



Observatoire annuel des activités postales
en France



Année 2013

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 2013, menée sur les marchés des activités postales et des activités connexes. Cette enquête a été conduite auprès des opérateurs autorisés au 31 décembre 2013 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 par portage, express et publicité non adressée), 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

Sur le segment des colis, les données de la publication concernent, à partir de 2011, uniquement les colis distribués par les opérateurs autorisés. Les données relatives aux années antérieures à 2011 ne sont pas disponibles.

Note : les données en italique ont été révisées par rapport à la précédente publication.

Synthèse

En 2013, le revenu des opérateurs autorisés s'élève à 10,5 milliards d'euros hors taxes, pour un volume de 16,1 milliards d'objets pour les activités postales et connexes (plis, colis, presse, domestique et à l'international). Par rapport à 2012, le revenu total diminue de 3,2 % et le volume de 6,2 %.

Le déclin du marché des **envois de correspondance distribués en France** s'intensifie en 2013, tant en revenu qu'en volume. Avec une évolution de -4,4 % (après -2,9 % en 2012), le revenu des envois de correspondance passe pour la première fois sous la barre des 8 milliards d'euros. Concernant le volume, la diminution de 6,9 % (contre 4,2 % en 2012) est la plus forte chute depuis 2005 ; le volume atteint 13,0 milliards d'objets.

Les **envois de correspondance remis contre signature** comptent pour environ un milliard d'euros hors taxes (-0,9 % par rapport à 2012) et pour 236 millions d'objets (-1,9 %). Le marché décroît donc pour la deuxième année consécutive.

Le déclin de la **publicité adressée** s'intensifie en 2013. Le revenu s'établit à 1,2 milliard d'euros (-8,1 %) pour un flux de 3,6 milliards d'objets (-7,2 %). Pour les envois de correspondance hors publicité adressée, le constat est similaire avec un recul de 4,2 % en revenu et 6,9 % en volume.

Créé en 2011, le tarif correspondant à du **trafic rapide** (J+2) connaît un succès important. Le nombre d'envois augmente rapidement au détriment du trafic urgent (J+1). Ainsi, sa part dans le total des envois de correspondance augmente de plus de 5 points, à 15,6 %, tandis que la part des envois non urgents (J+3 ou plus) est stable et toujours majoritaire (68 %).

Le revenu de l'ensemble des objets distribués à l'**export** s'établit à 541 millions d'euros hors taxes, soit une baisse de 2,6 %. Ceci est dû au déclin du revenu des envois de correspondance distribués à l'export (-5,6 %), alors que les évolutions positives du colis (+4,0 %) et de la presse (+1,4 %) limitent la baisse. En termes de volume, le constat est similaire : le recul de 6,5 % de l'ensemble des flux export est causé par celui des envois de correspondance (-7,5 %) mais est partiellement compensé par les augmentations du volume de colis et de la presse (+1,6 % et +5,6 %).

Le revenu de la **presse** distribuée par circuit postal (718 millions d'euros) diminue de 2,4 % en 2013, en partie en raison de la baisse de la contribution financière de l'Etat. Le volume de la distribution postale de presse à domicile (par circuit postal ou portage) décroît pour la cinquième année consécutive à 2,4 milliards d'objets. Ceci correspond à la plus forte baisse depuis 2008.

Le marché de la distribution de **colis** par les opérateurs autorisés est en expansion. Le revenu augmente de 2,3 % pour atteindre 1,6 milliard d'euros. Le volume de colis distribués par ces opérateurs atteint 331 millions d'objets, soit une augmentation de 1,0 %. 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.

Les flux de **publicité non adressée** diminuent en 2013 de 2,6 %, poursuivant la trajectoire baissière initiée en 2012. Le revenu correspondant diminue également pour la première fois depuis 2009 (-2,5 %).

SOMMAIRE

Synthèse.....	3
PARTIE I – Panorama des marchés en 2012	5
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.....	17
3. Courrier international : export et import	19
3.1 Le marché du courrier international	19
3.2 Focus sur l'export.....	20
4. La presse.....	24
4.1 La presse distribuée par portage.....	24
4.2 La presse distribuée par circuit postal.....	25
5. La publicité non adressée.....	27
PARTIE II – Investissements et emploi des activités postales	28
1. Les investissements	28
2. Les emplois	29
ANNEXES	30
1. Sources et opérateurs autorisés	30
2. Définitions des différents segments de marché.....	31
3. Eléments sur le marché postal	33

PARTIE I – Panorama des marchés en 2013

Le revenu total sur le marché postal des objets adressés (France et export) s'élève à 10,5 milliards d'euros hors taxes en 2013, soit une baisse de 3,2 % par rapport à 2012.

Avec 7,9 milliards d'euros, le revenu des envois de correspondance distribués en France décroît pour la cinquième année consécutive, et de 4,4 % en 2013, soit la plus forte baisse enregistrée depuis 2008. Les envois de correspondance représentent 79,3 % du revenu total des objets adressés en France.

Contrairement aux envois de correspondance, le revenu des colis distribués en France par les opérateurs autorisés croît de 2,3 % et s'élève à 1,6 milliard d'euros. Il représente 16,0 % du revenu total des objets adressés distribués en France, son augmentation permet de limiter la baisse du revenu total.

Le revenu de la distribution postale de presse aux abonnés, après avoir augmenté entre 2010 et 2012, décroît en 2013 de 1,1 % pour atteindre 469 millions d'euros (hors aides d'Etat).

Le revenu du marché de l'export décroît de 2,6 % à 541 millions d'euros hors taxes. Sur ce marché, le revenu des envois de correspondance, qui représente environ deux tiers du marché de l'export, recule de 5,6 % (358 millions d'euros). L'augmentation du revenu des colis (+4,0 %), et, plus marginalement, celle du revenu de la distribution de presse à l'export (+1,4 %), permettent de limiter le reflux du revenu du marché export.

Le revenu de la publicité non adressée décroît pour la première fois depuis 2007 et atteint 692 millions d'euros (-2,5 % par rapport à 2012). 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

(en millions d'euros hors taxes)	2009	2010	2011	2012	2013	Evolution 2012- 2013
Distribués par les opérateurs autorisés en France						
Envois de correspondance (y compris remis contre signature)	8 850	8 638	8 534	8 282	7 916	-4,4%
Colis (y compris remis contre signature)*	ND	ND	1 520	1 562	1 597	2,3%
Distribution postale de la presse aux abonnés**	459	456	462	475	469	-1,1%
Total des objets adressés distribués en France	-	-	10 516	10 318	9 983	-3,2%
Distribués à l'Export						
Envois de correspondance	376	391	380	379	358	-5,6%
Colis	121	131	140	157	163	4,0%
Presse	24	22	20	20	20	1,4%
Total des objets adressés Export	521	544	540	556	541	-2,6%
Total du marché des objets adressés	-	-	11 056	10 874	10 524	-3,2%

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.

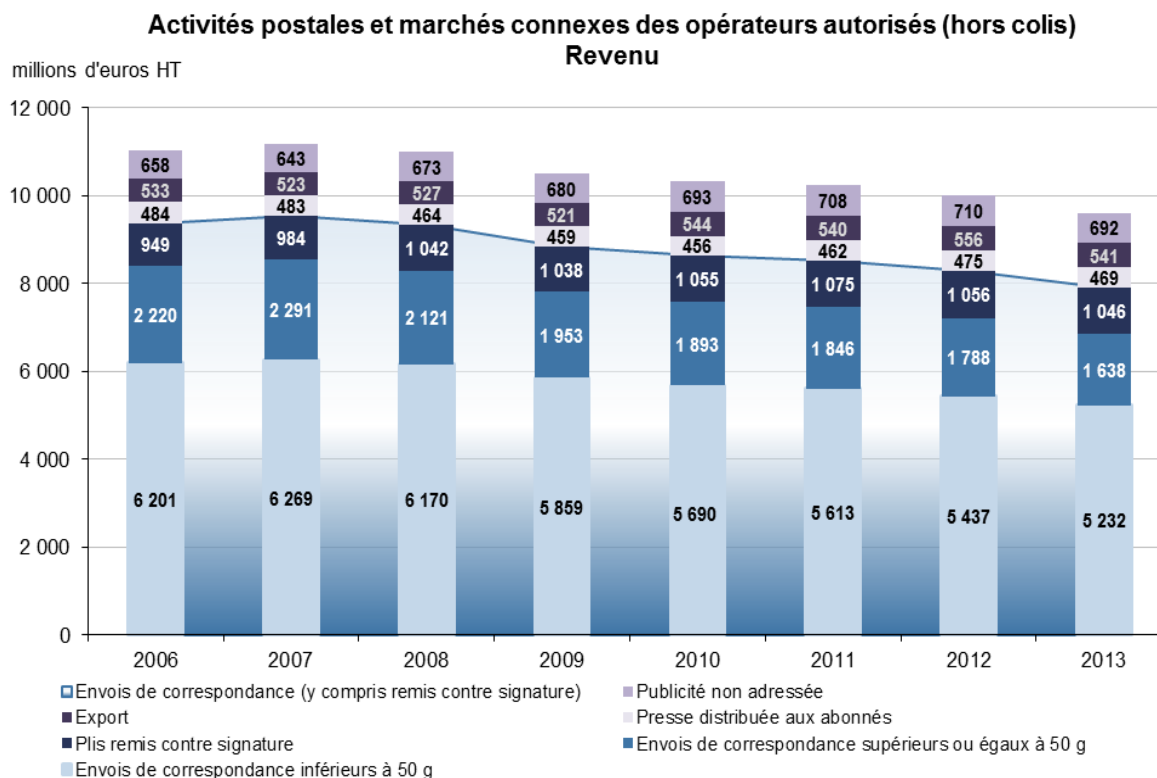
*non compris les revenus des acteurs du marché du colis sans autorisation postale

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

Activités postales et marchés connexes de distribution - Revenus des envois

(en millions d'euros hors taxes)	2009	2010	2011	2012	2013	Evolution 2012- 2013
Total publicité non adressée	680	693	708	710	692	-2,5%

Source: ARCEP, Observatoire statistique des activités postales



La diminution du volume d'objets distribués en France et à l'export s'intensifie en 2013. En effet, 16,1 milliards d'objets ont été adressés en 2013, ce qui représente un recul de 6,2 %, de 2,5 points supérieur à celui de 2012. Ceci est principalement dû à la baisse importante du volume des envois de correspondance, qui représentent 82,5 % du total des objets adressés distribués en France.

En 2013, pour la septième année consécutive, le volume des envois de correspondance distribués en France diminue ; il atteint 13,0 milliards d'objets. Avec une évolution de -6,9 %, le taux de croissance est le plus bas depuis 2005. En 2012, la baisse avait été partiellement compensée par les envois de plis liés aux élections présidentielle et législatives.

Le volume de colis distribués en France par les opérateurs autorisés croît de 1,0 % et atteint 331 millions d'objets. Ils ne représentent cependant que 2,1 % du total des objets distribués et ont donc peu d'impact sur l'évolution du nombre total des objets.

Concernant la presse distribuée en France par circuit postal, le volume décroît de 3,3 % par rapport à 2012 pour atteindre 2,4 milliards d'objets.

Le nombre d'objets (envois de correspondance, colis, presse) distribué à l'étranger diminue de 6,5 %. De même que pour les objets distribués en France, cette baisse est due à celle des envois de correspondance (-7,5 %) qui représentent 90 % des objets distribués à l'export. Ainsi, les augmentations des volumes de colis (+1,6 %) et de presse (+5,6 %) ne pallient pas de manière conséquente la baisse du volume total d'objets distribués à l'export, puisque ces deux catégories ne correspondent chacune qu'à environ 5 % du marché.

Le volume de la publicité non adressée diminue pour la deuxième année consécutive, de 2,6 % par rapport à 2012, pour un total de 20,6 milliards d'objets.

