités postales

Répartition des volumes d'envois de correspondance (domestique et import)

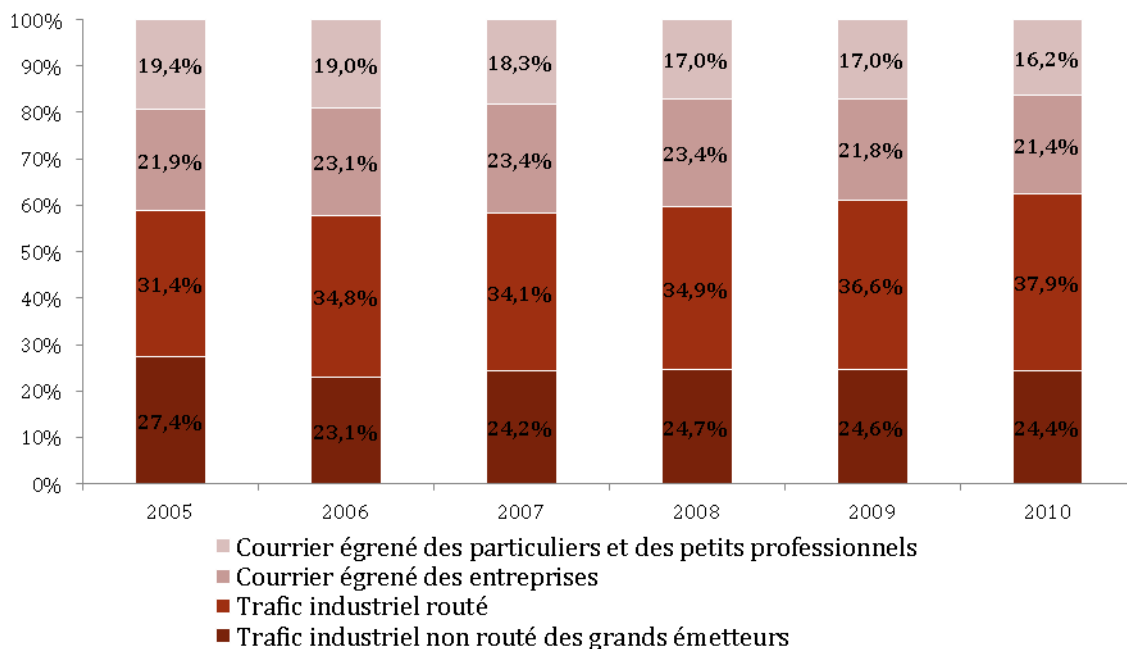
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	Evolution 2009- 2010
<i>en millions</i>							
Trafic industriel (envois en nombre >100 envois)	9 873	9 571	9 701	9 631	9 389	9 226	-1,7%
Trafic industriel non routé des grands émetteurs	4 598	3 820	4 029	3 991	3 773	3 614	-4,2%
Trafic industriel routé	5 275	5 751	5 672	5 640	5 616	5 611	-0,1%
Trafic "égrené" déposé chez l'opérateur de distribution	6 933	6 968	6 916	6 520	5 958	5 575	-6,4%
Courrier égrené des entreprises	3 673	3 824	3 883	3 772	3 347	3 172	-5,2%
Courrier égrené des particuliers et des petits professionnels	3 260	3 144	3 033	2 749	2 611	2 403	-8,0%
Total des envois de correspondance distribués en France	16 806	16 540	16 616	16 152	15 347	14 800	-3,6%

Source: ARCEP, Observatoire statistique des activités postales

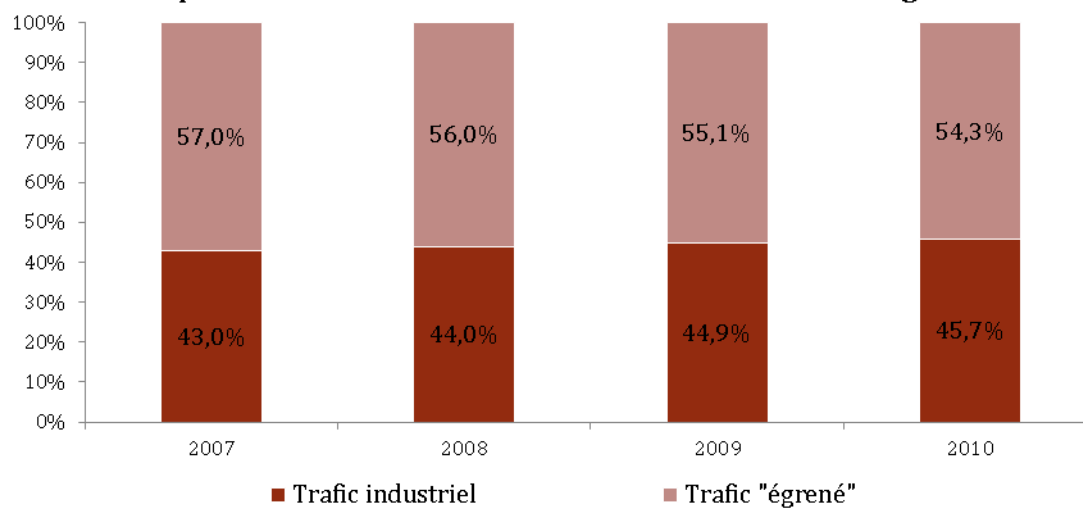
Ces évolutions contrastées ont pour conséquence une augmentation de la part du trafic industriel routé (+1,3 point en un an) au détriment de celle du courrier égrené des particuliers et petits professionnels (-0,8 point), et, plus marginalement, de celle du courrier égrené des entreprises (-0,4 point). La part du trafic provenant des grands émetteurs reste, quant à elle, quasiment stable, et représente près d'un quart du volume total d'envois de correspondance. Au global, la proportion des envois de correspondance en nombre augmente régulièrement depuis 2006 et s'intensifie depuis 2008. En 2010, elle s'élève à 62,3%, soit un accroissement de 1,2 point en un an.

En revenu, le même phénomène est observé, avec un accroissement de 0,8 point de la part du revenu du trafic industriel, soit 45,7% en 2010.

Répartition des envois de correspondance distribués en France Volumes



Répartition des revenus du trafic industriel et de trafic égrené



2. Les envois remis contre signature

Le volume d'envois de correspondance remis contre signature augmente légèrement en 2010, tant en revenu (+0,9%) qu'en volume (+1,2%). Le revenu est un peu supérieur à 1,5 milliard d'euros pour 306 millions d'objets distribués en 2010.

La croissance du nombre de plis remis contre signature distribués en France se poursuit en 2010 avec 247 millions d'envois, soit une hausse de 2,3% en un an après +1,6% en 2009. Le revenu associé, dont le montant s'élève à 1,1 milliard d'euros, croît de 1,6% par rapport à 2009, soit moins que le trafic, malgré la hausse du tarif de ces envois³ en juillet 2010.

L'évolution du volume des colis remis contre signature suit également la tendance observée en 2009 : avec 60 millions de colis distribués, le trafic diminue de 3,6% en 2010, soit deux millions de colis de moins. Jusqu'en 2008, le nombre de ces objets augmentait chaque année, mais l'accroissement du nombre de colis n'a cessé de ralentir sur la période 2006 - 2009, passant de +10,5% en 2006 à +1,0% en 2008, pour enfin chuter en 2009 de 5,6%. Le revenu lié à l'envoi de ces objets est stable en 2010, et s'élève à 470 millions d'euros. La hausse tarifaire de la gamme Colissimo Recommandé au 1^{er} mars 2010⁴ a contribué au maintien du niveau de revenu sur l'année 2010.

