

Embargo
1^{er} mars 2006
10.00 heures



Seul l'exposé prononcé fait foi

Conférence de presse du 1^{er} mars 2006
Marché postal : saisir les opportunités de croissance

Prestations de la Poste: la nouvelle structure de l'offre satisfait les arts et métiers

Pierre Triponez, directeur de l'Union suisse des arts et métiers

Le Conseil fédéral a récemment publié les objectifs stratégiques de la Poste pour les années 2006 à 2009. Selon ces objectifs, la Poste doit assurer un service universel par la fourniture de prestations de bonne qualité à des prix équitables, dans tout le pays et pour tous les groupes de la population.

Les objectifs stratégiques fixés par le Conseil fédéral prévoient également que la Poste réduise progressivement sa dépendance à l'égard du monopole en développant de nouveaux produits et marchés. Pour ce faire, de nouvelles optimisations des coûts et l'extension des champs d'activité de la Poste sont nécessaires. Comme jusqu'ici, le Conseil fédéral attend en outre de la Poste qu'elle présente un résultat d'exploitation convenable et parvienne à accroître la valeur intrinsèque de l'entreprise.

Une constatation s'impose : la Suisse continue de disposer d'un des réseaux postaux les plus denses d'Europe.

Depuis le printemps 2005, le réseau postal fait l'objet d'une quarantaine d'essais pilotes visant à trouver de nouvelles solutions, ce dans le cadre du projet *Ymago*. Les essais menés à l'échelle nationale ont pour but de fournir des prestations plus avantageuses et néanmoins conviviales. Un premier bilan intermédiaire montre qu'ils se sont déroulés avec succès.

Tous les essais pilotes s'étendent sur une année environ. Sont testés les quatre modèles suivants :

- agences (services postaux proposés dans des commerces de proximité)
- entrepreneurs postaux (indépendants qui, outre les prestations postales, proposent d'autres prestations ou produits)
- offices de poste principaux et succursales (réorganisation interne de la répartition des tâches entre les offices postaux)
- appareils automatiques permettant de procéder à des virements sans espèces (en complément aux guichets postaux dans les offices très fréquentés).

La libéralisation croissante soumet la Poste à une pression accrue sur les coûts et la concurrence. Si elle veut travailler de façon rentable, elle est contrainte d'améliorer son efficacité et de répondre davantage encore aux habitudes de la clientèle. Car, comme le Conseil fédéral l'a déjà souligné antérieurement, la Poste doit « adapter le réseau des offices de poste aux besoins de sa clientèle ». La prise en compte des changements en matière de fréquentation et d'habitudes de la clientèle fait expressément partie de cette adaptation.

Les essais du projet *Ymago* sont non seulement judicieux, mais garantissent en outre la fourniture de prestations postales de base à tous les clients. De plus, ils sont attrayants pour les PME et l'économie. Ainsi, l'essai qui porte sur les **agences** instaure une collaboration entre la Poste et des détaillants, dont les commerces ont des heures d'ouverture nettement plus étendues que les petits offices postaux – ce qui constitue un avantage pour la clientèle surtout le soir et à midi. Certains de ces commerces de proximité sont même ouverts le dimanche.

Autre exemple, les **entrepreneurs postaux** : parfaits connaisseurs du marché local, ils proposent d'autres prestations telles que voyages, articles de kiosque ou prestations aux PME, l'offre de prestations postales restant la même.

Dans le cas des **offices de poste principaux et des succursales**, le but visé est d'améliorer le travail en coulisse, sans que cela n'entraîne de changement pour la clientèle.

Enfin, les **appareils automatiques** ne doivent pas remplacer des offices postaux, mais, dans des offices très fréquentés, offrir à la clientèle la possibilité de procéder à des virements en dehors des heures d'ouverture habituelles, voire 24 heures sur 24.

Bilan

La Suisse continue de disposer d'un des réseaux postaux les plus denses d'Europe. Les nouvelles formes de fourniture de prestations postales de base reçoivent dans l'ensemble un accueil favorable et couvrent les besoins des arts et métiers et de la population. Des solutions innovatrices comme les agences peuvent tout à fait contribuer à la qualité du service universel. Elles permettent non seulement de proposer des heures d'ouverture plus attrayantes, mais aussi une présence plus avantageuse de la Poste Suisse.

Cependant, ce que nous ne voulons pas, ce sont des offices postaux se transformant en épicerie et concurrençant directement les arts et métiers. La Poste doit se concentrer sur ses activités de base. Il faut en outre strictement veiller à ce qu'il n'y ait aucune subvention croisée.

Limiter, pour des raisons mal comprises de politique régionale, la marge de manoeuvre entrepreneuriale dont la Poste a incontestablement besoin serait non seulement une grave erreur politique, mais une erreur fatale. Tout le monde y perdrait, les régions périphériques aussi.