Activités postales et marchés connexes de distribution - Volumes des envois

	2009	2010	2011	2012	2013	Evolution 2012- 2013
<i>(en millions d'objets)</i>						
Distribués en France						
Envois de correspondance (y compris remis contre signature)	15 547	15 012	14 535	13 924	12 960	-6,9%
Colis (y compris remis contre signature)*	ND	ND	313	328	331	1,0%
Distribution postale de la presse aux abonnés**	2 620	2 583	2 557	2 501	2 418	-3,3%
Total des objets adressés distribués en France	-	-	17 405	16 753	15 708	-6,2%
Distribués à l'Export						
Envois de correspondance	436	413	370	360	333	-7,5%
Colis	13	13	15	18	18	1,6%
Presse	22	20	20	18	19	5,6%
Total des objets adressés Export	471	446	405	396	371	-6,5%
Total du marché des objets adressés	-	-	17 810	17 150	16 079	-6,2%

Source: ARCEP, Observatoire statistique des activités postales

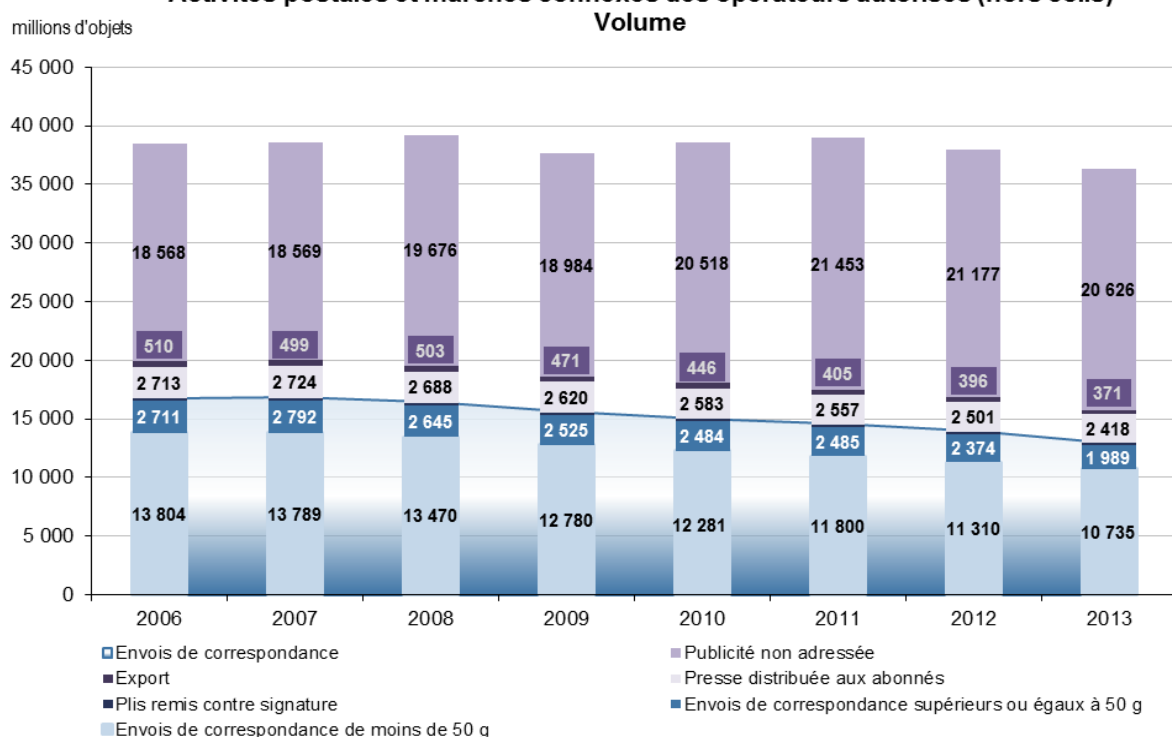
L'import est inclus dans l'ensemble des envois de correspondance, objets remis contre signature, colis, presse et publicité non adressée.

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

** Y compris les volumes issus du portage de presse

	2009	2010	2011	2012	2013	Evolution 2012- 2013
<i>(en millions d'objets)</i>						
Total publicité non adressée	18 984	20 518	21 453	21 177	20 626	-2,6%

Source: ARCEP, Observatoire statistique des activités postales

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


1. Les envois de correspondance distribués en France

La contraction des revenu et volume sur le marché des envois de correspondance de moins de deux kilogrammes (plis remis contre signature compris) s'intensifie en 2013. Le revenu atteint 7,9 milliards d'euros et enregistre une baisse de 4,4 % (soit 1,5 point de plus qu'en 2012). Au total, 13,0 milliards d'objets ont été envoyés en 2013, ce qui correspond à un milliard d'objets en moins par rapport à 2012 (soit -6,9 %).

Envois de correspondance - Revenus

(millions d'euros)	2009	2010	2011	2012	2013	Evolution 2012- 2013
Envois de correspondance remis contre signature	1 038	1 055	1 075	1 056	1 046	-0,9%
Autres envois de correspondance	7 812	7 583	7 460	7 226	6 870	-4,9%
Total envois de correspondance	8 850	8 638	8 534	8 282	7 916	-4,4%

Source: ARCEP, Observatoire statistique des activités postales

Envois de correspondance - Volumes

(en millions d'objets)	2009	2010	2011	2012	2013	Evolution 2012- 2013
Envois de correspondance remis contre signature	241	247	249	240	236	-1,9%
Autres envois de correspondance	15 306	14 765	14 285	13 684	12 724	-7,0%
Total envois de correspondance	15 547	15 012	14 535	13 924	12 960	-6,9%

Source: ARCEP, Observatoire statistique des activités postales

Le revenu décroît moins vite que le volume du fait de l'augmentation tarifaire au 1^{er} janvier 2013 : les tarifs de la gamme « timbre-poste » (à usage des particuliers) ont augmenté de 3,8 % en moyenne (tous tranches de poids et niveaux d'urgence) et ceux de la gamme "hors timbre-poste" (à usage des entreprises) de 3,3 % en moyenne.¹

1.1 Les envois de correspondance par niveau d'urgence et poids

Le poids de l'envoi et le délai d'acheminement sont deux critères qui permettent de segmenter le marché des envois de correspondance, notamment car ils sont déterminants pour la fixation des tarifs. En termes de poids, La Poste a bénéficié d'une position de monopole sur les envois de correspondance qui n'excédaient pas 50 grammes jusqu'en 2011.

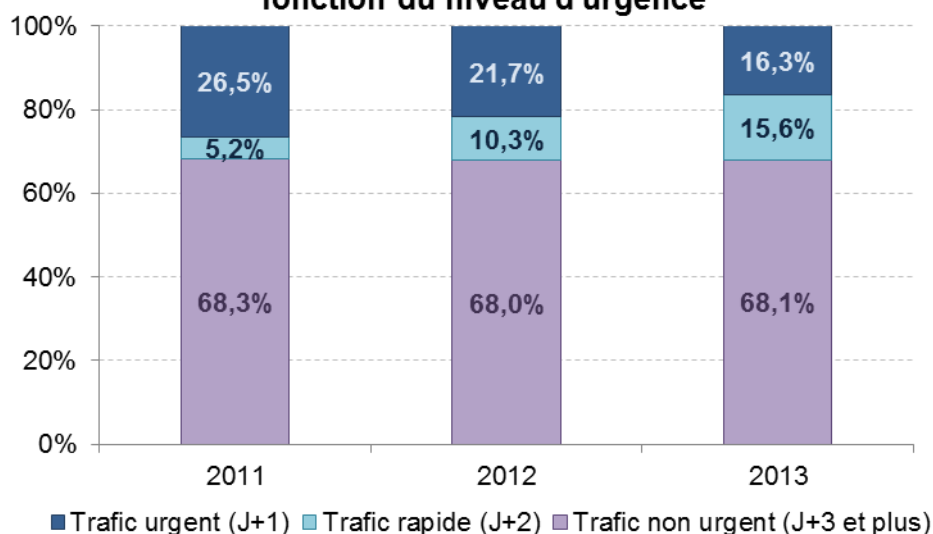
Il y a trois niveaux d'urgence qui dépendent du délai d'acheminement : les envois prioritaires (ou urgents) correspondent à un délai de distribution en J+1 ; le trafic rapide correspond à un délai de distribution en J+2 ; le trafic non urgent (ou économique) correspond à un délai de distribution d'au moins J+3. À chacun de ces niveaux d'urgence coïncide un tarif spécifique.

Au 1^{er} octobre 2011, La Poste a créé la « Lettre Verte » qui a contribué au développement des envois rapides (J+2). Les envois répondant à l'exigence d'un délai d'acheminement en J+2 augmentent, en proportion du total des envois de correspondances, de plus de 5 points par an depuis leur création.

La répartition des niveaux d'urgence a évolué au cours de ces dernières années. La part du trafic non urgent, après avoir perdu 0,3 point en 2012, augmente de 0,1 point en 2013, à 68,1 %. La part des envois rapides augmente d'année en année, alors que celle des envois urgents diminue. Le trafic rapide prend le pas sur le trafic urgent, notamment parce que les tarifs sont plus avantageux pour un allongement relativement faible du délai d'acheminement.

¹ Avis n° 2012-1406 de l'ARCEP en date du 13 novembre 2012 sur le dossier tarifaire de La Poste du 18 octobre 2012 relatif aux offres d'envoi de courrier national relevant du service universel postal.

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



Les envois de correspondance sont également segmentés en fonction du poids. Usuellement, ils sont distingués selon qu'ils pèsent plus ou moins de 50 g. Jusqu'en 2011, la Poste était en monopole sur le marché des envois inférieurs ou égaux à 50 g (secteur « réservé ») alors que celui des envois de plus de 50 g était déjà ouvert à la concurrence.

Le revenu des envois de correspondance inférieurs ou égaux à 50 g décroît de 3,8 % en 2013 par rapport à 2012, pour atteindre 5,2 milliards d'euros. Ceci est en cohérence avec le déclin continu du marché des envois de correspondance (quel que soit le poids) depuis 2009. Le revenu des envois de plus de 50 g décroît lui aussi, de 8,4 %, pour atteindre 1,6 milliard d'euros, enregistrant ainsi la plus forte baisse des cinq dernières années.

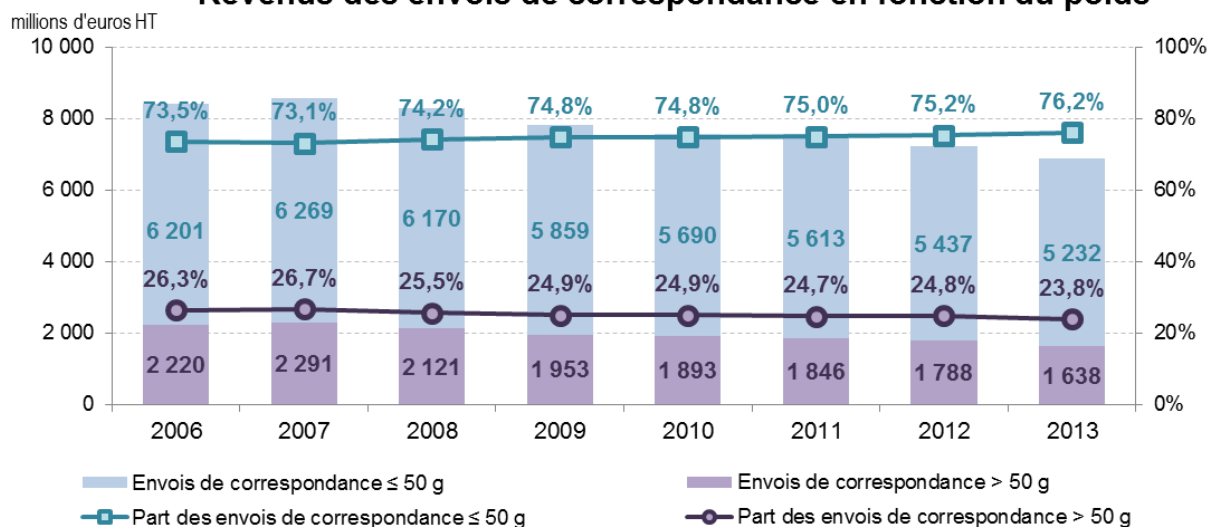
Depuis 2007, les envois de correspondance supérieurs à 50 g perdent chaque année du terrain sur les envois de l'ancien secteur réservé. En 2013, la part des envois de plus de 50 g diminue d'un point, soit le plus fort recul depuis 2009, et atteint 23,8 %.

