

Les acteurs du secteur postal en France

Nouvelle incursion dans les métiers du secteur postal : la parole est donnée à deux acteurs, **Arvato services et Référence Directe, membre du regroupement Cap Mail, deux spécialistes du routage et de la relation client.**

HERVÉ MILCENT

PDG d'Arvato services



Quelles sont les spécificités des métiers d'Arvato services et comment vous positionnez-vous sur le marché postal en France ?

Arvato services est une organisation leader en Europe qui a créé la première combinaison d'expertises pour aider ses clients à conquérir et fidéliser leurs clients.

Arvato services propose ainsi quatre pôles de services complémentaires

en marketing direct, centre de contacts, logistique et CRM, depuis maintenant 10 ans. La société est filiale du groupe de média allemand Bertelsmann, comme Eurodirect, autre société de marketing direct-routage implantée en France. A elles deux, ces entreprises déposent près d'un milliard de plis chaque année en courriers de marketing direct et courriers de gestion. Ces deux entités représentent les intérêts d'un même groupe, c'est donc ensemble qu'elles seront attentives



aux changements du marché postal en France. Les sites de production d'Arvato services et d'Eurodirect sont adaptés pour traiter des campagnes aux volumes conséquents et des mailings complexes. Fabrication, traitement de la qualité de l'adresse, personnalisation de courrier et de cartes privatives, collage d'objets, mise sous pli et sous film, l'ensemble des savoir-faire sont maîtrisés jusqu'à la remise en poste que nous effectuons déjà auprès de différents offices européens.

Qu'attendez-vous de la libéralisation du secteur postal ?

C'est pour nous l'opportunité d'apporter encore plus de valeur ajoutée à nos clients qui auront désormais à choisir parmi les offres des différentes postes. Les prestataires de Marketing Direct auront une vision exhaustive des solutions proposées par les opérateurs et la connaissance des contraintes techniques associées, ils pourront ainsi faire évoluer leur positionnement : le routeur deviendra conseil !

L'ouverture des marchés sera source d'émulation pour tous, des services

additionnels verront le jour. Gageons que les aspects de traçabilité feront un grand pas en avant : nos attentes sont importantes en la matière.

Celles de nos clients vont aussi dans le sens de la créativité : plus de créativité pour mieux retenir l'attention du consommateur.

Aujourd'hui il est difficile de faire différent à des tarifs d'affranchissement optimisés ; souhaitons que les choses évoluent.

Qu'attendez-vous du régulateur ?

Qu'il permette aux prestataires de continuer à exercer leur activité sereinement. Nous souhaitons

évidemment qu'il n'y ait pas de différences de traitement entre un "routeur intégré" à un office postal et un routeur indépendant comme nous pouvons l'être. Ceci qu'il s'agisse de la tarification ou de la transparence des informations communiquées. Le régulateur doit également définir des règles claires et ne pas laisser le flou juridique s'installer (je pense au courrier de gestion).

www.arvatobi.fr

« L'ouverture des marchés sera source d'émulation pour tous »

DOMINIQUE RODIER

Directeur associé de Cap Mail



Comment vous positionnez-vous sur le marché postal en France ?

Créée en 1991 dans ce qu'il est convenu d'appeler la VAD Valley – la vallée de la vente à distance, passant par Roubaix, Tourcoing, et Lille Métropole, Référence Directe développe des solutions basées sur l'Informatique de la relation client : hébergement de bases de données et

personnalisation. Nous avons confié notre routage en sous-traitance jusqu'à la création de notre propre filiale à 100%, L'Atelier, à Roubaix en 1999.

Notre première association avec la société Vectamail, née en 1995 du rapprochement de Distri Print (personnalisation) et d'Adressonord (routage) est intervenue lors de notre participation à la création le 1er mars 2001 de

notre centre de tri postal agréé Equipact qui récupère et traite l'ensemble de nos trafics respectifs... Plus de 100 millions de plis traités à l'année et 42 collaborateurs en CDI installés dans le Pas-de-Calais.

La réussite de ce premier pas dans notre rapprochement et l'analyse de l'étude "Routage et prestations de services" réalisée par Dafsa à la demande de La Poste (juin 2004) nous a conforté dans l'idée d'aller plus avant dans une association globale pour atteindre une taille critique... Elle s'est traduite par le lancement en octobre 2005 de Cap Mail. Nos 150 collaborateurs, nos 3 sites de production sur près de 10 000 m² et notre implantation sur Paris et Lille Métropole en découlent...

L'évolution du marché nous impose de répondre le plus complètement à l'attente de nombreux clients qui recherchent de plus en plus souvent une prestation globale dans ces métiers du courrier.

« Nous allons désormais pouvoir conseiller nos clients sur le choix de l'opérateur postal »

Qu'attendez-vous de la libéralisation du secteur postal ?

A ce jour, l'accessibilité à plusieurs offres concurrentes sur le courrier international et sur le courrier domestique par la suite à très court terme. Cap Mail est à même d'offrir réellement une offre globale, nous pourrions donc jouer un rôle incontestable

en conseillant nos clients principaux dans le choix de l'opérateur postal.

Qu'attendez-vous du régulateur ?

La décision récente du Conseil de la concurrence (05-D-63 du 17/11/2005) qui condamne La Poste sur des pratiques peu orthodoxes, anciennes il faut le reconnaître, confirme l'importance de la création du régulateur pour surveiller et encadrer la dérégulation postale et ce qui en découle...

www.cap-mail.com