

# La régulation postale en Europe

La lettre de l'Autorité poursuit ses rencontres avec les régulateurs européens. **Les responsables du secteur postal du Royaume-Uni (Postcomm) et de l'Allemagne (Bundesnetzagentur) ont la parole.**

## ROYAUME-UNI - DENISE BAGGE

Directrice du service Réseau et Service Universel, Postcomm

### Comment est traitée la question du service universel postal au Royaume-Uni ?

Postcomm est le régulateur indépendant du secteur postal au Royaume-Uni. Sa principale mission est de garantir la pérennité du service universel postal à un tarif abordable.

En avril 2003, Postcomm a entamé une consultation publique qui a duré deux ans auprès d'une grande variété d'usagers pour définir leurs attentes en matière de service universel. Les consommateurs n'avaient alors jamais été interrogés sur ce sujet. Ils nous ont dit qu'ils voulaient un large éventail de services postaux pour répondre aux besoins des ménages et des professionnels. Sur cette base, il a été décidé que le service universel au Royaume-Uni devrait inclure les lettres, prioritaires et économiques, jusqu'à 2 kg, un service standard de colis jusqu'à 20 kg, un service de courrier recommandé et des services spécifiques comme la réexpédition du courrier ou le traitement du courrier international. Le service universel postal au Royaume-Uni n'inclut pas le réseau des bureaux de poste.

L'impact à long terme de toute notre action se mesure à la possibilité de maintenir un service universel postal. Dans un marché totalement ouvert à la concurrence,

Royal Mail sera toujours obligé, aux termes de sa licence délivrée par Postcomm, de fournir des services de courrier (prioritaire et économique), avec une levée et une distribution tous les jours ouvrés, sur l'ensemble du territoire, à un prix abordable et péréqué.

### Comment fonctionne la régulation tarifaire ?

Postcomm contrôle les prix que Royal Mail peut appliquer et continuera à le faire aussi longtemps que l'entreprise ne sera pas soumise à une concurrence effective sur tous les segments de marché. Nous fixons le cadre tarifaire tous les trois à cinq ans et Royal Mail ne peut augmenter ses tarifs que dans les limites ainsi arrêtées. C'est important car Royal Mail retire des avantages significatifs par rapport à ses concurrents, comme d'importantes économies d'échelle sur ses activités et une exemption de la TVA. Nous devons nous assurer que les clients captifs, y compris les petites entreprises, ne payent pas plus que ce qui est raisonnable par rapport aux grands émetteurs qui peuvent choisir entre plusieurs opérateurs.

### Quelles évolutions souhaitez-vous voir dans la prochaine directive postale et quelles sont les prochaines étapes de la libéralisation dans votre

### pays ?

Postcomm a également pour mission de promouvoir la concurrence sur le marché postal au Royaume-Uni. La seule menace d'une concurrence même limitée au Royaume-Uni a déjà entraîné une amélioration de la qualité des services de Royal Mail. Le marché du courrier au Royaume-Uni continue de croître (environ 1 à 2 % par an) et sur le marché des entreprises, les nouveaux opérateurs offrent des services qui donnent un plus grand choix aux clients qui ont des gros volumes à envoyer. A partir du 1er janvier 2006, le marché postal au Royaume-Uni sera totalement ouvert à la concurrence. Cela donnera aux opérateurs l'opportunité d'offrir des services de bout en bout à tous les clients et non plus seulement aux gros émetteurs. Le marché postal ne va pas changer du jour au lendemain, mais cette ouverture apportera plus d'efficacité, d'innovation et d'adaptabilité dans les prestations proposées à un nombre croissant de clients.

[www.postcomm.gov.uk](http://www.postcomm.gov.uk)



## ALLEMAGNE - DR. JOHANNES OFFERMANN

Chef de l'unité concurrence sur les marchés postaux, BNetzA

### Comment est traitée la question du service universel postal en Allemagne ?

Selon la définition de la loi postale nationale, le service universel comprend un minimum de services, de qualité déterminée, fournis sur tout le territoire de la République fédérale d'Allemagne, à un prix abordable. Le périmètre du service universel est restreint à la distribution de courrier, de colis et de presse par des fournisseurs de services postaux. Le décret «service universel postal» a défini les exigences de qualité de service et du réseau de distribution.

A la suite de la modification de la loi postale en décembre 2001, Deutsche Post a été retenu comme opérateur du service universel jusqu'au terme de sa licence lui accordant cette exclusivité (31 décembre 2007). Après cette date, aucune entreprise ne sera a priori obligée de fournir de tels services. En cas de défaut de couverture, un opérateur dominant pourra être obligé par la Bundesnetzagentur de fournir les prestations de service universel. Il sera également possible de lancer un appel à candidatures. Les autres opérateurs licenciés pourront être appelés à contribuer au financement des coûts du service universel, selon des règles de répartition.

### Comment fonctionne la régulation tarifaire ?

Le régulateur applique un prix cap, mais les prix peuvent être approuvés individuellement. Au cours de l'été 2002, la Chambre de décision a établi un comparatif pour le taux moyen de variation du prix de

paniers de services. Les services sujets à régulation ont été regroupés dans les paniers suivants : les services en monopole (panier M), les services en concurrence (panier W) et les services partiels (panier T). Pour ces paniers, la Chambre définit annuellement les baisses des prix en référence aux taux de croissance de la productivité attendus.

Le 1er janvier 2003, les prix du panier M ont été réduits de 7,2% (4,7% en termes réels), ceux du panier T de 6,5% (4,0% en termes réels) tandis que le niveau des prix du panier W ont augmenté de 0,7%. Les objectifs de niveaux de prix ont été fixés en tenant compte de l'obligation de service universel de l'opérateur historique, des niveaux de salaire non standard, des charges d'assurance sociale et autres auxquelles les autres fournisseurs de services postaux ne sont pas soumis. Cette décision a provoqué la toute première réduction des prix des produits postaux en Allemagne. Le calendrier du régime actuel de price cap est fixé jusqu'au 31 décembre 2007. Ceci supprime l'incertitude pour tous les acteurs du marché sur une période de cinq ans

### Quelles évolutions souhaitez-vous voir dans la prochaine directive postale et quelles sont les prochaines étapes de la libéralisation dans votre pays ?

La nouvelle directive ne va pas remettre en cause le principe du service universel mais devrait apporter quelques modifications comme l'introduction d'une clause expérimentale pour arrêter les modalités du

« dernier kilomètre », une harmonisation étroite des règles d'accès aux marchés postaux (comme base d'une reconnaissance mutuelle des autorisations et des licences) ou la définition de la responsabilité du fournisseur de service universel en cas de perte, de dommage ou de manquement aux objectifs de qualité de service, comme c'est le cas dans d'autres secteurs. Concernant le financement du service universel, la création de bases précises pour le paiement de compensations pour la fourniture de service d'intérêt général basées sur la jurisprudence de la Cour européenne de justice (arrêts Poste Italienne et Altmark Trans) et la sensibilisation croissante en faveur de l'option « fonds de compensation » (chapitre 4, article 9 de la Directive 97/67/CE) devraient permettre de mettre fin à l'existence d'un secteur réservé tout en sauvegardant le service universel et d'assurer l'ouverture totale des marchés postaux à la concurrence.

En Allemagne, les limites de poids et de prix du monopole de Deutsche Post seront abaissées le 1er janvier 2006 à 50 g et deux fois et demi le tarif de base. Le secteur réservé aura disparu le 31 décembre 2007. ■

[www.bundesnetzagentur.de](http://www.bundesnetzagentur.de)