Envois de correspondance - Revenus

(millions d'euros)	2009	2010	2011	2012	2013	Evolution 2012- 2013
Envois de correspondance ≤ 50 g	5 859	5 690	5 613	5 437	5 232	-3,8%
Envois de correspondance > 50 g	1 953	1 893	1 846	1 788	1 638	-8,4%
Total envois de correspondance	7 812	7 583	7 460	7 226	6 870	-4,9%
dont part des envois ≤ 50 g	75,0%	75,0%	75,3%	75,2%	76,2%	+1,0 point

Source: ARCEP, Observatoire statistique des activités postales

Revenus des envois de correspondance en fonction du poids



Concernant les volumes, la tendance est à la baisse quel que soit le poids des envois. Pour les envois de l'ancien secteur réservé, le nombre de plis diminue de 5,1 % pour atteindre 10,7 milliards, poursuivant ainsi la trajectoire baissière initiée avant 2009. Pour les envois supérieurs à 50 g, le constat est identique, quoique la baisse soit plus importante (-16,2 %). Néanmoins, la proportion de cette catégorie d'envois étant faible (15,6 % du volume total), l'impact de sa forte baisse sur le total des envois de correspondance est limité.

Répartition des envois de correspondance selon l'urgence - Volumes

en millions d'objets	2009	2010	2011	2012	2013	Evolution 2012-2013
Envois de correspondance ≤ 50 g	12 780	12 281	11 800	11 310	10 735	-5,1%
dont envois de correspondance prioritaires (J+1)	4 414	4 257	3 376	2 648	1 850	-30,1%
dont envois de correspondance rapides (J+2)			713	1 329	1 848	39,0%
dont envois de correspondance économiques (J+3 et plus)	8 366	8 024	7 712	7 332	7 036	-4,0%
Envois de correspondance > 50 g	2 525	2 484	2 485	2 374	1 989	-16,2%
dont envois de correspondance prioritaires (J+1)	515	494	406	324	227	-29,7%
dont envois de correspondance rapides (J+2)			33	74	137	84,6%
dont envois de correspondance économiques (J+3 et plus)	2 010	1 990	2 046	1 975	1 625	-17,7%
Total des envois de correspondance distribués en France	15 306	14 765	14 285	13 684	12 724	-7,0%
dont part des envois ≤ 50 g	83,5%	83,2%	82,6%	82,7%	84,4%	+1,7 point

Source: ARCEP, Observatoire statistique des activités postales

Toutes les catégories d'envois de correspondance ont un volume en baisse en 2013 par rapport à 2012. Les diminutions du volume des trafics urgent/rapide et non urgent sont similaires : -7,2 % pour les premiers et -6,9 % pour l'autre.

La baisse du volume des envois en J+1 et J+2 est due principalement à celle des envois de correspondance inférieurs ou égaux à 50 g (-7,0 %), puisqu'ils représentent 91 % des envois urgents et rapides, même si le déclin est un peu plus important pour les envois de plus de 50 g (-8,4 %).

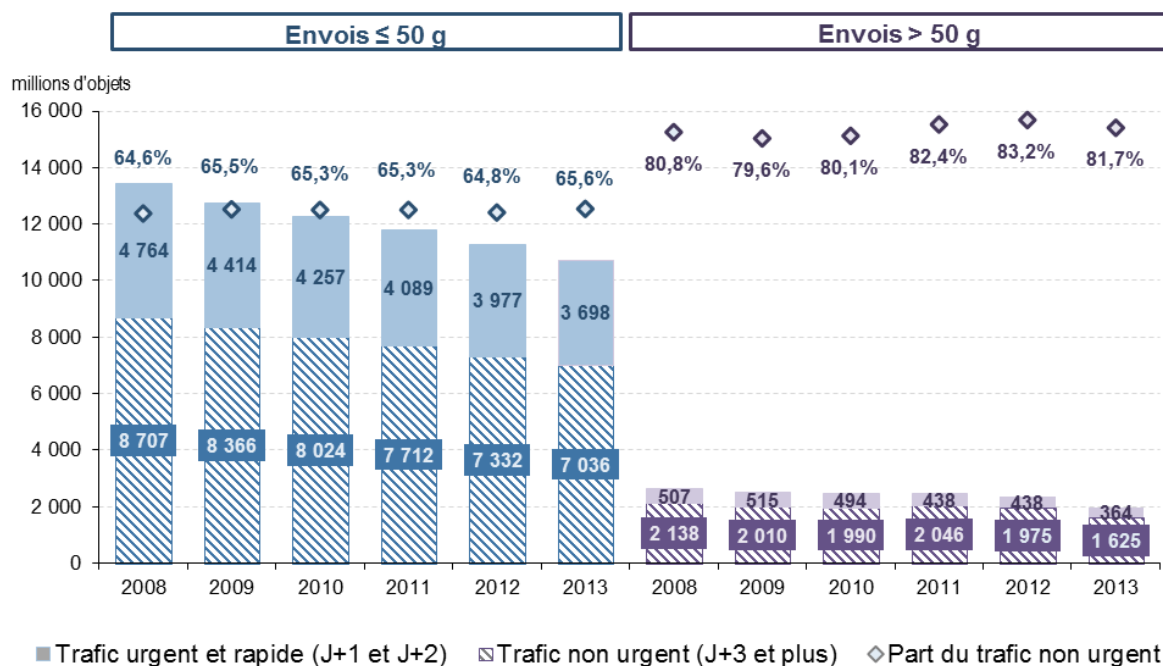
Concernant le trafic non urgent, le moteur principal de la diminution du volume est la décroissance des envois de correspondance inférieurs ou égaux à 50 g (-4,0 %), qui représentent 81,3 % des envois en économique. Cette baisse est également tirée par la forte chute des envois de correspondance supérieurs à 50 g en non urgent : le volume diminue de 17,7 % par rapport à 2012.

Répartition des envois de correspondance selon l'urgence - Volumes

(en millions d'objets)	2009	2010	2011	2012	2013	Evolution 2012-2013
Trafic urgent et rapide (J+1 et J+2)	4 930	4 752	4 528	4 375	4 062	-7,2%
Envois de correspondance ≤ 50 g	4 414	4 257	4 089	3 977	3 698	-7,0%
Envois de correspondance > 50 g	515	494	438	398	364	-8,4%
Trafic non urgent (J+3 et plus)	10 376	10 014	9 758	9 308	8 661	-6,9%
Envois de correspondance ≤ 50 g	8 366	8 024	7 712	7 332	7 036	-4,0%
Envois de correspondance > 50 g	2 010	1 990	2 046	1 975	1 625	-17,7%
Total des envois de correspondance distribués en France	15 306	14 765	14 285	13 683	12 723	-7,0%

Source: ARCEP, Observatoire statistique des activités postales

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



1.2 Publicité adressée et autres envois de correspondance

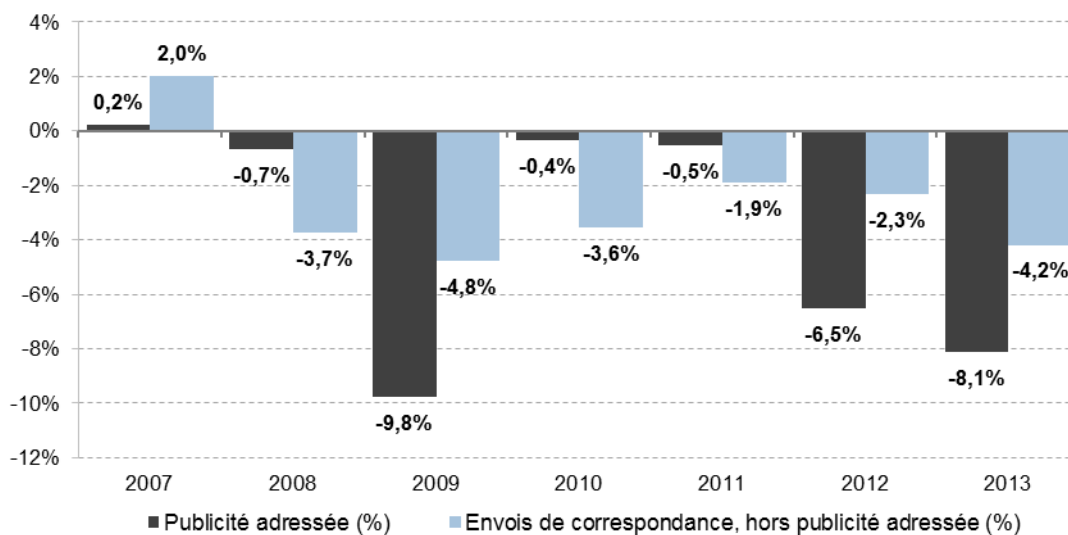
Le revenu de la publicité adressée diminue pour la sixième année consécutive et atteint 1,2 milliard d'euros. Pour autant que le recul corresponde à l'évolution des six dernières années, c'est le plus important enregistré depuis 2009 (-8,1%). Le volume d'objets décroît également. Il atteint 3,6 milliards, soit une diminution de 7,2 % par rapport à 2012. Cette diminution est cohérente avec la baisse des dépenses publicitaires, et plus particulièrement celles de publicité adressée (voir partie I.5.). La publicité adressée correspond, en volume, à 28,5 % du volume total des envois de correspondance.

Concernant les envois de correspondance hors publicité adressée, le constat est similaire, en revenu et en volume : avec respectivement des évolutions de -4,2 % et -7,0 %, les envois de correspondance hors publicité adressée enregistrent leur plus fort déclin annuel depuis 2009. L'augmentation tarifaire au 1^{er} janvier 2013 permet toutefois de limiter l'érosion du revenu.

Publicité adressée et autres envois de correspondance - Revenus

(en millions d'euros HT)	2009	2010	2011	2012	2013	Evolution 2012- 2013
Publicité adressée	1 466	1 460	1 453	1 358	1 248	-8,1%
Envois de correspondance, hors publicité adressée	6 349	6 123	6 007	5 868	5 622	-4,2%
Total des envois de correspondance	7 812	7 583	7 460	7 226	6 870	-4,9%
Part de la publicité adressée	18,8%	19,3%	19,5%	18,8%	18,2%	-0,6 point

Source: ARCEP, Observatoire statistique des activités postales

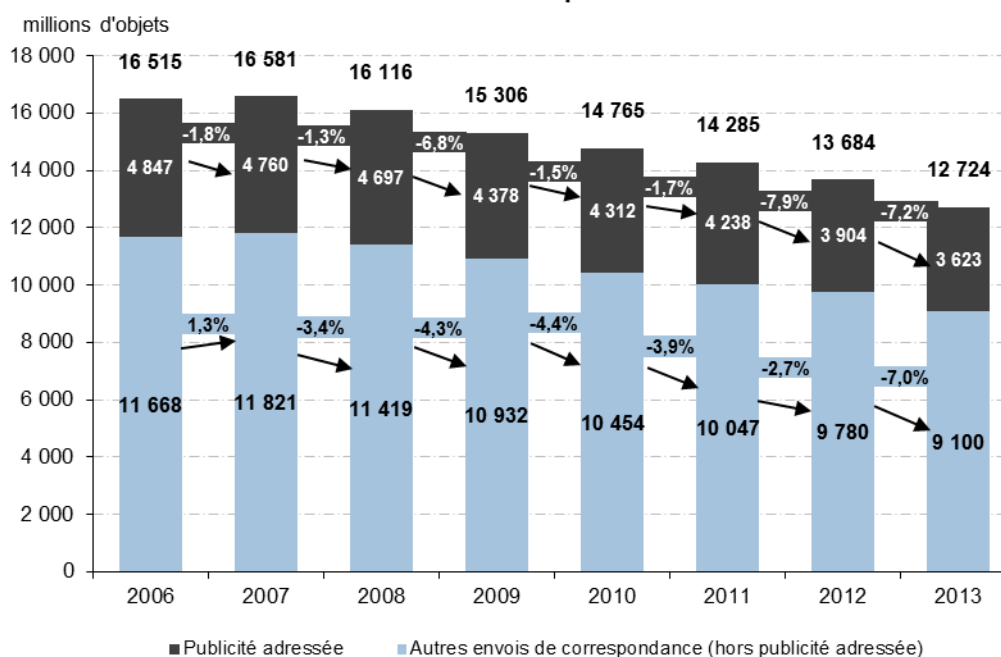
Evolution du revenu des envois de correspondance
Publicité adressée vs autres envois de correspondance