Revenus

millions d'euros HT	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Lettres et colis remis contre signature - ancien périmètre*	1 213	1 382	1 432	1 458		
Lettres et colis remis contre signature - nouveau périmètre*				1 527	1 512	1 525
Accroissement annuel en %		13,9%	3,6%	1,8%	-1,0%	0,9%

Source: ARCEP, Observatoire statistique des activités postales

Volumes

millions d'objets	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Lettres et colis remis contre signature - ancien périmètre*	252	279	289	276		
Lettres et colis remis contre signature - nouveau périmètre*				303	303	306
Accroissement annuel en %		10,7%	3,7%	-4,6%	0,0%	1,2%

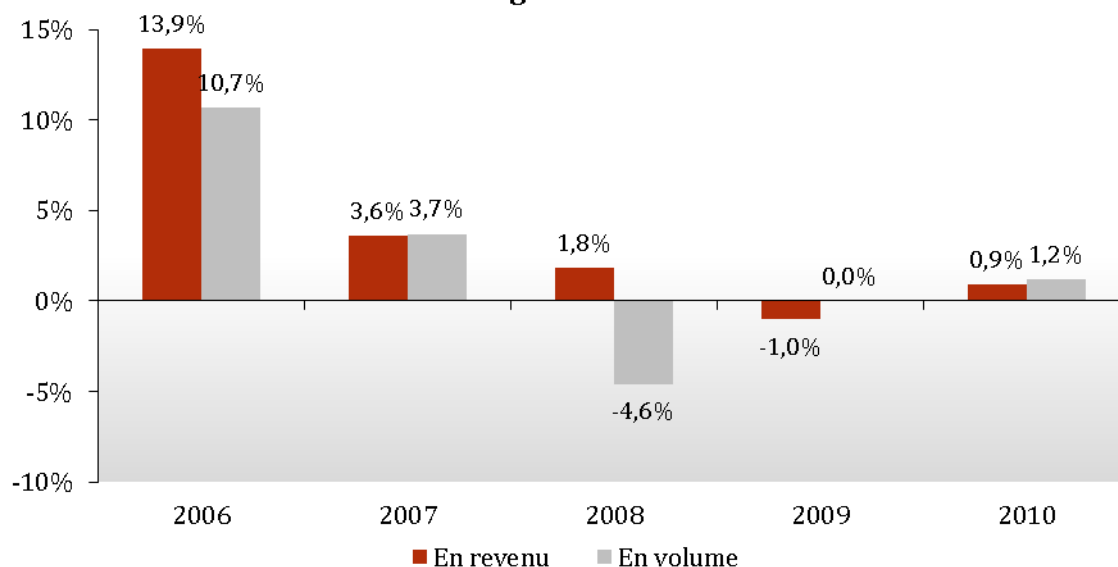
Source: ARCEP, Observatoire statistique des activités postales

* En raison du changement de périmètre dans la réponse d'un opérateur, les données portant sur la période 2005 - 2008 ne sont pas directement comparable avec celles portant sur l'année 2009. L'observatoire présente donc la série de données relatives à l'ancien périmètre sur la période 2005 - 2008 et la série portant sur le nouveau périmètre pour les années 2008 à 2010. De ce fait, les évolutions annuelles présentées sont comparables.

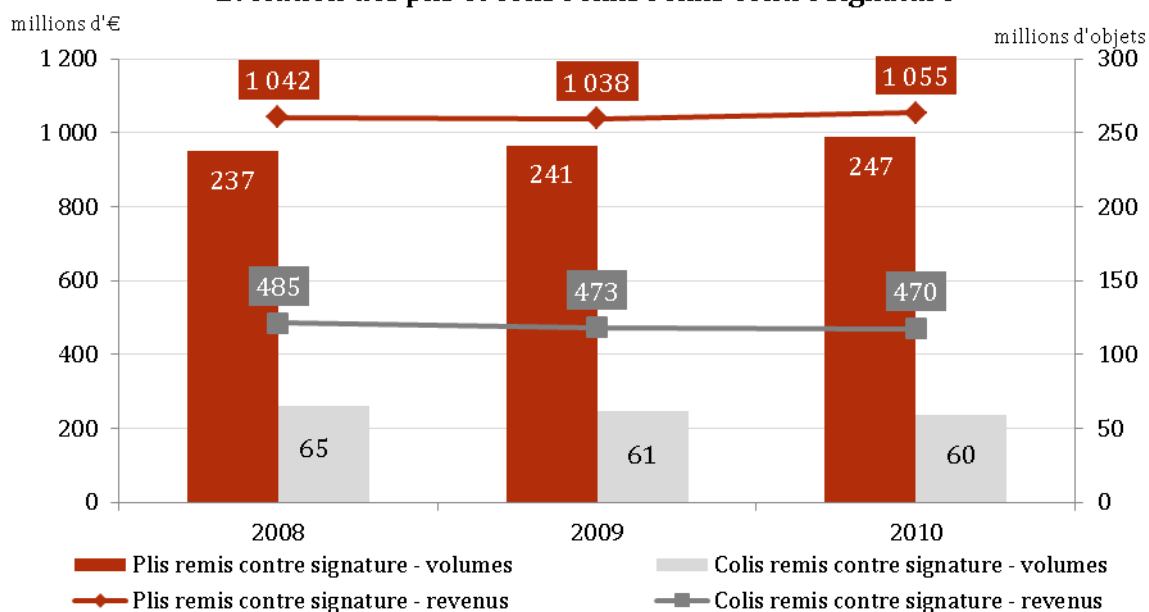
³ Avis n°10-0469 de l'ARCEP en date du 20 avril 2010 relative aux tarifs du courrier domestique appartenant au secteur réservé du service universel postal.

⁴ Avis n°10-0040 de l'ARCEP en date du 7 janvier 2010 relative aux produits nationaux du colis relevant du service universel.

Evolution des envois de correspondance remis contre signature



Evolution des plis et colis remis remis contre signature



3. Courrier international : export et import

3.1 Le marché du courrier international

3.1.1 L'ensemble du marché français

Le volume des objets envoyés et reçus de l'international baisse de 4,4% en 2010, mais ce repli est bien plus faible qu'en 2009 (-10% environ). L'ensemble du volume international import et export est désormais un peu supérieur à 800 millions d'objets, avec une diminution plus importante des flux d'exports (-5,1%) que ceux de l'import (-3,5%).

Le revenu global lié à ces envois s'accroît de 7,5% en 2010, après une diminution de 4,0% en 2009. Il atteint près de 800 millions d'euros. Les revenus provenant de l'import et de l'export augmentent à un rythme similaire, c'est-à-dire entre +7,0% et +8,0%.

Revenus du trafic international

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	Evolution 2009- 2010
<i>millions d'euros</i>							
Export	602	533	523	527	521	562	7,7%
Import	-	251	225	231	207	221	7,0%
Total trafic international*		784	748	758	728	783	7,5%

Source: ARCEP, Observatoire statistique des activités postales

*Inclus les envois de correspondance, les envois remis contre signature, la presse et les colis « ordinaires » - y.c. trafic ABC

Volumes du trafic international

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	Evolution 2009- 2010
<i>millions d'objets</i>							
Export	558	510	499	503	471	447	-5,1%
Import	-	390	401	423	396	382	-3,5%
Total trafic international*		900	901	926	867	830	-4,4%

Source: ARCEP, Observatoire statistique des activités postales

*Inclus les envois de correspondance, les envois remis contre signature, la presse et les colis « ordinaires » - y.c. trafic ABC

Le segment du courrier international sortant est ouvert à la concurrence pour toutes tranches de poids en ce qui concerne les envois de correspondance. Pour opérer sur ce marché, une autorisation auprès de l'ARCEP est nécessaire. Les opérateurs sont pour la plupart filiales des postes européennes (Belgian Post, Deutsche Post Global Mail, Royal Mail, Spring Swisspost, et Österreichische Post AG). IMX est désormais le seul opérateur de trafic international indépendant à capitaux français.

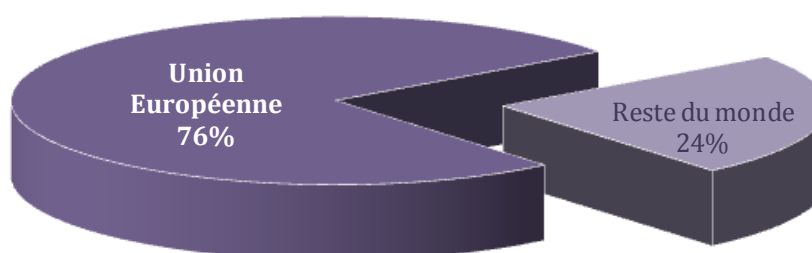
3.1.2 Répartition par zones géographiques des flux

Une très large majorité des échanges se fait avec les pays limitrophes de la France. En 2010, plus de trois quart des échanges sont à destination ou proviennent de l'Union européenne. Mais, alors que la part des flux de courrier à destination de l'Union européenne diminue, passant de 79% en 2009 à 77% en 2010, celle du courrier importé depuis cette région s'accroît (76% en 2010 contre 75% en 2009).

