

Marché postal: saisir les opportunités de croissance

prise de position

Impressum

Cette publication paraît en allemand et en français

Impression: Offset Holend, Zurich

Edition: mars 2006

© economiesuisse 2006

	Résumé	2
1	Introduction	4
2	Avantages d'une ouverture complète du marché postal	5
3	Propositions pour le développement du marché postal	8
	3.1 Ouverture complète du marché	9
	3.2 Recentrage du service universel	11
	3.2.1 Etendue	11
	3.2.2 Financement	13
	3.3 Règles d'accès des tiers au service universel	18
	3.4 Abandon des contraintes étatiques et de l'emprise politique	19
4	Annexe	22
	4.1 Stratégies d'ouverture du marché en cours	22
	4.2 Notes	23
5	Organisations participant aux travaux	24

Résumé

Les milieux économiques représentent l'essentiel de la clientèle des services postaux – 80% du trafic postal est généré par la clientèle commerciale. L'économie a donc un intérêt évident à ce que des services postaux efficaces et innovants soient proposés. De nombreux pays européens procèdent avec détermination à l'ouverture complète de leur marché postal. Le bénéfice principal de la libéralisation du marché postal réside dans la concurrence générale qui s'établit entre prestataires de services. Elle se traduit par des prestations de meilleure qualité et favorise une politique tarifaire orientée à la baisse des prix. Améliorer la satisfaction des clients doit être un des objectifs prioritaires de l'ouverture du marché. En Suisse, la satisfaction des clients a d'ores et déjà augmenté dans les segments de marché libéralisés tel celui des colis. Avec l'ouverture, de nouveaux emplois sont également créés par les concurrents de la Poste suisse.

Nonobstant les expériences positives et l'effet stimulant sur la croissance, l'ouverture du marché suisse des lettres a été jusqu'ici très modérée et insuffisante en comparaison européenne. Malgré l'abaissement de la limite du monopole à 100g en avril 2006, l'acheminement des lettres restera pour l'essentiel soumis au monopole. Ainsi, les clients devront utiliser les services de la Poste suisse pour environ 90% de leurs lettres. Cela explique également l'augmentation répétée des tarifs dans ce secteur et la promotion insuffisante de services innovants ces dernières années.

Afin de saisir les opportunités de croissance qu'offre le marché postal, les milieux économiques formulent les propositions concrètes suivantes:

1. Ouverture intégrale du marché

l'économiesuisse préconise l'ouverture complète du marché postal et attend la rapide mise en œuvre des conditions cadres correspondantes. Le marché postal doit être ouvert à tous les concurrents et les distorsions de concurrence totalement exclues. Cela implique l'existence d'une autorité de régulation indépendante.

2. Recentrer le service universel sur l'essentiel

L'ouverture complète du marché postal va de pair avec la définition d'un service universel ciblé subsidiaire pour tous les clients. L'économie soutient le recentrage sur les envois adressés ainsi que le recours accru aux agences postales et ce, dans l'intérêt des clients. En outre, les efforts visant à accroître l'efficacité dans l'organisation de la distribution sont salués.

3. Règles d'accès au réseau

Il revient en premier lieu aux acteurs du marché de négocier les modalités d'accès des tiers au réseau de la Poste suisse. Toutefois, afin de stimuler la concurrence, la Poste suisse pourrait préalablement, à titre subsidiaire et sous certaines conditions, être contrainte d'ouvrir son réseau à un concurrent pour des prestations incluses dans le service universel. Dans ce cas, l'accès particulier serait offert à un prix fixé en fonction des coûts.

4. Abandon des contraintes étatiques et de l'emprise politique

Sur un marché postal ouvert, la Poste suisse doit disposer de la liberté entrepreneuriale la plus large possible. Dans ce but, une adaptation aux conditions de l'économie privée est nécessaire (caisse de pension, partenariat social, base financière, transformation en société anonyme, capacité d'alliance). C'est seulement ainsi qu'elle pourra, sur la durée, s'adapter de manière rapide et innovante à la concurrence et aux besoins de la clientèle. Dans ce contexte, la conduite parallèle d'activités financées par l'Etat (service universel) et d'activités à financer par des capitaux privés et sans

garantie de l'Etat (services libres, vente d'ordinateurs, papeterie, éventuelle banque postale) nécessite une réglementation garantissant le respect des principes de base de politique économique et de concurrence. Cela suppose notamment une interdiction renforcée et vérifiable des subventions croisées.

Dans la discussion sur le financement, il convient enfin de rappeler que l'exploitation du service universel sur tout le territoire est aujourd'hui, grâce à l'actuelle considérable rente de monopole notamment, l'une des affaires les plus lucratives de la Poste suisse. Pour l'année 2004, PostReg évalue le bénéfice de la Poste suisse dans le domaine du service universel à 776 mio. CHF. Cela représente plus de 90% du profit total réalisé par la Poste suisse. Dans ce contexte, la présente analyse des milieux économiques autorisent les prévisions suivantes quant à la **sécurité du financement**:

- Tout d'abord, au vu de cette situation très confortable, l'ouverture complète du marché des lettres ne menacera pas le financement de la desserte de base, bien au contraire. Si les propositions de l'économie sont suivies, le service universel sera mieux préparé à l'inéluctable processus de substitution et la situation financière de la Poste suisse s'améliorera encore.
- Ensuite, même en tenant compte du processus de substitution d'ici dix ans, le service universel continuera de jouir d'un financement suffisant dans un environnement libéralisé.
- Enfin, même si les adaptations souhaitables dans le réseau des offices postaux et l'organisation de la distribution ne sont pas entièrement réalisées, le financement du service universel restera garanti en cas d'ouverture complète du marché.

1 Introduction

La clientèle commerciale génère 80% du trafic postal

80% du trafic postal est généré par la clientèle commerciale. Les milieux économiques représentent l'essentiel de la clientèle des services postaux. Des produits innovants et des services efficaces sont d'un intérêt vital pour l'économie qui soutient ainsi la libéralisation complète et rapide du secteur postal. L'ouverture du marché stimulera les performances et la capacité d'innovation de la Poste suisse, ce qui la renforcera à long terme. Les expériences d'autres pays européens montrent que l'élimination des monopoles n'est pas synonyme de démantèlement des services postaux, y compris dans les régions périphériques. Au contraire, le secteur postal a besoin d'une ouverture rapide pour affronter les défis actuels, principalement d'ordre technologique.

Intérêt d'économiesuisse

économiesuisse se penche depuis quelques années sur l'évolution du secteur postal. La prise de position «Stratégie pour un marché postal compétitif» de 2001 posait les bases d'une large ouverture du marché postal. La position de l'économie n'a pas changé depuis. Les grandes lignes esquissées alors sont toujours valables. Dans la perspective des prochaines mesures de libéralisation, la présente publication précise différents points dans le contexte de l'évolution actuelle en Suisse et en Europe.

L'UE vise l'ouverture complète

Contrairement à la Suisse, de nombreux pays européens procèdent avec détermination à l'ouverture complète de leur marché postal. Au sein de l'UE, la limite de monopole pour les lettres a été abaissée à 100g dès janvier 2003; l'abaissement à 50g est entré en vigueur au 1er janvier 2006 et la libéralisation totale du marché pourrait intervenir en 2009. Certains pays, dont la Suède, la Finlande et l'Estonie, sont en avance sur le calendrier de l'UE: leurs marchés sont déjà complètement ouverts. La Grande-Bretagne a aussi ouvert intégralement son marché postal début 2006. L'Allemagne, la Slovaquie et les Pays-Bas devraient également prendre de l'avance sur le calendrier de l'UE. Aux Pays-Bas, la réalisation de l'ultime étape dépendra du rythme des libéralisations britannique et allemande.

