



Observatoire annuel des activités postales
en France



Année 2012

Remarques générales

Périmètre de la collecte et sources utilisées

L'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes publie les résultats de l'enquête annuelle 2012, menée sur les marchés des activités postales et des activités connexes. Cette enquête a été conduite auprès des opérateurs autorisés au 31 décembre 2012 et auprès des opérateurs des marchés non soumis à autorisation pour la publicité non adressée.

Les données sur le marché des envois de correspondance 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 et des postes (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 ».

Sur les marchés non soumis à autorisation (presse, express et publicité), des sources complémentaires sont utilisées. Pour l'express, les données proviennent de la publication du ministère de l'écologie, du développement durable et de l'énergie relative à la messagerie et l'express. Les chiffres sur le volume du portage de presse sont issus de l'observatoire de l'office de justification de la diffusion (OJD) tandis que les dépenses publicitaires sont celles publiées par iFrance Presse et l'Irep.

Evolution du périmètre de la publication

Jusqu'en 2011, l'ARCEP publiait dans ses observatoires sur les activités postales, des données relatives aux colis de moins de 30 kg distribués en France, que ceux-ci soient envoyés dans des délais garantis (express) ou non.

Le segment des colis n'est pas soumis à autorisation. Afin d'évaluer la taille globale de ce marché, l'ARCEP procédait à des estimations (en volume comme en valeur), en compilant plusieurs sources :

- pour l'express léger, l'Autorité appliquait les évolutions publiées par le ministère de l'écologie, du développement durable et de l'énergie pour estimer le marché ;
- pour les autres colis, une partie de l'information provenait des opérateurs autorisés, et était complétée par des données transmises par la FEVAD.

Ces dernières étaient basées sur une collecte spécifique auprès de ses adhérents. Depuis 2011, le périmètre de cette collecte a évolué et ne permet plus de disposer des éléments nécessaires à l'ARCEP pour l'estimation globale du marché des colis.

Les données de la présente publication concernent ainsi désormais uniquement les colis distribués par les opérateurs autorisés.

Les données relatives aux années antérieures à 2011 ne sont pas disponibles.

Synthèse

En 2012, le revenu des opérateurs autorisés s'élève à 10,9 milliards d'euros hors taxes, pour un volume de 17,2 milliards d'objets pour les activités postales et connexes (plis, colis, presse, domestique et à l'international).

Le marché des **envois de correspondance** distribués en France continue de décroître. Le revenu est évalué, en 2012, à 8,3 milliards d'euros, soit un recul de 2,9 % en un an. Le nombre de courriers distribués s'élève à 14,0 milliards de plis, en baisse de 4,2% (après -3,3 % en 2011) et cela malgré les volumes supplémentaires que représentent les envois de correspondance liés aux élections présidentielles et législatives de 2012.

Avec un revenu d'un peu plus d'un milliard d'euros (soit 8% du marché des envois adressés) pour un volume de 240 millions d'objets, les plis **remis contre signature** décroissent pour la première fois, de 1,8 % en revenu et de 3,6 % en volume.

Le revenu des envois de correspondances hors publicité adressée diminue de 2,3 % en 2012, soit une réduction de 139 millions d'euros. Le nombre de plis, qui s'élève à 9,8 milliards d'objets, baisse de 2,7 % en 2012, confirmant le ralentissement du rythme de baisse observé en 2011 (-3,9 % en 2011 et -4,3 % en 2010 et 2009). Le marché de la publicité adressée voit son revenu diminuer (-6,3 %) après deux années de relative stabilité (autour de -0,5 % en 2011 et 2010) et atteint désormais 1,4 milliard d'euros. Le volume recule de 7,9 % en 2012 et représente désormais moins de 4 milliards d'envois annuels.

Au sein des envois de correspondance, pour la première fois depuis 2007, le courrier égrené connaît une moins forte baisse en volume (-2,0 %) que le courrier industriel (-5,5 %). Néanmoins, la baisse de leurs revenus se fait au même rythme. Le revenu atteint 3,9 milliards d'euros pour le courrier égrené (soit -3,2 % par rapport à 2011) contre 3,4 milliards d'euros pour le courrier industriel (-3,2 % en 2012).

Le revenu provenant des objets distribués à l'export augmente de 2,9 % en 2012 et atteint 556 millions d'euros grâce aux recettes liées à l'export de colis, dont le montant progresse de 11,9% en 2012, et à la stabilisation du revenu des envois de correspondance (-0,1 %). Mais ce revenu représente moins de 5% du revenu global sur le marché des activités postales. Les flux d'objets exportés reculent de 2,1 % en 2012, soit une moindre baisse par rapport à celle observée en 2011 (-9,2 %). Ce ralentissement s'explique par la croissance des flux d'export de publicité adressée en 2012 (+5,1 %) mais aussi par l'augmentation du volume de l'export de colis (19,4 % en 2012).

Le revenu de la distribution de **presse** par circuit postal augmente de 2,7 % en 2012. L'augmentation du revenu s'explique en partie par celle des tarifs d'acheminement, encadrée par les accords Schwartz. Le marché de la distribution de presse à domicile, qui se place en deuxième position en nombre d'objets distribués (circuit postal et portage confondus), décroît régulièrement en volume depuis 2005, excepté en 2007 où le trafic s'était stabilisé. En 2012, ce volume s'élève à 2,5 milliards d'objets (-2,2 %) et représente 15 % du flux des objets distribués.

Le revenu des opérateurs autorisés provenant de la distribution domestique de **colis** atteint de 1,6 milliard d'euros en 2012 (y compris les colis remis contre signature). Le volume de colis distribués par ces mêmes opérateurs atteint environ 328 millions d'objets. La tendance est à la hausse en volume (+4,6 %) comme en valeur (+2,8 %). Ces données représentent uniquement l'activité des opérateurs autorisés sur le segment du colis de moins de 30 kg et en conséquence, ne constituent pas l'intégralité du marché de la distribution de colis en France.

Contrairement à 2011, les flux de **publicité non adressée** diminuent de 1,3 % soit 277 millions d'objets en moins pour un volume total de 22 milliards. Le revenu correspondant est stable (0,2 %) en 2012 à 710 millions d'euros.

SOMMAIRE

Synthèse.....	3
<u>PARTIE I – Panorama des marchés en 2012</u>	<u>5</u>
1. Les envois de correspondance distribués en France	8
1.1 Les envois de correspondance par niveau d'urgence	8
1.2 Publicité adressée et autres envois de correspondance	11
1.3 Trafic industriel et trafic égrené.....	13
1.4 Les envois de correspondance remis contre signature	15
2. Les colis distribués en France.....	16
3. Courrier international : export et import	18
3.1 Le marché du courrier international.....	18
3.2 Focus sur l'export.....	20
4. La presse	24
4.1 La presse distribuée par portage.....	25
4.2 La presse distribuée par circuit postal.....	26
5. La publicité non adressée	27
<u>PARTIE II – Investissements et emploi des activités postales.....</u>	<u>28</u>
1. Les investissements.....	28
2. Les emplois.....	30
<u>ANNEXES.....</u>	<u>31</u>
1. Sources et opérateurs autorisés	31
2. Définitions des différents segments de marché	32
3. Eléments sur le marché postal	34

PARTIE I – Panorama des marchés en 2012

Le revenu total sur le marché postal des objets adressés s'élève à 10,9 milliards d'euros hors taxes en 2012.

Avec 8,3 milliards d'euros, le revenu des envois de correspondance distribués en France décroît de 2,9 % en 2012. Le revenu provenant des plis remis contre signature retrouve son niveau de 2010 avec 1,1 milliard d'euros, soit 12,7 % des envois de correspondance en 2012.

Le revenu des opérateurs autorisés sur le segment du marché des colis (ordinaires y compris les colis remis contre signature) distribués en France représente 1,6 milliard d'euros en 2012 en hausse de 2,8 % par rapport à l'année précédente. Le revenu des opérateurs autorisés ne représente qu'une partie du marché de la distribution des colis.

La distribution de presse par voie postale (abonnements de journaux et de magazines) connaît une augmentation de revenu de 2,7 % en 2012. Il s'élève à 475 millions d'euros, notamment grâce la hausse de certains tarifs de la distribution de presse en 2011¹ et en 2012².

Le marché de l'export, tous produits confondus, est évalué à 556 millions d'euros en 2012, en croissance de 2,9 % par rapport à 2011. Seul le revenu des colis distribués à l'export est en augmentation (+11,9 % en 2012). Le revenu des envois de correspondance est stable (-0,1 % par rapport à 2011) alors que celui de la presse diminue de 2,5 %.

La publicité non adressée atteint 710 millions d'euros en valeur, stable par rapport à 2011 (+0,2 %) après une croissance continue depuis 2008 (+2,4 % en moyenne annuelle entre 2008 et 2011). Malgré des volumes importants, ce marché génère peu de revenu, en raison de la faible valeur ajoutée de cette prestation. Celle-ci ne nécessite en outre ni collecte ni tournée quotidienne et n'est pas considérée comme un envoi postal.

Activités postales et marchés connexes de distribution - Revenus des envois

	2008	2009	2010	2011	2012	Evolution 2011- 2012
<i>(en millions d'euros hors taxes)</i>						
Distribués par les opérateurs autorisés en France						
Envois de correspondance (y compris remis contre signature)	9 355	8 875	8 659	8 556	8 305	-2,9%
Colis (y compris remis contre signature)*	ND	ND	ND	1 520	1 562	2,8%
Distribution postale de la presse aux abonnés**	464	459	456	462	475	2,7%
Total des objets adressés distribués en France	-	-	-	10 538	10 341	-1,9%
Distribués à l'Export						
Envois de correspondance	392	376	391	380	379	-0,1%
Colis	108	121	131	140	157	11,9%
Presse	28	24	22	20	20	-2,5%
Total des objets adressés Export	527	521	544	540	556	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 adressée.

*non compris les revenus des acteurs du marché du colis sans autorisation postale

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

Activités postales et marchés connexes de distribution - Revenus des envois

	2008	2009	2010	2011	2012	Evolution 2011- 2012
<i>(en millions d'euros hors taxes)</i>						
Total publicité non adressée	673	680	693	708	710	0,2%

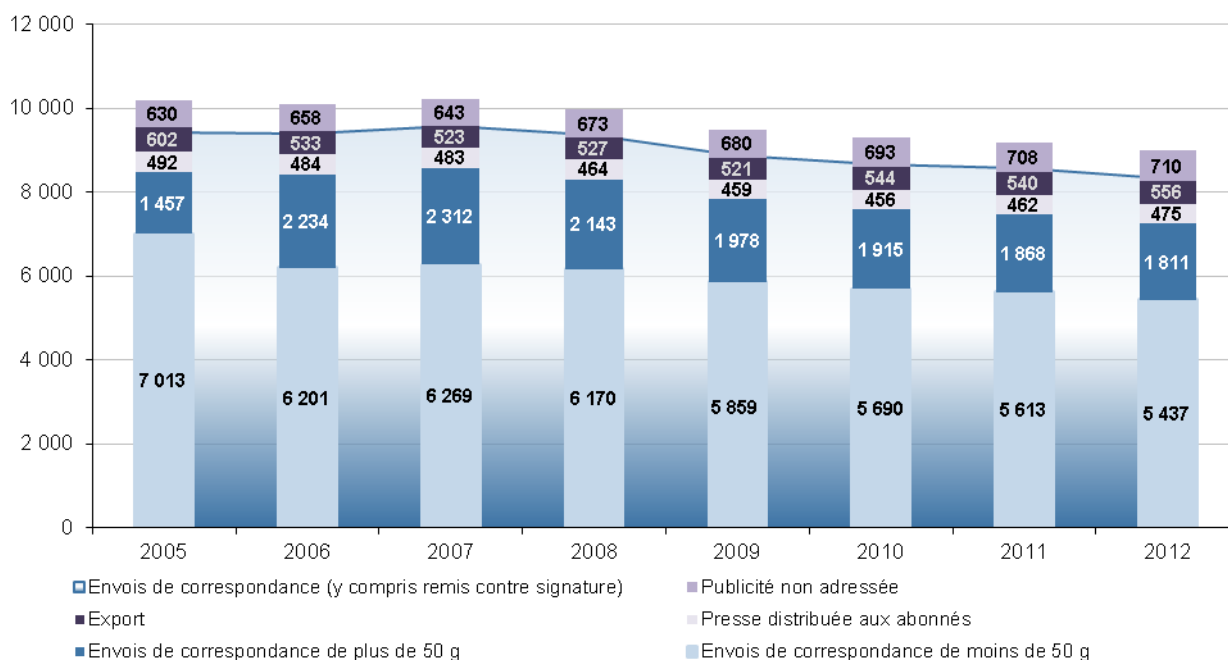
Source: ARCEP, Observatoire statistique des activités postales

¹ Avis n° 2011-0429 de l'ARCEP en date du 14 avril 2011 relatif aux tarifs des services d'envois de journaux et imprimés périodiques du service universel postal

² Avis n° 2012-0575 de l'ARCEP en date du 31 mai 2012 relatif aux tarifs des services d'envois de journaux et imprimés périodiques du service universel postal

Activités postales et marchés connexes des opérateurs autorisés (hors colis) Revenu

millions d'euros HT



Le volume des objets distribués en France et à l'export atteint 17,2 milliards d'objets en 2012.