Publicité adressée et autres envois de correspondance - Volumes

(en millions d'objets)	2009	2010	2011	2012	2013	Evolution 2012- 2013
Publicité adressée	4 378	4 312	4 238	3 904	3 623	-7,2%
Envois de correspondance, hors publicité adressée	10 932	10 454	10 047	9 780	9 100	-7,0%
Total des envois de correspondance	15 306	14 765	14 285	13 684	12 724	-7,0%
Part de la publicité adressée	28,6%	29,2%	29,7%	28,5%	28,5%	+0 point

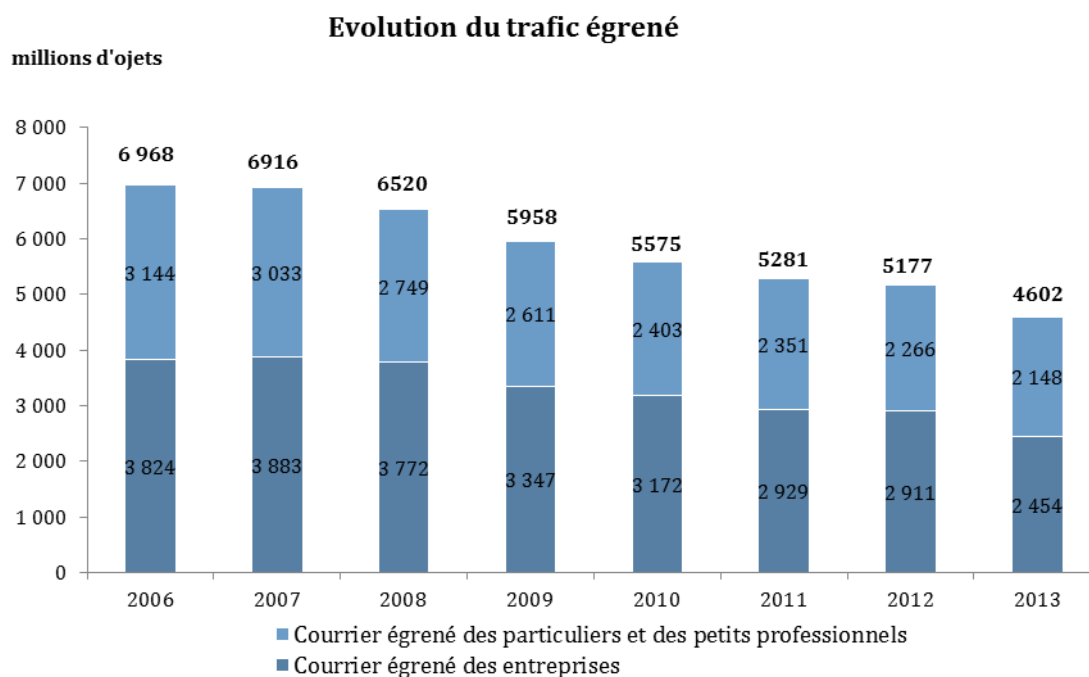
Source: ARCEP, Observatoire statistique des activités postales

Volume des envois de correspondance distribués en France



1.3 Trafic industriel et trafic égrené

La baisse du volume du trafic égrené, amorcée en 2006, se poursuit en 2013 avec un fort recul de 11,1 % (contre 2,0 % en 2012). La diminution est plus importante pour le courrier égrené des entreprises (-15,7 %), qui représente par ailleurs 53 % du trafic non industriel. Le nombre d'envois provenant des particuliers et petits professionnels (2,1 milliards d'envois) diminue de 5,2 % en 2013.



Le revenu associé perd quant à lui 6,6 % par rapport à 2012, soit une baisse légèrement supérieure à celle constatée l'année précédente. Le revenu du trafic égrené (3,6 milliards d'euros) représente 53 % du revenu total des envois de correspondance distribués en France. Cette proportion est en diminution constante depuis 2008 (malgré une stagnation en 2012). Si la part du trafic industriel reste minoritaire en revenu, elle correspond à près de 64 % du volume total des envois de correspondance distribués.

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

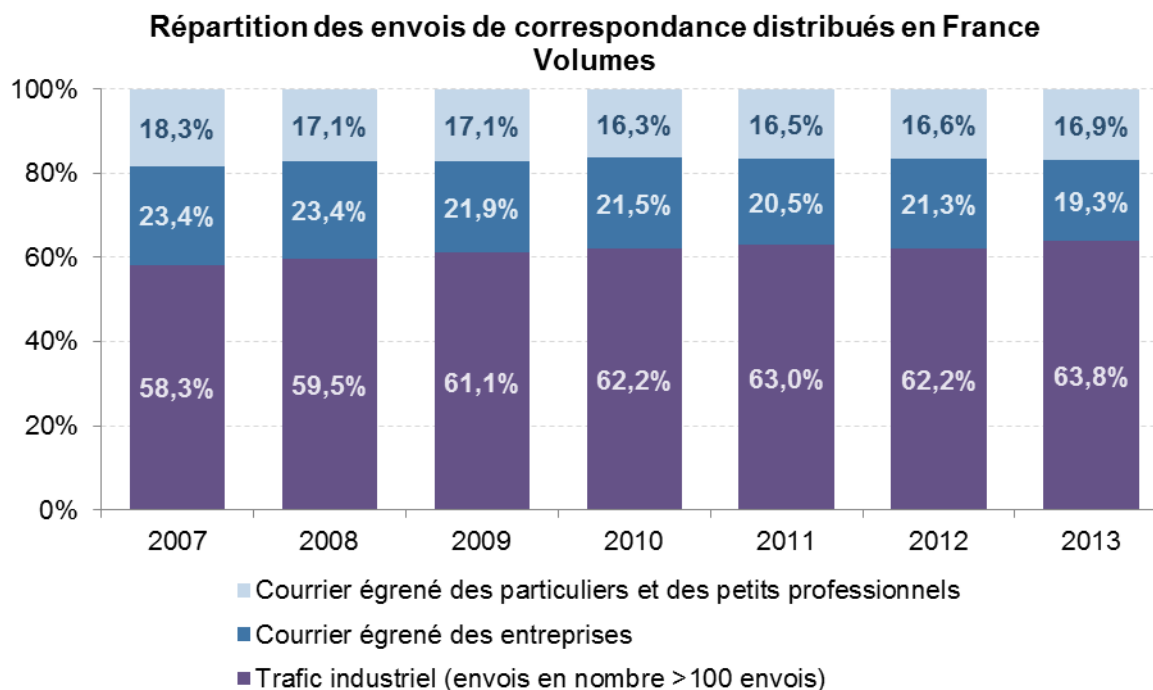
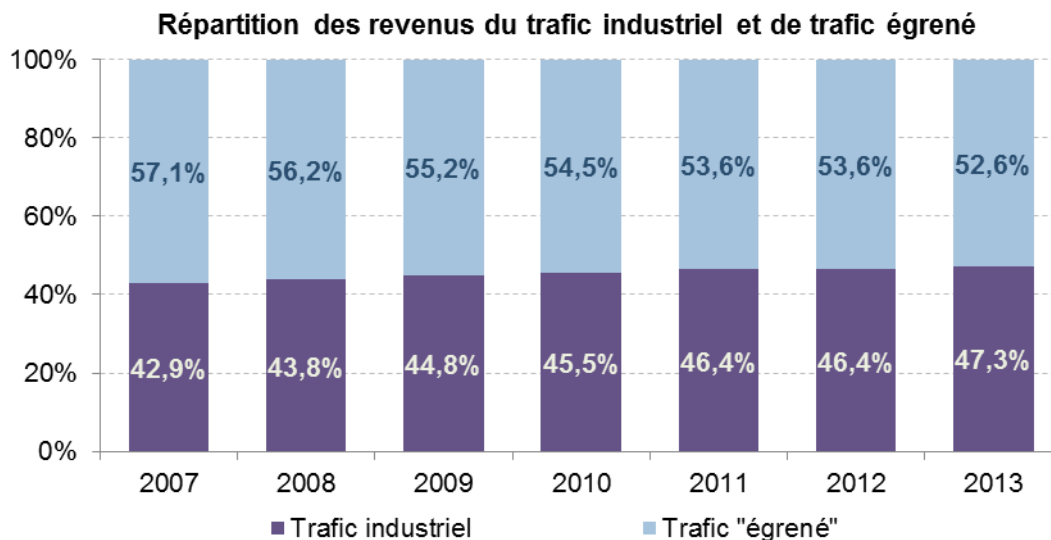
en millions d'euros	2009	2010	2011	2012	2013	Evolution 2012-2013
Trafic industriel (envois en nombre >100 envois)	3 497	3 453	3 460	3 355	3 252	-3,1%
Trafic "égrené" déposé chez l'opérateur de distribution	4 315	4 130	4 000	3 871	3 616	-6,6%
Total des envois de correspondance distribués en France	7 812	7 583	7 460	7 226	6 870	-4,9%

Source: ARCEP, Observatoire statistique des activités postales

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

en millions d'objets	2009	2010	2011	2012	2013	Evolution 2012-2013
Trafic industriel (envois en nombre >100 envois)	9 348	9 191	9 003	8 506	8 120	-4,5%
Trafic "égrené" déposé chez l'opérateur de distribution	5 958	5 575	5 281	5 177	4 602	-11,1%
Courrier égrené des entreprises	3 347	3 172	2 929	2 911	2 454	-15,7%
Courrier égrené des particuliers et des petits professionnels	2 611	2 403	2 351	2 266	2 148	-5,2%
Total des envois de correspondance distribués en France	15 306	14 765	14 285	13 684	12 724	-7,0%

Source: ARCEP, Observatoire statistique des activités postales



La proportion du trafic industriel est en constante augmentation depuis 2006 (malgré une stagnation en 2012). En 2013, la part du trafic industriel dans les envois de correspondance augmente encore de 1,5 point.

Le nombre d'objets atteint 8,1 milliards, soit une baisse de 4,5 % par rapport à 2012. Cette diminution s'explique majoritairement par celle du volume de la publicité adressée (-7,2 %) qui représente 44,6 % des envois industriels. Parallèlement, le volume des autres envois de correspondance en trafic industriel diminue de 2,3 % par rapport à 2012. La part de la publicité adressée dans le trafic industriel baisse ainsi de 1,3 point entre 2012 et 2013.

Le revenu du trafic industriel atteint 3,3 milliards d'euros, ce qui représente une baisse de 3,1 % par rapport à 2012. Cette baisse est imputable à la diminution des revenus de la publicité adressée (-8,1 % par rapport à 2012) alors que ceux des autres envois de correspondance sont stables (+0,4 %). La part de la publicité adressée dans le revenu du

trafic industriel passe pour la première fois sous la barre des 40 %, en diminuant de 2,1 points.