2 Avantages d'une ouverture complète du marché postal

Les avantages considérables liés à l'ouverture du marché revêtent différents aspects:

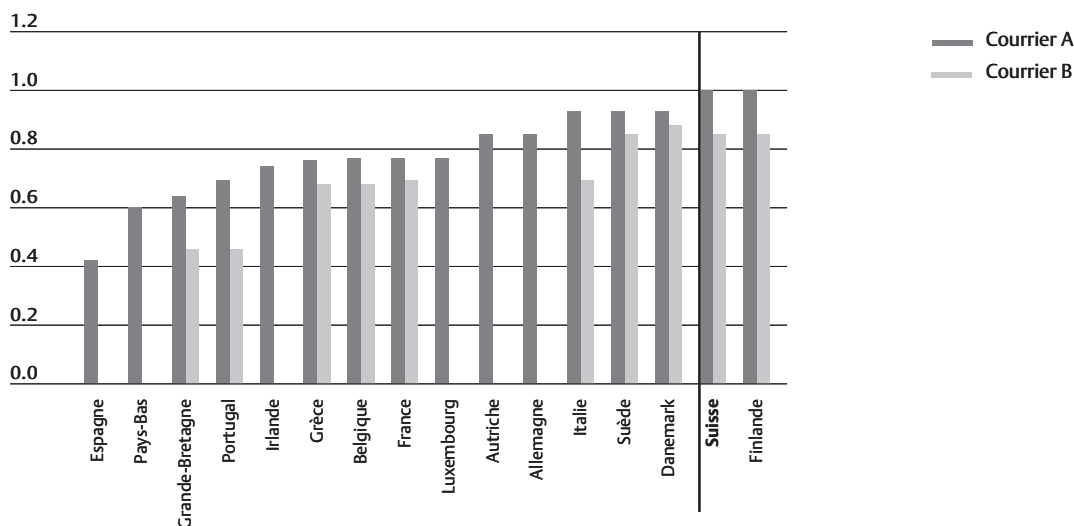
Poste suisse: les tarifs élevés subsistent

— Amélioration du rapport qualité-prix

Le bénéfice principal de la libéralisation du marché postal réside dans la concurrence générale qui s'établit entre prestataires de services. Elle se traduit par des prestations de meilleure qualité, des produits répondant mieux à la demande et des services adaptés aux besoins individuels des clients stratégiquement importants. En outre, la concurrence favorise une politique tarifaire orientée à la baisse des prix. A l'heure actuelle, les prix d'acheminement des lettres sont particulièrement élevés en Suisse. Une comparaison internationale révèle que la Poste suisse est la plus chère pour la catégorie de poids la plus basse (cf. figure 1), tant pour le courrier A que B. Cependant, les clients de la Poste suisse ont déjà bénéficié de l'ouverture du marché des colis: la clientèle privée profite de conditions de dépôt plus flexibles; la clientèle commerciale bénéficie d'un choix élargi et de réductions de prix, comme le constate l'autorité de régulation postale (PostReg) dans son rapport d'activité 2004¹.

Figure 1

Prix pour la catégorie de poids la plus basse* au sein de l'UE-15 et en Suisse après correction des taux de change, en francs suisses



* Lettres standard jusqu'à 20 g
Source: WIK-Consult 2005, Evaluation du marché postal en Suisse, p. 19.

— Stimuler la croissance et l'emploi

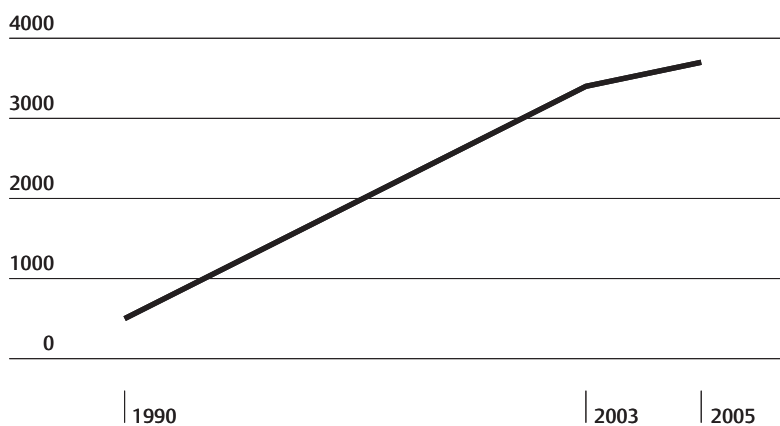
La libéralisation du marché postal se traduit par une accélération de l'innovation et par le développement de nouveaux domaines d'activité. La Poste suisse profite aujourd'hui déjà d'une liberté entrepreneuriale accrue pour proposer de nouveaux services dans les domaines du marketing direct par exemple (plate-forme de conseil individuelle, DirectPoint). L'extension de ces activités contribue à un ajustement en douceur, du point de vue social, des emplois de la branche. En particulier, des emplois sont également créés par les concurrents de la Poste suisse (cf. figure 2). Ainsi, l'ouverture des marchés ne met pas en péril le niveau de l'emploi à long terme.

Les concurrents créent aussi des emplois

Une réduction des postes de travail dans les services postaux traditionnels est certes attendue, mais cette baisse sera plus que compensée par la création de nouveaux emplois. D'ailleurs, ce processus ne résulte pas uniquement de la libéralisation du secteur, mais aussi du développement de nouvelles activités qu'une plus grande liberté d'entreprise rend possible.

Figure 2

Nombre d'employés à plein temps auprès des concurrents de la Poste Suisse 1990–2005



Source: Estimation de KEP & Mail 2005.

Par anticipation de l'ouverture

— Accroissement de la satisfaction des clients

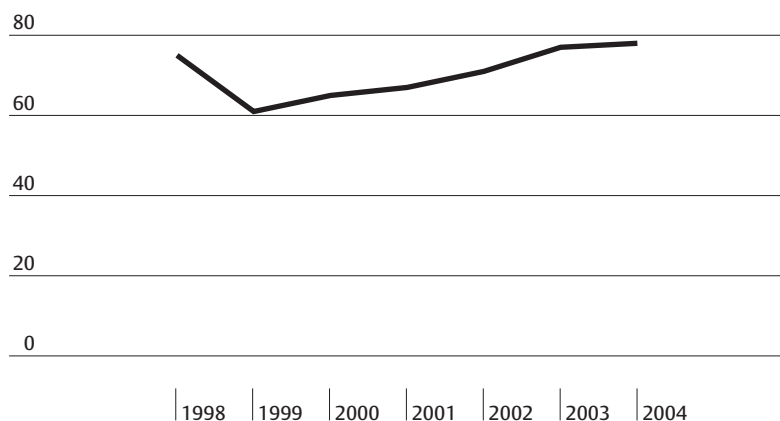
Améliorer la satisfaction des clients doit être un des objectifs prioritaires de l'ouverture du marché. En Suisse, la satisfaction des clients a d'ores et déjà augmenté dans les segments de marché libéralisés tel celui des colis (cf. figure 3). Après un recul en 1999, la satisfaction des clients s'est considérablement améliorée, en particulier durant la période précédant l'ouverture du marché, alors que la Poste suisse se préparait à affronter la nouvelle concurrence.

L'écart entre la Suisse et l'Europe continue de se creuser

En comparaison européenne, l'ouverture du marché suisse des lettres a été *très modérée et insuffisante*. Malgré l'abaissement de la limite du monopole à 100g en avril 2006, l'écart entre la Suisse et les pays européens continue de se creuser, puisque ces derniers ont déjà abaissé le monopole à 50g. En Suisse, l'acheminement des lettres restera pour l'essentiel dans le giron monopolistique de la Poste suisse; il n'y aura donc pas de vraie concurrence. Ceci explique également l'augmentation répétée des tarifs dans ce secteur et la promotion insuffisante de services innovants ces dernières années. Le monopole à 100g contraindra les clients d'utiliser les services de la Poste suisse pour environ 90% de leurs lettres. Cette limite de monopole encore élevée ne permet pas de parler d'une véritable incitation à l'entrée de nouveaux concurrents sur le marché des lettres de plus de 100g. De surcroît, le seul but de l'ouverture du marché en Suisse ne suffit pas. En effet, les expériences à l'étranger montrent que l'ouverture d'un marché postal conduit à une situation concurrentielle effective et à la définition de prix conformes au marché seulement si certaines conditions cadres sont conjointement mises en place. Ce n'est qu'à cette condition qu'il résulte un bon rapport qualité-prix du produit ou service offert au client. Par ailleurs, seule l'ouverture complète du marché helvétique assurerait à la

Figure 3

Satisfaction de la clientèle commerciale dans le secteur des colis
1998–2004, 0–50 mécontent; 50–80 satisfait; 80–100 très satisfait



Sources: Vue d'ensemble de l'évolution future du marché postal en Suisse – Rapport du Conseil fédéral, 2002; La Poste, Rapports 2003 et 2004.

**Desserte de base:
craintes infondées**

Poste suisse d'être traitée durablement sur *pied d'égalité avec ses concurrents* dans le cadre de ses activités à l'étranger.

En Suisse, l'opposition à l'ouverture du marché a jusqu'ici été principalement justifiée par la crainte de voir le financement d'une desserte de base sur tout le territoire mis en péril dans un contexte libéralisé. Les expériences à l'étranger montrent pourtant que cette crainte est largement infondée. En Suisse aussi, une desserte de base pourrait être garantie sur l'ensemble du territoire, sans monopole protecteur, même si la définition du service universel diffère au départ. En outre, une nouvelle définition du service universel permettrait d'alléger significativement les coûts de la desserte de base.

Note

Importantes définitions selon la loi sur la Poste

Service universel: le service universel oblige la Poste suisse à fournir certains services-postaux de bonne qualité et à des prix équitables à tous les groupes de la population et dans toutes les régions, tels que définis par le législateur.

Services réservés (monopole) dans le domaine du service universel: services que la Poste suisse doit offrir. La concurrence est exclue.

Services non réservés dans le domaine du service universel: services que la Poste suisse doit offrir. La concurrence est cependant autorisée.

Services libres: prestations que la Poste suisse peut offrir, sans y être obligée. La concurrence est naturellement autorisée.

