

FICHE THEMATIQUE : MARCHÉ POSTAL

pour plus de concurrence sur le marché postal

La révision de la loi sur la poste et de celle sur son organisation a transformé La Poste en une société anonyme, sans ouvrir entièrement le marché postal. Le géant jaune continue en effet de détenir un monopole sur les lettres jusqu'à 50 grammes. Les sociétés privées ne luttent pas non plus à armes égales avec La Poste dans les segments ouverts, ce qui rend impossible une concurrence saine sur le marché postal. Au sein même de La Poste, il existe toujours un risque de financement croisé entre le domaine qui bénéficie du monopole et le domaine ouvert à la concurrence. Les clients devront encore attendre pour bénéficier d'une amélioration du rapport prix-prestation.

- ▶ **Le monopole de La Poste sur les lettres jusqu'à 50 g doit tomber.**
- ▶ **Un marché entièrement libéralisé garantit des produits innovants, avantageux et de qualité et améliore le service universel.**
- ▶ **Il convient d'éliminer les désavantages concurrentiels qui pénalisent les prestataires privés. Ils privent les clients de produits attrayants.**
- ▶ **L'initiative « Pour une poste forte » est contreproductive et doit être rejetée.**

LA POSTE N'A PAS BESOIN DU MONOPOLE

La Poste reste en situation de monopole sur le marché le plus important, celui des envois de la poste aux lettres (jusqu'à 50 g)

Marge de manœuvre de La Poste accrue et baisse de la concurrence

Dans son message de 2009 sur la révision totale du marché postal, le Conseil fédéral préconisait l'ouverture de ce marché. La loi sur la poste et celle sur son organisation qu'il soumettait au Parlement étaient notamment assorties de cet objectif important. Au fil des délibérations, les libertés dont La Poste aurait eu besoin sur un marché libéralisé ont été renforcées. Par contre, l'ouverture du marché a été supprimée du projet. La nouvelle loi sur la poste prévoit ainsi uniquement que le gouvernement évalue les conséquences de l'ouverture du marché et qu'il soumette à l'Assemblée fédérale, au plus tard trois ans après l'entrée en vigueur de la loi, un rapport proposant les mesures à venir. La loi révisée sur la poste devrait entrer en vigueur en 2012.

La Poste est tenue d'assurer le service universel

Cette révision législative insuffisante a été approuvée par le Parlement. Dans le cadre de la loi sur l'organisation de la poste, celui-ci a accepté l'accroissement de la marge de manœuvre opérationnelle de La Poste en soumettant, par exemple, son personnel au Code des obligations. En parallèle, le monopole dans le domaine important de la poste aux lettres jusqu'à 50 grammes a été maintenu. Cette révision législative a pour effet de renforcer unilatéralement La Poste au détriment de la concurrence. Cela est d'autant plus difficile à comprendre que La Poste elle-même avait souligné à plusieurs reprises ne pas avoir besoin du monopole. Les chiffres de l'autorité de régulation postale (PostReg) l'attestent depuis longtemps. En vertu de son mandat de service universel, La Poste Suisse est tenue de garantir l'acheminement des envois adressés (jusqu'à 1 kg), des colis (jusqu'à 20 kg), des journaux et périodiques en abonnement ainsi que les versements, les paiements et les virements. Depuis des années, les prestations qu'elle assure au titre du service universel dans les domaines de la poste et du trafic des paiements dégagent des bénéfices considérables. Le service universel est surfinancé depuis des années.