Le nombre d'envois de correspondance recule (-4,2 %), malgré l'effet positif dû aux volumes des plis liés aux élections présidentielles et législatives de 2012. Le nombre d'envois de correspondance remis contre signature recule de 3,6 % en 2012 et représente moins de 2 % du volume des envois de correspondance.

Le volume de presse distribué (par circuit postal et portage) aux abonnés diminue de 2,2 % par rapport à 2011, pour un volume de 2,5 milliards d'exemplaires. La structure de distribution se modifie avec le développement du portage dont la part (43,8 % en 2012) a crû de 10 points depuis 2004.

Le nombre de colis distribués en France par les opérateurs autorisés atteint 328 millions en 2012, soit 15 millions de colis distribués en plus par rapport à 2011. Ce volume ne constitue pas l'intégralité du marché du colis, qui comprend également des acteurs non autorisés auprès de l'ARCEP (comme les points de retrait par exemple).

Le nombre d'objets (presse, colis et envois de correspondance) à destination de l'étranger baisse de 2,1 % en 2012. Ce reflux est dû à la diminution des envois de correspondance à destination de l'étranger (-2,7 %) et du volume de presse distribué à l'export (-6,2 %). L'augmentation du nombre de colis distribués à l'export de 19,4 % en 2012 ne parvient pas à compenser la baisse observée sur les autres marchés à l'export.

Le volume de la publicité non adressée diminue de 1,3 %, après deux années d'augmentation (4,6 % en 2011 et 8,1 % en 2010).

Activités postales et marchés connexes de distribution - Volumes des envois

(en millions d'objets)	2008	2009	2010	2011	2012	Evolution 2011-2012
Distribués en France						
Envois de correspondance (y compris remis contre signature)	16 389	15 588	15 047	14 568	13 955	-4,2%
Colis (y compris remis contre signature)*	ND	ND	ND	313	328	4,6%
Distribution postale de la presse aux abonnés**	2 688	2 620	2 583	2 557	2 501	-2,2%
Total des objets adressés distribués en France				17 438	16 784	-3,8%
Distribués à l'Export						
Envois de correspondance	468	436	413	370	360	-2,7%
Colis	10	13	13	15	18	19,4%
Presse	25	22	20	20	18	-6,2%
Total des objets adressés Export	503	471	446	405	396	-2,1%

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.

*non compris les volumes des acteurs du marché du colis sans autorisation postale

** Y compris les volumes issus du portage de presse

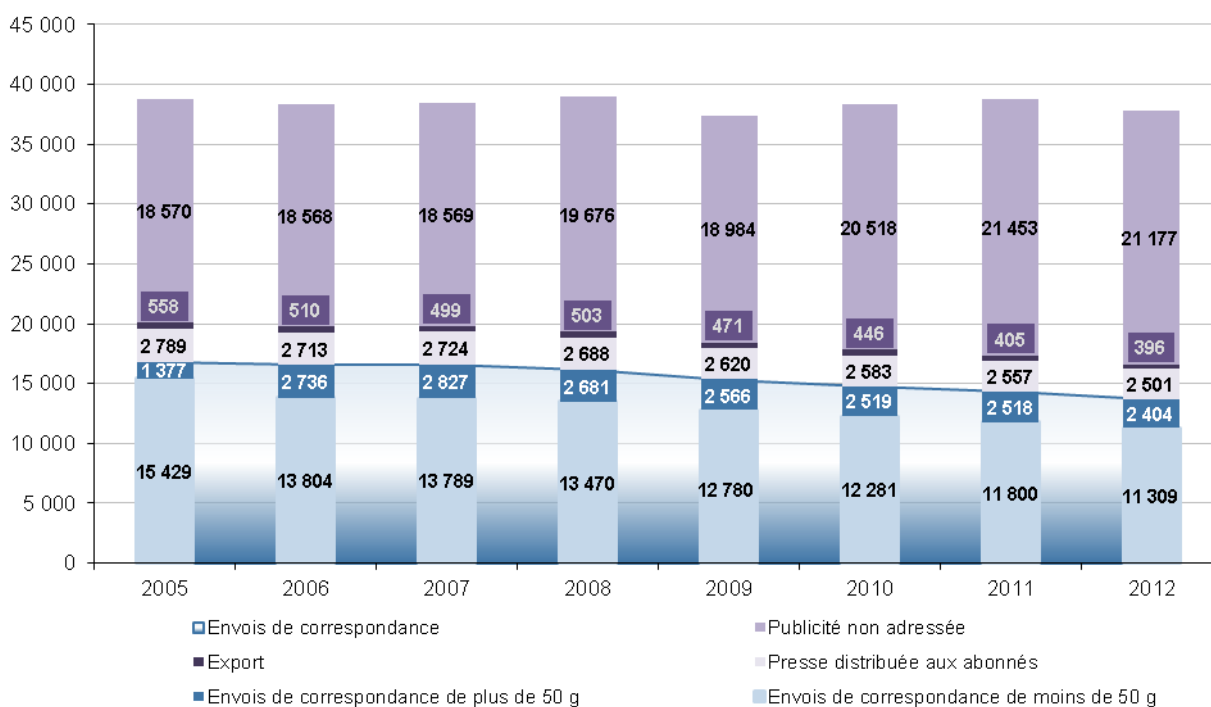
Activités postales et marchés connexes de distribution - Volumes des envois

(en millions d'objets)	2008	2009	2010	2011	2012	Evolution 2011-2012
Total publicité non adressée	19 676	18 984	20 518	21 453	21 177	-1,3%

Source: ARCEP, Observatoire statistique des activités postales

Activités postales et marchés connexes des opérateurs autorisés (hors colis)
Volume

millions d'objets



1. Les envois de correspondance distribués en France

Les envois de correspondance de moins de deux kilogrammes (y compris les plis remis contre signature) représentent 8,3 milliards d'euros pour 14,0 milliards d'objets distribués en 2012. La contraction du revenu s'intensifie et atteint 2,9 % en 2012, soit 1,7 point de plus par rapport à l'année précédente. Le nombre d'envois de correspondance diminue de 4,2 % en 2012 ce qui est sensiblement supérieur à l'année 2011 (-3,2 %).

Revenus

(millions d'euros)	2008	2009	2010	2011	2012	Evolution 2011- 2012
Envois de correspondance remis contre signature	1 042	1 038	1 055	1 075	1 056	-1,8%
Autres envois de correspondance	8 313	7 837	7 605	7 482	7 249	-3,1%
Total envois de correspondance	9 355	8 875	8 659	8 556	8 305	-2,9%

Source: ARCEP, Observatoire statistique des activités postales

Volume

(en millions d'objets)	2008	2009	2010	2011	2012	Evolution 2011- 2012
Envois de correspondance remis contre signature	237	241	247	249	240	-3,6%
Autres envois de correspondance	16 152	15 347	14 800	14 319	13 714	-4,2%
Total envois de correspondance	16 389	15 588	15 047	14 568	13 955	-4,2%

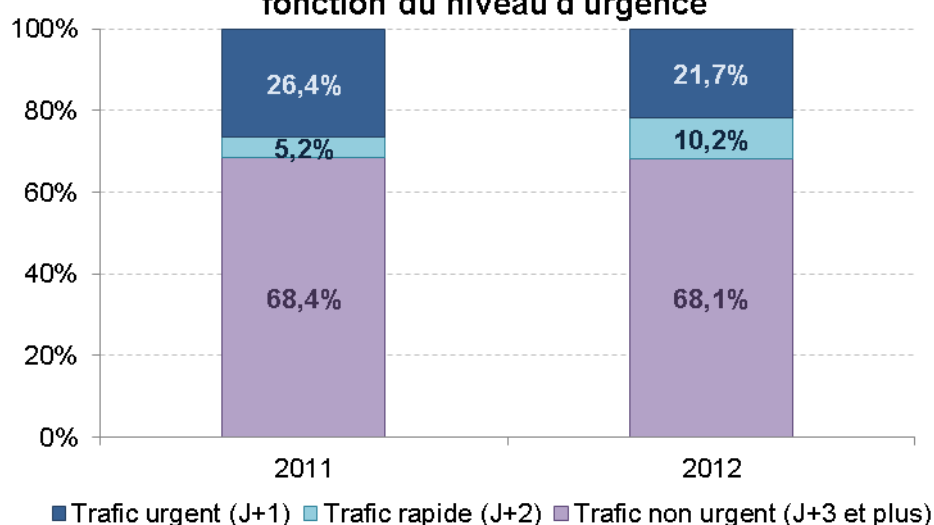
Source: ARCEP, Observatoire statistique des activités postales

1.1 Les envois de correspondance par niveau d'urgence

Le marché des envois de correspondance peut être segmenté en trois niveaux d'urgence selon le délai d'acheminement : les envois prioritaires ou urgents correspondent à un tarif d'affranchissement dont le délai de distribution est J+1 ; le trafic rapide correspond à un délai de distribution en J+2 et enfin le trafic non urgent ou économique correspond à un délai de distribution en J+3 ou plus.

La création par La Poste au 1^{er} octobre 2011 de la « Lettre Verte » a entraîné le développement des envois au tarif rapide (J+2), qui représentent 10,2 % des envois de correspondance en 2012, en croissance de cinq points par rapport à 2011. La part des envois non urgent étant stable autour de 68 %, la croissance du trafic rapide se fait au détriment du trafic urgent (moins 4,5 points par rapport à 2011).

Répartition des envois de correspondance en fonction du niveau d'urgence



Le revenu des envois de correspondance de moins de 50 g (ancien secteur réservé jusqu'au 1^{er} janvier 2011) diminue de 3,1 % en 2012 et atteint 5,4 milliards d'euros, en baisse de 177 millions d'euros. Il constitue 75 % du revenu issu des envois de correspondance en 2012, proportion stable depuis 2009.

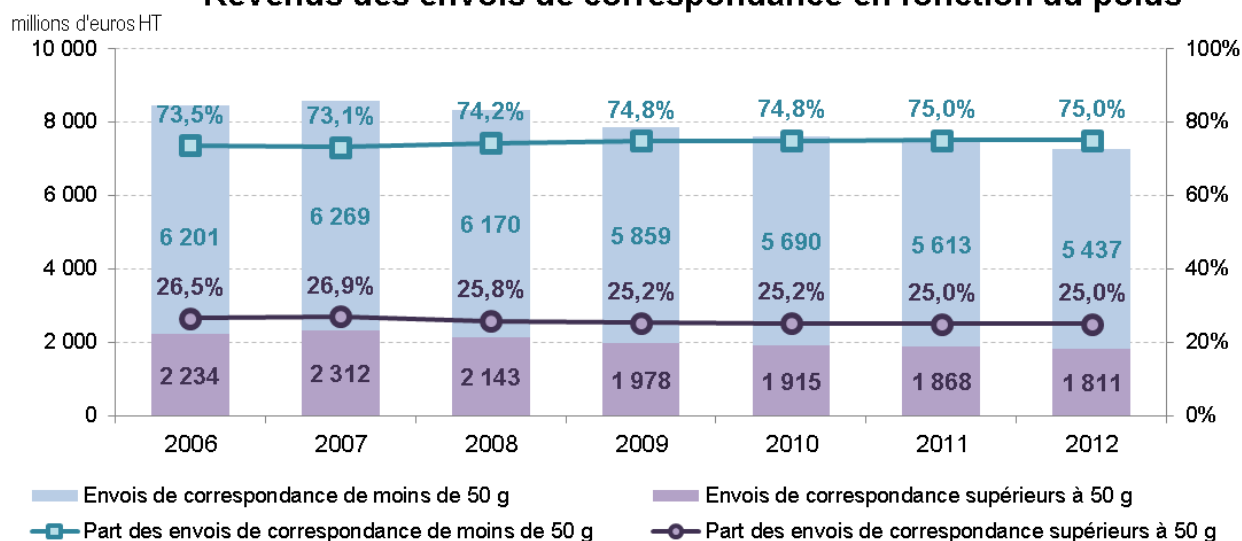
En ce qui concerne les envois de plus de 50 g, qui correspondent au secteur ouvert à la concurrence depuis 2006, le recul du revenu est également de 3,0 % par rapport à 2011.

Revenus

(millions d'euros)	2008	2009	2010	2011	2012	Evolution 2011-2012
Envois de correspondance de moins de 50 g	6 170	5 859	5 690	5 613	5 437	-3,1%
Envois de correspondance supérieurs à 50 g	2 143	1 978	1 915	1 868	1 811	-3,0%
Total envois de correspondance	8 313	7 837	7 605	7 482	7 249	-3,1%

Source: ARCEP, Observatoire statistique des activités postales

Revenus des envois de correspondance en fonction du poids



Le volume des envois de correspondance de moins de 50 g (11,3 milliards d'envois) diminue de 491 millions de plis, soit un recul de 4,2 % par rapport à l'année précédente. Le volume des envois de plus de 50 g (2,4 milliards d'envois) recule à un rythme similaire (-4,5 % en 2012), soit 114 millions de plis distribués en moins.