3 Propositions pour le développement du marché postal

L'économie voit des avantages dans la libéralisation du marché; il en découle les propositions concrètes suivantes:

1. Ouverture intégrale du marché

l'économiesuisse préconise l'ouverture complète du marché postal et attend la préparation rapide des conditions cadres correspondantes. Le marché postal doit être ouvert à tous les concurrents et les distorsions de concurrence totalement exclues. Cela implique l'existence d'une autorité de régulation indépendante.

2. Recentrer le service universel sur l'essentiel

L'ouverture complète du marché postal va de pair avec la définition d'un service universel ciblé subsidiaire pour tous les clients. L'économie soutient le recentrage sur les envois adressés ainsi que le recours accru aux agences postales et ce, dans l'intérêt des clients. En outre, les efforts visant à accroître l'efficacité dans l'organisation de la distribution sont salués.

3. Règles d'accès au réseau

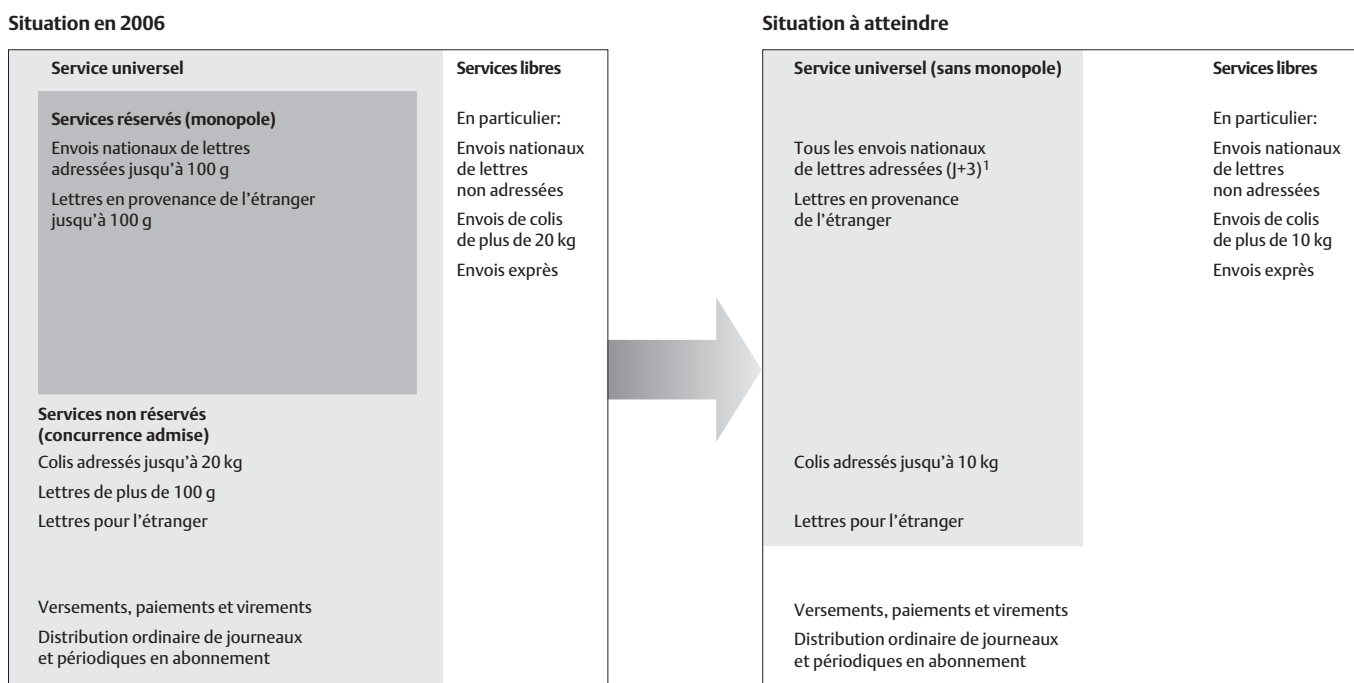
Il revient en premier lieu aux acteurs du marché de négocier les modalités d'accès des tiers au réseau de la Poste suisse. Toutefois, afin de stimuler la concurrence, la Poste suisse pourrait préalablement, à titre subsidiaire et sous certaines conditions, être contrainte d'ouvrir, son réseau à un concurrent pour des prestations incluses dans le service universel. Dans ce cas, l'accès particulier serait offert à un prix fixé en fonction des coûts.

4. Abandon des contraintes étatiques et de l'emprise politique

Sur un marché postal ouvert, la Poste suisse doit disposer de la liberté entrepreneuriale la plus large possible. Dans ce but, une adaptation aux conditions de l'économie privée est nécessaire (caisse de pension, partenariat social, base financière, transformation en société anonyme, capacité d'alliance). C'est seulement ainsi qu'elle pourra, sur la durée, s'adapter de manière rapide et innovante à la concurrence et aux besoins de la clientèle. Dans ce contexte, la conduite parallèle d'activités financées par l'Etat (service universel) et d'activités à financer par des capitaux privés et sans garantie de l'Etat (services libres, vente d'ordinateurs, papeterie, éventuelle banque postale) nécessite une réglementation garantissant le respect des principes de base de politique économique et de concurrence. Cela suppose notamment une interdiction renforcée et vérifiable des subventions croisées.

Figure 4

Service universel et services libres avant et après l'ouverture complète du marché
 Approximativement proportionnel au chiffre d'affaire



¹ Avec le nouveau service universel, un délai d'acheminement de 3 jours est assuré (J+3 = jour de remise + 3 jours ouvrables).

3.1 Ouverture complète du marché

Rente de monopole au détriment des clients

L'absence de concurrence dans des marchés limités à seul prestataire engendre généralement des rentes de monopole élevées nuisibles sur le plan économique. De surcroît, la mise à disposition de biens et services par l'Etat recèle le risque d'un manque d'efficacité considérable, tant sur les plans de la qualité, de l'innovation que de la gestion d'entreprise. Les principes de la concurrence reposent sur une argumentation théorique fondée qui a fait ses preuves pratiques. C'est une forme institutionnelle qui stimule durablement l'efficacité des marchés sectoriels tout comme de l'ensemble de l'économie nationale. Une concurrence effective rend possible la formation de prix conformes au marché, dont les niveaux sont souvent nettement plus bas que les tarifs en situation de monopole. Une ouverture complète du marché est donc dans l'intérêt des consommateurs, pour autant que la concurrence joue effectivement son rôle.

Oui à une desserte de base couvrant l'ensemble du pays

Cependant et dans ce contexte, la nécessité d'une desserte de base couvrant l'ensemble du pays reste incontestée. Toutefois, ce mandat ne doit pas nécessairement être rempli par un prestataire monopolistique ou étatique. Par conséquent, tous les domaines du marché postal doivent être ouverts à des prestataires tiers et tous les concurrents doivent avoir la possibilité de mettre sur pied leur propre infrastructure postale.

Règles pour une concurrence efficace

Un marché postal libéralisé implique aussi des règles transparentes garantissant un fonctionnement adéquat de la concurrence. La surveillance du marché postal doit être confiée à une autorité de régulation sectorielle aussi svelte que possible, mais néanmoins efficace. Cet organe doit intervenir en cas de distorsion et de discrimination

ainsi que pour faciliter l'accès au marché de l'ensemble du service universel. En cas de restrictions injustifiées de la concurrence, l'autorité de régulation postale doit, de sa propre initiative ou sur demande, ouvrir une enquête et si nécessaire supprimer les éventuelles distorsions. Les concurrents potentiels de la Poste suisse sont aujourd'hui déjà victimes de multiples distorsions de concurrence qui devraient être corrigées comme suit:

Indépendante et le plus svelte possible

a) Autorité de régulation sectorielle et indépendante

L'ouverture du marché postal nécessite une autorité de régulation svelte et indépendante. Le régulateur postal actuel (PostReg) n'est indépendant, ni envers le législateur ni envers le propriétaire de la Poste suisse. Dans la perspective de l'ouverture du marché, il convient dès lors de renforcer la surveillance de la concurrence et du service universel et de rendre celle-ci totalement indépendante du propriétaire de l'opérateur national, comme c'est le cas par exemple en Allemagne. Les principales tâches seraient les suivantes: examiner les conditions d'accès à l'infrastructure principale de la Poste suisse, arbitrer les litiges entre concurrents, surveiller le service universel, etc.

Note

Aménagement de la surveillance du marché postal: un transfert ultérieur à la Comco est envisageable

Dans le paysage institutionnel actuel, deux instances entrent en ligne de compte pour la surveillance du marché postal: la commission de la concurrence (Comco) et une autorité de surveillance sectorielle spécifique. Les problèmes en matière de concurrence comme la définition d'une «position dominante» ou de «l'abus de position dominante» peuvent et doivent être examinés par la Comco. Cette dernière garantit en effet une application uniforme de la politique de la concurrence. Cependant, lorsqu'il s'agit de tenir compte d'aspects particuliers d'un secteur donné (par exemple évaluation de procédures techniques complexes, octroi et vérification de licences, obligations de surveillance en matière de transparence,

octroi de fréquences, etc.), un régulateur spécifique à ce secteur est plus approprié. La Comco ne peut assumer le suivi d'une surveillance permanente des différents acteurs du marché, ni régler les détails techniques d'un éventuel accès à des centres de tri. Si, dans un domaine particulier, la Comco (pour les aspects généraux du droit de la concurrence) coexiste avec un régulateur spécifique au marché concerné, la loi régissant ce secteur doit clairement délimiter leurs compétences respectives.