Trafic industriel - Revenus

millions d'euros	2009	2010	2011	2012	2013	Evolution 2012- 2013
Trafic industriel	3 497	3 453	3 460	3 355	3 252	-3,1%
dont publicité adressée	1 466	1 460	1 453	1 358	1 248	-8,1%
dont autres envois de correspondance	2 031	1 993	2 007	1 997	2 004	0,4%
Part de la publicité adressée dans le trafic industriel	41,9%	42,3%	42,0%	40,5%	38,4%	-2,1 points

Source: ARCEP, Observatoire statistique des activités postales

Trafic industriel - Volumes

millions d'objets	2009	2010	2011	2012	2013	Evolution 2012- 2013
Trafic industriel	9 348	9 191	9 003	8 506	8 120	-4,5%
dont publicité adressée	4 378	4 312	4 238	3 904	3 623	-7,2%
dont autres envois de correspondance	4 970	4 879	4 765	4 602	4 497	-2,3%
Part de la publicité adressée dans le trafic industriel	46,8%	46,9%	47,1%	45,9%	44,6%	-1,3 point

Source: ARCEP, Observatoire statistique des activités postales

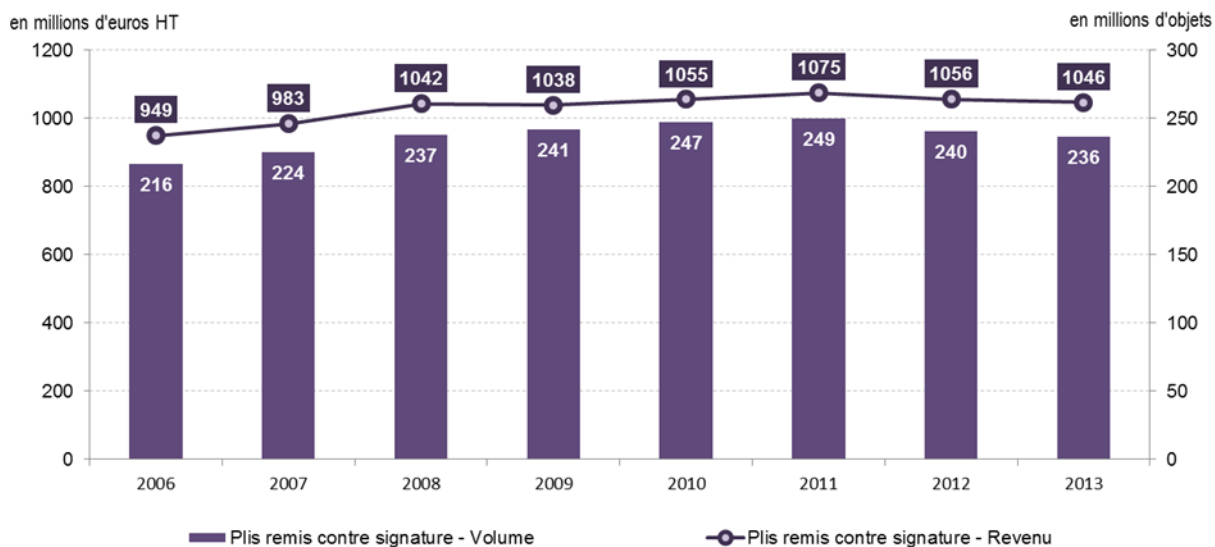
1.4 Les envois de correspondance remis contre signature

Ce segment de marché est moins affecté que les autres segments par la baisse du trafic. Le nombre de plis remis contre signature (y compris les recommandés) est en diminution de 1,9 %, à 236 millions d'objets. Cette baisse est moins importante que celle de 2012, où le nombre d'objets avait chuté de 3,6 % par rapport à 2011. Pour autant, le volume de plis remis contre signature est à son plus bas niveau des cinq dernières années.

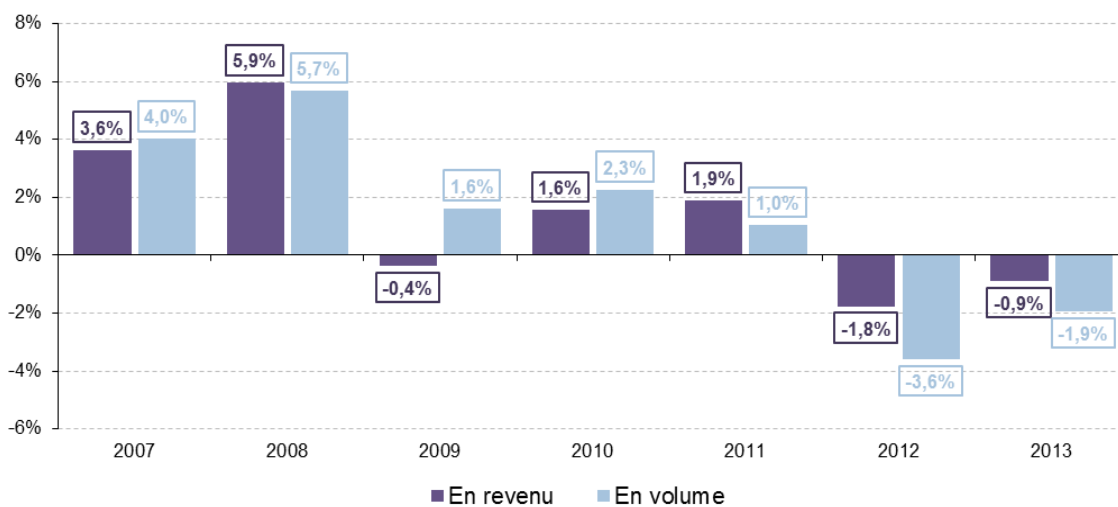
Les revenus des envois de correspondance remis contre signature diminuent, eux, de 0,9 % pour atteindre plus d'un milliard d'euros.

Envois de correspondance remis contre signature	2009	2010	2011	2012	2013	Evolution 2012- 2013
Revenus en millions d'€ HT	1 038	1 055	1 075	1 056	1 046	-0,9%
Volume en millions d'objets	241	247	249	240	236	-1,9%

Evolution des plis remis contre signature



Evolution des envois de correspondance remis contre signature



2. Les colis distribués en France

Le marché du 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 segmentation : 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). Le deuxième critère est l'identité des expéditeurs et des récepteurs. Le colis hors express concerne majoritairement les échanges des entreprises vers les consommateurs ou entre particuliers alors que l'express correspond davantage à des besoins interentreprises (délais courts, logistique adaptée). La distinction entre les deux segments s'avère toutefois de plus en plus poreuse : les opérateurs proposent des produits toujours plus convergents.

L'activité colis des opérateurs autorisés ne concerne que le premier segment : celui des colis hors express (le colis express n'est pas une activité régulée). Les chiffres présentés ici n'intègrent pas les acteurs du marché du colis ne disposant pas d'autorisation postale. Il s'agit par conséquent d'une vision partielle de la distribution des colis domestiques.

Le marché des colis hors express distribués par les opérateurs autorisés est en croissance pour la troisième année consécutive. Le revenu augmente de 2,3 % et s'établit à 1,6 milliard d'euros hors taxes. L'augmentation est comparable à celle de 2012 (+2,8 %) en revenu, mais plus faible en volume (+1,0 % contre +4,8 % en 2012).

Le marché du colis remis contre signature stagne quasiment en revenu (+0,2 %) à 512 millions d'euros alors qu'il croît de 4,7 % en volume, soit 69 millions d'objets distribués en 2013.

Colis - Revenu

millions d'euros HT

	2009	2010	2011	2012	2013	Evolution 2012- 2013
Colis ordinaires hors express	ND	ND	1 520	1 562	1 597	2,3%
Dont colis remis contre signature	473	470	509	511	512	0,2%

Source: ARCEP, Observatoire statistique des activités postales

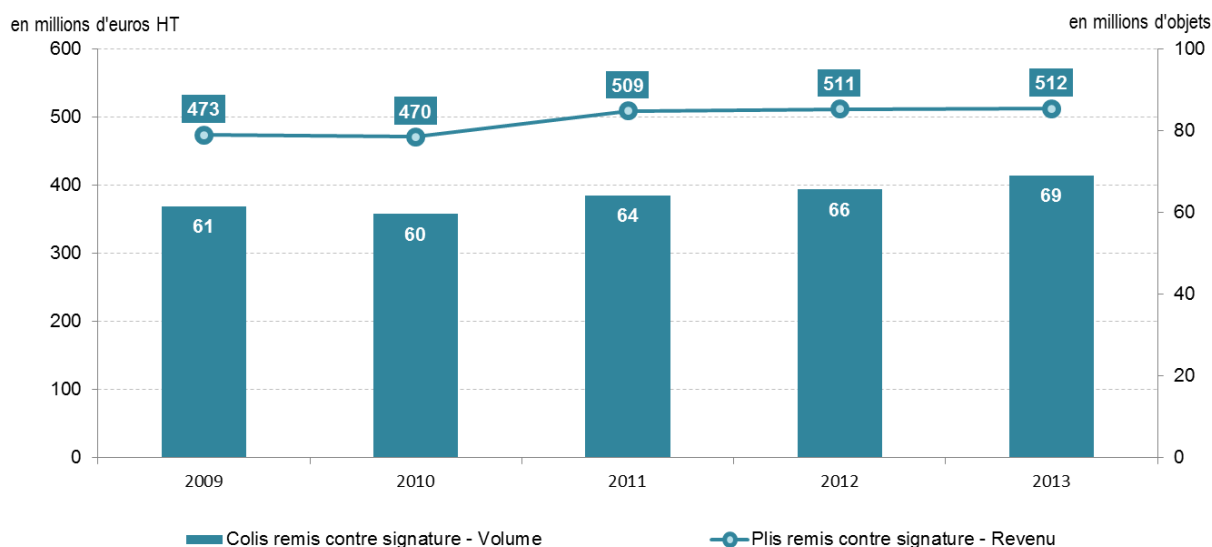
Colis - Volume

millions d'objets

	2009	2010	2011	2012	2013	Evolution 2012- 2013
Colis ordinaires hors express	ND	ND	313	328	331	1,0%
Dont colis remis contre signature	61	60	64	66	69	4,7%

Source: ARCEP, Observatoire statistique des activités postales

Evolution des colis remis contre signature



Concernant le segment des colis express, les données proviennent de la publication relative à la messagerie et l'express réalisée par le ministère de l'Ecologie, du Développement Durable et de l'Energie.

Le nombre de colis express est en hausse depuis 2010 pour l'ensemble des catégories (domestique, import et export). L'année 2013 correspond à la plus forte croissance du volume de l'express national avec 15,8 % d'augmentation. Pour les autres catégories, les taux de croissance sont également élevés : +9,5 % pour l'import, ce qui correspond au taux de croissance moyen depuis 2009, et +5,8 % pour l'export.

En termes de revenus, l'augmentation est moindre pour les trois catégories. Pour l'express national, les revenus ont cru de 6,8 % en 2013, ce qui est la hausse la plus importante des cinq dernières années. Concernant l'express import et export, les taux de croissance sont respectivement de 2,3 % et 1,8 %.

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

	2009	2010	2011	2012	2013
Express national	-4,3%	2,8%	5,8%	3,8%	6,8%
Express Import	-0,4%	9,4%	8,0%	0,1%	2,3%
Express Export	-15,1%	3,5%	3,7%	2,9%	1,8%

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

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

	2009	2010	2011	2012	2013
Express national	-1,5%	2,5%	4,0%	4,4%	15,8%
Express Import	10,9%	14,2%	8,0%	6,5%	9,5%
Express Export	-2,2%	10,9%	5,9%	10,5%	5,8%

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 revenu du trafic international diminue de 2,0 % en 2013, alors qu'il avait augmenté de 4,1 % l'année précédente. Ceci s'explique par les diminutions conjointes des revenus des envois exportés (-2,6 %) et importés (-0,5 %).

En termes de volumes, le nombre d'objets échangés à l'international diminue de 3,0 %, alors que l'évolution était plutôt stable (+0,4 %) en 2012. Cette diminution est due à la forte baisse du volume à l'export, dont le nombre d'objets décroît de 6,5 %.