Répartition des envois de correspondance selon l'urgence

en millions	2008	2009	2010	2011	2012	Evolution 2011-2012
Envois de correspondance de moins de 50 g	13 470	12 780	12 281	11 800	11 309	-4,2%
Envois de correspondance supérieurs à 50 g	2 681	2 566	2 519	2 518	2 404	-4,5%
Total des envois de correspondance distribués en France	16 152	15 347	14 800	14 319	13 714	-4,2%

Source: ARCEP, Observatoire statistique des activités postales

Contrairement à la tendance observée depuis 2009, la baisse du nombre d'envois de correspondance a été plus forte en 2012 pour les plis envoyés au tarif non urgent (J+3 et plus) avec une diminution de 4,6 % par rapport à 2011. Avec un volume de 9,3 milliards d'objets, ce trafic reste majoritaire (68,1 % en 2012) dans l'ensemble des envois de correspondance. Le trafic urgent et rapide représente 4,4 milliards de plis en 2012, soit un recul de 3,4 % par rapport à l'année précédente.

Répartition des envois de correspondance selon l'urgence

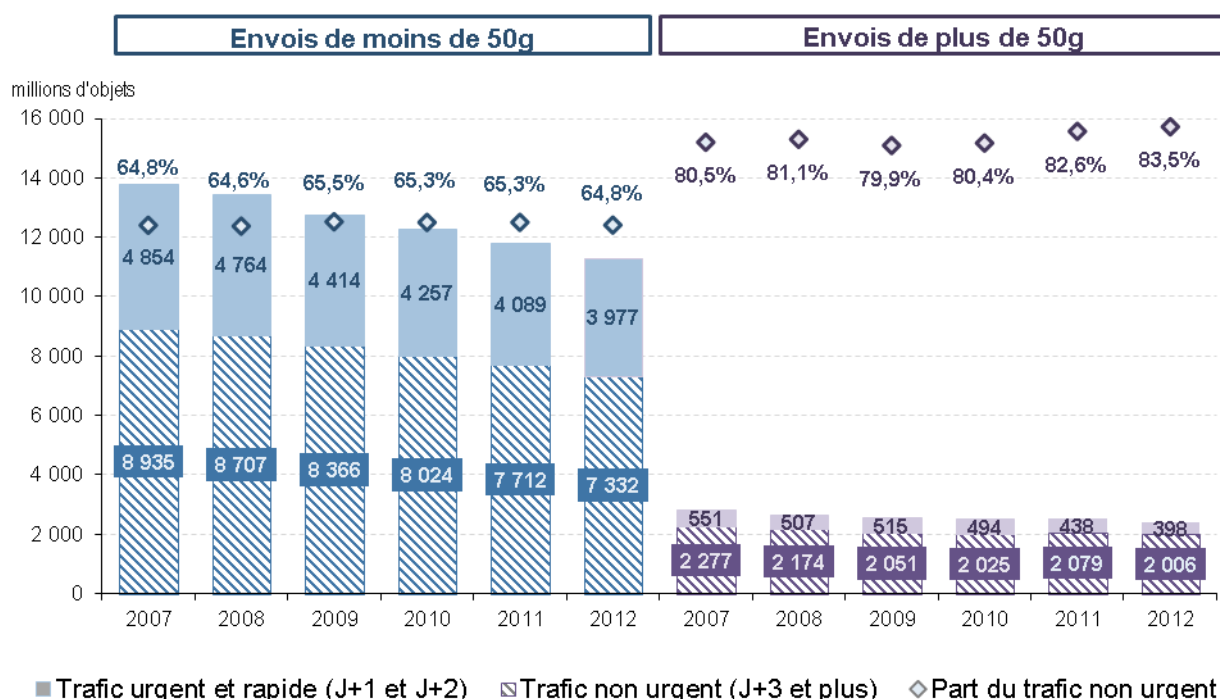
(en millions d'objets)	2008	2009	2010	2011	2012	Evolution 2011-2012
Trafic urgent et rapide (J+1 et J+2)	5 271	4 930	4 752	4 528	4 375	-3,4%
Envois de correspondance de moins de 50 g	4 764	4 414	4 257	4 089	3 977	-2,7%
Envois de correspondance supérieur à 50 g	507	515	494	438	398	-9,3%
Trafic non urgent (J+3 et plus)	10 881	10 417	10 049	9 791	9 338	-4,6%
Envois de correspondance de moins de 50 g	8 707	8 366	8 024	7 712	7 332	-4,9%
Envois de correspondance supérieur à 50 g	2 174	2 051	2 025	2 079	2 006	-3,5%
Total des envois de correspondance distribués en France	16 152	15 347	14 800	14 319	13 713	-4,2%

Source: ARCEP, Observatoire statistique des activités postales

La part du trafic non urgent varie en fonction du poids de l'objet (envois de plus de 50 g ou envois de moins de 50 g). Il représente 83,5 % des envois de plus de 50 g, soit une augmentation de plus d'un point par rapport à 2011. Pour les envois de correspondance de plus de 50 g, le trafic non urgent a moins baissé (-3,5%) que le trafic urgent et rapide (-9,3 %) en 2012.

Pour les envois de moins de 50 g, le tarif non urgent représente une part plus faible avec 64,8 % en 2011, en légère diminution (- 0,5 point) en 2012. La baisse plus soutenue du trafic non urgent (-4,9 %) en 2012 par rapport au trafic urgent et rapide (-2,7 %) explique ce recul.

Répartition des envois de correspondance en fonction du poids et selon l'urgence



1.2 Publicité adressée et autres envois de correspondance

Le revenu de la publicité adressée diminue de 6,3 % et atteint 1,4 milliard d'euros en 2012 soit 94 millions d'euros en moins par rapport à l'année précédente. La tendance à la baisse est plus marquée pour le volume avec un recul de 7,9 % par rapport à 2011. Le volume de ces envois atteint 3,9 milliards d'objets en 2012. La diminution observée est cohérente avec la baisse des dépenses en publicité adressée engagées par les annonceurs³.

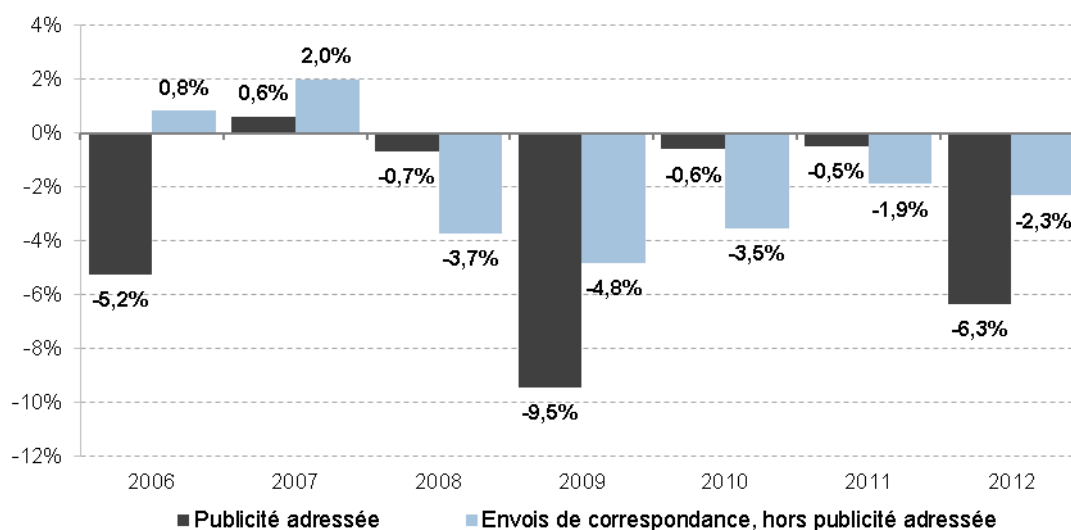
Le revenu des envois de correspondance, hors publicité adressée, diminue de 2,3 % par rapport à 2011 et s'établit à 5,9 milliards d'euros. La baisse du revenu est à mettre en relation avec celle de 2,7 % en un an du nombre d'envois de correspondance hors publicité adressée. Ces envois représentent 9,8 milliards d'objets, soit 71,3 % de l'ensemble du marché des envois de correspondance. Le recul constaté est moins important que les années précédentes (-3,9 % en 2011 et -4,3 % en 2010 et 2009).

Revenus

(en millions d'euros HT)	2008	2009	2010	2011	2012	Evolution 2011- 2012
Publicité adressée	1 646	1 491	1 482	1 475	1 381	-6,3%
Envois de correspondance, hors publicité adressée	6 666	6 346	6 123	6 007	5 868	-2,3%
Total des envois de correspondance	8 313	7 837	7 605	7 482	7 249	-3,1%

Source: ARCEP, Observatoire statistique des activités postales

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



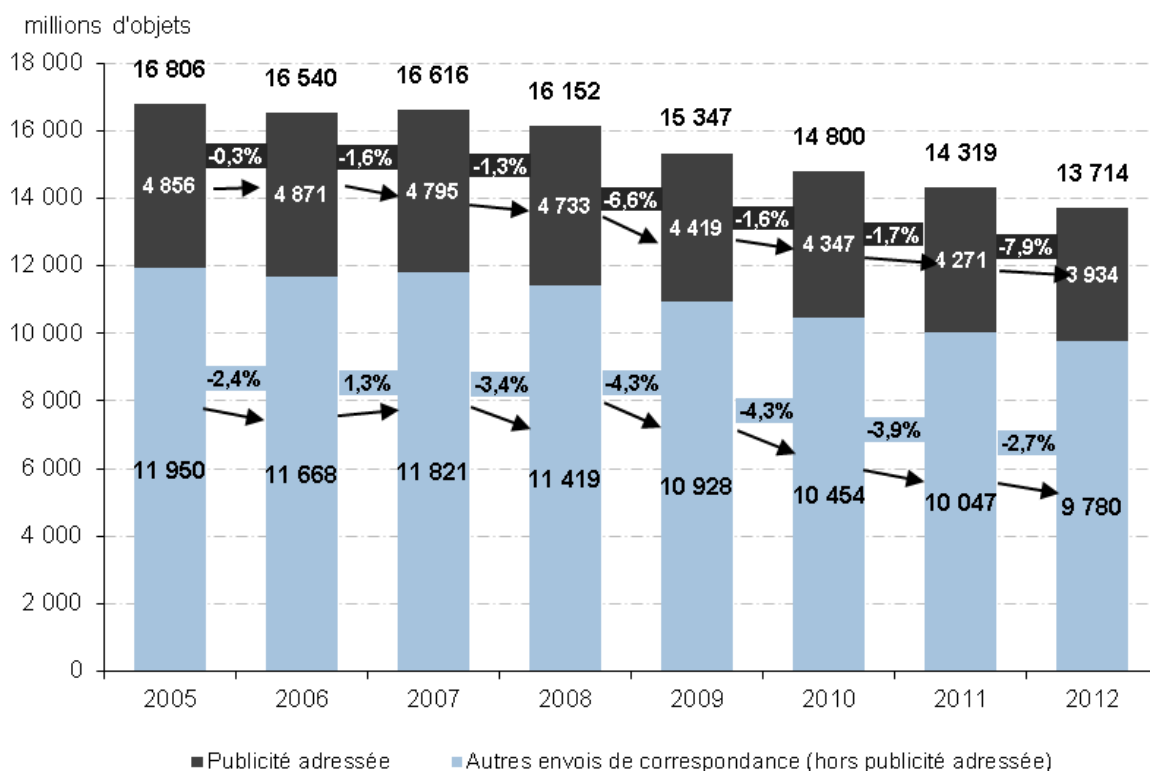
Volumes

(en millions d'objets)	2008	2009	2010	2011	2012	Evolution 2011- 2012
Publicité adressée	4 733	4 419	4 347	4 271	3 934	-7,9%
Envois de correspondance, hors publicité adressée	11 419	10 928	10 454	10 047	9 780	-2,7%
Total des envois de correspondance	16 152	15 347	14 800	14 319	13 714	-4,2%

Source: ARCEP, Observatoire statistique des activités postales

³ Voir la partie I.6 sur la publicité non adressée pour le détail des dépenses en publicité (p.27)

Volume des envois de correspondance distribués en France



1.3 Trafic industriel et trafic égrené

Le trafic industriel représente plus de 60 % des envois de correspondance distribués en France depuis 2009. Il atteint 8,5 milliards d'objets en 2012, soit un recul de 5,5 % en 2012 contre -2,1 % l'année précédente. L'intensification de la baisse s'explique en grande partie par la forte diminution du volume de publicité adressée (-7,9 % en 2012 contre -1,7 % en 2011) et au recul continu du volume des autres envois de correspondance (-3,4 % en 2012 après -2,3 % en 2011). La part de la publicité adressée dans le trafic industriel baisse d'un point en 2012 pour atteindre 46 % en volume et 41% en revenu.