Compte tenu des caractéristiques spécifiques du marché postal, les milieux économiques parviennent à la conclusion que, du moins dans une première phase, une surveillance sectorielle est plus adaptée qu'une surveillance horizontale, telle

que pourrait l'exercer la Comco. Cela s'explique aussi par l'existence d'un service universel propre au secteur postal, comprenant des obligations particulières et pouvant potentiellement engendrer des distorsions de concurrence. A ce jour, la Comco ne dispose pas des connaissances nécessaires pour assurer une surveillance suivie du marché postal. Il faudra cependant ultérieurement réexaminer la pertinence de cette solution ainsi que la délimitation des compétences à la lumière des changements survenus. Ainsi, un transfert ultérieur des compétences de surveillance du marché postal à la Comco n'est, d'emblée, pas à exclure.

b) Obligation d'enregistrement non discriminatoire dans le domaine du service universel

les concurrents qui souhaitent offrir des prestations relevant du service universel doivent simplement se faire enregistrer. Tous les acteurs du marché doivent être astreints aux mêmes obligations.

c) Pas d'avantages fiscaux ni autres privilèges

Les avantages fiscaux et autres privilèges dont bénéficie la Poste suisse devront être totalement éliminés. Aujourd'hui par exemple, la Poste suisse est *exonérée de l'impôt sur le bénéfice*. Cette pratique doit être abandonnée. En outre, la Poste suisse touche des *subventions pour le transport des journaux*. Ces subventions injustifiées et sources de distorsions doivent logiquement être abolies. A l'avenir, il n'y a plus lieu de promou-

Egalité de traitement pour les impôts et les subventions

Mêmes procédures douanières et autorisations de circuler

voir la presse par des subventions versées à la Poste suisse. La progression du transport des journaux en 2004 montre clairement que le soutien de l'Etat dans ce domaine n'a qu'une très faible influence sur le volume acheminé: malgré la réduction des subventions fédérales de 20%, la Poste suisse a transporté 11% de journaux en plus. Si toutefois l'Etat devait continuer à soutenir la diversité de la presse, il faudrait procéder par des mesures ciblées hors du marché postal. En outre, la Poste suisse profite de *procédures de dédouanement simplifiées* dans le trafic postal international. A l'avenir, toutes les entreprises postales devront bénéficier de ces mêmes conditions douanières. Enfin, le transport d'envois postaux par la Poste suisse dans le cadre de son mandat légal de prestations n'étant pas soumis à *l'interdiction de circuler le dimanche et de nuit*, les entreprises concurrentes doivent aussi profiter de cet avantage.

Prendre les inquiétudes au sérieux

3.2 Recentrage du service universel

Dans un marché postal ouvert, il est en principe tout à fait possible d'assurer une desserte de base couvrant l'ensemble du territoire sans avoir à définir par voie étatique le service universel. Cependant, les craintes (en partie émotionnelles) quant à la survie du «service public» dans un environnement libéralisé sont à prendre au sérieux. Sur ce point, les milieux économiques sont prêts à accepter que soit confié à la Poste suisse un service universel limité. En conséquence, l'ouverture intégrale du marché doit être accompagnée de la définition d'un service universel subsidiaire ciblé.

A ce jour, le service universel déterminé par l'Etat contraint la Poste suisse non seulement à offrir une très large palette de services et produits, mais encore à maintenir une infrastructure de distribution coûteuse dans toutes les régions du pays. Avec la redéfinition du service universel, seuls seraient pris en compte les services que le marché libre ne pourrait offrir en quantité suffisante, dans les délais souhaités et à des prix abordables. Les charges financières supplémentaires résultant de la définition de ce service universel sont à compenser principalement par des ajustements et optimisations possibles de l'infrastructure postale.

Meilleures horaires pour les clients et renforcement des partenaires locaux

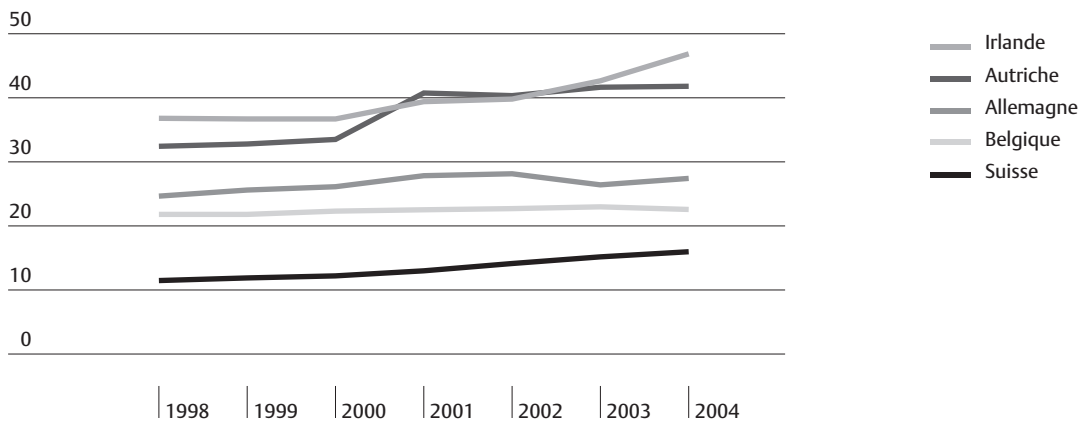
3.2.1 Etendue

La nécessité et l'ampleur du service universel doivent faire l'objet d'évaluations régulières. En particulier, les dispositions sur le service universel ne doivent pas imposer à la Poste suisse des charges et obligations absurdes du point de vue de la gestion d'entreprise. Concrètement, cela signifie que le service universel ne requiert pas nécessairement un réseau rigide et coûteux d'offices postaux couvrant l'ensemble du territoire. Des solutions novatrices en matière d'offices postaux, telles que des **agences postales**, sont à privilégier de manière systématique dans l'intérêt de l'amélioration du service universel. Ces solutions permettent non seulement des *heures d'ouverture plus attrayantes*, mais encore une *présence* de la Poste suisse à *coût inférieur*. Ainsi, WIK-Consult prévoit que la restructuration des offices de poste améliorera la desserte, précisément dans les régions de montagne et les régions périphériques. De plus, les agences postales peuvent contribuer à *améliorer la rentabilité des partenaires économiques locaux* de la Poste suisse dans les régions périphériques (commerce de village par exemple). Enfin, il faut garder à l'esprit que des changements dans les habitudes de la clientèle, le progrès technologique ainsi que les mutations sociales et économiques continueront d'appeler en tout temps des modifications de l'offre de service universel. La surveillance de la desserte de base doit revenir à l'autorité de régulation postale. L'étendue, les tarifs et la qualité de la desserte de base doivent être examinés régulièrement par cette instance et adaptés aux réalités du moment.

- Concurrence bienvenue dans le service universel** En principe, rien ne s'oppose à ce que des prestataires privés s'engagent dans le rayon d'action du service universel. Dans ce segment aussi, la concurrence va veiller à ce que la desserte de base évolue dans le sens des besoins de la clientèle et soit proposée à des prix aussi avantageux que possible. Les expériences faites dans les pays européens et en Suisse montrent que l'ouverture des marchés entraîne des effets positifs sur la *qualité de la desserte de base*. Contrairement à ce que certains pouvaient craindre, les marchés des lettres complètement libéralisés, comme en Suède, offrent des services de grande qualité, notamment quant à la fiabilité de la distribution le jour suivant. Les expériences ont aussi montré que l'ouverture complète du marché n'a mis en péril ni les opérateurs postaux nationaux ni la desserte de base sur l'ensemble du territoire, pour autant que cette dernière ne soit pas chargée d'obligations *déraisonnables au titre du service universel*.
- Priorité à la fiabilité de la distribution** Lors de l'ouverture complète du marché postal, le service universel ne devrait **plus englober que les envois adressés**. En termes de prestations, il s'agit de limiter la desserte de base au dépôt et à la distribution de lettres et de colis jusqu'à 10kg. L'accès aux prestations de ce service universel devra continuer à être offert dans toutes les régions du pays selon les mêmes principes, pour une qualité définie et à des prix acceptables. Il devra toujours être possible à tous les groupes de la population de remettre leurs envois en parcourant une distance raisonnable. La Poste suisse devra respecter les délais d'acheminement garantis pour les services postaux et distribuer les envois au moins cinq jours par semaine. Désormais, le délai d'acheminement assuré pour les lettres dans le cadre du service universel sera limité à trois jours (J+3). Les mutations technologiques rendent désormais la fiabilité de la distribution plus importante que le délai d'acheminement. Pour des délais inférieurs à trois jours, les clients pourront recourir au courrier électronique et aux services à valeur ajoutée.
- Distinguer l'essentiel du superflu** Les services et produits suivants ne devront **plus faire partie du service universel**:
- a) *Services financiers*: En raison de l'évolution technologique et de l'absence d'un constat d'échec des mécanismes de marché, le trafic des paiements (versements, paiements et virements) sont à retirer du service universel. La Suisse dispose d'un système bancaire efficace assorti d'un réseau de filiales couvrant l'ensemble du territoire. L'inclusion de services financiers dans le domaine du service postal universel est (à l'exception de l'Espagne) un cas unique au sein de l'OCDE.
 - b) *Lettres non adressées*: Aujourd'hui déjà, les envois de lettres non adressées ne font pas partie du service universel.
 - c) *Transport des journaux*: L'acheminement des journaux devrait être soumis à la libre concurrence. Dans les régions peu peuplées, la Poste suisse aura encore intérêt à recourir au transport des journaux pour exploiter les capacités existantes de son infrastructure. De ce fait, la distribution des journaux dans ces régions ne devrait pas être mise en péril avec l'avènement de la concurrence.