Trafic international - Revenus

millions d'euros	2009	2010	2011	2012	2013	Evolution 2012- 2013
Export	521	544	540	556	541	-2,6%
Import	207	221	230	245	244	-0,5%
Total trafic international*	728	766	770	801	786	-2,0%

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

Trafic international - Volumes

millions d'objets	2009	2010	2011	2012	2013	Evolution 2012- 2013
Export	471	446	405	396	371	-6,5%
Import	396	382	373	385	387	0,7%
Total trafic international*	867	828	778	781	758	-3,0%

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

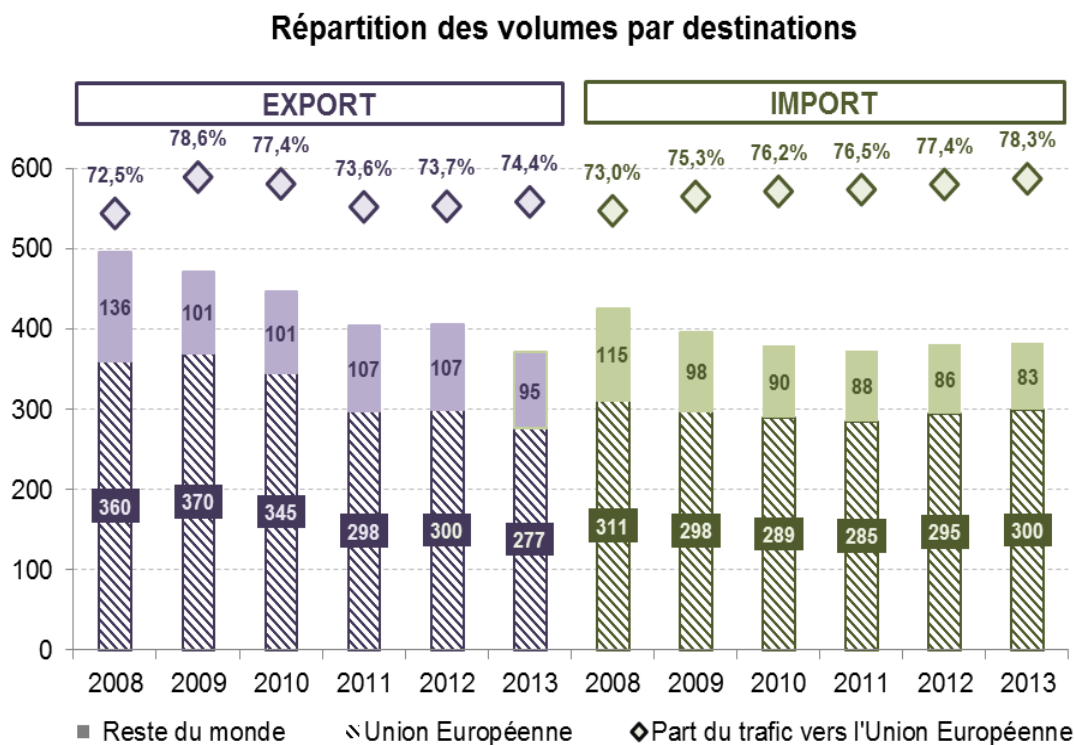
Le segment du courrier international sortant est ouvert à la concurrence pour toutes les tranches de poids en ce qui concerne les envois de correspondance. Pour opérer sur ce marché, une autorisation auprès de l'ARCEP est nécessaire. Les opérateurs sont pour la plupart des filiales des postes européennes (cf. annexe 1).

3.1.2 Répartition des flux par zones géographiques

La grande majorité du trafic postal international est à destination ou en provenance de pays de l'Union Européenne (et parmi eux de pays frontaliers).

Pour les objets importés, la part des envois en provenance de pays de l'Union Européenne est en croissance depuis 2008. En gagnant 0,9 point par rapport à 2012, elle s'établit à 78,3 %.

La part de l'export à destination de l'Union Européenne, après avoir quasiment stagné en 2012, augmente de 0,7 point pour atteindre 74,4 %.



NB : 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 revenu du marché de l'export (541 millions d'euros) diminue en 2013 de 2,6 % alors qu'il augmentait de 2,9 % en 2012. Le nombre d'objets exportés diminue quant à lui de 6,5 % (contre -2,2 % en 2012 et -9,2 % en 2011). Cette diminution provient du segment des envois de correspondance exportés, qui décline. Le revenu de ces derniers atteint 358 millions d'euros, soit un recul de 5,6 %, alors qu'il était stable entre 2011 et 2012. La diminution concerne autant les revenus de la publicité adressée (-4,8 %) que ceux des autres envois de correspondance (-5,7 %). Le flux d'envois de correspondance à l'export enregistre également une diminution (-7,5 %) et atteint 333 millions d'objets. Si la baisse de la publicité adressée est assez limitée (-1,5 % en nombre de plis), celle des autres envois de correspondance est en revanche importante (-10,3 %) et près de 5 points supérieure à la décroissance du volume en 2012.

Le marché de la distribution de presse à l'export repart à la hausse avec une croissance de 1,4 % en revenu et de 5,6 % en volume (20 millions d'euros pour 19 millions de plis). Pour autant, ces évolutions pèsent peu sur l'évolution globale du trafic à l'export : la presse représente 4 % en volume et 5 % en revenu du marché export.

Le revenu du segment des colis de moins de 30 kg augmente pour la septième année consécutive et atteint 163 millions d'euros (+4,0 %). Le nombre de colis distribués est également en hausse en 2013 : il s'établit à 18 millions d'objets, ce qui correspond 1,6 % de croissance.

Export - Revenus

millions d'euros	2009	2010	2011	2012	2013	Evolution 2012- 2013
Envois de correspondance	376	391	380	379	358	-5,6%
publicité adressée	57	52	54	58	55	-4,8%
hors publicité adressée	319	339	326	321	303	-5,7%
Presse	24	22	20	20	20	1,4%
Colis "ordinaires"	121	131	140	157	163	4,0%
Total Export*	521	544	540	556	541	-2,6%

Source: ARCEP, Observatoire statistique des activités postales

* y compris le trafic ABC

Export - Volumes

millions d'objets	2009	2010	2011	2012	2013	Evolution 2012- 2013
Envois de correspondance	436	413	370	360	333	-7,5%
publicité adressée	150	117	109	115	113	-1,5%
hors publicité adressée	286	296	261	246	220	-10,3%
Presse	22	20	20	18	19	5,6%
Colis "ordinaires"	13	13	15	18	18	1,6%
Total Export*	471	446	405	396	371	-6,5%

Source: ARCEP, Observatoire statistique des activités postales

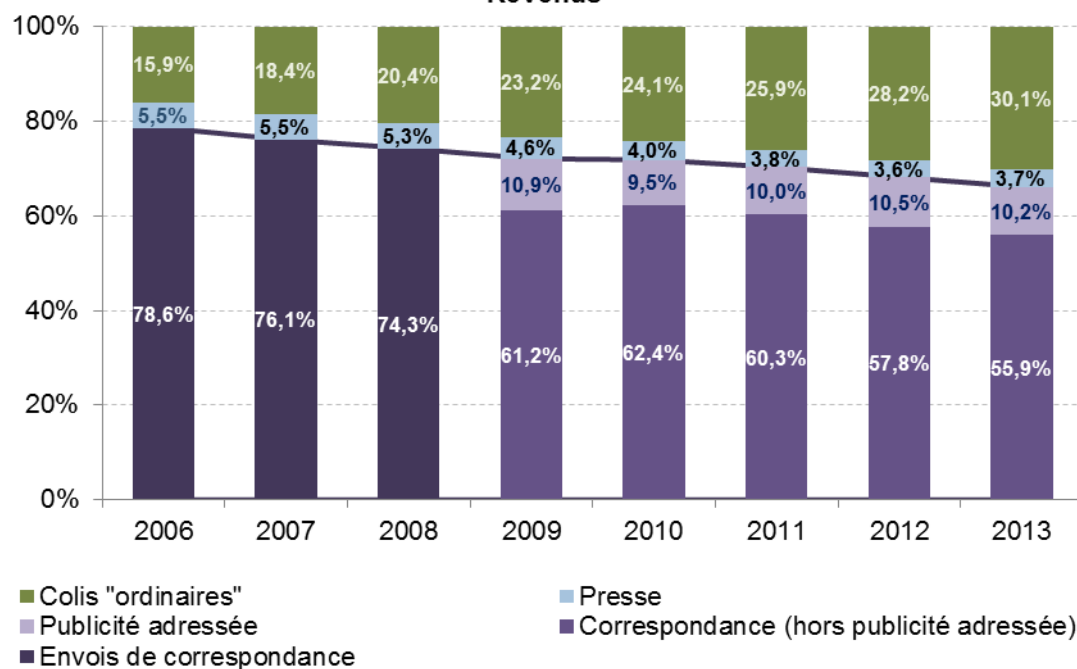
* y compris le trafic ABC

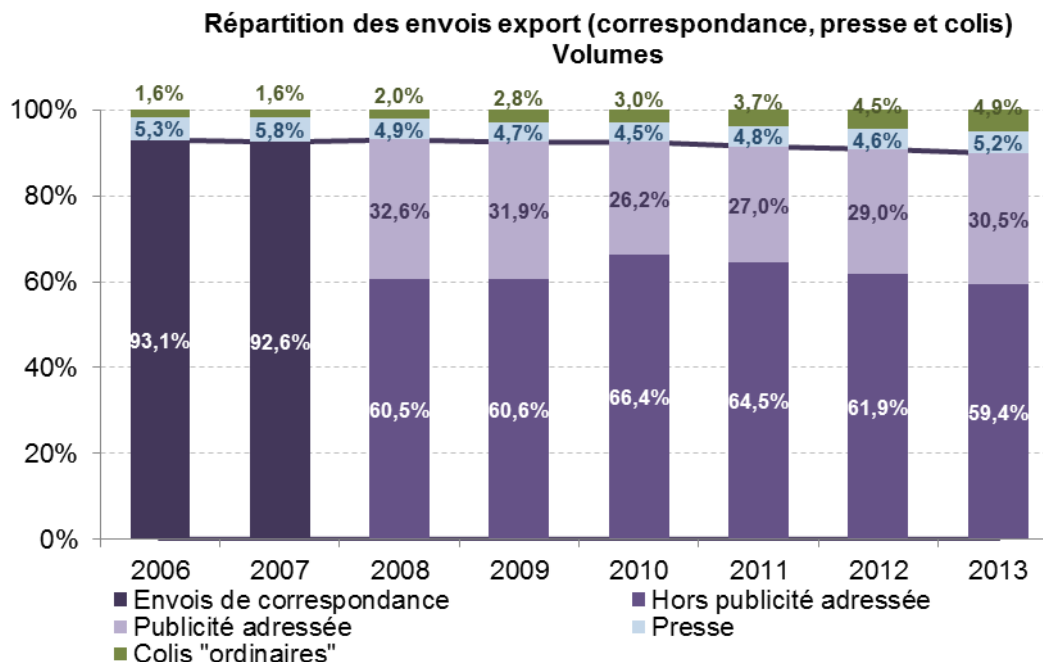
Le colis a un poids de plus en plus important dans le revenu de la distribution à l'export. Ainsi, après une augmentation de 2,3 points en 2012, la part du colis dans le revenu du total des objets exportés augmente encore de 1,9 point. Les colis représentent 30,1 % du revenu de l'export en 2013. En volume, ils ne comptent que pour 4,9 %.

Les envois de correspondance et la publicité adressée représentent respectivement 59,4 % et 30,5 % du volume total d'objets distribués à l'export. À eux deux, ils correspondent donc à près de 90 % du volume total. En revenu en revanche, si la part des envois de correspondance (hors publicité adressée) est plutôt comparable (55,9 %), celle de la publicité adressée est bien inférieure (10,2 %).

Depuis 2006, la tendance générale est à l'augmentation de la part relative du colis, alors que celle des envois de correspondance diminue, tant en revenu qu'en volume.

Répartition des envois export (correspondance, presse et colis)
Revenus





3.2.2 Le trafic ABC²

La diminution du nombre d'objets transitant par la France se stabilise en 2013. Avec 56 millions de plis, le trafic ABC baisse de 1,0 % contre 4,2 % en 2012. La trajectoire descendante de la part du trafic ABC dans le total des envois de correspondance à l'export, observée depuis 2010, ne se confirme pas en 2013 : elle augmente de 1,2 point contre -0,2 point en 2012 pour s'établir à 16,8 %.

Le revenu augmente de 3,7 % et atteint 30 millions d'euros.

