

Le marché des colis a le vent en poupe grâce au e-commerce

L'Autorité publie son observatoire postal pour l'année 2006. Le marché des colis est porté par le e-commerce, plus de 80 % des lettres sont envoyées par les entreprises... : les résultats de l'enquête menée auprès des dix opérateurs alors autorisés sur un marché de 15,2 milliards d'euros.

Avec plus de 8,4 milliards d'euros de revenus en 2006, le marché des envois de correspondance – c'est à dire les envois postaux de moins de deux kg – représente plus de la moitié des revenus des activités postales et des marchés connexes de distribution, loin devant le marché du colis (3,8 milliards d'euros en 2006) ou celui des envois remis contre signature (1,4 milliard d'euros en 2006). Il enregistre une baisse de 0,4% du revenu et de 1,6% du volume entre 2005 à 2006.

La presse par abonnement accuse aussi une baisse (-2,8% en 2006). La diffusion par voie postale, qui entre dans la catégorie des activités postales, recule assez nettement (-5,4%) tandis que la diffusion par portage, c'est-à-dire à domicile avant 8 heures du matin, gagne quant à elle du terrain avec une progression de 2,0% des volumes en 2006.

Le marché des colis fait figure d'exception. Porté par l'explosion du e-commerce, il tire son épingle du jeu avec une croissance de plus de 9% en termes de revenus et de 2% en volume pour le colis « ordinaire ». Les colis envoyés en express augmentent eux aussi tant en volume (+6,8%) qu'en revenu (+3,2%).

Stabilité de la publicité adressée et baisse du courrier de gestion

Les envois de correspondance sont composés à près de 30% d'envois de publicité adressée expédiés en nombre (offres promotionnelles de vente à distance, offres d'abonnement de presse, etc.) et 28% de courrier de gestion également envoyés de façon industrielle (envois de factures ou de relevés de compte par exemple). Les autres envois, qui représentent 42% du total, sont

ACTIVITÉS POSTALES ET MARCHÉS CONNEXES DE DISTRIBUTION - VOLUMES DES ENVOIS EN MILLIONS -			
Objets adressés	2005	2006	Évolution
Distribués en France			
Envois de correspondance	16 806	16 540	- 1,6 %
Lettres et colis remis contre signature	276	279	1,1 %
Colis	638	665	-
dont colis "ordinaire"	358	365	2,0 %
dont express colis légers *	280	300	-
Distribution de la presse aux abonnés **	2 789	2 710	- 2,8 %
Total des objets adressés distribués en France	20 509	20 194	1,5 %
Distribués à l'export			
Envois de correspondance	523	480	- 8,1 %
Colis "ordinaire"	7	8	18,0 %
Presse	28	27	- 2,8 %
Total des objets adressés Export	558	516	- 7,5 %
Objets non adressés			
Total publicité non adressée	18 570	18 568	0,0 %

(*) estimations, trafic domestique et import - (**) comprend le portage de presse.
Source : ARCEP, Observatoire des activités postales, Enquêtes annuelles 2004, 2005 et 2006.
L'import est inclus dans l'ensemble des envois de correspondance, objets remis contre signature, colis, presse et publicité non adressée.

des lettres expédiées à l'unité (de façon « égrenée ») par des entreprises et par des particuliers.

Si le volume d'envois de publicité adressée est stable (0,6% par rapport à 2005), le courrier de gestion baisse en revanche de 6,3% en 2006. De fait, les grands émetteurs traditionnels (banque, énergie), rejoints par les émetteurs spécialisés dans les télécoms travaillent à la numérisation du flot d'informations à destination de leurs clients et abonnés. Le courrier égrené progresse quant à lui de 0,5 %.

Un marché plus concurrentiel

En 2006, 83,5% des envois de correspondance en France relèvent du monopole postal, c'est-à-dire des envois inférieurs à 50 grammes⁽¹⁾. La concurrence peut donc s'exercer sur 16,5% du marché. En 2005, le secteur réservé à La Poste, qui couvrait alors les envois inférieurs à 100 grammes, correspondait à 92% du total des envois de corres-

pondance. La part ouverte à la concurrence a ainsi doublé de 2005 à 2006.

Les entreprises émettent plus de 80 % du courrier

Le marché des envois de correspondance en France est constitué à 81% par les envois des entreprises. Cette part est stable par rapport à 2005. Parmi ces envois, les deux tiers sont à destination des particuliers, le tiers restant à destination des entreprises. Les envois de particulier à particulier représentent 3% des échanges de courrier.

En moyenne, chaque foyer reçoit quelque neuf lettres par semaine. Parmi elles, trois sont des envois de publicité personnalisés et deux des courriers de gestion. Les quatre autres lettres sont envoyées de façon égrenée par les entreprises et par les particuliers. ■

⁽¹⁾Le projet de seconde directive adopté par la Commission Européenne prévoit la levée de ce monopole au 1er janvier 2011.