Figure 5

Surface moyenne desservie par un office de poste en Suisse et dans quelques pays européens
en km²



Source: WIK-Consult 2005, Evaluation du marché postal en Suisse, p. 60.

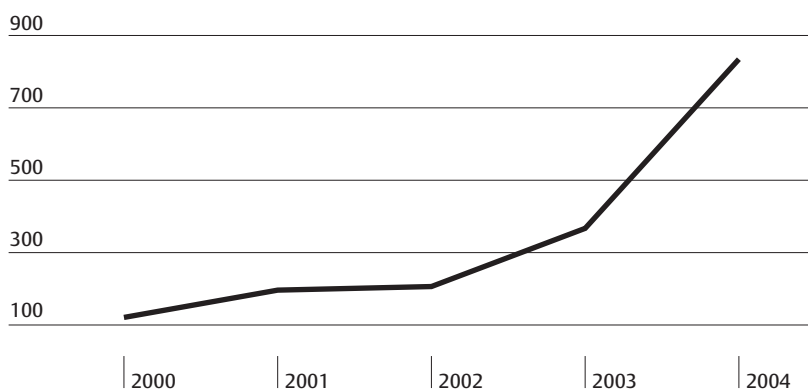
**Rente de monopole
lucrative**

3.2.2 Financement

En comparaison internationale, la Suisse dispose d'un service universel très étendu. Par exemple, le réseau d'offices postaux suisses figure parmi les plus denses de la planète (cf. figure 5). Malgré une infrastructure au maillage serré et des prestations abondantes, le service universel est, grâce à une rente de monopole, l'une des affaires les plus lucratives de la Poste suisse. Pour l'année 2004, PostReg évalue le bénéfice de la Poste suisse dans le domaine du service universel à 776 mio. CHF. Cela représente plus de 90% du bénéfice total de 837 mio. CHF réalisé par la Poste suisse (cf. figure 6). Sur ce total, 335 mio. CHF proviennent du monopole des lettres et 441 mio. CHF des services non résér-

Figure 6

Bénéfice du groupe de la Poste suisse
2000–2004 en mio. de francs



Source: La Poste, Rapports 2001, 2003, 2004.

Un service universel non seulement surfinancé ...	<p>vés. Ainsi, les segments du marché déjà ouverts à la concurrence contribuent officiellement pour plus de la moitié au bénéfice de la Poste suisse. Depuis la réforme postale de 1998, la Poste suisse a pu présenter un bilan financier positif et en constante hausse dans le domaine du service universel.</p> <p>Cette évolution financière montre que la Poste suisse tire de la desserte de base des rendements supérieurs à ce dont elle a effectivement besoin pour en couvrir totalement ses coûts. En particulier, la grande protection offerte par le monopole sur les lettres, qui a conduit aux augmentations de tarifs unilatérales successives de ces dernières années, a engendré un surfinancement marqué du service universel. Etant donné que l'ouverture du marché des lettres n'aura qu'une incidence faible, voire nulle, sur les segments des colis et du trafic des paiements, WIK-Consult estime que ces deux domaines continueront de couvrir leurs coûts ces prochaines années, quel que soit le degré d'ouverture du marché des lettres. Au vu de cette situation très confortable – et même en prenant en considération le processus de substitution prévisible des lettres par le courrier électronique – il est manifeste que l'ouverture complète du marché des lettres ne menacera pas le financement de la desserte de base. La crainte d'un «démantèlement du service public» suite à l'ouverture du marché est donc totalement infondée.</p>
... mais aussi fort potentiel de rationalisation des coûts	<p>Parallèlement au surfinancement ainsi constaté, la Poste suisse dispose, notamment dans la perspective d'un recentrage du service universel, d'un fort potentiel de rationalisation des coûts, pouvant avant tout être concrétisé par une <i>réorganisation de la distribution et une transformation conséquente des offices de poste en agences postales</i>. A long terme cependant, les mutations technologiques pourraient engendrer une certaine baisse des recettes tirées de l'acheminement des lettres. Ce résultat ne serait toutefois pas le fruit de l'ouverture du marché, mais uniquement la conséquence de la substitution du courrier postal par les moyens de communication électroniques. Aucun monopole ne peut offrir une protection face à cette évolution. Au contraire, les milieux économiques sont convaincus qu'une ouverture cohérente du marché accompagnée de conditions cadres appropriées est dans l'intérêt du segment des lettres: ce dernier sera mieux armé pour faire face au processus de substitution qu'en restant confiné dans son monopole.</p>
Evaluation du financement	<p>Compte tenu de la situation financière actuelle, de l'évolution probable de la concurrence et du potentiel de réduction des coûts, il est possible d'évaluer le futur financement de la desserte de base de façon plausible (cf. figure 8). L'objectif de cet exercice n'est pas de s'immiscer dans la liberté d'entreprise de la Poste suisse ni de lui donner des instructions en matière de gestion, car c'est à elle de prendre ses propres décisions afin d'offrir des prestations efficaces. Cependant, afin d'étayer l'hypothèse d'un financement garanti du service universel à plus long terme, il convient de retenir les points ci-après:</p>
Subventionnement croisé: le doute subsiste?	<p>a) Adaptation des règles relatives aux prix de transfert pour les prestations internes</p> <p>Dans son rapport d'activités 2004, PostReg doute que les prix de transfert facturés aux services libres pour l'utilisation de prestations du service universel soient appropriés². Pour éliminer effectivement tout soupçon de subventionnement croisé et assurer que les différents secteurs paient un prix équitable pour l'utilisation de prestations du service universel, les prix de transfert doivent être fixés rigoureusement selon le principe de la pleine imputation de tous les coûts et selon des clés de répartition cohérentes du point de vue de la comptabilité analytique. L'élimination complète du subventionnement croisé amènera un allègement des charges du service universel.</p>
«Hypothétique réseau efficient» comme critère?	<p>b) Nouvelle répartition des «coûts d'infrastructure non couverts»</p> <p>A l'heure actuelle, les différentes unités de produits de la Poste suisse doivent, à titre interne, s'acquitter de prix définis en fonction du volume pour l'usage des offices postaux. Ces prix, qui varient selon la nature des transactions, sont calculés sur la base d'un <i>hypothétique réseau postal efficient</i>. Il en résulte que les recettes ainsi obtenues</p>

Répartition de tous les coûts effectifs sur l'ensemble des secteurs commerciaux!

sont, par définition, insuffisantes pour couvrir la totalité des coûts du réseau postal. De cette différence résulte une soit-disant «contribution aux frais d'infrastructure», laquelle est imputée exclusivement au domaine du monopole. Pourtant, il n'y a aucune raison d'imputer unilatéralement et au mépris des principes élémentaires de la gestion d'entreprise ces «coûts non couverts» au seul domaine du monopole. En 2004 par exemple, 374 mio. CHF provenant des revenus du secteur des lettres ont été utilisés pour financer l'infrastructure postale. Pratiquement aucun autre pays européen ne connaît un tel concept de «couverture des pertes». En règle générale, les *coûts totaux* du réseau des offices postaux sont répartis entre *toutes les unités* de l'entreprise postale concernée, et cela sur la base *des coûts totaux effectifs* et non en fonction d'un réseau hypothétiquement efficace, comme c'est le cas en Suisse aujourd'hui. Selon PostReg, la solution qui prévaut à juste titre à l'étranger présente l'avantage que toutes les unités ont un intérêt à disposer d'un réseau postal efficace puisqu'elles doivent supporter le coût intégral de l'infrastructure. Ces coûts étant inéluctables, les autres secteurs commerciaux, conjointement au domaine du monopole, doivent également les assumer. Cela vaut pour les services non réservés comme pour les services en libre concurrence.