Total export (correspondance, colis et presse) Volume par destination en 2010



Total import (correspondance, colis et presse) Volume par provenance en 2010



Note : les flux de la zone 1 dite « Union européenne » couvrent les pays de l'UE ainsi que l'Islande, le Lichtenstein, la Norvège, la Suisse, le Vatican et Saint Marin.

3.2 Focus sur l'export

3.2.1 Envois de correspondance, presse et colis à l'export

Le marché de l'export diminue en volume, encore en 2010, de -5,1% (447 millions d'objets émis), mais moins fortement qu'en 2009, année durant laquelle le recul avait été de 6,3%. Le revenu atteint quant à lui 562 millions d'euros et progresse de 7,7% alors qu'il diminuait de 1,1% l'année précédente.

La diminution du marché de l'export en volume est essentiellement liée au recul des envois de correspondance, qui représentent près de 93% des flux d'export. La progression du volume des envois de correspondance hors publicité adressée (+3,6% en un an, soit près de 300 millions d'objets) n'a pas suffi à compenser le fort recul du volume d'envois de publicité adressée, qui diminue de plus de 20% en un an. Le poids moyen de ces objets suit la tendance observée en volume, en l'atténuant : le poids moyen des envois de correspondance hors publicité adressée augmente de 1,1%, tandis que celui de la publicité adressée chute de 18,3%. Enfin, le revenu associé aux envois de correspondance exportés s'accroît de 4,0% en un an, pour atteindre 391 millions d'euros en 2010. D'une part, le revenu lié aux envois de correspondance hors publicité adressée progresse de 6,3%, en partie grâce à l'augmentation du poids moyen de ces objets, et d'autre part le revenu provenant des envois de publicité adressée perd 8,3% et s'élève, en 2010, à 52 millions d'euros.

Le marché de l'export de presse s'est également contracté à un rythme d'environ -10%, tant en volume qu'en revenu, mais ce marché représente moins de 5% du marché de l'export.

En revanche, le succès de l'export de colis ordinaires ne se dément pas depuis 2005 : avec près de 150 millions d'euros de revenus et 15 millions d'objets exportés, le marché du colis ordinaire connaît une croissance à deux chiffres (+22,8% en revenu, +10,7% en volume).

Revenus

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	Evolution 2009- 2010
<i>millions d'euros</i>							
Envois de correspondance	496	419	398	392	376	391	4,0%
publicité adressée			74	72	57	52	-8,8%
hors publicité adressée			325	320	319	339	6,3%
Presse	31	29	29	28	24	22	-10,4%
Colis "ordinaires"	74	85	96	108	121	149	22,8%
Total Export*	602	533	523	527	521	562	7,7%

Source: ARCEP, Observatoire statistique des activités postales

* y compris le trafic ABC

Volumes

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	Evolution 2009- 2010
<i>millions d'objets</i>							
Envois de correspondance	523	475	462	468	436	413	-5,3%
publicité adressée			154	164	150	117	-22,3%
hors publicité adressée			308	304	286	296	3,6%
Presse	28	27	29	25	22	20	-10,4%
Colis "ordinaires"	7	8	8	10	13	15	10,7%
Total Export*	558	510	499	503	471	447	-5,1%

Source: ARCEP, Observatoire statistique des activités postales

* y compris le trafic ABC

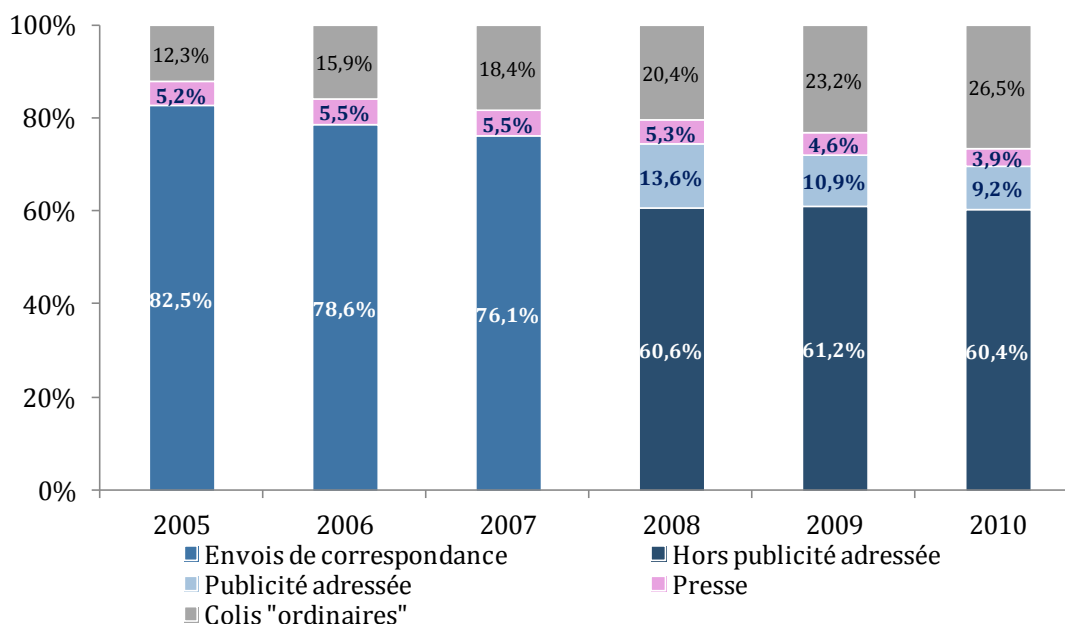
Poids des trafics export

	2007	2008	2009	2010	Evolution 2009- 2010
<i>tonnes</i>					
Envois de correspondance	28 465	28 748	26 395	24 860	-5,8%
Publicité adressée	11 376	10 982	9 424	7 696	-18,3%
Hors publicité adressée	17 089	17 766	16 971	17 165	1,1%
Presse	5 629	4 629	3 725	3 088	-17,1%

Source: ARCEP, Observatoire statistique des activités postales

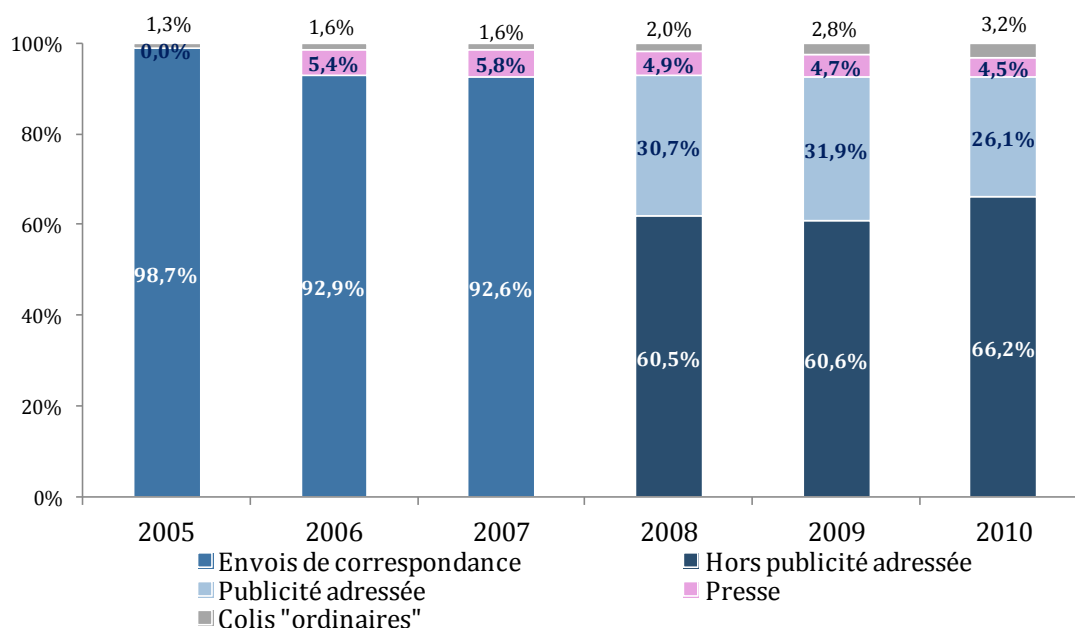
La part du revenu des colis exportés atteint désormais plus du quart (26,5%) de l'ensemble du revenu de l'export, en hausse de 3,3 points par rapport à 2009. La part des revenus des autres types d'envois à l'export diminue, un peu plus fortement pour le revenu de la publicité adressée (-1,7 point), qui représente désormais moins de 10% de l'ensemble des revenus de l'export, que pour les autres types d'envois (-0,7 point pour le revenu de la presse et -0,8 point pour le revenu des envois de correspondance hors publicité adressée).