EN BREF

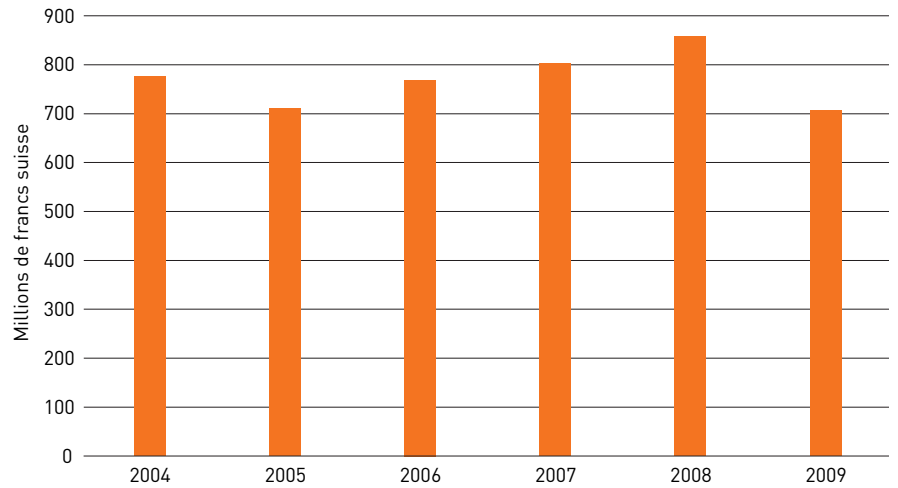
POSTREG

L'autorité de régulation postale (PostReg) assume les tâches liées à la régulation du marché postal en Suisse. Créée en 2004, cette institution est rattachée administrativement au Secrétariat général du Département fédéral de l'environnement, des transports, de l'énergie et de la communication (DETEC). Elle est chargée de garantir la qualité des prestations, le respect de l'interdiction des subventions croisées et des principes de la comptabilité analytique. Dans le cadre de la nouvelle loi sur la poste, elle sera remplacée par une Commission de la poste (PostCom), formée de cinq à sept membres. Cette commission indépendante ne sera soumise à aucune directive du Conseil fédéral ou d'autorités administratives.

SERVICE UNIVERSEL SURFINANCE

Le service universel (soit la fourniture de services postaux et de services de paiement à l'échelle nationale) dégagne des bénéfices considérables depuis des années.

Résultat du service universel de La Poste (2004-2009)



Sources : Divers Rapports d'activité de PostReg

Le monopole de La Poste crée des incitations inopportunes

A en juger par ses résultats financiers, La Poste Suisse est une entreprise bien positionnée pour affronter la concurrence. En 2010, elle a dégagé un bénéfice total de près d'un milliard de francs. Le monopole des lettres jusqu'à 50 g est superflu. Il incite La Poste à opérer des financements croisés, c'est-à-dire à investir une partie des bénéfices réalisés dans ce domaine dans des secteurs soumis à la concurrence ou dans des opérations (déficitaires) à l'étranger. Et cela aux dépens des autres opérateurs qui ne bénéficient pas d'un tel monopole.

LA LIBERALISATION AMELIORE L'OFFRE

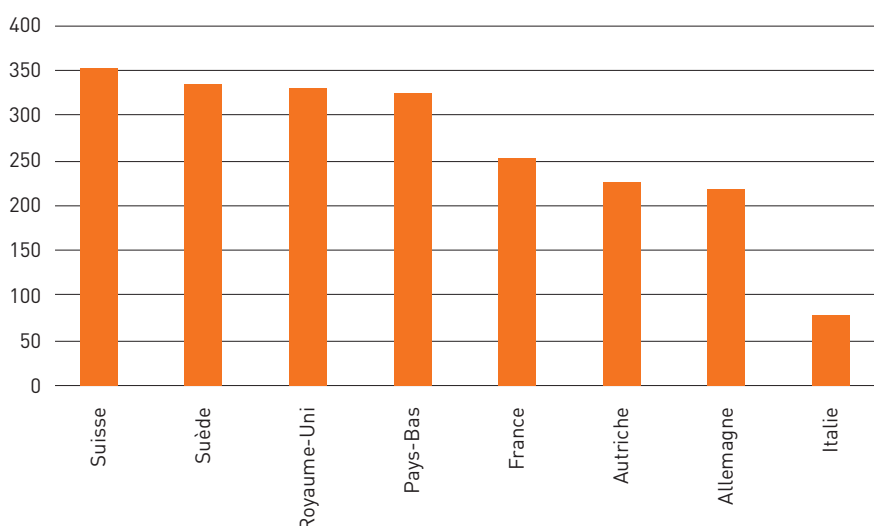
Le monopole des lettres n'apporte rien aux clients

La Poste Suisse se plaint fréquemment des difficiles conditions du marché et du recul du volume des lettres. En réalité, le nombre d'envois en Suisse reste élevé et a même légèrement progressé entre 2000 et 2009. Compte tenu de la densité de population helvétique, La Poste Suisse dispose de conditions très favorables en comparaison européenne.

VOLUMES TOUT-JOURS ELEVES

Le nombre de lettres, colis et envois publicitaires acheminés en Suisse demeure élevé.