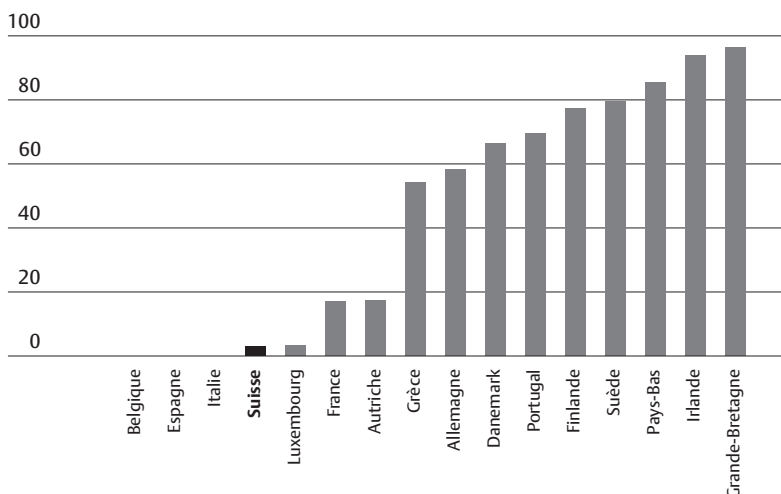
Agences: profitent aux clients, commerçants locaux et régions périphériques

c) Incitation accrue à recourir à des points d'accès alternatifs et autre potentiel de réduction des coûts

Afin d'offrir leurs services à des prix aussi avantageux que possible et être proches de leur clientèle, la Poste suisse et les opérateurs tiers doivent pouvoir organiser librement leurs réseaux. Pour assurer un service universel couvrant l'ensemble du territoire, il faut prévoir des modèles novateurs de coopération entre la Poste suisse et d'autres fournisseurs de services. Ces solutions sont non seulement dans l'intérêt de la Poste suisse, mais aussi du client (heures d'ouverture attrayantes) et des commerçants locaux (possibilités de collaboration). En particulier, *la solution des agences postales* mérite clairement d'être préférée aux offices postaux traditionnels. Aujourd'hui, la solution du type «agence postale» utilisée par de nombreuses entreprises postales

Figure 7

Part des agences postales sur les offices de poste en Suisse et dans l'UE-15 2003, en pour-cent



Source: WIK-Consult 2005, Evaluation du marché postal en Suisse, p. 23.

REMA et réorganisation de la distribution

à l'étranger n'est pratiquement pas exploitée en Suisse (cf. figure 7). En 2004, la part des agences postales par rapport à la totalité des offices postaux de Suisse n'était que de 3,4%. Il y a pourtant là un potentiel considérable d'économies et d'efficacité couplé à une hausse de la qualité. Ceci est dans l'intérêt de la clientèle. Les premières modestes mesures d'optimisation du réseau des offices postaux opérées par la Poste suisse ont déjà eu des répercussions positives. Ainsi, entre 2003 et 2004, la Poste suisse a pu abaisser ses «coûts non couverts» de 86 mio. CHF (-19% à 374 mio. CHF) sans diminution de la satisfaction de la clientèle. En outre, le projet *REMA* (Reengineering Mail Processing) va permettre une meilleure maîtrise des coûts ces prochaines années. Enfin, il serait possible d'obtenir des gains d'efficience substantiels par une *réorganisation de la distribution* sans nuire aux prestations.

d) Redéfinition du service universel

L'exclusion du trafic des paiements du service universel devrait fortement atténuer les coûts de la desserte de base, car ces services sont à l'origine d'investissements et de coûts de sécurité élevés.

Renforcement de la Poste suisse ...

Le processus de substitution des envois postaux par le courrier électronique étant de toute façon en cours, celui-ci n'est pas un facteur significatif quant à savoir si le marché des lettres doit être ouvert intégralement ou non (scénario du statu quo). La décision d'ouvrir le marché ou de maintenir le statu quo peut seulement résulter d'une évaluation différentielle entre ces deux scénarios. La figure 8 montre selon quel scénario le service universel sera le mieux préparé à l'inéluctable processus de substitution. Sans équivoque, il en ressort que le service universel de la Poste suisse sera renforcé et plus compétitif si les propositions de l'économie sont suivies. Les prévisions suivantes quant à la **sécurité du financement** méritent d'être retenues:

... même en tenant compte du processus de substitution

1. Comparativement au statu quo, la situation financière de la Poste suisse s'améliorera;
2. Même en tenant compte du processus de substitution d'ici dix ans, le service universel continuera de jouir d'un financement suffisant dans un environnement libéralisé;
3. Même si les adaptations souhaitables dans le réseau des offices postaux et dans l'organisation de la distribution ne sont pas entièrement réalisées, le financement du service universel restera garanti en cas d'ouverture complète du marché.

Figure 8

Evaluation du financement du service universel

Incidence des propositions de l'économie sur le résultat de la Poste suisse

Mesures	Répercussions sur le résultat de la Poste suisse dans le service universel (en mio. CHF)		Commentaires
	Positives	Négatives	
Résultat actuel	780		Résultat de la desserte de base: chiffre PostReg pour le compte 2004.
Correction des prix de transfert	50		Les prix de transfert doivent couvrir la totalité des coûts effectifs. Les coûts du service universel sont ainsi réduits, une plus grande partie de ces coûts étant imputés aux services libres ³ .
Meilleure répartition de la contribution aux frais d'infrastructure	50		La contribution aux frais d'infrastructure est supportée équitablement par toutes les unités de la Poste suisse, selon des principes de la gestion d'entreprise reconnus ⁴ .
Exclusion du trafic des paiements du service universel	50		Economies principalement engendrées dans le domaine du trafic des paiements ⁵ .
Optimisation du réseau des offices postaux	350		Recours accru aux solutions innovatives en matière de points d'accès (particulièrement agences postales) ⁶ .
Réorganisation de la distribution	50		Optimisation des processus de production ⁷ .
Economies résultant du projet REMA (dès 2008)	170		Modernisation du traitement des lettres ⁸ .
Suppression du privilège fiscal dans le service universel		-220	Imposition du bénéfice de la Poste suisse dans le service universel ⁹ .
Rémunération du capital de dotation		-80	Rémunération du capital de dotation sous forme d'une prime conforme au risque ¹⁰ .
Réduction des subventions (transport des journaux)		-80	Abolition des subventions pour le transport des journaux. Compensation éventuelle par des mesures ciblées en faveur des médias hors marché postal.
Perte de parts de marché		-45	Une perte de part de marché de l'ordre de 10% est attendue. Cela correspond approximativement aux expériences observées dans les pays ayant complètement ouvert leur marché ¹¹ .
Baisse de prix		-220	Dans un marché effectivement concurrentiel – et en tenant également compte de l'assujettissement à la TVA – il faut s'attendre à une baisse de prix de 10% ¹² .
Recettes supplémentaires	25		Une plus grande marge de manœuvre d'entreprise et davantage d'innovation devraient se traduire par une légère croissance du marché postal ¹³ .
Recettes tirées des droits d'accès	40		Avec la vente de services partiels à ses concurrents, la Poste pourrait dégager de nouvelles recettes ¹⁴ .
Résultat avec ouverture complète du marché et adaptations ci-dessus	920		Conclusion: le financement du service universel est toujours garanti. Le résultat de la Poste suisse s'améliore.

Résultat compte tenu du processus de substitution

Prévision du processus de substitution ces 10 prochaines années		-45	Il est fait l'hypothèse d'une diminution de 10% du chiffre d'affaires dans le domaine des lettres ¹⁵ .
Résultats avec ouverture du marché, adaptations et processus de substitution	875		Conclusion: le service universel sera mieux armé pour affronter le processus de substitution dans le domaine des lettres qu'en restant un monopole.

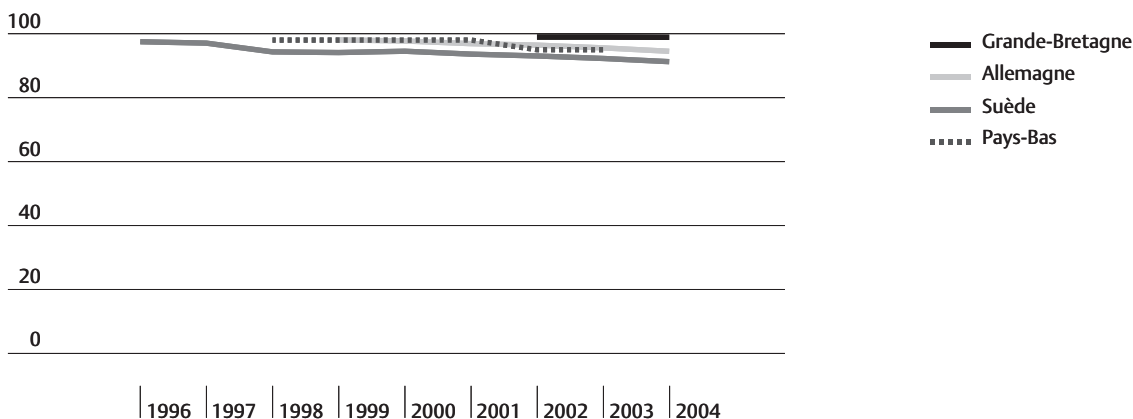
Résultat compte tenu du processus de substitution mais sans la réalisation des adaptations souhaitables dans le réseau des offices de poste et dans l'organisation de la distribution