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



En 2010, la part des envois de correspondance dans le total des flux d'export est pratiquement stable, mais la part des envois de publicité adressée recule de près de 6 points en un an. Ce type de courrier ne représente désormais plus qu'un peu plus d'un quart de l'ensemble des flux d'export, contre près d'un tiers en 2009. Cette diminution s'est faite au profit des envois de correspondance hors publicité adressée, qui représentent, en 2010, près de deux tiers des objets exportés.

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



3.2.2 Le trafic ABC

Le trafic transitant par la France est de 75 millions d'objets en 2010, soit un net recul par rapport à 2009 (-30% en un an). Alors qu'il représentait près d'un objet sur quatre en 2009, le trafic ABC ne représente que 18% des flux export en 2010. Le revenu associé chute à un rythme équivalent, pour s'établir à 34 millions d'euros.

Revenus

	2006	2007	2008	2009	2010	Evolution 2009- 2010
<i>millions d'euros</i>						
Envois de correspondance export	419	398	392	376	391	4,0%
dont trafic ABC	56	50	51	46	34	-26,1%

Source: ARCEP, Observatoire statistique des activités postales

Volumes

	2006	2007	2008	2009	2010	Evolution 2009- 2010
<i>millions d'objets</i>						
Envois de correspondance export	475	462	468	436	413	-5,3%
dont trafic ABC	122	114	107	108	75	-30,4%

Source: ARCEP, Observatoire statistique des activités postales

Le trafic ABC

Le trafic ABC correspond au flux qui, en transit dans le pays B, en l'occurrence la France, proviennent d'un pays A et sont distribués dans un pays C. Dans ce cas, le courrier est affranchi au tarif du pays B. L'émetteur du pays A remet les envois à l'opérateur postal B qui est rémunéré sur cet affranchissement. Ce dernier acheminera le trafic jusqu'au pays C. Les frais terminaux seront versés à l'opérateur qui assure la distribution dans le pays C.

4. Les colis

Le revenu provenant des colis « légers », c'est-à-dire les colis de moins de 30 kilogrammes, atteint 4,0 milliards d'euros en 2010 pour un volume évalué à environ 740 millions de colis. Après une diminution de 2,7% en 2009, le revenu des colis progresse nettement, de 5,0%, en 2010, soit une croissance jamais atteinte depuis 2005. Le volume associé augmente au même rythme, après deux années de stabilité.

Le marché du colis

Ce marché 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 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 différenciation entre ces deux segments s'avère toutefois de plus en plus difficile à établir, les opérateurs proposant des produits de plus en plus convergents.

4.1 Les colis hors express

Le revenu des colis hors express distribués en France atteint 1,7 milliard d'euros en 2010, en croissance de 5,5%. Le nombre de colis (386 millions) progresse également (+4,0%), après deux années de baisse consécutives. L'accroissement plus important du revenu par rapport au volume provient notamment de l'augmentation du tarif du Colissimo, mise en œuvre au 1^{er} mars 2010.

En 2010, environ 300 millions de colis proviennent de la Vente à distance (VAD)⁵ et du e-commerce, incluant à la fois les colis envoyés par les sociétés de vente par correspondance et les colis envoyés par les « pure players », c'est-à-dire les plateformes commerçantes opérant uniquement sur internet. Les colis provenant de la VAD et du e-commerce représentent les trois quart du volume total de colis distribués en France.

Revenus

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	Evolution 2009- 2010
<i>millions d'euros HT</i>							
Colis	1 440	1 585	1 593	1 639	1 634	1 724	5,5%

Source: ARCEP, Observatoire statistique des activités postales

Volumes

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	Evolution 2009- 2010
<i>millions d'objets</i>							
Colis	346	355	386	383	372	386	4,0%

Source: ARCEP, Observatoire statistique des activités postales

⁵ Chiffres annuels 2009 de la FEVAD.

4.2 Les colis « express »⁶

Le nombre de colis express distribués en France s'accroît en 2010, progressant de 3,1%, après une légère diminution en 2009 (-1,6%). Le revenu associé augmente au même rythme que le volume (+3,2%), alors qu'il avait nettement reculé en 2009 (-4,4%). Le revenu retrouve ainsi les niveaux de croissance observés en 2006 et 2007.

Le colis en express à destination de l'étranger suit la même tendance, en l'accentuant : le volume de colis connaît une croissance à deux chiffres (+10,9%), tandis que le revenu associé progresse de 3,6%.

Enfin, l'import progresse vivement tant en revenu (+9,5%) qu'en volume (+14,1%). Le volume de colis express importés n'a cessé de s'accroître depuis 2005.

Taux de croissance de l'Express Colis Légers* - Revenu

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Express national	4,6%	3,2%	3,4%	5,8%	-4,4%	3,2%
Express Import	22,2%	13,4%	-3,6%	5,0%	-1,0%	9,5%
Express Export	3,4%	5,6%	5,2%	2,9%	-15,3%	3,6%

Source : Enquête Messagerie, SESP, Ministère de l'Ecologie, de l'Energie, du développement durable et de l'aménagement du territoire.

Taux de croissance de l'Express Colis Légers* - Volume

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Express national	5,0%	6,8%	3,3%	1,8%	-1,6%	3,1%
Express Import	9,0%	18,9%	5,3%	8,7%	10,7%	14,1%
Express Export	4,3%	5,3%	2,6%	3,2%	-2,2%	10,9%

Source : Enquête Messagerie, SESP, Ministère de l'Ecologie, de l'Energie, du développement durable et de l'aménagement du territoire.

⁶ Source : Ministère de l'écologie, de l'énergie, du développement durable et de l'aménagement du territoire, Commissariat général au développement durable, La messagerie au quatrième trimestre 2010, Chiffres et statistiques n°199, mars 2011. L'enquête SESP est réalisée en partenariat avec TLF, la Fédération des Entreprises de Transport et de Logistique de France, sur la base de données fournies par les réseaux eux-mêmes.

Les acteurs du marché du colis

Les colis hors express

Outre La Poste, qui se distingue par son obligation de desservir l'ensemble du territoire en tant que prestataire du service universel⁷, d'autres acteurs tels que Distrihome, filiale d'Adrexo ou les filiales de distribution des groupes de vente à distance (Sogep, Mondial Relay) sont également présents sur le marché du colis « ordinaire » et procèdent à des livraisons à domicile. Leurs clients sont avant tout des acteurs de la Vente à Distance (VAD).

L'express colis légers

Deux catégories d'acteurs se concurrencent sur les différents segments du marché express colis légers : les filiales de groupes postaux, qu'elles soient françaises (Chronopost, Exapaq) ou étrangères, comme TNT express (filiale de TNT, la poste néerlandaise), DHL (filiale de Deutsche Post, la poste allemande), GLS (filiale de Royal Mail, la poste britannique) et les intégrateurs (FedEx, UPS).

D'autres sociétés issues du transport routier, comme Calberson et France Express du groupe Géodis, Ciblex, Sernam, Tatex (ex-TAT Express) sont également présentes mais l'express tous poids et, plus généralement, la messagerie constituent leur cœur de marché.

⁷ Son obligation porte sur les services d'envois de colis postaux pesant au plus 20 kg, en envoi ordinaire ou en recommandé, offerts au public à l'unité, à l'exclusion des services d'envois offerts à des entreprises en exécution de contrats portant sur plusieurs envois in Décret n°2007-29 du 5 janvier 2007 relatif au service universel postal et aux droits et obligations de La Poste et modifiant le code des postes et des communications électroniques.