Le revenu du trafic industriel atteint 3,4 milliards d'euros soit une diminution de 3,0 % par rapport à l'année précédente. Cette baisse est liée au recul des envois de publicité adressée (-6,3 %) alors que le revenu des envois de correspondance hors publicité adressée est stable (-0,5 % en 2012 après +0,7 % en 2011).

Trafic industriel - Revenus

millions d'euros	2008	2009	2010	2011	2012	Evolution 2011-2012
Trafic industriel	3 654	3 522	3 474	3 482	3 378	-3,0%
dont publicité adressée	1 646	1 491	1 482	1 475	1 381	-6,3%
dont autres envois de correspondance	2 008	2 031	1 993	2 007	1 997	-0,5%
Part de la publicité adressée dans le trafic industriel	45,0%	42,3%	42,6%	42,3%	40,9%	-1,4 point

Source: ARCEP, Observatoire statistique des activités postales

Trafic industriel - Volumes

millions d'objets	2008	2009	2010	2011	2012	Evolution 2011-2012
Trafic industriel	9 631	9 389	9 226	9 036	8 536	-5,5%
dont publicité adressée	4 733	4 419	4 347	4 271	3 934	-7,9%
dont autres envois de correspondance	4 899	4 970	4 879	4 765	4 602	-3,4%
Part de la publicité adressée dans le trafic industriel	49,1%	47,1%	47,1%	47,3%	46,1%	-1,2 point

Source: ARCEP, Observatoire statistique des activités postales

La baisse du volume du trafic égrené amorcée en 2006 se poursuit en 2012 à un rythme moins soutenu (recul de 2,0 %) qu'en 2011 (-5,3 %). Le revenu associé diminue de 3,2 % en 2012. La baisse continue du revenu peut s'expliquer par la substitution des envois en J+2, moins coûteux aux envois en J+1 dont les tarifs (timbre-poste et hors timbre-poste⁴) ont augmenté au 1^{er} juillet 2011 de 1,4 % à 5,3 % selon le poids et le mode d'affranchissement.

Le courrier égrené des entreprises, qui représente plus de la moitié du trafic égrené, est stable en 2012 (-0,6 % en 2012 contre -7,6 % en 2011). La stabilisation des volumes du courrier égrené pour les entreprises peut s'expliquer par l'épuisement des possibilités de substitution pour les grands émetteurs.

Le trafic égrené des particuliers et des petits professionnels diminue de 3,6 % en 2012, soit 85 millions de plis en moins.

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

en millions d'euros	2008	2009	2010	2011	2012	Evolution 2011-2012
Trafic industriel (envois en nombre >100 envois)	3 654	3 522	3 474	3 482	3 378	-3,0%
Trafic "égrené" déposé chez l'opérateur de distribution	4 658	4 315	4 130	4 000	3 871	-3,2%
Total des envois de correspondance distribués en France	8 313	7 837	7 605	7 482	7 249	-3,1%

Source: ARCEP, Observatoire statistique des activités postales

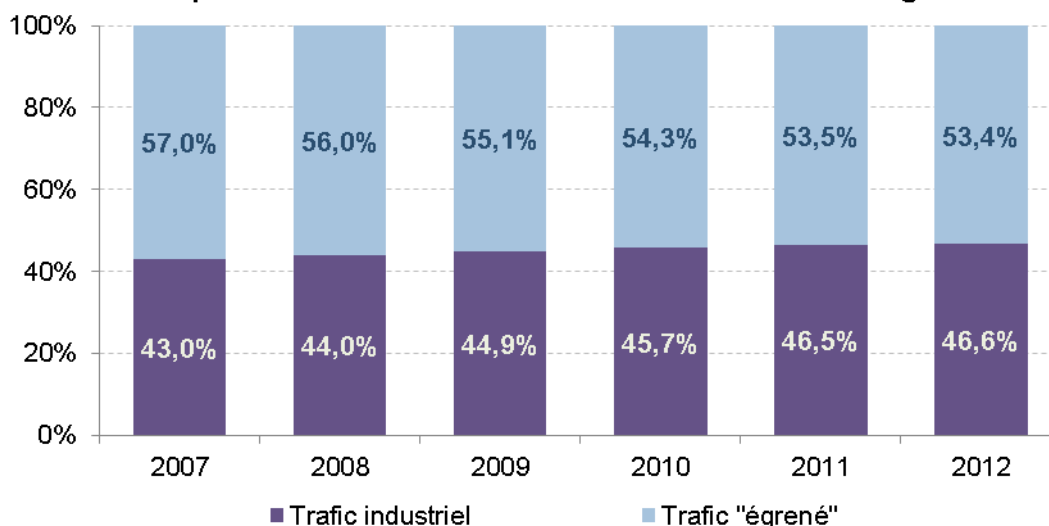
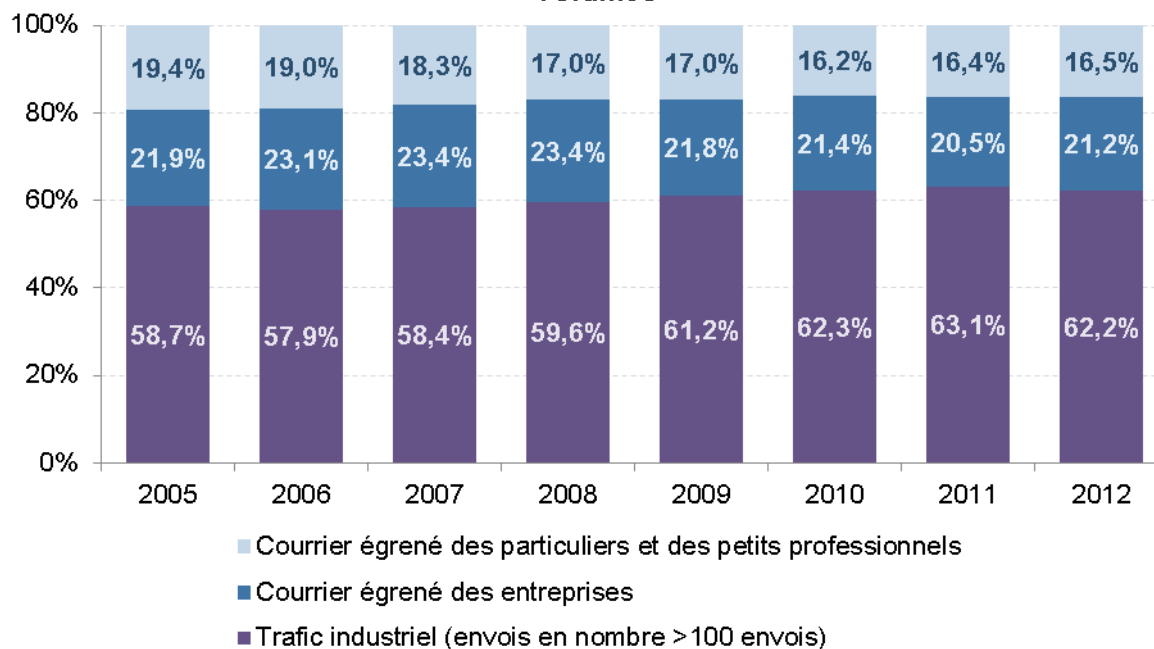
⁴ Avis n° 2011-0415 de l'ARCEP en date du 5 avril 2011 relatif aux tarifs des services d'envois nationaux égrenés du service universel postal

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

en millions d'objets	2008	2009	2010	2011	2012	Evolution 2011-2012
Trafic industriel (envois en nombre >100 envois)	9 631	9 389	9 226	9 036	8 536	-5,5%
Trafic "égrené" déposé chez l'opérateur de distribution	6 520	5 958	5 575	5 281	5 177	-2,0%
Courrier égrené des entreprises	3 772	3 347	3 172	2 929	2 911	-0,6%
Courrier égrené des particuliers et des petits professionnels	2 749	2 611	2 403	2 351	2 266	-3,6%
Total des envois de correspondance distribués en France	16 152	15 347	14 800	14 319	13 714	-4,2%

Source: ARCEP, Observatoire statistique des activités postales

Répartition des revenus du trafic industriel et de trafic égrené

Répartition des envois de correspondance distribués en France
Volumes

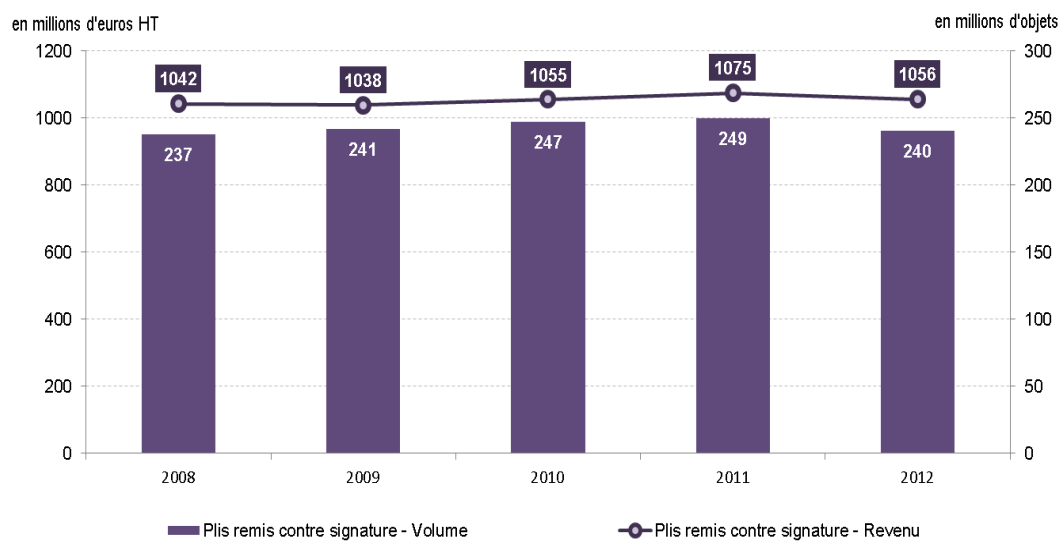
1.4 Les envois de correspondance remis contre signature

Le nombre de plis remis contre signature (y compris les recommandés) recule de 3,6 % par rapport à 2011, soit une diminution de neuf millions d'objets. Le revenu des plis remis contre signature baisse de dix-neuf millions d'euros (soit 1,8 % par rapport à 2011) et retrouve son niveau de 2010.

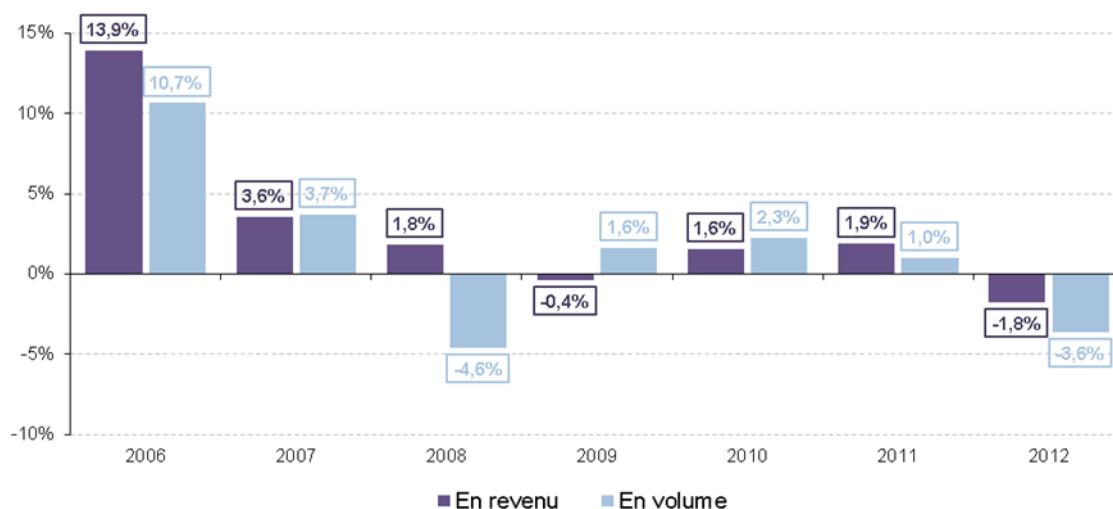
Envois de correspondance remis contre signature	2008	2009	2010	2011	2012	Evolution 2011- 2012
Revenu en millions d'€ HT	1 042	1 038	1 055	1 075	1 056	-1,8%
Volume en millions d'objets	237	241	247	249	240	-3,6%

Source: ARCEP, Observatoire statistique des activités postales

Evolution des plis remis contre signature



Evolution des envois de correspondance remis contre signature



2. Les colis distribués en France

Le marché des colis regroupe deux segments : celui du colis hors express (y compris les colis remis contre signature) et celui du colis express.

Les délais d'acheminement constituent le premier critère de distinction entre ces deux premiers 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 distinction entre ces deux segments s'avère toutefois de plus en plus difficile à établir, les opérateurs proposant des produits de plus en plus convergents.