Résultat sans adaptations dans le réseau des offices de poste et dans l'acheminement	475		Conclusion: dans cette hypothèse également, le financement du service universel est garanti en cas d'ouverture intégrale du marché.
--	-----	--	--

<p>Le risque du «monopole naturel» subsiste</p>	<p>3.3 Règles d'accès des tiers au service universel</p> <p>Malgré une ouverture complète du marché, on ne peut pas s'attendre, dans les circonstances actuelles, à l'émergence de la concurrence sur tous les segments du marché – en raison de la position dominante de la Poste suisse dans certains domaines (qui jouit dans les faits d'une position de «monopoliste naturel»). La distribution du courrier se caractérise par des économies d'échelle particulièrement élevées. Ces dernières peuvent représenter un obstacle quasi insurmontable pour les concurrents potentiels. Des économies d'échelle existent également du côté de la collecte et du tri du courrier quoique dans des proportions moindres.</p>
<p>Part de marché: peu de changement ...</p>	<p>Les expériences de pays comme la Suède ou la Finlande, qui ont libéralisé complètement leur marché postal, montrent qu'une ouverture totale n'est pas une garantie suffisante pour une concurrence effective (figure 9). Même en Suède, où le marché est totalement libéralisé depuis 1994, la part de marché des concurrents privés de «Posten AB» pour les lettres se monte à seulement 9%. De même, dans les autres pays qui poursuivent une politique progressiste du marché postal, les prestataires de services universels n'ont que très marginalement cédé des parts de marché.</p>

Figure 9

Evolution des parts d'envois des opérateurs postaux historiques
1996 – 2004, en pour-cent



Sources: WIK-Consult 2005, Evaluation du marché postal en Suisse, p. 31;
WIK-Consult 2004, Main Developments in the European Postal Sector, p. 94.

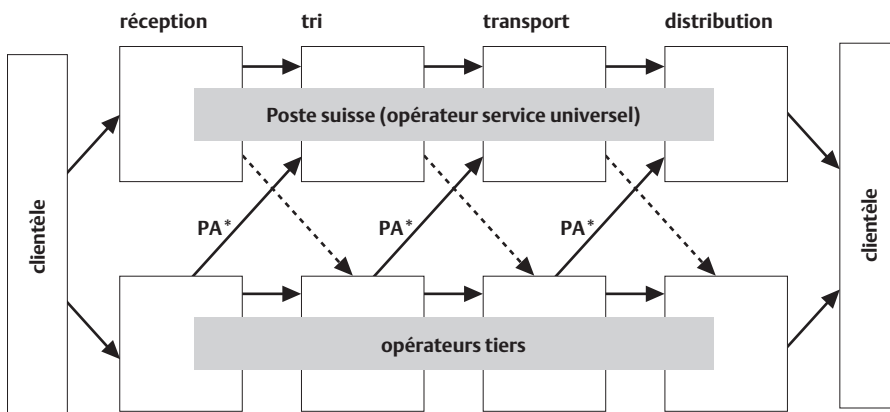
<p>... en raison de barrières à l'entrée élevées</p>	<p>Il faut en particulier s'attendre à ce que la concurrence soit faible dans les domaines où les obstacles économiques qui entravent l'accès au marché sont très élevés. En Suisse, c'est le cas des régions périphériques peu peuplées, par exemple. A l'heure actuelle, il ne faut pas s'attendre à ce que de nouveaux prestataires de services mettent en place des structures parallèles couvrant l'ensemble du territoire, même dans le contexte d'une desserte de base redéfinie (selon point 3.2). Par contre, dans une perspective dynamique, il est toutefois concevable que la position de monopoliste naturel disparaisse avec le temps sous l'effet du progrès technique et des changements de comportement de la clientèle.</p>
<p>Solution: accès au «dernier kilomètre» postal</p>	<p>A ce jour, les fournisseurs privés ne bénéficient pas encore du libre accès à des prestations partielles du réseau postal, ou seulement aux conditions dictées par le détenteur du monopole. Néanmoins, un contrat cadre entre la Poste suisse et ses concurrents vient</p>

Priorité à une solution négociée ...

d'être signé afin de régler l'accès au «dernier kilomètre» postal. Afin que l'avantage économique résultant de l'exploitation par la Poste suisse d'une desserte de base sur tout le territoire ne soit pas au détriment des opérateurs tiers et de la clientèle, la Poste suisse doit pouvoir être contrainte – à titre subsidiaire, mais encore préalablement – d'ouvrir sous certaines conditions partiellement son réseau à ses concurrents. Cependant, ce droit à l'accès ne doit pas mener à une extension non désirée de l'infrastructure de la Poste suisse. En outre, il ne doit pas détériorer la qualité des propres prestations de la Poste suisse. Les conditions exactes auxquelles l'accès est garanti doivent prioritairement être négociées par la Poste suisse et les opérateurs tiers («negotiated access»). La solution de la négociation constitue une option flexible sur la base de laquelle les nouveaux concurrents peuvent négocier avec la Poste suisse le prix d'accès à certains segments du réseau postal dans le cadre du service universel (cf. figure 10: dépôt, tri, transport, distribution, boîtes postales).

Figure 10

Accès au réseau dans le domaine du service universel



* prix d'accès

... et fixée en fonction des coûts

Le prix à payer pour l'accès au réseau du service universel devra être soumis à la surveillance de l'autorité de régulation sectorielle et indépendante. Les prix d'accès devraient *en principe être fixés en fonction des coûts*. Au cas où les concurrents ne trouveraient pas de terrain d'entente, l'autorité de régulation devrait subsidiairement pouvoir obliger la Poste suisse à ouvrir partiellement son réseau postal à des tiers pour un prix déterminé. Pour la Poste suisse, le partage de son réseau est également une opportunité permettant de réunir un volume d'envois de lettres supérieur, et de maintenir ainsi des coûts unitaires inférieurs dans le service universel.

3.4 Abandon des contraintes étatiques et de l'emprise politique

Sur un marché postal libéralisé, la Poste suisse doit jouir de la plus grande liberté d'entreprise possible, afin de durablement pouvoir répondre avec rapidité aux besoins de la clientèle et aux actions de la concurrence. Les changements ci-après sont particulièrement nécessaires:

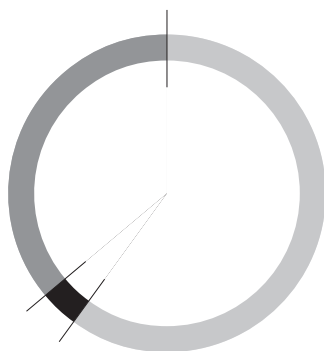
... mais pas de privatisation

a) Transformation en société anonyme

La Poste suisse doit être transformée en société anonyme selon le Code des obligations. Cette opération implique d'*élaguer la loi sur l'organisation de la poste (LOP)* et de *ne plus soumettre son personnel à la loi sur le personnel de la Confédération*. C'est à ces conditions seulement que la Poste suisse pourra se libérer d'une influence politique excessive. Ainsi seront également réunies les conditions permettant à la Poste suisse de *conclure des alliances* internationales et d'accéder si nécessaire à des capitaux privés. En Europe, la majorité des opérateurs publics de services postaux ont d'ores et déjà été transformés en sociétés anonymes. De plus en plus, des participations de ces nouvelles sociétés sont vendues au public ou échangées dans le cadre d'alliances internationales (cf. figure 11). En Allemagne, par exemple, le gouvernement fédéral s'est séparé de ses dernières participations dans la poste allemande en été 2005. En Belgique, la poste a été partiellement privatisée dans un partenariat stratégique avec la poste danoise. En Autriche également, on réfléchit actuellement à une possible privatisation partielle. Dès lors, la LOP, élaguée, devra se concentrer sur la réglementation des questions de propriété. La conduite parallèle d'activités en partie financées par l'Etat (service universel) et d'activités essentiellement privées (services libres, vente d'ordinateurs, papeterie, éventuelle banque postale) nécessite un règlement clair respectant les principes de base de la concurrence. Cela exige notamment un renforcement de l'interdiction des subventions croisées et les moyens de contrôle adéquats.

Figure 11

Formes juridiques de l'opérateur postal historique en Suisse et dans l'UE



Source: WIK-Consult 2004, Main Developments in the European Postal Sector, p. 102.

Caisse de pension: solution acceptable sur le plan de la politique financière

b) Base financière saine

Dans la perspective de l'ouverture complète du marché postal, la Poste suisse doit afficher des finances suffisamment solides pour assurer son existence à long terme. Au cours de ces dernières années, elle a considérablement amélioré sa base financière. Cependant, la situation de sa caisse de pension est toujours critique, bien que le bilan actuariel au 31 décembre 2004 présentait un degré de couverture de 94,5%, contre 90% en 2003. Il n'est donc pas à exclure qu'il faudra, en cas de besoin, assainir la situation par des capitaux tiers. Les effets d'une telle opération sur les finances publiques devraient être, le cas échéant, clairement évalués et il importerait de trouver *une solution acceptable sur le plan de la politique financière, y compris en prenant en considération toutes les adaptations possibles au niveau des cotisations et des prestations*.