5. La presse

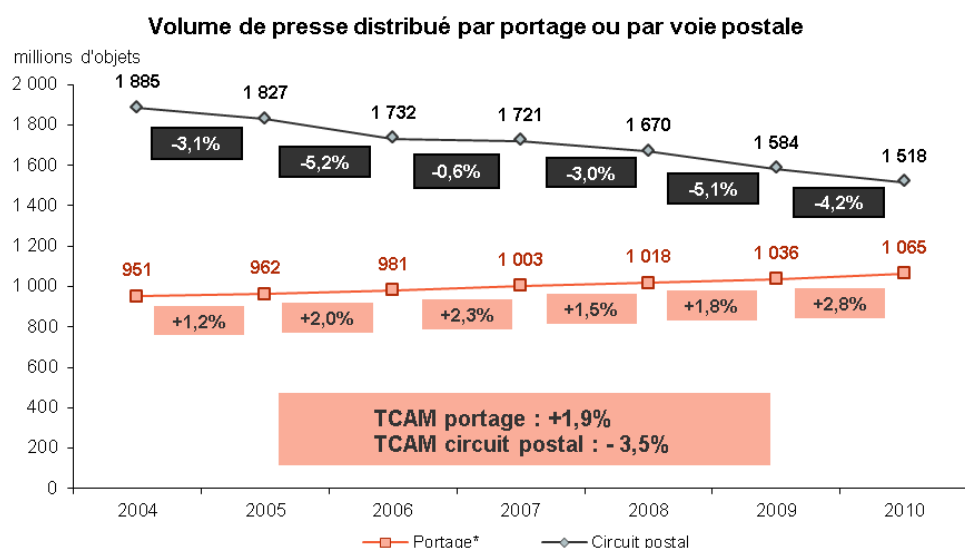
Le trafic de presse distribuée par postage ou par portage⁸ s'élève à 2,6 milliards en 2010, soit une légère baisse -1,4%, après une diminution de 2,5% en 2009. Le moindre recul du volume d'envois s'explique à la fois par un reflux moins important du trafic de la presse distribuée par circuit postal en 2010 (-4,2%) qu'en 2009 (-5,1%), et par un accroissement plus prononcé du volume de la presse distribuée par portage par rapport aux années précédentes. Ainsi, le volume de journaux et de magazines distribués par portage atteint 1,1 milliard, en croissance de 2,8% alors que l'augmentation du trafic était inférieure à 2% les deux années précédentes. La part de la presse distribuée par portage est supérieure à 40% en 2010, alors qu'elle ne représentait que 35% de la presse distribuée en France en 2004.

Volumes

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	Evolution 2009-2010
<i>millions d'objets</i>							
Circuit postal	1 827	1 732	1 721	1 670	1 584	1 518	-4,2%
Portage*	962	981	1 003	1 018	1 036	1 065	2,8%
Distribution totale de la presse aux abonnés	2 789	2 713	2 724	2 688	2 620	2 583	-1,4%

Source: ARCEP, Observatoire statistique des activités postales

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



L'évolution de la distribution de la presse par abonnement s'inscrit dans un contexte de baisse générale de la presse payante française constaté depuis plusieurs années. En 2010, la presse payante française a diminué de 2,2% selon l'Office de Justification de la Diffusion (OJD)⁹, soit un rythme de baisse similaire à celui observé en 2008, l'année 2009 ayant été marquée par une diminution plus importante de la presse payante française (-3,3%). Le recul observé en 2010 est équivalent quel que soit le type de presse payante (presse quotidienne nationale ou régionale, presse quotidienne du 7^{ème} jour, presse hebdomadaire régionale ou presse magazine).

⁸ Contrairement à la distribution par voie postale où une adresse est apposée sur le journal et où le facteur le distribue comme un courrier adressé, le portage de presse est réalisé à partir d'une liste de destinataires et d'une pile de journaux indifférenciés. Aussi le portage de presse n'est pas une activité postale au sens de la directive E97/67/CE qui suppose de distribuer des objets adressés.

⁹ 21^{ème} Observatoire de la Presse, OJD, 2011. L'OJD est l'association française qui certifie la diffusion, la distribution et le dénombrement des journaux, périodiques, sites web, et de tout autre support de publicité.

5.1 La presse distribuée par portage

Malgré le contexte baissier de la diffusion de la presse payante, le succès du portage ne se dément pas. Depuis 2004, les porteurs de presse ont distribué tous les ans un volume supplémentaire de 1 à 2% de journaux ou de magazines aux abonnés. En 2010, le volume de presse distribué par portage augmente 2,8%.

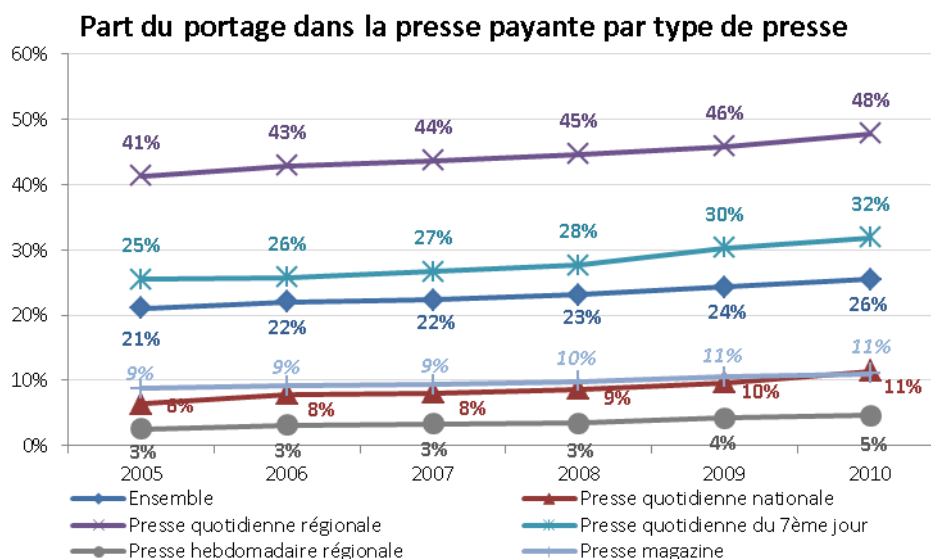
Selon l'OJD, le portage de presse représente en 2010 plus d'un quart de l'ensemble de la presse payante française (26% exactement). La part du portage de presse, qui augmentait d'environ un point par an les années précédentes, s'est accrue de deux points en 2010.

La presse quotidienne régionale est la presse la plus portée et représentée, en 2010, près de la moitié du volume total de ces quotidiens. La part de la presse quotidienne départementale et régionale portée augmente de deux points en un an, contre un point par an les années précédentes.

La presse quotidienne du 7^{ème} jour, c'est-à-dire la presse éditée le dimanche, est le deuxième type de presse le plus porté. Elle représente, en 2010, près d'un tiers de l'ensemble de la presse payante du 7^{ème} jour. La part de ces quotidiens portés s'accroît significativement en 2010 (+2 points), poursuivant la tendance observée en 2009.

La presse quotidienne nationale est en revanche peu portée (11% des volumes en 2010), mais s'accroît également significativement, de près de deux points supplémentaires par rapport à 2009.

Enfin, la presse magazine et la presse hebdomadaire régionale portées ne représentent que respectivement 11% et 5% des volumes totaux, et s'accroissent faiblement, de moins d'un point, en 2010.



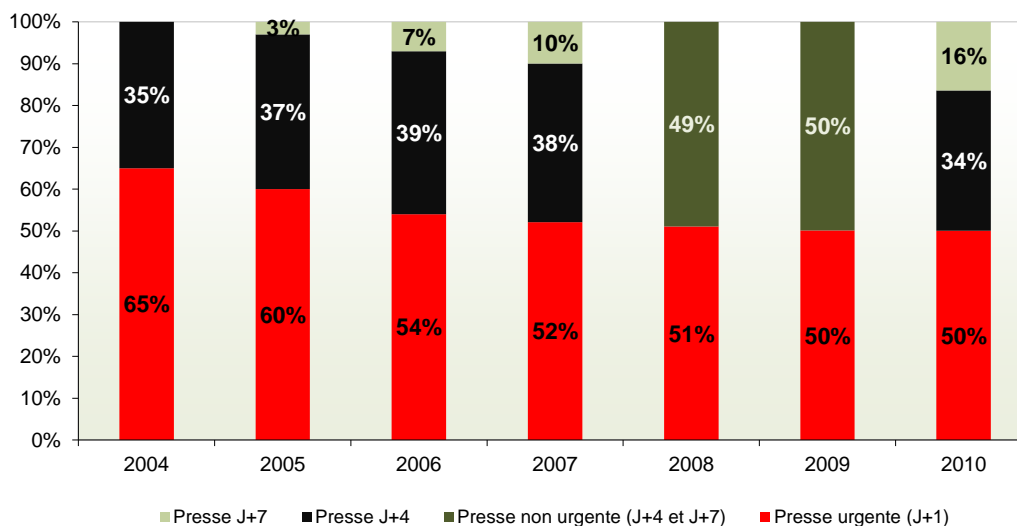
Source : OJD

Les éditeurs de presse reçoivent une subvention de l'Etat au titre de l'aide au portage de presse. En 2010, elle s'élève à 70 millions d'euros, soit un montant équivalent à celui de 2009. Auparavant, cette aide n'était que de 8,25 millions d'euros par an.