Volume d'envois par habitant (hors journaux, en 2008)



Source : WIK-Consult (2010)

La libéralisation apporte des avantages aux clients

L'ouverture du marché des colis montre que la concurrence a amélioré les prix et l'offre de prestations

Le marché suisse des colis est entièrement ouvert depuis 2004. Le résultat est positif. L'offre de prestations s'est améliorée et les prix sont attractifs. Dans un communiqué de presse, PostReg le constate sans détour : « Les opérateurs privés proposent une gamme de prestations plus large et plus souple. C'est ainsi qu'ils réceptionnent directement les colis chez le client, ne se limitent pas à un seul essai de distribution ou proposent d'assurer la marchandise. »

LES FAITS

La révision de la loi sur la poste et de celle sur son organisation n'apporte pas une réponse adéquate à la réalité du marché. Pour les clients, une libéralisation garantit de meilleures heures d'ouverture, des prix plus attractifs et des offres mieux adaptées aux besoins. Comme elle l'affirme elle-même et comme l'attestent ses résultats financiers et de nouvelles orientations, La Poste n'a pas besoin d'un monopole dans le segment du courrier. La révision législative a pour effet de renforcer La Poste sans l'exposer entièrement aux réalités du marché. Cette asymétrie – à laquelle s'ajoutent des distorsions de concurrence dans les domaines de la gestion des adresses et de l'autorisation dont bénéficie La Poste de faire circuler des véhicules lourds la nuit, par exemple – affaiblit la clientèle. Le marché postal devrait cependant être ouvert le plus rapidement possible pour que les bénéfices considérables de La Poste puissent enfin profiter aussi aux clients.

Des offices de poste nouvelle formule

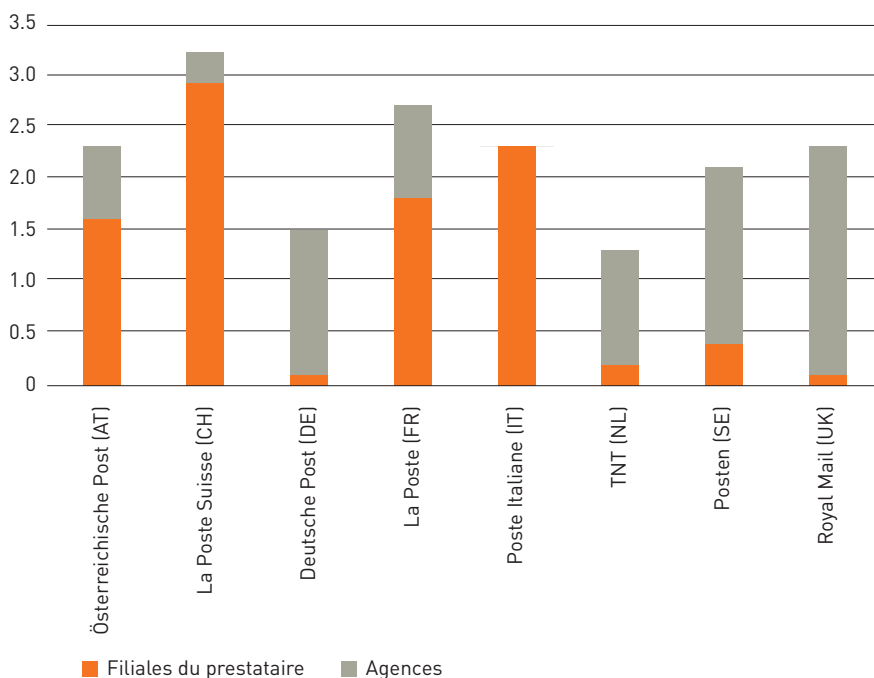
Des agences dans les régions périphériques ont une incidence positive sur le tissu économique local et les clients

Grâce à un système d'agences, La Poste coopère avec des partenaires, par exemple de petits commerces, des détaillants et des gares. Ces partenaires sont mandatés par La Poste pour fournir les services postaux. Une agence est en quelque sorte une « poste dans le magasin de quartier ». Elle a l'avantage d'être ouverte pendant de longues heures et de coûter moins cher qu'un office de poste classique en réunissant sous le même toit les services du partenaire et les services postaux. Contrairement à la Suisse, la Grande-Bretagne, l'Allemagne, les Pays-Bas et la Suède comptent un grand nombre d'agences. Cette situation s'explique par les différents degrés d'ouverture du marché et la pression concurrentielle subie par les entreprises postales. En Suède, le marché postal est entièrement libéralisé depuis janvier 1993, ce qui a obligé la poste suédoise à mettre en place des solutions d'agences. En Suisse, par contre, l'ouverture complète du marché postal se fait toujours attendre. Les conséquences de l'initiative « Pour une poste forte », qui veut empêcher la transformation des offices de poste en agences, apparaissent ainsi clairement. Une acceptation de l'initiative se traduirait par une dégradation indubitable de la situation tant des consommateurs que de La Poste Suisse.

FORTE CONCEN- TRATION DES OFFICES DE POSTE

Le nombre d'agences et de filiales du prestataire du service universel pour 10 000 habitants est très faible en Suisse..