L'activité colis des opérateurs autorisés est relative au premier segment, c'est-à-dire hors express. Elle ne représente cependant qu'une partie de l'activité de la distribution des colis domestiques. Les chiffres présentés ici n'intègrent pas les acteurs du marché du colis ne disposant pas d'autorisation postale.

Le marché des colis hors express distribué par les opérateurs autorisés atteint 328 millions d'objets pour un revenu de 1,6 milliard d'euros. La tendance est à la hausse depuis deux ans pour les colis remis contre signature. En 2012, la croissance de ces derniers est moins soutenue que celle observée en 2011 : ce segment de marché augmente de 2,1 % en volume (contre 7,8 % en 2011) et de 0,5 % en revenu (pour une hausse de 8,1 % en 2011).

Revenus des opérateurs autorisés

millions d'euros HT	2008	2009	2010	2011	2012	Evolution 2011-2012
Colis ordinaires hors express	ND	ND	ND	1 520	1 562	2,8%
Dont colis remis contre signature	485	473	470	509	511	0,5%

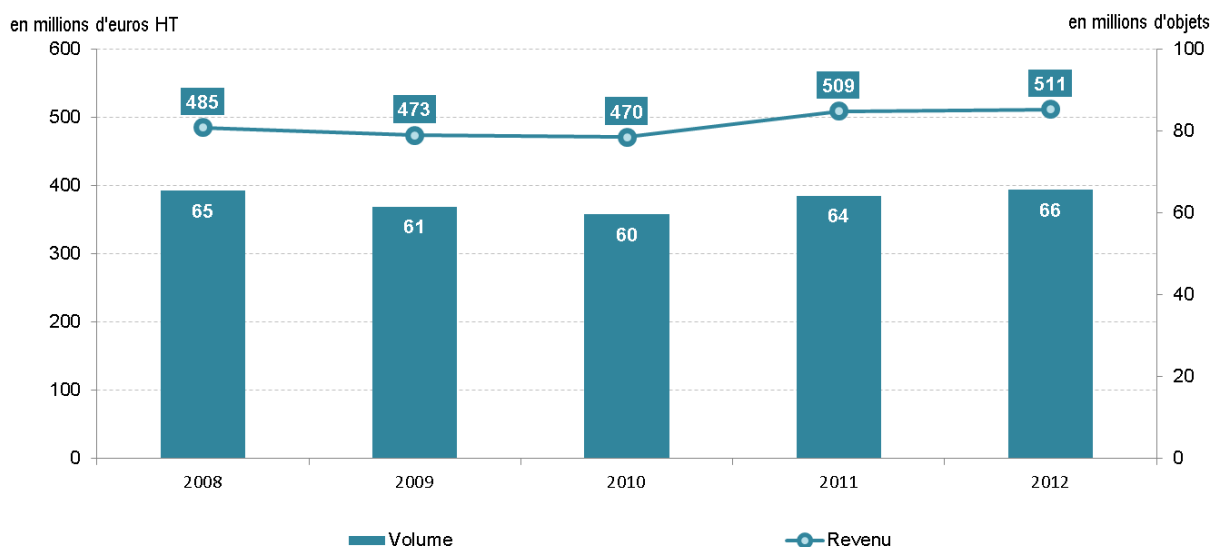
Source: ARCEP, Observatoire statistique des activités postales

Volumes des opérateurs autorisés

millions d'objets	2008	2009	2010	2011	2012	Evolution 2011-2012
Colis ordinaires hors express	ND	ND	ND	313	328	4,6%
Dont colis remis contre signature	65	61	60	64	66	2,1%

Source: ARCEP, Observatoire statistique des activités postales

Evolution des colis remis contre signature



Concernant le segment des colis express, les données ci-dessous sont issues de la publication relative à la messagerie et l'express réalisée par le ministère de l'écologie, du développement durable et de l'énergie.

Le nombre de colis express est en hausse en 2012 pour l'ensemble des catégories (distribués en France, import et export). Le volume des colis distribués en France augmente de 4,2 %, ce qui confirme la tendance haussière observée en 2010 (+3,7 %). L'augmentation du revenu est légèrement inférieure avec 3,7 % en 2012.

Le volume associé aux imports de colis express augmente de 10,5 % tandis que le revenu progresse plus lentement (3,0 % en 2012). Cela constitue un ralentissement de la tendance pour le revenu (-5 points) alors que la croissance du volume augmente de 2,5 points.

L'export progresse nettement en volume à un rythme similaire à 2011 (6,5 % en 2012 contre 6,0 % en 2011).

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

	2008	2009	2010	2011	2012
Express national	5,8%	-4,4%	3,2%	5,6%	3,7%
Express Import	5,0%	-1,0%	9,5%	8,0%	3,0%
Express Export	2,9%	-15,3%	3,6%	3,7%	0,1%

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

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

	2008	2009	2010	2011	2012
Express national	1,8%	-1,6%	3,1%	3,7%	4,2%
Express Import	8,7%	10,7%	14,1%	8,0%	10,5%
Express Export	3,2%	-2,2%	10,9%	6,0%	6,5%

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

3. Courrier international : export et import

3.1 Le marché du courrier international

3.1.1 L'ensemble du marché français

Le nombre d'objets envoyés et reçus de l'étranger est quasiment stable en 2012 (+0,4 %) en raison des évolutions contraires des volumes de l'import (+3,1 %) et de l'export (-2,1 %). Le trafic international atteint 781 millions d'objets en 2012, soit 3 millions de plus qu'en 2011.

Le revenu du courrier international augmente de 4,1 % par rapport à l'année précédente et atteint 801 millions d'euros en 2012. Cela s'explique par la hausse du revenu des envois importés de 6,7 % (15 millions d'euros supplémentaires en un an) et celle du revenu des envois à l'export (+2,9 %).

Le décrochage entre la hausse importante du revenu et la quasi-stabilité des volumes s'explique en partie par l'augmentation courant 2011 de certains tarifs vers l'international⁵ pour les particuliers (lettre prioritaire et offre d'envoi de petites marchandises) mais aussi pour le trafic industriel. De plus, la disparition au 1^{er} juillet 2011 de la lettre et du petit paquet économiques a pu impacter le revenu⁶.

Revenus du trafic international

millions d'euros	2008	2009	2010	2011	2012	Evolution 2011- 2012
Export	527	521	544	540	556	2,9%
Import	231	207	221	230	245	6,7%
Total trafic international*	758	728	766	770	801	4,1%

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

millions d'objets	2008	2009	2010	2011	2012	Evolution 2011- 2012
Export	503	471	446	405	396	-2,1%
Import	423	396	382	373	385	3,1%
Total trafic international*	926	867	828	778	781	0,4%

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 les 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 des filiales des postes européennes (Belgian Post, Deutsche Post Global Mail, Royal Mail, Spring, Swisspost, et Österreichische Post AG). IMX et Optimail Solutions sont les seuls opérateurs de trafic international indépendants à capitaux français.

⁵ Il s'agit des tarifs dit « Timbre-poste » (TP), les tarifs des produits « hors TP » (machine à affranchir) restent stables.

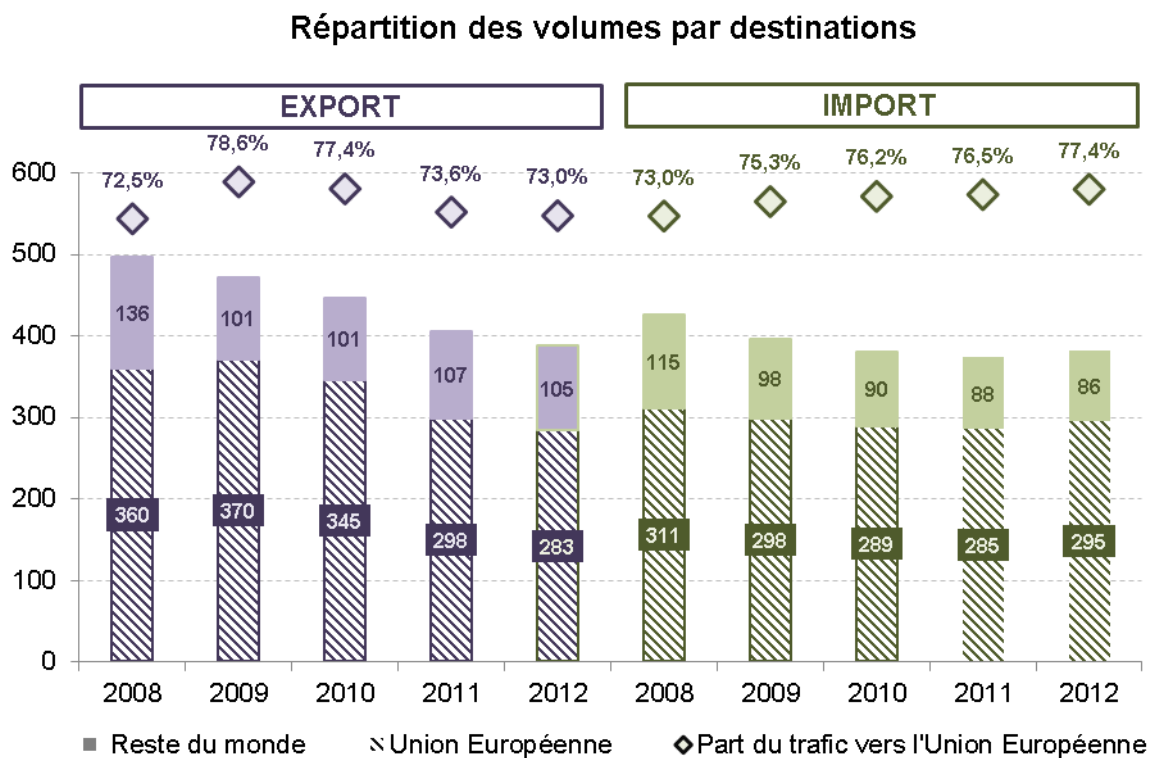
⁶ Avis n° 2011-0417 de l'ARCEP en date du 7 avril 2011 relatif aux tarifs des services d'envois internationaux du service universel postal.

3.1.2 Répartition des flux par zones géographiques

La grande majorité du trafic postal international se fait avec les pays frontaliers de la France. En 2012, près des trois quarts des échanges sont à destination ou proviennent de l'Union européenne.

La part de l'export à destination de l'Union européenne diminue d'un demi-point par rapport à l'année précédente, prolongeant ainsi la tendance identifiée depuis 2009.

La part du trafic vers l'Union européenne pour l'import augmente de près d'un point en 2012.



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 de 2,1 % en volume pour atteindre 396 millions d'objets en 2012. La baisse entamée en 2005 se poursuit en 2012 à un rythme moins soutenu que les années précédentes (-9,2 % en 2011 et -5,4 % en 2010). Le recul des volumes est dû en majorité à celui du volume des envois de correspondance qui diminue de dix millions d'objets en 2012. Le revenu augmente de 2,9 % après une baisse modérée en 2011 (-0,8 %).

Sur le segment des envois de correspondance, le revenu de l'export est stable autour de 380 millions d'euros depuis 2011 tandis que le volume afférant recule de 2,7 % en un an (360 millions de plis). Le revenu issu de l'export de publicité adressée est en hausse de 7,8 % soit un accroissement de quatre millions d'euros hors taxes, poursuivant ainsi la reprise initiée en 2011. Le volume afférent progresse de 5,1 % en 2012.

Le marché des envois de correspondance hors publicité adressée diminue en volume comme en valeur pour la seconde année consécutive. La baisse enregistrée en 2012 est plus faible que celle observée en 2011 : elle est de 6,0 % en volume (contre -11,8 % en 2011) et de 1,4 % en valeur après un recul de 4,0 % en 2011. La part des envois de correspondances au sein de l'export diminue de moins d'un point pour atteindre 90,9 %.

L'augmentation du poids moyen des envois de correspondance (9,8 % en 2012 avec 17,7 % pour la publicité adressée et 5,5 % pour les autres envois de correspondances) explique en partie la différence d'intensité dans les évolutions du volume et du revenu sur ce marché. La hausse de certains tarifs à l'international au cours de l'année 2011 est également à l'origine de cet écart.

Le marché de la presse enregistre un recul de 2,5 % pour le revenu et de 6,2 % pour le volume en 2012.

Le revenu de l'export de colis connaît sa sixième année de hausse consécutive avec 11,9 % en 2012. Le volume est également en augmentation avec un accroissement de 19,4 % du nombre de colis exportés en 2012.