5.2 La presse distribuée par circuit postal

La presse urgente représente, en 2010 comme en 2009, la moitié de la distribution de presse par circuit postal. Au sein de la presse, non urgente, deux tiers des envois sont distribués en J+4, le reste étant distribué en J+7.

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



Sources : La Poste in Mission de réflexion et de proposition sur l'acheminement des abonnements de presse, mai 2008, Marc Schwartz, jusqu'en 2007, observatoire à partir de 2008

Revenus

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	Evolution 2009- 2010
<i>millions d'euros HT</i>							
Chiffre d'affaires "Presse"	492	484	483	464	459	456	-0,7%
Contribution provisionnelle de l'Etat	242	242	242	242	242	242	0,0%
Total	734	726	725	706	701	698	-0,4%

Source: ARCEP, Observatoire statistique des activités postales

Le revenu de la diffusion de la presse payante distribuée par voie postale s'élève à 698 millions d'euros en 2010. Le revenu global est stable (-0,4%) depuis 2008.

Encadrée par les accords pluriannuels Etat-Presses-Poste, la contribution de l'Etat s'élève à 242 millions d'euros par an depuis 2005. Elle correspond à la rémunération contractuelle versée par l'Etat à La Poste en contrepartie de l'avantage tarifaire accordé aux organismes de presse.

Accord tripartite Etat-Presse-La Poste
Les accords Schwartz

L'Etat, La Poste et des représentants de la presse ont signé le 23 juillet 2008 à Paris un accord sur le transport de la presse par La Poste qui sera en vigueur de 2009 à 2015.

Cet accord prévoit que l'Etat continuera de soutenir La Poste, dans sa mission de transport de la presse, à hauteur de 242 millions jusqu'en 2011, puis 232 millions en 2012 pour parvenir à 180 millions en 2015.

Cet accord prévoyait en contrepartie une augmentation progressive, sur sept ans, des tarifs de distribution. Pour la presse d'information politique et générale, l'augmentation prévue est légèrement inférieure à 25% entre 2009 et 2015. Pour le reste de la presse, elle est proche de 34% sur la même période. Néanmoins, cette augmentation a été reportée d'un an en raison de la dégradation de la situation économique générale au second semestre de 2008, et dans le cadre des mesures d'urgence en faveur de la presse. La mise en œuvre de l'accord est néanmoins confirmée, le manque à gagner pour La Poste étant intégralement compensé par l'Etat.

6. La Publicité non adressée

Selon l'UFMD, les dépenses publicitaires se sont stabilisées en 2010 (+0,4%), après une forte diminution de ces dépenses en 2009 (-5,6%).

La publicité non adressée a également bénéficié de ce rebond des dépenses publicitaires, avec une augmentation du revenu de 2% en un an. Le revenu, en 2010, s'élève à près de 700 millions d'euros.

Le volume global d'imprimés sans adresse atteint 20,5 milliards en 2010, en croissance de 8,1%. Ce rebond intervient après un recul significatif du volume en 2009 (-3,5%) lié à la baisse de l'activité en France.

Revenus

millions d'euros HT	2005	2006	2007	2008	2009	2010	Evolution 2009- 2010
Publicité non adressée	630	658	643	673	680	693	2,0%

Source: ARCEP, Observatoire statistique des activités postales

Volumes

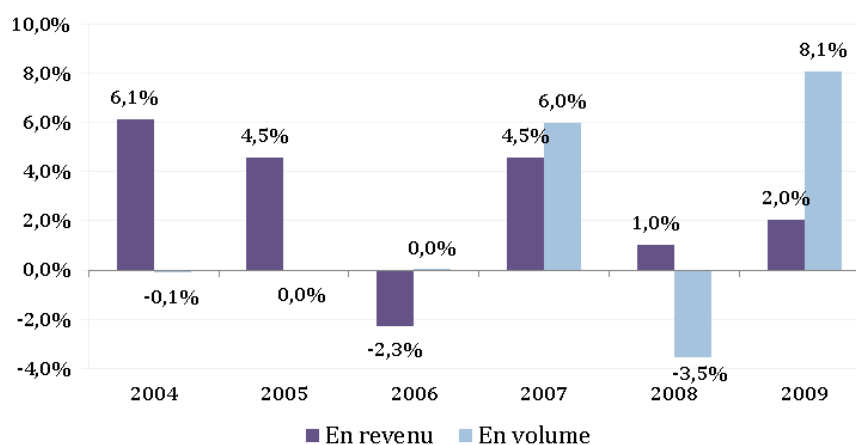
millions d'objets	2005	2006	2007	2008	2009	2010	Evolution 2009- 2010
Publicité non adressée	18 570	18 568	18 569	19 676	18 984	20 518	8,1%

Source: ARCEP, Observatoire statistique des activités postales

	millions d'€				Evolutions annuelles en %			
	2007	2008	2009	2010	2007	2008	2009	2010
Dépenses publicitaires totales	9 743	9 559	9 027	9 065	-2,4%	-1,9%	-5,6%	0,4%
dont marketing direct	4 728	4 657	4 340	4 297	-2,0%	-1,5%	-6,8%	-1,0%
dont Imprimés sans adresse	2 933	2 913	2 814	2 856	-1,4%	-0,7%	-3,4%	1,5%
dont autres éditions publicitaires	1 259	1 167	1 106	1 117	-4,9%	-7,3%	-5,2%	1,0%
dont autres (marketing téléphonique, ...)	823	823	767	795	-4,0%	0,0%	-6,8%	3,7%

Source: UFMD

Evolution de la publicité non adressée



7. Le routage

Le routage rassemble toutes les activités de préparation de courrier en grand nombre avant sa remise à un opérateur de service postal pour sa distribution finale. Les routeurs exercent traditionnellement trois grandes opérations : le conditionnement, le tri et l'affranchissement.

Le conditionnement comprend les actions d'assemblage, de façonnage (coupage et pliage), d'adressage, de mise sous enveloppe ou sous film et de colisage. Le tri constitue la deuxième grande activité du routeur. Il correspond au groupement en liasses et en sacs postaux par destination des imprimés, journaux, circulaires ou prospectus confiés à l'opérateur postal. Enfin, le routage inclut fréquemment une phase d'affranchissement.

Acteurs intermédiaires dans le process d'acheminement du courrier entre l'émetteur et le distributeur, les routeurs ¹⁰ constituent une population très hétérogène d'environ 200 entreprises.

Les routeurs traitent essentiellement du courrier de marketing direct (publicité adressée), du courrier de gestion (factures, relevés de comptes et autres documents liés au fonctionnement des contrats) et des abonnements de presse. De manière plus marginale, ils exercent une activité de routage des colis envoyés en nombre ou de la publicité non adressée.

Si certains d'entre eux sont spécialisés dans le traitement d'une seule catégorie de courrier, ils tendent cependant à diversifier leur trafic par la recherche de nouveaux centres de profits afin de limiter la saisonnalité de leurs envois.

La diversification de leurs métiers passe également par l'élargissement des services proposés aux émetteurs de courrier, allant jusqu'à la conception en amont de campagnes de marketing direct (conception du message, géomarketing, etc.). Les routeurs intègrent par ailleurs de plus en plus les nouvelles technologies de communication, proposant des campagnes courrier jumelées à des envois de mails ou de SMS.