Filiales du prestataire et agences (2008)
 (Pour 10 000 habitants)



Source : WIK-Consult (2010)

Les clients qui disposent d'une agence postale liée à un commerce bénéficient de plus longues heures d'ouverture et de services postaux à proximité de chez eux. Grâce aux effets de synergie, tant La Poste que le commerce peuvent espérer être rentables à long terme. Dans les régions périphériques, des coopérations flexibles représentent une solution intéressante pour améliorer la qualité des prestations, également dans le domaine postal. Les agences contribuent à soutenir les PME locales. Si les agences étaient interdites, les clients seraient les premiers perdants : les offices de poste seraient certes maintenus, mais la qualité des prestations diminuerait et les prix augmenteraient.

L'INITIATIVE « POUR UNE POSTE FORTE » DEFAVORABLE AUX CONSOMMATEURS



LA SUISSE A LA TRAINE

Les monopoles postaux ont été abolis le 1^{er} janvier 2011 en Europe. Quelques pays sont soumis à un régime d'exception (la Bulgarie et la Roumanie, par exemple).

Un contrôle de l'Etat n'améliore pas l'offre de prestations

Déposée en septembre 2010, l'initiative intitulée « Pour une poste forte » aurait pour effet de raccourcir les heures d'ouverture, de diminuer l'offre de prestations et d'augmenter les prix. Au premier abord, le titre de l'initiative est sympathique. Pourtant, même La Poste Suisse, qui est chargée d'assurer le service universel conformément à la loi, s'oppose à ce projet. A juste titre, car un contrôle et une planification étatiques n'améliorent pas le service universel. Comme le montrent de nombreux exemples dans les pays européens, des solutions flexibles avec des agences représentent une meilleure stratégie pour les clients. La Poste doit pouvoir s'adapter à l'évolution des réalités de la société pour pouvoir offrir un service universel de qualité et continuer d'être prospère.

Ne pas confondre garantie du service universel et maintien des offices de poste

L'initiative sur la poste passe cette réalité sous silence et donne l'impression qu'une planification de l'Etat produirait de meilleurs résultats qu'un système d'économie de marché. On le voit très bien dans l'exemple des offices de poste. Quand un office ferme, les partisans de l'initiative crient au démantèlement du service public. Or le mandat de service universel qui est confié à La Poste consiste à maintenir non pas les offices de poste, mais les prestations postales offertes.

Les auteurs de l'initiative voudraient financer le déficit causé par l'interdiction des agences par les bénéfices d'une banque postale. Ce dangereux financement croisé doit être rejeté catégoriquement. Il créerait un conflit d'intérêts de plus pour la Confédération, qui serait à la fois l'autorité de régulation (FINMA) et la propriétaire (banque postale).

OUVRIRE LE MARCHE POSTAL

Améliorer la compétitivité

Compte tenu des nouvelles libertés accordées à La Poste dans le cadre de la révision législative, il faut désormais s'assurer que les gains d'efficacité qui en résultent bénéficient aux clients sous la forme de baisses des prix et d'amélioration des prestations. Pour cela, il faut que le monopole tombe et que le marché soit entièrement ouvert. Cette libéralisation est d'autant plus urgente que le marché postal européen a été ouvert le 1^{er} janvier 2011.

Malgré le monopole : assurer une égalité de traitement entre prestataires de services

Il faut ouvrir le marché postal pour garantir des prestations attrayantes à des prix avantageux

Seule une concurrence réelle garantit un bon rapport qualité-prix à long terme. Le domaine postal n'échappe pas à la règle. Une consolidation unilatérale de La Poste sans changement des conditions-cadre nuit toujours aux clients. Le monopole n'est pas nécessaire pour garantir le service universel. Il permet d'abord et surtout à La Poste Suisse de faire de bonnes affaires en favorisant le géant jaune face à la concurrence sur différents plans. Des améliorations s'imposent dans plusieurs domaines : il faut en particulier assurer l'égalité de traitement en ce qui concerne l'autorisation de circuler la nuit, la gestion des adresses et l'accès à des prestations partielles. Si les distorsions de concurrence ne sont pas abolies et le marché ouvert, la situation des consommateurs ne s'améliorera pas. Même après l'entière ouverture du marché, La Poste Suisse devrait demeurer de loin le plus grand prestataire de services postaux. La concurrence obligera cependant tous les opérateurs à faire profiter leurs clients des gains d'efficacité – sous la forme de prestations intéressantes à des prix avantageux.

INFORMATIONS

Dossiers et liens

≥ www.economiesuisse.ch

≥ [Rapport sur les infrastructures](#)



Votre personne de contact chez economiesuisse

Dominique Rochat
Responsable de projets Infrastructures, énergie et environnement
dominique.rochat@economiesuisse.ch