Export de correspondance - Revenus

millions d'euros	2009	2010	2011	2012	2013	Evolution 2012- 2013
Envois de correspondance export	376	391	380	379	358	-5,6%
dont trafic ABC	46	34	29	29	30	3,7%

Source: ARCEP, Observatoire statistique des activités postales

Export de correspondance - Volumes

millions d'objets	2009	2010	2011	2012	2013	Evolution 2012- 2013
Envois de correspondance export	436	413	370	360	333	-7,5%
dont trafic ABC	108	75	59	56	56	-1,0%

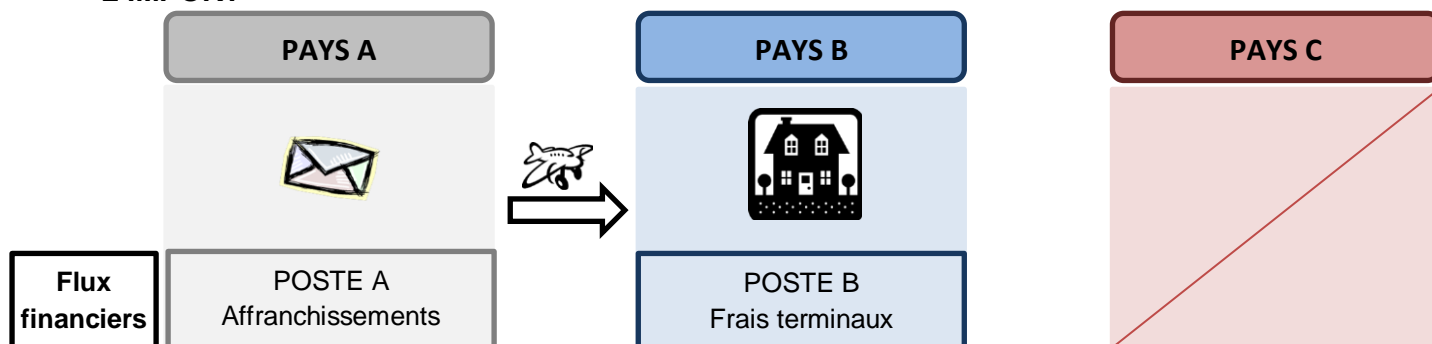
Source: ARCEP, Observatoire statistique des activités postales

² 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

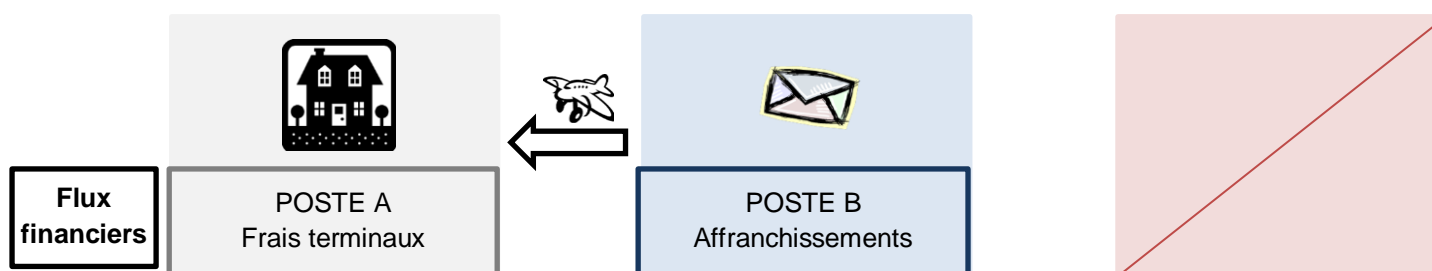
Les opérateurs postaux qui interviennent dans l'acheminement et la distribution du courrier sont rémunérés en fonction du rôle qu'ils occupent entre l'émission et la réception. L'opérateur distributeur est rémunéré par les frais terminaux reversés par l'opérateur du pays émetteur. L'opérateur du pays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

L'IMPORT



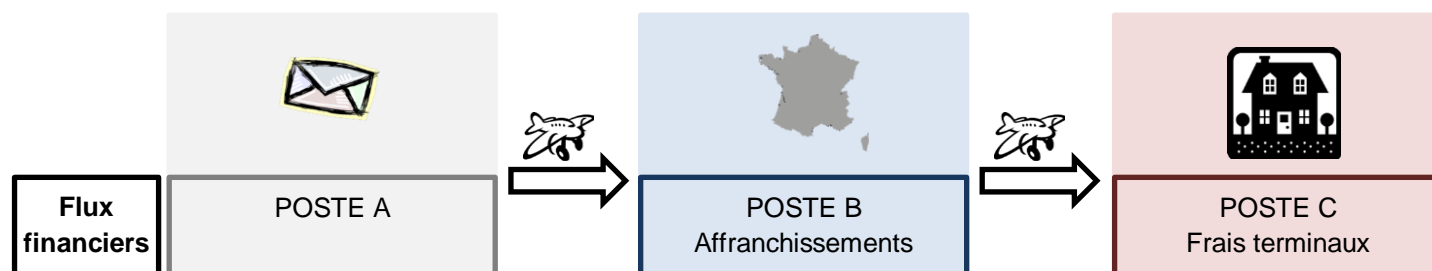
Les frais terminaux constituent la rémunération de la poste nationale.

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 processus d'acheminement.

4. La presse

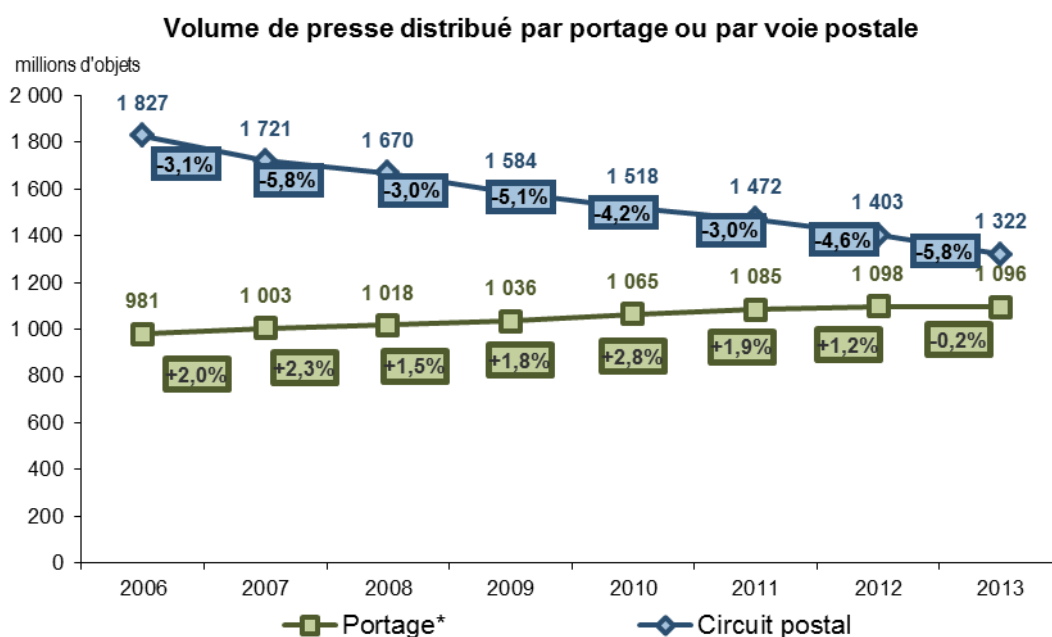
Le trafic de la presse distribuée par circuit postal ou par portage³ s'élève à 2,4 milliards d'envois en 2013 contre 2,5 milliards en 2012. Cette diminution est particulièrement portée par l'inflexion du volume de presse distribué par circuit postal (-5,8 %). Pour la première fois depuis 2006, le volume de presse distribué par portage enregistre une légère baisse (-0,2 %).

Presse - Volumes

millions d'objets	2009	2010	2011	2012	2013	Evolution 2012-2013
Circuit postal	1 584	1 518	1 472	1 403	1 322	-5,8%
Portage*	1 036	1 065	1 085	1 098	1 096	-0,2%
Distribution totale de la presse aux abonnés	2 620	2 583	2 557	2 501	2 418	-3,3%

Source: ARCEP, Observatoire statistique des activités postales

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



4.1 La presse distribuée par portage

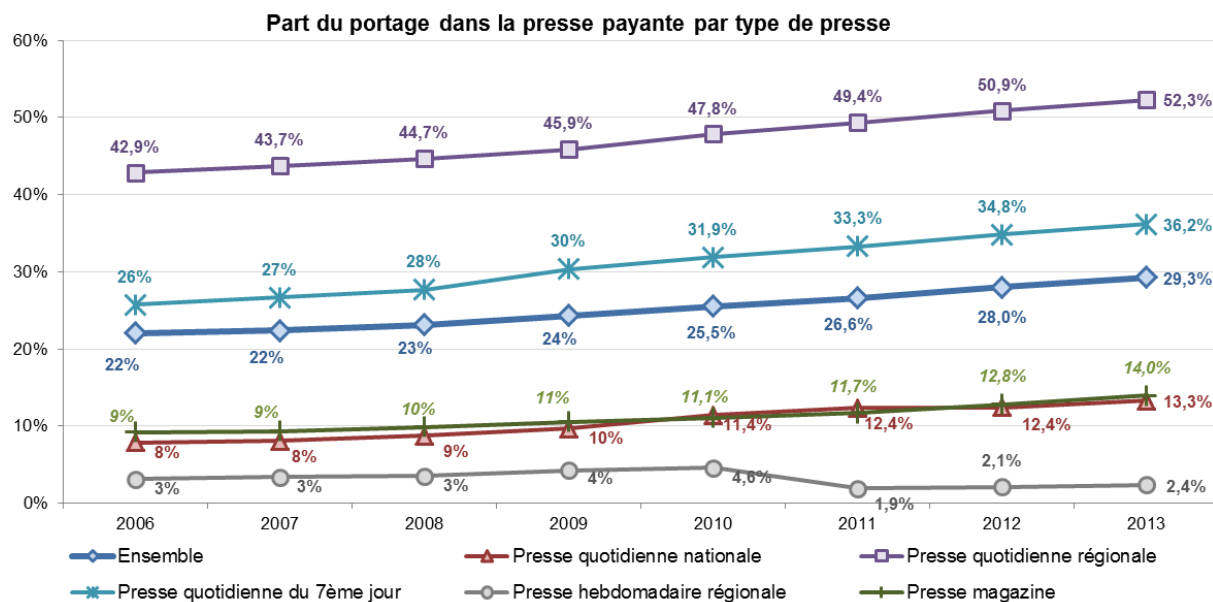
Le volume de presse distribuée par portage, après avoir augmenté chaque année à un rythme allant de +1,0% à +3,0%, est légèrement décroissant en 2013. La part du portage dans l'ensemble de la distribution de la presse payante a néanmoins augmenté, pour la septième année consécutive, pour atteindre 29,3 %, soit 1,3 point de plus qu'en 2012.

La part du portage augmente pour tous les types de presse payante. Elle atteint 52,3 % pour la presse quotidienne régionale, soit une augmentation de 1,4 point en un an. Elle représente 36,2 % de la distribution de la presse quotidienne du 7^{ème} jour.

Les autres types de presse semblent moins propices au développement du portage comme mode de distribution. Seulement 14,0 % des exemplaires de la presse magazine (en hausse

³ 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

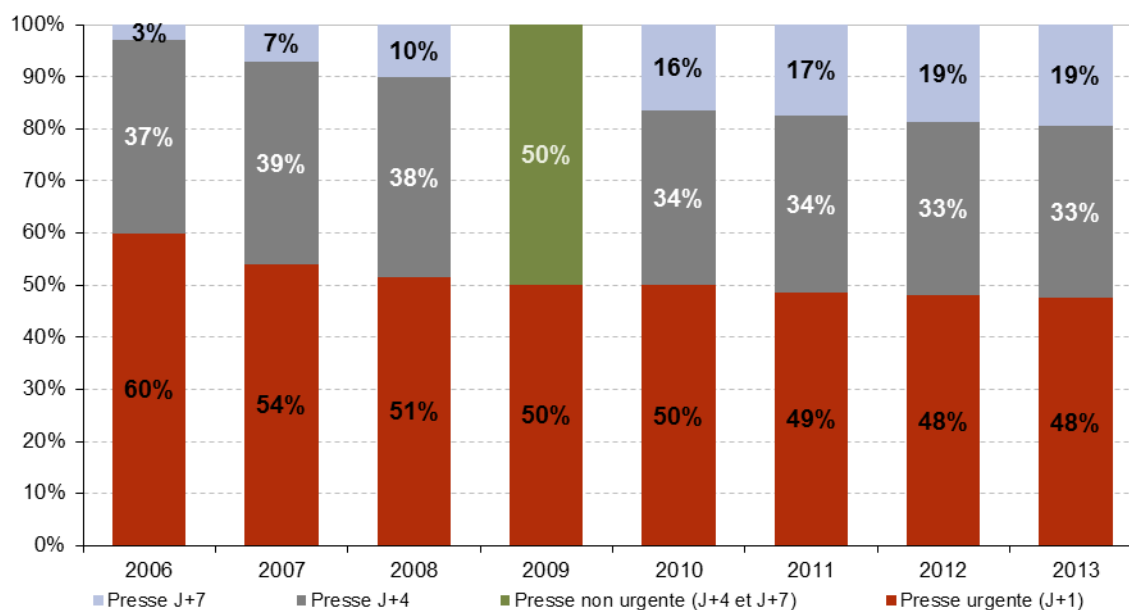
de 1,1 point) et 13,3 % de la presse quotidienne nationale sont portés. Pour autant ces parts sont, en 2013 encore, en augmentation : 1,2 point pour la presse magazine et 0,9 point pour la presse quotidienne nationale. Pour la presse hebdomadaire régionale, la part reste très faible (2,4 % contre 2,1 % en 2009).