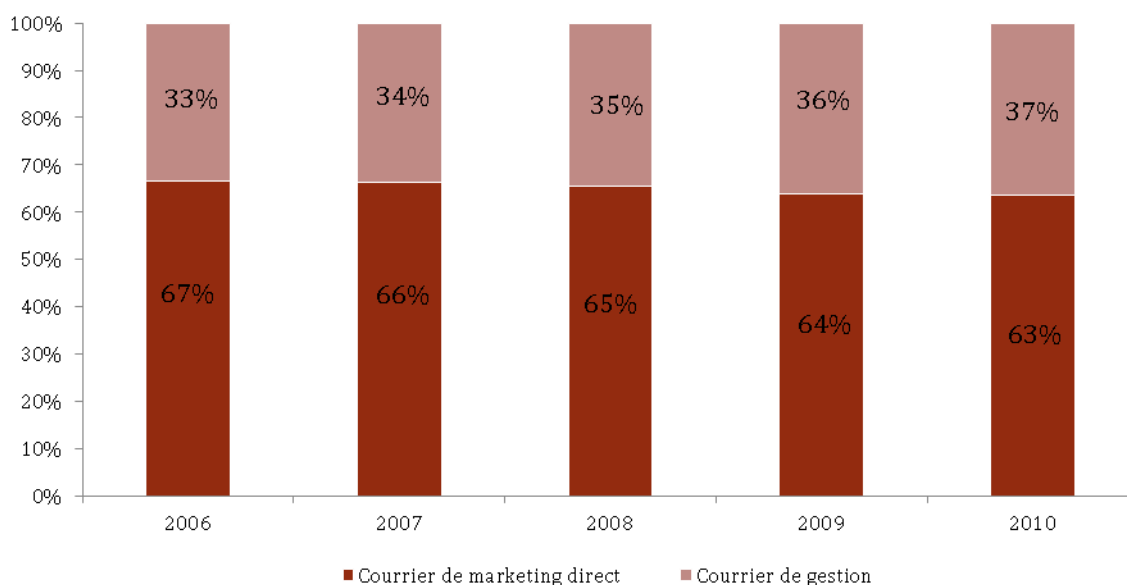
7.1 Les envois de correspondance routés domestiques

Le volume d'envois de correspondance routés domestiques s'élève à 5,6 milliards de plis en 2010, soit un niveau stable par rapport à 2009. Ainsi, le marché du routage montre, encore en 2010, une meilleure tenue que les volumes globaux d'envois de correspondance, en baisse de 3,6% en un an. Cette stabilité est observée tant sur le courrier de marketing direct que sur le courrier de gestion.

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	Evolution 2009- 2010
<i>millions d'objets</i>							
Courrier de marketing direct	3 759	3 825	3 755	3 691	3 579	3 562	-0,5%
Courrier de gestion	1 516	1 926	1 917	1 949	2 036	2 049	0,6%
Envois de correspondance routés - total	5 275	5 751	5 672	5 640	5 616	5 611	-0,1%

¹⁰ C'est-à-dire les entreprises classées en 74.8G selon la nomenclature d'activités françaises.

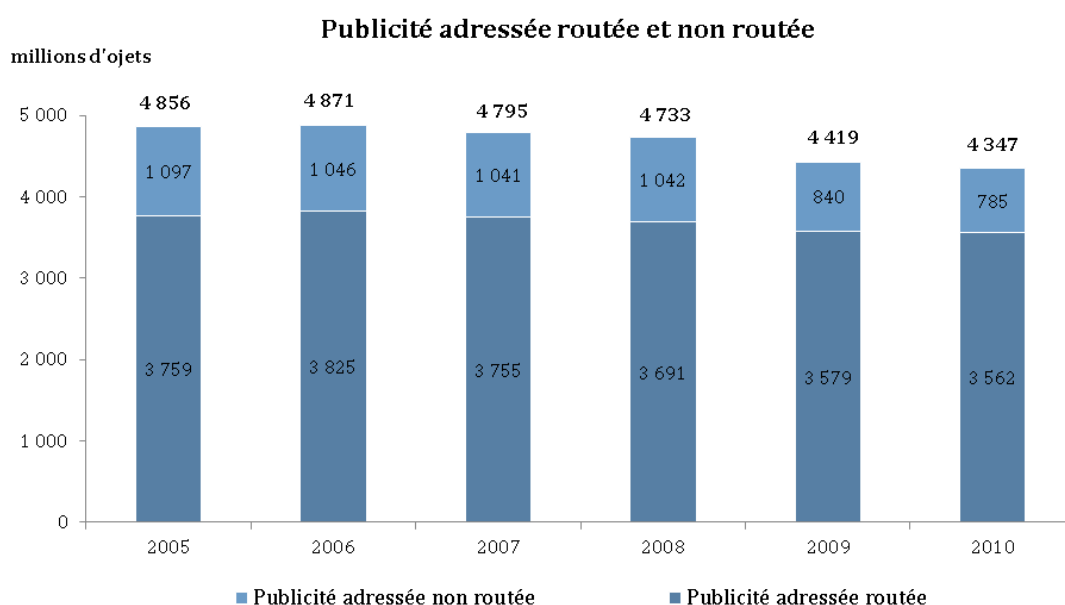
Répartition des envois de correspondance routés



7.2 Le routage de publicité adressée

Le nombre de plis de publicité adressée routée s'établit à 3,6 milliards de plis sur les 4,3 milliards d'envois de publicité adressée en 2010. Le volume d'envois de publicité adressée routée est stable par rapport à 2009 (-0,5%), alors que le volume de publicité adressée non routée diminue, dans le même temps, de 6,6%. Pour ce dernier (785 millions d'objets non routés en 2010), le recul est en outre bien plus faible qu'en 2009 (840 millions d'objets en 2009), année durant laquelle ce volume avait fortement chuté, de plus de 20%.

Ces évolutions contrastées ont eu un impact important sur la part des envois de publicité adressée routée, qui s'accroît, en 2010, de un point, pour s'établir à 82% du nombre total de plis de publicité adressée distribuée.



7.3 Le routage de courrier de gestion

Les envois de courrier de gestion routés sont stables en 2010 (+0,6%). Le courrier de gestion représente 37% des flux traités par les routeurs en 2010 (comme en 2009), soit 8 points de plus en six ans.

La bonne tenue des volumes de courrier de gestion routés s'inscrit dans un contexte général défavorable, la tendance générale des volumes de courrier de gestion étant orientée à la baisse. Les grands émetteurs (banque, énergie, opérateurs de télécoms) proposent de plus en plus des envois électroniques de factures ou de relevés de compte, ce qui explique en partie le recul global des envois de correspondance, mais à l'inverse, ils confient plus fréquemment aux routeurs les envois postaux qui subsistent. En outre, le développement de solutions d'automatisation du traitement du courrier auparavant égrené des entreprises tend à soutenir le segment du marché du routage de courrier de gestion.

Plus de 80% des revenus des routeurs de courrier de gestion provient des prestations d'éditique. L'éditique correspond à l'impression personnalisée de l'envoi. Le revenu restant provient de prestations annexes telles que la numérisation ou l'archivage.

La quasi-totalité des flux routés sont déposés chez un opérateur de distribution autorisé par l'ARCEP. Le regroupement des flux s'avère en effet une pratique peu courante pour les envois de courrier de gestion. Ces envois sont d'un volume suffisant pour atteindre les seuils de dépôt du distributeur postal.

Les entreprises exerçant une activité de routage : des évolutions contrastées selon la taille de l'entreprise¹¹

Selon l'étude réalisée par Basic pour le compte de l'ARCEP en 2010, les entreprises exerçant une activité de routage peuvent être segmentées en 3 catégories, en fonction de leur chiffre d'affaires :

- les petites entreprises, dont le chiffre d'affaires annuel est inférieur à 2 millions d'euros. D'après BASIC, ces entreprises ont réussi à maintenir une croissance significative de leur chiffre d'affaires depuis 2000 malgré la baisse généralisée de l'activité postale. Ces entreprises représentent 10% environ du chiffre d'affaires total provenant du marché du routage ;
- les entreprises de taille moyenne, dont le chiffre d'affaires annuel est compris entre 2 et 7 millions d'euros. Ces entreprises ont connu une croissance importante jusqu'en 2006, mais depuis cette date, elles connaissent un recul modéré de leur activité ;
- les entreprises dont le chiffre d'affaires annuel est supérieur à 7 millions d'euros. Cette catégorie, qui génère 80% du chiffre d'affaires total de l'activité, connaît des évolutions contrastées selon la taille des entreprises. Globalement, jusqu'en 2006, ces entreprises voient leur activité s'accroître régulièrement. Après 2006, seules les plus grandes entreprises (dont le chiffre d'affaires est supérieur à 15 millions d'euros) arrivent à maintenir une activité en légère croissance. Pour les autres, la contraction du chiffre d'affaires est importante.