Revenus

millions d'euros	2008	2009	2010	2011	2012	Evolution 2011- 2012
Envois de correspondance	392	376	391	380	379	-0,1%
publicité adressée	72	57	52	54	58	7,8%
hors publicité adressée	320	319	339	326	321	-1,4%
Presse	28	24	22	20	20	-2,5%
Colis "ordinaires"	108	121	131	140	157	11,9%
Total Export*	527	521	544	540	556	2,9%

Source: ARCEP, Observatoire statistique des activités postales

* y compris le trafic ABC

Volumes

millions d'objets	2008	2009	2010	2011	2012	Evolution 2011- 2012
Envois de correspondance	468	436	413	370	360	-2,7%
publicité adressée	164	150	117	109	115	5,1%
hors publicité adressée	304	286	296	261	246	-6,0%
Presse	25	22	20	20	18	-6,2%
Colis "ordinaires"	10	13	13	15	18	19,4%
Total Export*	503	471	446	405	396	-2,1%

Source: ARCEP, Observatoire statistique des activités postales

* y compris le trafic ABC

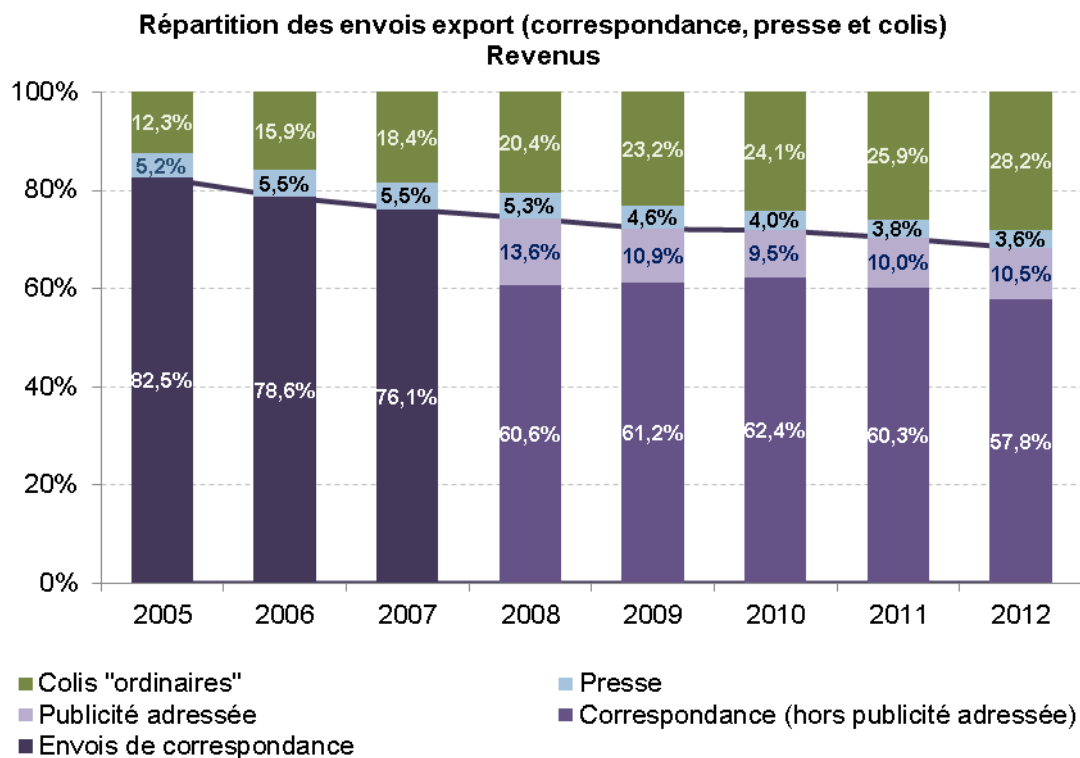
Poids des trafics export

tonnes	2008	2009	2010	2011	2012	Evolution 2011- 2012
Envois de correspondance	28 748	26 395	24 860	22 758	24 990	9,8%
Publicité adressée	10 982	9 424	7 696	7 978	9 390	17,7%
Hors publicité adressée	17 766	16 971	17 165	14 780	15 600	5,5%
Presse	4 629	3 725	3 532	3 448	3 350	-2,8%

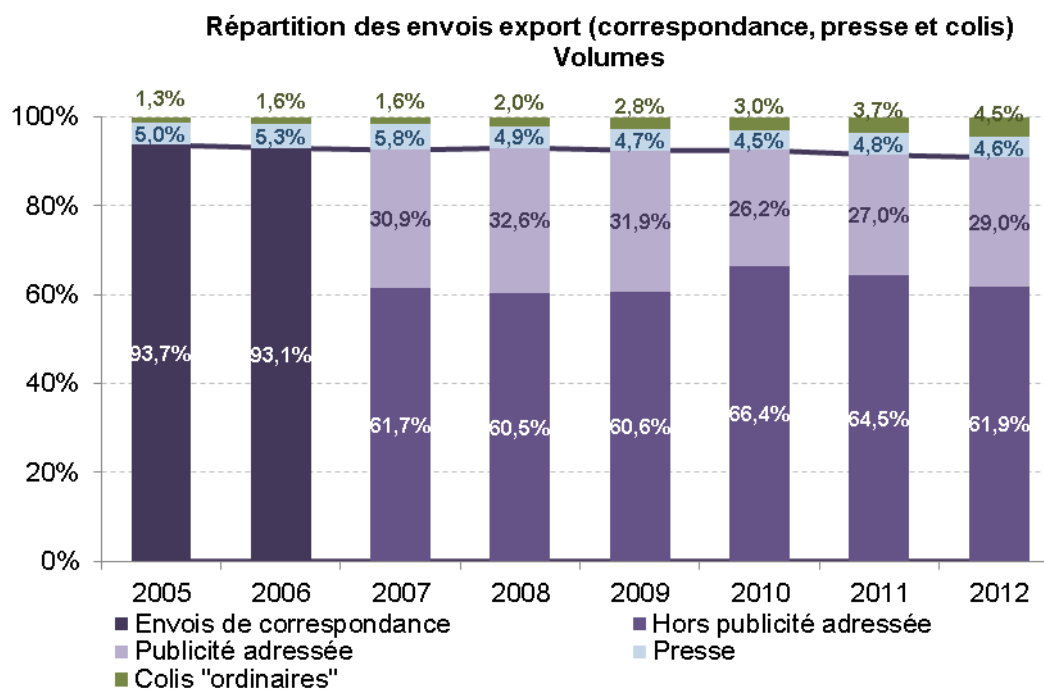
Source: ARCEP, Observatoire statistique des activités postales

La part du revenu de l'export de colis augmente de plus de deux points en 2012 et représente désormais plus du quart du revenu lié à l'export. La part de la presse baisse régulièrement depuis 2008 et atteint 3,6 % en 2012.

Concernant les envois de correspondance, la publicité adressée représente 10,5 % du revenu du marché de l'export, en hausse d'un point par rapport à 2010. La part des envois de correspondance hors publicité adressée diminue de 2,5 points en un an et atteint son niveau le plus bas depuis 2008.



Les envois de correspondance représentent plus de 90 % de l'ensemble des flux d'export et cette proportion est relativement stable depuis 2005. Elle diminue néanmoins en moyenne chaque année de 0,4 %. La part de la publicité adressée augmente de deux points en 2012 après avoir progressé de 0,8 point en 2011. A l'inverse, la part des autres envois de correspondance baisse de plus de deux points, ce qui s'inscrit dans la continuité de l'évolution observée l'année précédente. Le nombre de colis au sein des flux exportés continue de croître en 2012 (+0,8 point) après plusieurs années d'augmentation (4,5 % des volumes exportés en 2012 contre 1,3 % en 2005).



3.2.2 Le trafic ABC⁷

Le trafic transitant par la France est de 56 millions soit une baisse de 4,2 % en 2012 (3 millions d'objets en moins) après un recul important en 2010 et 2011 (-30,4 % en 2010 et -21,6 % en 2011). Le revenu augmente de 1,8 % par rapport à 2011. La tendance à la marginalisation du trafic ABC se poursuit, ce dernier ne représentant plus que 16 % des flux d'export de correspondance contre 25 % en 2007.

Revenus

millions d'euros	2008	2009	2010	2011	2012	Evolution 2011-2012
Envois de correspondance export	392	376	391	380	379	-0,1%
dont trafic ABC	51	46	34	29	29	1,8%

Source: ARCEP, Observatoire statistique des activités postales

Volumes

millions d'objets	2008	2009	2010	2011	2012	Evolution 2011-2012
Envois de correspondance export	468	436	413	370	360	-2,7%
dont trafic ABC	107	108	75	59	56	-4,2%

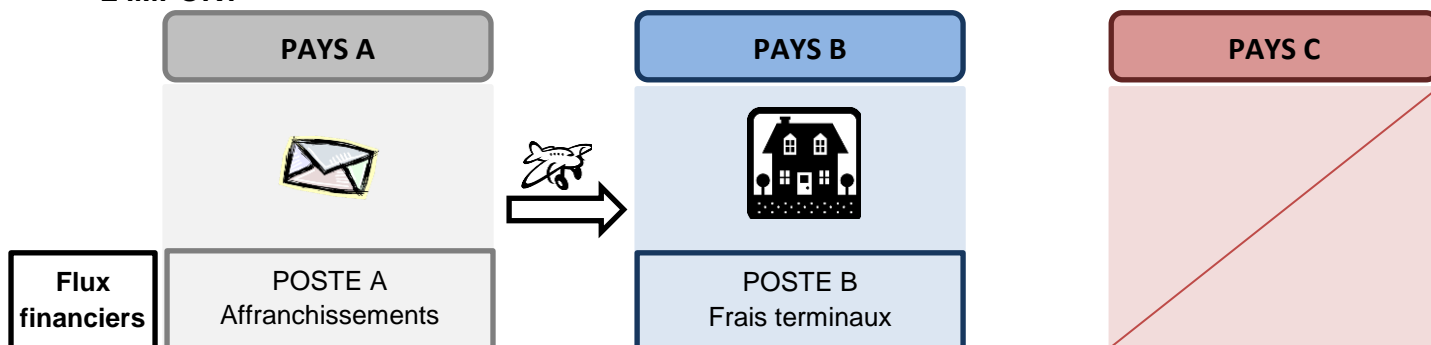
Source: ARCEP, Observatoire statistique des activités postales

⁷ Le trafic ABC correspond au flux qui, en transit dans le pays B, en l'occurrence la France, provient d'un pays A et est distribué 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.

Les trois principaux cas d'échange de courrier international

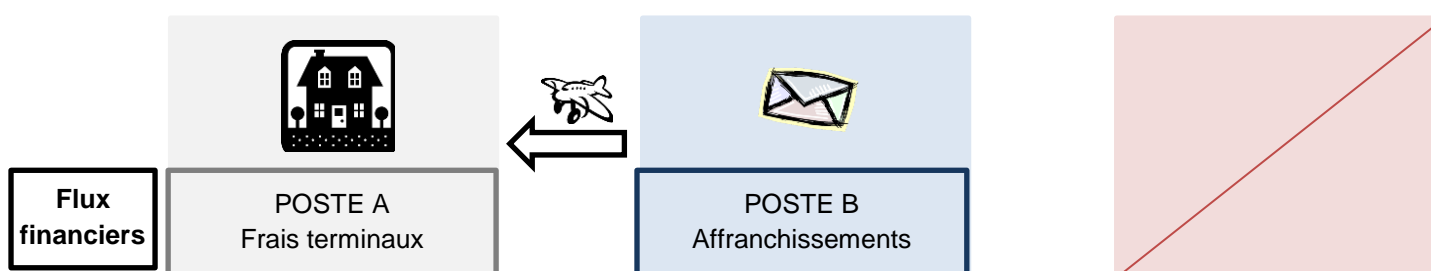
Les opérateurs postaux qui interviennent dans l'acheminement et la distribution du courrier sont rémunérés en fonction du rôle qu'ils occupent entre l'émission et la réception. L'opérateur distributeur est rémunéré par les frais terminaux reversés par l'opérateur du pays émetteur. L'opérateur du pays émetteur est rémunéré par l'affranchissement payé par l'expéditeur du courrier.

L'IMPORT



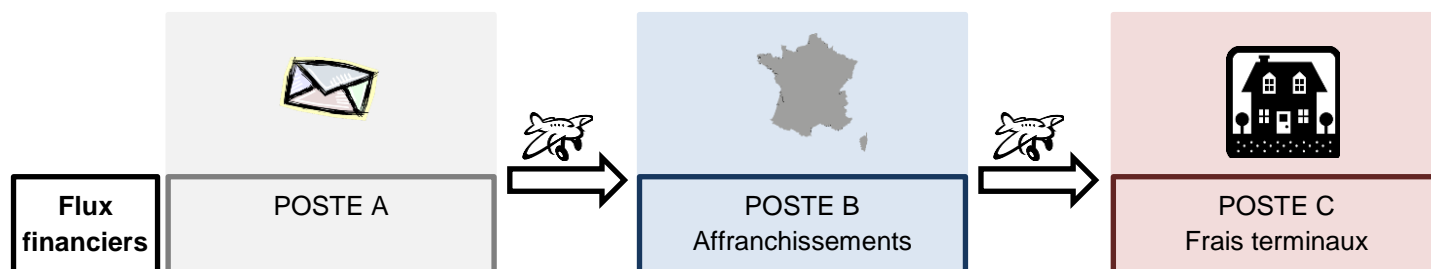
Les frais terminaux constituent la rémunération de la poste nationale.

L'EXPORT



L'opérateur postal du pays B, d'où proviennent les flux, est rémunéré par l'affranchissement. L'opérateur du pays A où est distribué le courrier, reçoit les frais terminaux correspondant à son travail de distribution.