Intégrer les partenaires sociaux	<p>c) Adaptation aux conditions de l'économie privée</p> <p>Il s'agit en particulier d'adapter les <i>obligations et prestations de la caisse de pension</i> de la Poste suisse en les ajustant aux conditions en vigueur dans le secteur privé (en particulier la primauté des cotisations). Les <i>conditions de travail</i> des employés de la Poste suisse doivent elles aussi être adaptées à celles du secteur privé. Des conditions d'embauche plus flexibles sont notamment un facteur de succès contribuant au maintien des emplois. L'extension d'une convention collective de travail (CCT) à la totalité du secteur postal sur la base de celle de la Poste suisse n'est pas souhaitable. En revanche, il conviendrait de tenir compte des conditions spécifiques aux différentes catégories professionnelles établies (vente, logistique, services financiers, etc.). En ce qui concerne les concurrents de la Poste suisse, une solution intégrant les partenaires sociaux est à privilégier.</p>
Profiter des effets de synergie ...	<p>d) Possibilité d'élargir le champ d'activités</p> <p>En principe, pour autant que certaines règles économiques de base soient respectées, rien ne s'oppose à ce que la Poste suisse élargisse son champ d'activités (ex. papeterie, vente de matériel informatique) et <i>concurrence ainsi directement l'offre du secteur privé</i>. De telles activités peuvent être justifiées sur le plan économique par des effets de synergie induits par l'utilisation commune du réseau des offices postaux existant. Toutefois, une telle stratégie peut uniquement être mise en œuvre si les distorsions à la concurrence portant préjudice aux prestataires privés sont exclues. Cela implique que les éventuelles activités de la Poste suisse en concurrence soient intégralement financées par des capitaux privés et séparées du service universel sur les plans organisationnels et juridiques. Ainsi, les conditions suivantes doivent impérativement être remplies:</p> <ul style="list-style-type: none"> – séparation complète (organisationnelle, juridique et financière) du service universel de la Poste suisse, – nécessité de privatiser (c'est-à-dire pas de financement des capitaux propres par les deniers publics ou par le produit des rentes de monopole), – pas de garantie étatique.
... mais sans distorsions à la concurrence	<p>Ces principes de base assureront que des activités financées par l'Etat (au bénéfice d'un coût du capital plus avantageux et d'une garantie de l'Etat) ne provoquent pas une concurrence déloyale à l'égard des prestataires privés. La LOP doit veiller à exclure de telles distorsions.</p>
Banque postale étatique: ne répond à aucun besoin	<p>Dans le domaine des services bancaires, l'offre actuelle de produits est suffisante. De ce fait, la création <i>d'une banque postale étatique ne répond à aucun besoin</i>. Cependant, les réflexions actuelles du Conseil fédéral sur la création d'une banque postale vont permettre d'examiner le projet avec toute l'attention voulue. La situation actuelle n'est cependant pas totalement infondée.</p>
	<p>e) La Poste suisse peut conserver ses bénéfices</p> <p>La Poste suisse doit avoir la possibilité de disposer librement de ses bénéfices (les modalités de distribution du bénéfice ne doivent plus être de la compétence de la Confédération).</p>

4 Annexe

4.1 Stratégies d'ouverture du marché en cours*

Allemagne

Domaines réservés au début de l'ouverture du marché

01.01.1998

- Envois nationaux et internationaux de lettres et catalogues jusqu'à 350g
- Envois en masse à partir de 50 unités jusqu'à 50g. Cinq fois le tarif standard (concerne le prix d'une lettre de la catégorie standard la plus rapide (habituellement J+1) et de la classe de poids la plus basse).

Domaine actuellement réservé

Depuis 01.01.2003

- Envois nationaux de lettres et catalogues jusqu'à 100g
- Envois de lettres en masse à partir de 50 unités jusqu'à 50g. Trois fois le tarif standard

Exceptions au domaine réservé

- Prestations postales de grande valeur (licence D)
- Consolidation des envois et utilisation de l'accès aux prestations partielles (licence E)

Mesures de libéralisation à venir

A partir du 01.01.2006

- Baisse de la limite de monopole à 50g et de la limite de prix à 2,5 fois le tarif standard

A partir du 01.01.2008

- Ouverture totale du marché

Grande-Bretagne

Domaines réservés au début de l'ouverture du marché

01.09.1999

- Envois nationaux de lettres jusqu'à 350g
- Limite de prix: 1£

Domaine actuellement réservé

- Envois nationaux de lettres jusqu'à 100g

— Limite de prix: 0,80£

Exceptions au domaine réservé

- Envois en masse à partir de 4000 unités par expéditeur
- Consolidation des envois postaux et dépôt à Royal Mail
- Autres services qui se distinguent du service universel par des caractéristiques particulières

Mesures de libéralisation à venir

01.01.2006

- Ouverture totale du marché

Pays-Bas

Domaines réservés au début de l'ouverture du marché

04.12.1997

- Envois nationaux de lettres jusqu'à 350g. Cinq fois le tarif standard

Domaine actuellement réservé

- Envois nationaux de lettres, jusqu'à 100g. Trois fois le tarif standard

Mesures de libéralisation à venir

- Aucune date définitive fixée.

Dépend des mesures de libéralisation allemandes et britanniques.

Suède

Début de l'ouverture du marché

01.01.1994

- Ouverture totale du marché

Source: WIK-Consult 2005, Evaluation du marché postal en Suisse

* état: mai 2005

4.2 Notes

- ¹ PostReg, 2005, Rapport d'activité 2004.
- ² Source: KPMG Fides Peat dans PostReg, 2005, Rapport d'activité 2004, p. 14.
- ³ En rapport avec le volume du chiffre d'affaires des services libres (estimation propre).
- ⁴ En rapport avec l'utilisation des prestations par les services libres. En partant du principe que le secteur des lettres supportera encore plus de 85% des «coûts non couverts».
- ⁵ Correspond à une économie de coûts dans le segment des services financiers de l'ordre de 5% (La Poste, Rapport financier 2004, p. 33, estimation propre).
- ⁶ Correspond à une compression des coûts de quelque 20% dans le réseau postal (La Poste, Rapport financier 2004, p. 33, estimation propre).
- ⁷ Estimation propre.
- ⁸ Source: La Poste, Rapport 2004, p. 8.
- ⁹ Le taux de l'impôt prélevé sur le bénéfice du service universel avant impôts est estimé à 22%.
- ¹⁰ Il est fait l'hypothèse d'une rémunération usuelle pour la branche (soit 6%) pour un capital de dotation de 1300 mio. CHF (La Poste, Rapport financier 2004, p. 20).
- ¹¹ L'hypothèse d'une baisse du chiffre d'affaires des lettres adressées de quelque 10% est retenue. Au total, le chiffre d'affaires actuel atteint 2,23 mrd. CHF dans ce domaine (PostReg, Rapport d'activité 2004, p. 24). Si l'on retient une marge bénéficiaire de 20% (selon wik-Consult 2005, évaluation du marché postal suisse), il en résulte une baisse de résultat de 45 mio. CHF.
- ¹² La réduction attendue de 10% des prix des lettres a une incidence directe sur le résultat (marge bénéficiaire divisée par deux à 10% pour un chiffre d'affaires de 2.2 mrd. CHF). On s'attend ainsi à une baisse équivalente du résultat.
- ¹³ On s'attend à une croissance de 5% du total des recettes des lettres (hypothèse: marge = 20%).
- ¹⁴ Cela correspond à 3% environ des recettes actuelles du réseau postal. Source: La Poste, Rapport financier 2004, p. 33, calcul propre).
- ¹⁵ On s'attend à une baisse du chiffre d'affaires des lettres de 10% avec une marge bénéficiaire de 20%.

5 Organisations participant aux travaux

Les organisations ci-après ont participé à l'élaboration du présent document:

economiesuisse

Association suisse des banquiers

Union suisse des arts et métiers

Association suisse de marketing direct

Association suisse pour la communication visuelle VISCOM

Swiss Retail Federation

Union des fabricants suisses d'enveloppes

Association de l'industrie suisse de la cellulose, du papier et du carton

Association suisse de vente par correspondance

economiesuisse
Verband der Schweizer Unternehmen
Hegibachstrasse 47
Postfach
CH-8032 Zürich

economiesuisse
Fédération des entreprises suisses
Carrefour de Rive 1
Case postale 3684
CH-1211 Genève 3

economiesuisse
Verband der Schweizer Unternehmen
Spitalgasse 4
Postfach
CH-3001 Bern

economiesuisse
Federazione delle imprese svizzere
Via Bossi 6
Casella postale 5563
CH-6901 Lugano

economiesuisse
Swiss Business Federation
Avenue de Cortenbergh 168
B-1000 Bruxelles

www.economiesuisse.ch