¹¹ Etude de l'activité de routage en France, Basic, 2010. L'étude est téléchargeable en suivant le lien : http://www.arcep.fr/index.php?id=2129&tx_gspublication_pi1%5Btheme%5D=0&tx_gspublication_pi1%5Btypologie%5D=4&tx_gspublication_pi1%5Bmotscle%5D=&tx_gspublication_pi1%5Bswordmode%5D=0&tx_gspublication_pi1%5Bannee%5D=0

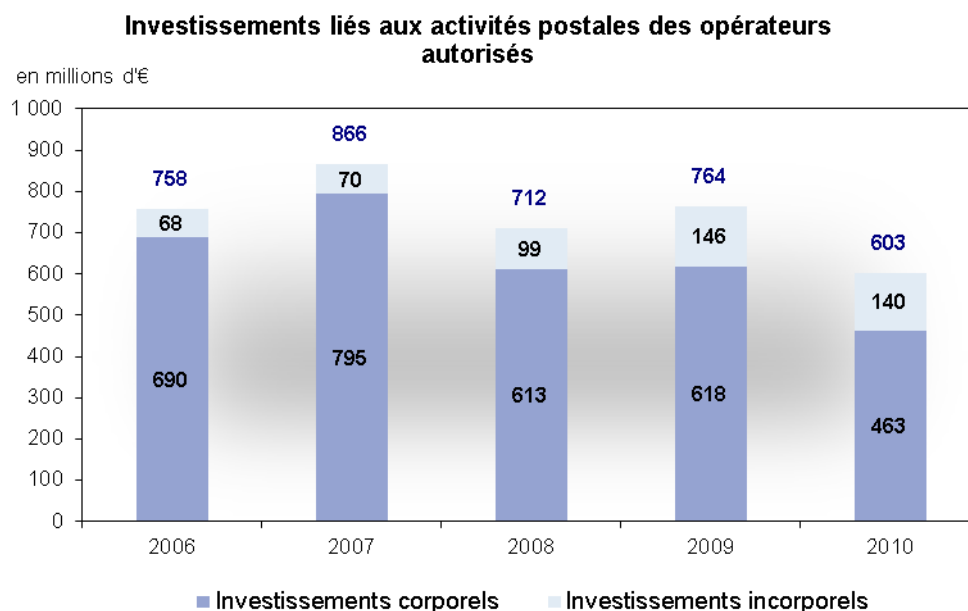
Partie II – Investissements et emploi des activités postales

1. Les investissements

Les opérateurs autorisés par l'ARCEP et leurs filiales ont investi 603 millions d'euros dans les activités postales, soit une diminution de plus de 20% par rapport à 2009.

Ce repli des investissements est essentiellement lié à la diminution des investissements corporels, c'est-à-dire les investissements en infrastructure, équipement, machines de tri, bâtiments, qui représentent, en 2010, 463 millions d'euros, soit environ 160 millions d'euros de moins qu'en 2009.

Les investissements incorporels sont quasiment stables par rapport à 2009, et s'élèvent à 140 millions d'euros en 2010.



Note :

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 (voir encadré). Ils ne couvrent donc que les activités de prestations postales au sens strict en excluant l'express, la publicité non adressée et le routage.

Les investissements réalisés par les filiales

Une part importante des investissements réalisés par le groupe La Poste pour les activités postales en France est effectuée par le biais de Poste Immo, filiale à 100% créée le 1^{er} avril 2005. Depuis cette date, Poste Immo gère les investissements en infrastructure de sa maison mère (renfort de ses centres de tris et rénovation des bureaux de poste) ainsi que la gestion de son patrimoine immobilier.

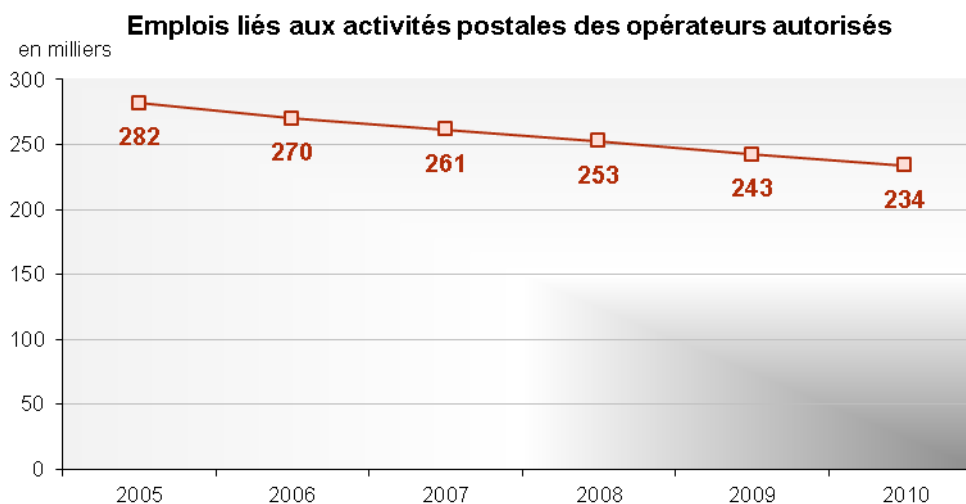
Ces investissements soutiennent notamment le plan de modernisation de l'appareil de production de La Poste, baptisé Cap Qualité Courrier. Ce plan prévoit un investissement total de 3,4 milliards d'euros sur la période 2004-2012 avec la création de 42 Plates-formes Industrielles Courrier (PIC) couvrant 88% du trafic. Après l'importante ouverture de 18 plateformes en 2009, 9 plateformes supplémentaires ont été ouvertes en 2010, portant ainsi le nombre de PIC à 36 à la fin de l'année. Ces plateformes traitent désormais 86% des flux de courrier¹².

¹² Document de référence – Le groupe La Poste, page 110.

2. L'emploi

Depuis l'année 2005, le nombre d'emplois liés aux activités postales des opérateurs déclarés diminue de 10 000 environ par an. L'année 2010 suit également cette tendance, le nombre d'emplois s'établissant à 234 000, contre 243 000 en 2009.

Le nombre de salariés des opérateurs alternatifs représente une faible part de ces emplois, avec moins de 1 000 personnes en 2010.



Comptabilisation du nombre d'emplois

Le nombre d'emplois ici considéré 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. L'emploi dans les agences postales ou communales et les relais commerçants n'est ainsi pas comptabilisé, alors que le nombre de ces agences et relais augmente de 14% en 2009, après une augmentation de 10% en 2008.

Les salariés dont l'activité n'est consacrée que pour partie aux prestations postales, en particulier les guichetiers, 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.

Le cas des guichetiers, entre prestations postales et services bancaires

L'activité des guichetiers de La Poste 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 (La Banque Postale, Chronopost).

Pour chacune de ces filiales, une convention de service est passée avec la maison-mère pour facturer le travail effectué par les guichetiers. Ces conventions sont renégociées chaque année et sont basées soit sur le temps passé soit sur des commissions à la vente

SOURCES

Observatoire de l'ARCEP

Marché des envois de correspondance :

Les données 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 (ARCEP) peut recueillir les données et mener toutes actions d'informations sur le secteur des postes. A 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 ».

Marché du routage :

Les données proviennent de l'enquête statistique menée par l'ARCEP auprès des routeurs. Les résultats des répondants à l'enquête ont été utilisés pour ventiler les revenus du routage entre les différents flux et pour la répartition des envois en fonction du distributeur final. Les revenus et volumes totaux ont été estimés en s'appuyant sur plusieurs sources (La Poste, Basic, le Selced).

Liste des organisations professionnelles sollicitées dans le cadre de l'enquête :

Syndicat des Entreprises de Logistique de Communication Ecrite Directe (SELCED) :
Marché du routage.

Fédération des Entreprises de Vente A Distance (FEVAD) : Marché du colis.

Autres sources publiques utilisées par l'Observatoire :

La Poste : Rapport annuel 2010.

Ministère de l'écologie, de l'énergie, du développement durable et de l'aménagement du territoire : Marché de la messagerie et de l'express.

Office de Justification de la Diffusion (OJD) : Distribution de la presse.

Etude relative à l'activité de routage en France, étude du cabinet Basic pour le compte de l'ARCEP, 2010.