LE REPOSTAGE ABC



Le pays B, en l'occurrence la France, sert de pays de transit pour le courrier provenant du pays A vers le pays C. Ici, 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.

Plusieurs autres cas d'échanges internationaux existent mais ne représentent que de faibles montants en revenus et en volumes. En particulier, des intermédiaires peuvent intervenir dans le process d'acheminement.

4. La presse

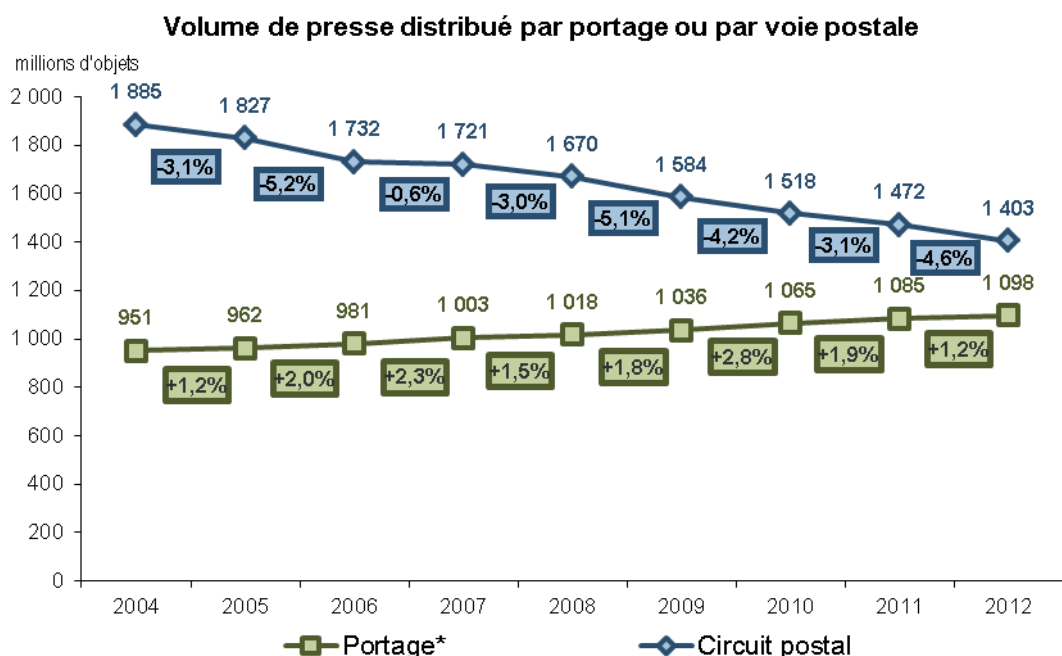
Le trafic de la presse distribuée par circuit postal ou par portage⁸ s'élève à 2,5 milliards en 2012 ce qui représente une baisse de 2,2 % par rapport à 2011, soit 56 millions d'exemplaires distribués en moins. La baisse est continue depuis près de dix ans à l'exception d'une année de stabilité en 2007. Ce recul est exclusivement lié à celui du trafic par circuit postal : il diminue de 4,6 %. La croissance du volume de presse distribué par portage se poursuit avec une hausse de 1,2 % en 2012, soit une augmentation moins prononcée qu'en 2011 (+1,9 %) et 2010 (+2,8 %). La part du portage dans le circuit de distribution de la presse augmente en moyenne de 3,4 % par an pour atteindre 43,9 % en 2012 (contre 33,5 % en 2004).

Volumes

millions d'objets	2008	2009	2010	2011	2012	Evolution 2011- 2012
Circuit postal	1 670	1 584	1 518	1 472	1 403	-4,6%
Portage*	1 018	1 036	1 065	1 085	1 098	1,2%
Distribution totale de la presse aux abonnés	2 688	2 620	2 583	2 557	2 501	-2,2%

Source: ARCEP, Observatoire statistique des activités postales

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



Le volume d'exemplaires de presse distribués est en baisse depuis plusieurs années. En 2012, la diffusion de la presse payante française aurait diminué de 3,8 % selon l'observatoire de l'office pour la justification de la diffusion (ODJ)⁹. La baisse touche l'ensemble des types de presse et concerne également le nombre de titres disponibles.

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 23^{ème} Observatoire de la Presse, OJD, 2013. 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.

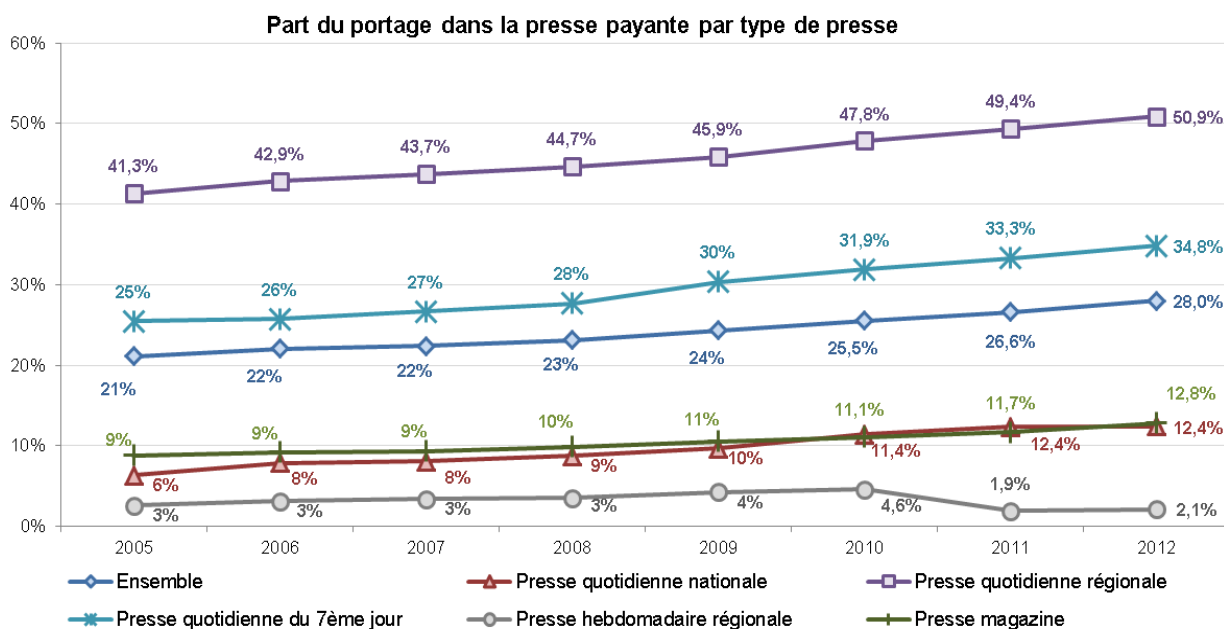
4.1 La presse distribuée par portage

Si le volume de presse distribuée tous circuits confondus est en diminution, le développement du portage se poursuit au détriment du circuit postal classique. Le volume de presse distribuée par portage augmente en moyenne chaque année de 1,8 % depuis 2005. Selon le 23^{ème} observatoire de l'OJD, plus d'un quart de la presse payante française est distribué par portage (28,0 % en 2012).

La moitié de la presse quotidienne régionale (PQR) est distribuée par portage (50,9 % en 2012). Cette part a augmenté d'1,5 point en 2012.

Plus d'un tiers des exemplaires de la presse du 7^{ème} jour (presse éditée le dimanche) est porté (34,8 % en 2011), soit une augmentation de plus d'un point par rapport à 2012.

Les autres types de presse semblent moins propices au développement du portage comme mode de distribution. Seulement 12 % des exemplaires de la presse magazine (en hausse de 1,1 point) et de la presse quotidienne nationale sont portés. La part de presse hebdomadaire régionale reste stable à 2 % depuis 2011.

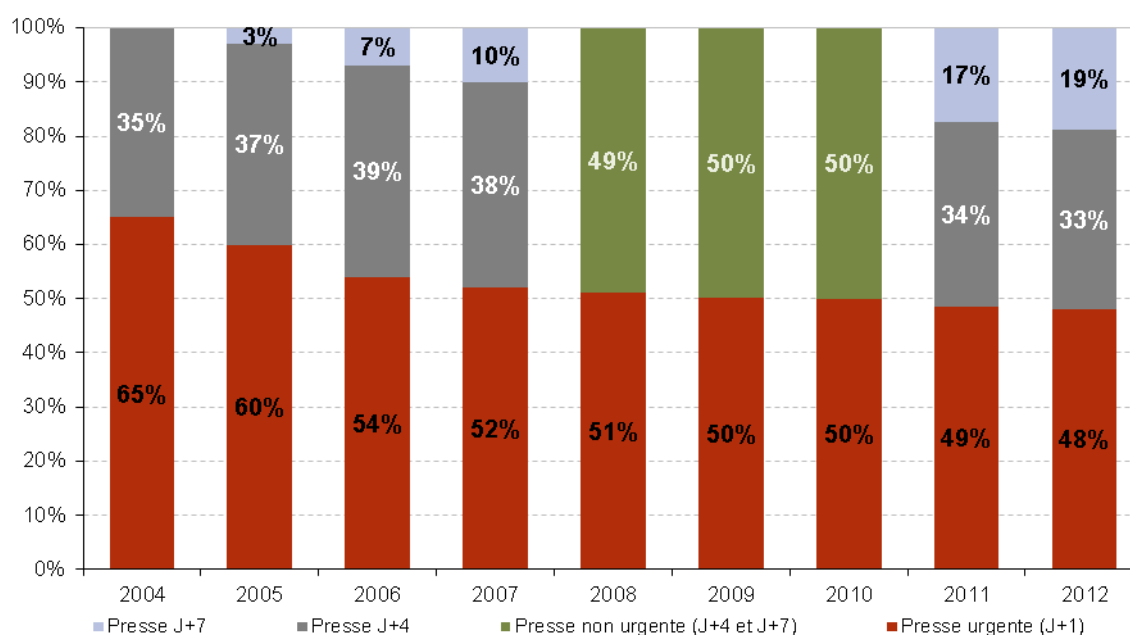


L'essor du portage peut également s'expliquer par l'existence d'une subvention de l'Etat reversée aux éditeurs de presse au titre de l'aide au portage de la presse. En 2012, elle s'élève à 44,2 millions d'euros, ce qui constitue une baisse de près d'un tiers du montant total de l'aide au portage par rapport à 2011 (où elle s'élevait à 67,5 millions d'euros) mais elle reste bien supérieure aux montants versés avant 2009 (8,25 millions d'euros par an).

4.2 La presse distribuée par circuit postal

La presse urgente (J+1) représente près de la moitié de la distribution postale de presse payante en France. Elle perd un peu plus d'un point par rapport à 2011. Cela est à mettre en relation avec la baisse du volume de presse quotidienne distribuée (-3,7 % en 2012 selon l'OJD). Pour l'autre moitié de la distribution par circuit postal, les distributions en J+4 restent majoritaires même si la presse J+7 gagne deux points en 2012.

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



Sources : La Poste - Mission de réflexion et de proposition sur l'acheminement des abonnements de presse, mai 2008, Marc Schwartz, jusqu'en 2007, Observatoire statistique des activités postales à partir de 2008

Le revenu de la distribution de presse par circuit postal est en hausse de 2,7 % pour la première fois depuis 2005, soit une hausse de treize millions d'euros. Cet accroissement du chiffre d'affaires s'explique en partie par la hausse de certains tarifs en 2011¹⁰ (+2,7 % en moyenne) et en 2012¹¹ (entre +3,0 % et 5,5 %).

Encadrée par les accords pluriannuels Etat-Presses-Poste¹², la contribution de l'Etat s'élève à 232 millions d'euros en 2012. A cette contribution, il faut ajouter la compensation liée à la prorogation du moratoire portant sur ces mêmes accords pluriannuels initié en 2009.

Revenus

millions d'euros HT	2008	2009	2010	2011	2012	Evolution 2011- 2012
Chiffre d'affaires "Presse"	464	459	456	462	475	2,7%
Contribution provisionnelle de l'Etat	242	242	242	242	232	-4,1%
Compensation liée au moratoire		25	28	27	28	4,2%
Total	706	726	726	731	734	0,5%

Source: ARCEP, Observatoire statistique des activités postales

¹⁰ Avis n° 2011-0429 de l'ARCEP en date du 14 avril 2011 relatif aux tarifs des services d'envois de journaux et imprimés périodiques du service universel postal

¹¹ Avis n° 2012-0575 de l'ARCEP en date du 22 mai 2012 relatif aux tarifs des services d'envois de journaux et imprimés périodiques du service universel postal

¹² Pour plus de détails sur ces accords, voir en annexe 2.2, page 35.

5. La publicité non adressée

Le revenu de la publicité non adressée se stabilise après plusieurs années de croissance (+0,2 % en 2012 contre +2,2 % en 2011 et +2,0 % en 2010). Le nombre d'objets distribués recule de 1,3 % en 2012, soit 276 millions d'imprimés sans adresse en moins distribués par rapport à 2011.