4.2 La presse distribuée par circuit postal

En 2013, la presse urgente (J+1) représente près de la moitié de la distribution postale de presse en France (48 %). Cette part est stable par rapport à 2012, tout comme celles de la distribution en J+4 et J+7 (respectivement 33 % et 19 %), et ce malgré un volume total de presse distribuée par circuit postal en diminution.

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

Les revenus liés à la distribution de la presse diminuent également en 2013, à 718 millions d'euros (contre 736 en 2012). Le chiffre d'affaires du secteur perd 1,1 % pour s'établir à 469 millions d'euros hors taxes. La contribution provisionnelle de l'Etat, prévue dans le cadre des accords pluriannuels Etat-Presses-Poste (cf. annexe 3) a été diminuée de 15 millions d'euros tandis que la compensation liée au moratoire a progressé de 2,5 millions d'euros par rapport à 2012.

Presse - Revenus

millions d'euros HT	2009	2010	2011	2012	2013	Evolution 2012-2013
Chiffre d'affaires "Presse"	459	456	462	475	469	-1,1%
Contribution provisionnelle de l'Etat	242	242	242	232	217	-6,5%
Compensation liée au moratoire	25	24	27	30	32	8,5%
Total	725	722	732	736	718	-2,4%

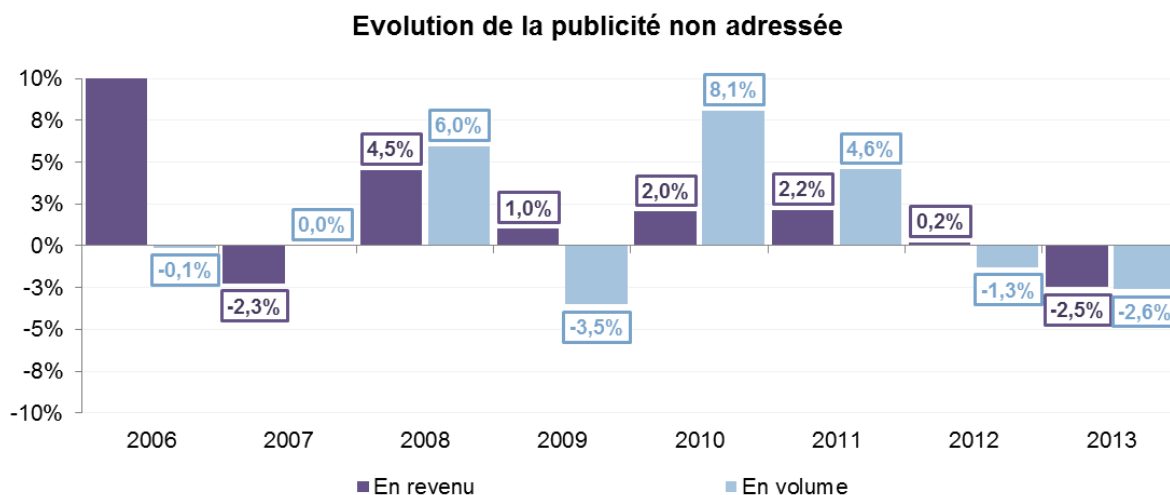
Source: ARCEP, Observatoire statistique des activités postales

5. La publicité non adressée

Le marché de la publicité adressée recule (-2,5 % en revenu, -2,6 % en volume) et retrouve un niveau presque équivalent à celui de 2010.

Publicité non adressée	2009	2010	2011	2012	2013	Evolution 2012-2013
Revenus en millions d'€ HT	680	693	708	710	692	-2,5%
Volume en millions d'objets	18 984	20 518	21 453	21 177	20 626	-2,6%

Source: ARCEP, Observatoire statistique des activités postales



L'analyse des données publiées par France Pub et l'Institut de recherche et d'études publicitaires (Irep) confirme une diminution des dépenses publicitaires, qu'il s'agisse de l'adressé ou non (-4,7 % au global). La publicité adressée, qui représente 44 % des dépenses publicitaires totales en 2013, est particulièrement touchée : les dépenses baissent de 7,5 % après un recul de 4,5 % en 2012. Il s'agit de la plus forte baisse depuis 2008. L'autre poste important concerne les imprimés sans adresse, qui comptent pour 34 % des dépenses publicitaires. Ceux-ci diminuent de 2,8 % en un an, après trois années de croissance.

Dépenses en publicité

en millions d'euros	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Dépenses publicitaires totales	9 559	9 027	9 065	9 164	9 042	8 621
dont publicité adressée	4657	4340	4297	4271	4 079	3 773
dont Imprimés sans adresse	2913	2814	2856	2956	2 991	2 908
dont autres éditions publicitaires	1167	1106	1117	1142	1 152	1 115
dont autres (marketing téléphonique, ...)	823	767	795	795	820	825

Source: France Pub - Irep

Evolution annuelle des dépenses en publicité

évolutions annuelles (en %)	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Dépenses publicitaires totales	-1,9%	-5,6%	0,4%	1,1%	-1,3%	-4,7%
dont publicité adressée	-1,5%	-6,8%	-1,0%	-0,6%	-4,5%	-7,5%
dont Imprimés sans adresse	-0,7%	-3,4%	1,5%	3,5%	1,2%	-2,8%
dont autres éditions publicitaires	-7,3%	-5,2%	1,0%	2,2%	0,9%	-3,2%
dont autres (marketing téléphonique, ...)	0,0%	-6,8%	3,7%	0,0%	3,1%	0,6%

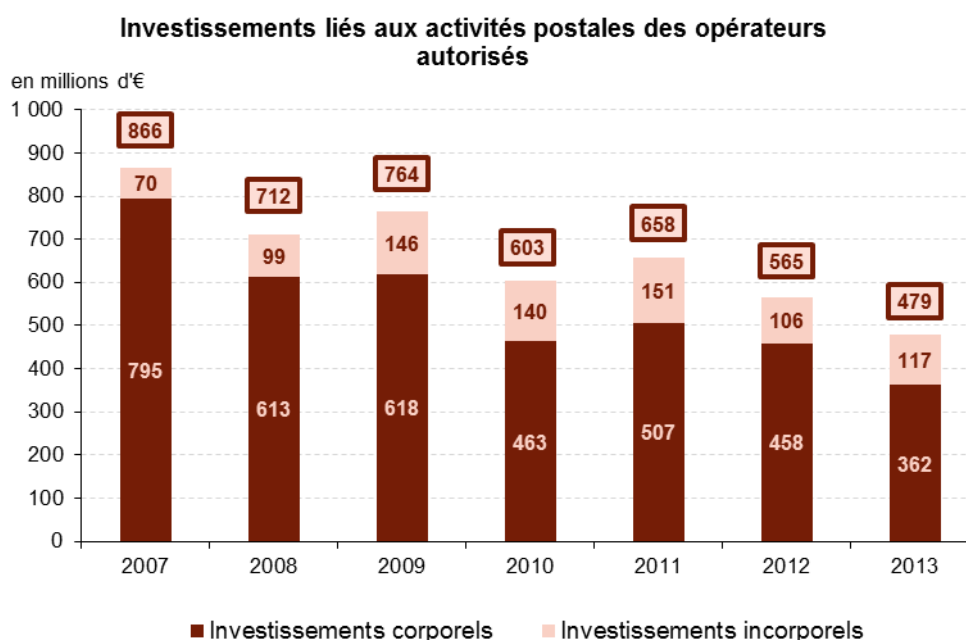
Source: France Pub - Irep

PARTIE II – Investissements et emploi des activités postales

1. Les investissements

Le montant des investissements des opérateurs postaux autorisés par l'ARCEP et de leurs filiales diminue pour la deuxième année consécutive. Les opérateurs ont investi 479 millions d'euros en 2013, ce qui représente une diminution de 15,2 % (1,1 point plus importante qu'en 2012).

Ce recul provient de la baisse des investissements corporels, c'est-à-dire les investissements en infrastructures, équipements, machines de tri, bâtiments. Le montant de ces investissements perd en effet 21,0 % et s'établit à 362 millions d'euros. À l'opposé, les investissements incorporels augmentent de 9,9 % pour atteindre 117 millions d'euros.



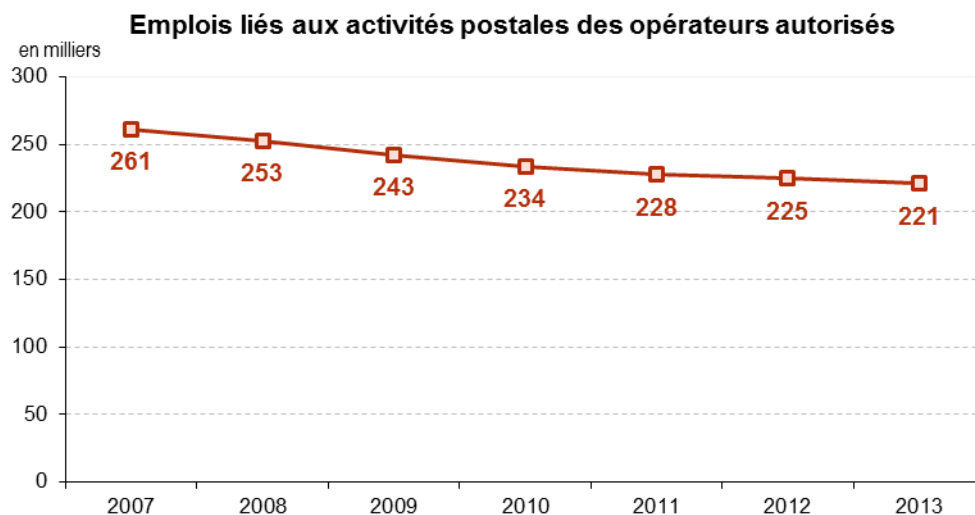
Note : Les investissements comptabilisés ici sont ceux des opérateurs autorisés par l'ARCEP en fin d'année, ainsi que ceux de leurs filiales en France qui réalisent des investissements dans des activités postales (voir encadré). Ils ne couvrent donc que les activités de prestations postales au sens strict 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 comprennent notamment le plan de modernisation de l'appareil de production de La Poste, baptisé Cap Qualité Courrier sur la période 2004-2012 (un total de 3,4 milliards d'euros avec la création de 42 plates-formes industrielles courrier (PIC) couvrant 88 % du trafic).

2. Les emplois

Le nombre d'emploi liés aux activités postales recule en 2013 (-1,8 %). La baisse est néanmoins moins intense depuis deux ans : le secteur a perdu 4 000 emplois en 2013 et 3 000 en 2012 contre environ 8 000 par an les années précédentes. Au cours de la période 2007-2013, le secteur a perdu 40 000 emplois.



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.

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 2013, outre La Poste (autorisée le 26/10/2006), 32 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 (Inter correspondance) dans l'agglomération de Cholet et ses alentours (autorisé le 23/03/2010)

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)

Courrier Service Entreprise dans la communauté urbaine de Strasbourg et ses alentours (autorisé le 29/01/2013)

Frédéric Veigneau Courriers (Distriplis Mauges) dans les agglomérations de Cholet, d'Angers et leurs alentours (autorisé le 19/03/2013)

Novea à Paris et dans les départements des Hauts-de-Seine (92), de Seine-Saint-Denis (93) et du Val-de-Marne (94) (autorisé le 25/06/2013)

Xpert France Nord dans la région Nord-Pas-de-Calais (autorisé le 15/10/2013)

Les autorisations pour les envois de correspondance transfrontalière sortante sont :

IMX (autorisé le 22/06/2006)

Deutsche Post AG (autorisé le 29/06/2006)

Mailtin'Post (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 1^{er} janvier 2011, 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 compris 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, Semam 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>	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Evolution 2012- 2013
Aide au portage de l'Etat	8	62	70	67	45	38	-13,6%

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.