Plus généralement, les dépenses publicitaires diminuent de 1,3 % en 2012, ce qui constitue une rupture de tendance après deux années de croissance selon les chiffres publiés par France Pub et l'Institut de recherche et d'études publicitaires (Irep).

Activités postales et marchés connexes de distribution - Revenus des envois

(en millions d'euros hors taxes)	2008	2009	2010	2011	2012	Evolution 2011- 2012
Total publicité non adressée	673	680	693	708	710	0,2%

Source: ARCEP, Observatoire statistique des activités postales

Activités postales et marchés connexes de distribution - Volumes des envois

(en millions d'objets)	2008	2009	2010	2011	2012	Evolution 2011- 2012
Total publicité non adressée	19 676	18 984	20 518	21 453	21 177	-1,3%

Source: ARCEP, Observatoire statistique des activités postales

Dépenses en publicité

en millions d'euros	2008	2009	2010	2011	2012
Dépenses publicitaires totales	9 559	9 027	9 065	9 164	9 042
dont publicité adressée	4657	4340	4297	4271	4 079
dont Imprimés sans adresse	2913	2814	2856	2956	2 991
dont autres éditions publicitaires	1167	1106	1117	1142	1 152
dont autres (marketing téléphonique, ...)	823	767	795	795	820

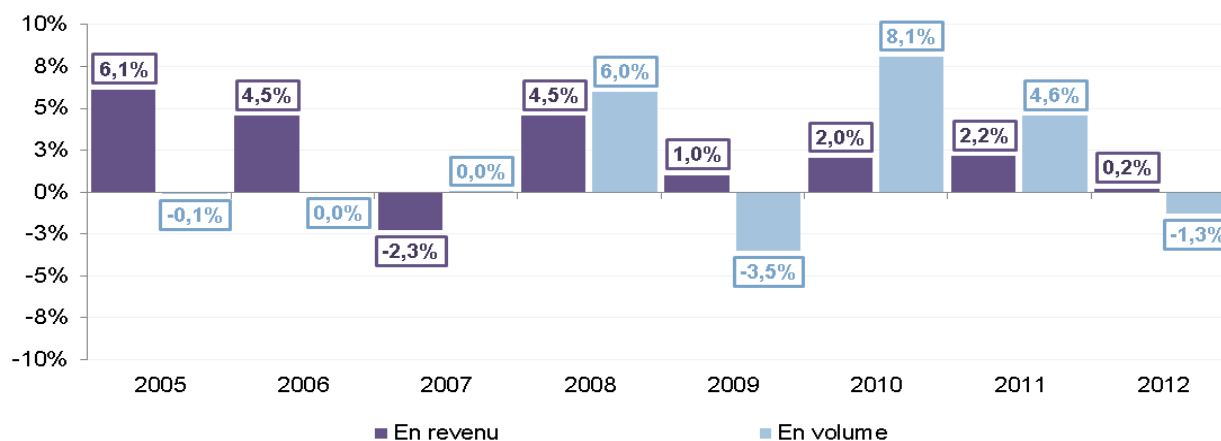
Source: France Pub - Irep

Evolution annuelle des dépenses en publicité

évolutions annuelles (en %)	2008	2009	2010	2011	2012
Dépenses publicitaires totales	-1,9%	-5,6%	0,4%	1,1%	-1,3%
dont publicité adressée	-1,5%	-6,8%	-1,0%	-0,6%	-4,5%
dont Imprimés sans adresse	-0,7%	-3,4%	1,5%	3,5%	1,2%
dont autres éditions publicitaires	-7,3%	-5,2%	1,0%	2,2%	0,9%
dont autres (marketing téléphonique, ...)	0,0%	-6,8%	3,7%	0,0%	3,1%

Source: France Pub - Irep

Evolution de la publicité non adressée



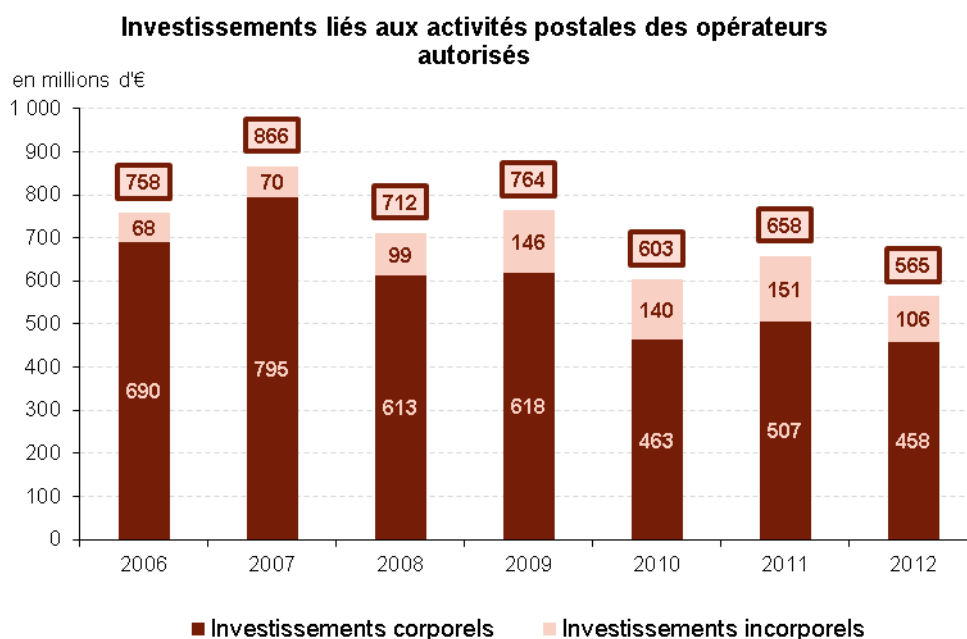
PARTIE II – Investissements et emploi des activités postales

1. Les investissements

Les opérateurs postaux autorisés par l'ARCEP et leurs filiales ont investi 565 millions d'euros dans les activités postales, soit une diminution de 14,1 % par rapport à 2011. Cette baisse touche plus fortement les investissements incorporels (-29,5 %) que les investissements corporels (-9,6 %).

Le montant des investissements corporels, c'est-à-dire les investissements en infrastructure, équipement, machines de tri, bâtiments, diminue de 49 millions d'euros pour atteindre 458 millions d'euros en 2012.

Les investissements incorporels s'élèvent à 106 millions d'euros en 2012, et reculent de 45 millions d'euros.



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

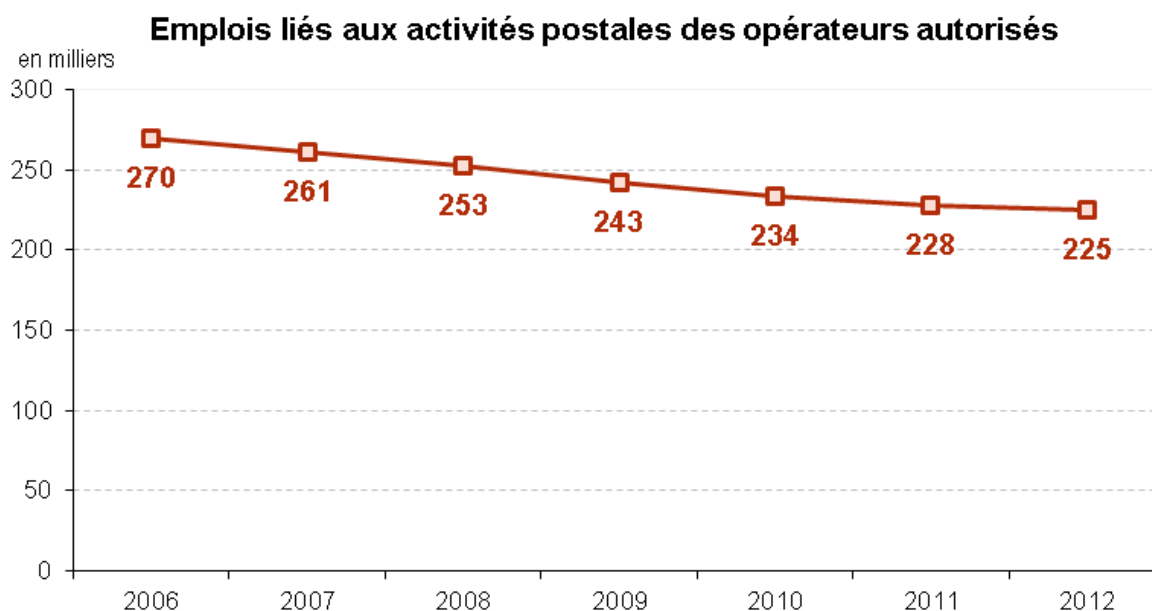
Une part importante des investissements réalisés par le groupe La Poste pour les activités postales en France est effectuée par Poste Immo, filiale à 100% créée le 1^{er} avril 2005. Depuis cette date, Poste Immo gère les investissements en infrastructure de sa maison mère (renfort de ses centres de 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.

Le déploiement du programme « Cap Qualité Courrier » est quasiment achevé avec 41 PIC ouvertes (dont cinq ouvertes en 2011) permettant de couvrir 90 % du trafic par le nouvel outil industriel. Il a pour objectif l'amélioration de la productivité du Courrier via une massification des flux et de la qualité de service aux clients. Celle-ci a atteint son niveau le plus élevé en 2012 avec 87,9 % de lettres prioritaires distribuées en J+1.

2. Les emplois

Pour la deuxième année consécutive, le rythme de recul du nombre d'emplois liés aux activités postales ralentit : il diminue de 3 000 en 2012 après avoir baissé de 6 000 emplois en 2011 contre près de 10 000 au cours des années 2006 – 2010.

Les salariés employés par les opérateurs alternatifs sont une minorité ; ils représentent environ 1 000 personnes.



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 5 % en 2011, après une augmentation de 9 % en 2010.

Les salariés dont l'activité n'est consacrée que pour partie aux prestations postales, en particulier les guichetiers (leur activité 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 comme La Banque Postale, ou Chronopost), 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.

ANNEXES

1. Opérateurs autorisés

Au 31 décembre 2012, outre La Poste (autorisée le 26/10/2006), 27 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)

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)

Ecopost dans les agglomérations de Saint-Etienne et de Lyon et leurs alentours (autorisé le 12/04/2011)

Index Courrier (Parvisini) (autorisé le 23/06/2011)

FamilyPro Courrier dans les agglomérations d'Antibes, Valbonne, Biot, Vallauris, Mougins, Cagnes-sur-Mer, Saint-Laurent-du-Var, Nice et leurs alentours (autorisé le 07/06/2011).

STEP SA dans les agglomérations de Pau, Billières, Lons et Lescars (autorisé le 04/10/2011)

Optimum Mail dans les départements du Nord et du Pas-de-Calais (autorisé le 24/04/2012)

Neopress en Ile-de-France et dans l'agglomération lyonnaise et ses alentours (autorisé le 22/05/2012)

Modulo dans l'agglomération de Montpellier et ses alentours (autorisé le 26/06/2012)

Mediapost en France (autorisé le 24/07/2012)

Colis Privé en France (autorisé le 18/09/2012)

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)

Optimail Solutions (autorisé le 24/11/2011)

2. 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.

2.1. 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.

2.1.1. Le secteur réservé

Jusqu'au 1er janvier 2012, une partie des envois appartenait au secteur réservé à l'opérateur en charge du service universel postal.

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 quatre 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 demie le tarif de base.
- 1^{er} janvier 2011, le secteur réservé est supprimé selon la nouvelle directive postale (directive 2008/6/CE).

2.1.2. 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.

2.1.3. 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.

2.2. Colis

Le marché des colis regroupe deux segments : celui du colis hors express (y compris les colis remis contre signature) et celui du colis express. Les délais d'acheminement constituent le premier critère de distinction entre ces deux premiers 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 distinction entre ces deux segments s'avère toutefois de plus en plus difficile à établir, les opérateurs proposant des produits de plus en plus convergents.

2.2.1. Colis hors express

Il s'agit de la livraison à domicile et en points de retrait des colis de 0 à 30kg. Ce marché 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. Outre La Poste, d'autres acteurs tels que Colis Privés, Adrexo ou les filiales de distribution des groupes de vente à distance (Sogep, Mondial Relay) sont également présents sur le marché et procèdent à des livraisons à domicile. Leurs clients sont avant tout des acteurs de la Vente à Distance (VAD).

2.2.2. 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. Deux catégories d'acteurs se concurrencent sur les différents segments du marché express colis légers de moins de 30 kg : 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 la messagerie constituent leur cœur de marché.

2.3. Distribution de la presse aux abonnés

2.3.1. 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.

2.3.2. 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 la publication.

2.4. 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.

3. Éléments sur le marché postal

3.1. Les aides au portage

Montant de l'aide au portage

<i>millions d'euros HT</i>	2007	2008	2009	2010	2011	2012	Evolution 2010- 2011
Aide au portage de l'Etat	8	8	62	70	67	44	-34,5%

3.2. 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 232 millions en 2012 puis 217 millions en 2013 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.