

**Seul l'exposé prononcé fait foi**



**Journée du 25 janvier 2005**

**« Ouverture à la concurrence et régulation des marchés postaux »**

## **Marché postal suisse en marge des développements européens ?**

Introduction au thème de la journée – Pascal Gentinetta, economiesuisse

Si, longtemps, la Poste suisse a assuré dans notre pays sa mission conformément aux objectifs politiques qui lui étaient assignés, on observe depuis un certain temps de **profondes mutations** qui affectent considérablement les conditions de fonctionnement du secteur postal tel qu'il était traditionnellement perçu. Celui-ci se trouve en effet au croisement de trois marchés vitaux pour l'économie: communications, publicité et transports/logistique. Ces marchés sont très ouverts et en plein essor sous la pression de la demande et du progrès technologique. S'ils veulent survivre, les opérateurs du secteur postal traditionnel ne peuvent pas se permettre de s'en tenir à une structure figée, voire dépassée. Ils doivent répondre de manière flexible aux demandes et attentes nouvelles des consommateurs et progresser au même rythme que ces marchés en mutation. Parmi les facteurs qui ont amené cette évolution et qui vont encore influencer les transformations futures, on relèvera:

- le progrès technologique
- la réduction des barrières d'entrée dans certains segments du marché
- la pression sur les finances publiques
- l'intensification de la concurrence
- l'évolution de la demande.

Au vu des mutations en cours, on constate une **ouverture des marchés postaux au plan international** et de nouvelles libéralisations substantielles sont prévues pour ces prochaines années. Dans ce contexte, après le secteur des colis, tôt ou tard la Suisse devra aussi se résoudre à revoir le monopole sur les lettres dont dispose la Poste suisse. En effet, cette limite excède de loin celle de la plupart des autres pays de l'Union Européenne, fixée dès 2006 à 50 grammes au plus. Pour ne pas perdre pied par rapport au calendrier européen, l'ampleur de l'abaissement en Suisse à 100 grammes annoncé pour 2006 par le Conseil fédéral constitue le minimum absolu. De surcroît, l'Union Européenne se place dans la perspective d'une ouverture complète du marché postal à l'horizon 2009. Cette évolution ne ferait qu'accentuer la pression concurrentielle à laquelle la Poste suisse doit commencer à faire face. Aujourd'hui déjà, certains pays ont anticipé cette évolution et ont ouvert complètement leur marché (Suède, Finlande, Estonie), vont le faire tout prochainement en 2007 (Pays-Bas, Allemagne, Grande-Bretagne) ou connaissent une protection minimale pour le domaine de monopole face à la concurrence (Espagne, Slovaquie). Selon une étude commandée par la Commission européenne, c'est plus de 60% du marché des lettres qui sera ainsi libéralisé à la fin 2007.

Dans un contexte de concurrence croissante et de mutation technologique rapide, l'immobilisme n'est pas une option viable pour le secteur postal suisse. Ne pas adapter en profondeur les règles de son fonctionnement aux défis qui se posent et s'en tenir à des mesures qui ne s'attaquent qu'aux symptômes risquerait de faire disparaître, en définitive, beaucoup d'emplois.

Pour garantir le financement du réseau postal sans aide publique ainsi que la desserte de l'ensemble du territoire, comme le font la plupart des pays européens, la Poste suisse développe une stratégie qui se concrétise sur plusieurs fronts. D'une part, les tarifs postaux ont été massivement augmentés à plusieurs reprises depuis 2001 dans certains domaines réservés. D'autre part, la Poste entend adapter son réseau d'offices de poste à l'évolution des besoins de sa clientèle. Elle veut en outre développer de nouveaux secteurs d'activité, tel le commerce électronique, et l'actuelle Postfinance évolue vers l'offre de véritables produits financiers en collaborations avec des établissements bancaires existants. Enfin, la Poste suisse fait valoir la nécessité d'augmenter substantiellement son capital de dotation afin de couvrir les importants besoins financiers nécessaires au refinancement de la caisse de pension de la Poste.

Aujourd'hui, 80% du chiffre d'affaires de la Poste suisse est issu de la clientèle commerciale des entreprises et des PME en particulier. Ce segment permet à la Poste suisse de survivre économiquement, d'assurer les places de travail et d'offrir un service de qualité dans toutes les régions du pays et pour tous les particuliers. En tant qu'association faîtière des entreprises suisses, economiesuisse a présenté en 2001 ses vues relatives à l'évolution du marché postal. Même si, depuis, l'ouverture du marché s'est quelque peu poursuivie et concrétisée, les réflexions qui y sont présentées restent valables pour l'essentiel. Les **attentes des milieux économiques** sont les suivantes :

- Rattraper le retard pris sur nos voisins européens en abaissant rapidement la limite de monopole à 50 g et mettre en place les mesures nécessaires pour être prêt à reprendre le calendrier d'ouverture complète prévue par l'UE en 2009.
- Ouvrir le marché postal relevant du service universel à tous les opérateurs privés par l'octroi de licences selon une procédure non bureaucratique.
- Ne plus recourir à un système payant de concessions susceptible de dresser des barrières d'entrée sur le marché à l'encontre des concurrents de la Poste suisse.
- Fixer clairement les règles d'accès à (une partie seulement de) l'infrastructure du réseau postal existant pour tous les prestataires de service.
- Garantir une autorité de surveillance totalement indépendante du gouvernement (conflit d'intérêt avec la position de propriétaire de la Poste suisse), pour attribuer les licences et prévenir, voire éliminer les distorsions de concurrence.
- Optimiser les coûts du réseau postal actuel, en particulier grâce à des partenariats avec des tiers (agences) permettant de garantir un service de base.
- Créer les conditions nécessaires permettant à la Poste suisse d'envisager des alliances stratégiques au plan international. Ce ne sont pas uniquement les grands opérateurs nationaux (Allemagne, France, Pays-Bas et Grande-Bretagne), mais également certains plus petits (Autriche, Belgique, Finlande, Suède) qui adoptent une stratégie d'expansion pour rendre leur entreprise compétitive.

- Etudier la possibilité d'une privatisation partielle de la Poste, comme c'est déjà le cas – ou prévu dans un proche avenir – dans certains pays (Pays-Bas, Allemagne, Danemark, Autriche).

Une libéralisation progressive et contrôlée du marché postal suisse ne s'oppose pas à une desserte de base sur tout le territoire et favorise l'emploi à terme. La garantie d'un service de base de qualité nécessite de tenir compte du progrès technologique et des possibilités de collaboration avec d'autres partenaires. La notion souvent mal comprise de «service public» ne peut en rien justifier le maintien d'une infrastructure désuète qui ne correspond plus aux besoins de la clientèle. Une telle infrastructure surdimensionnée et sous occupée n'est pas maintenable à terme. Afin de **réussir sans heurts la transition** vers un marché postal complètement ouvert, un certain nombre de critères doivent être remplis:

- La desserte de base en prestations postales sur tout le territoire doit être garantie en tenant compte des régions périphériques, mais pas forcément par des offices.
- Les règles de concurrence doivent être respectées, en particulier en ce qui concerne les garanties d'un non-subventionnement croisé des domaines relevant du monopole vers les services soumis à la concurrence (rôle du régulateur).
- Il faut que la Poste mène une politique des prix transparente pour les services restés en monopole durant la phase de transition vers la libéralisation complète.
- La Poste suisse doit être libérée des contraintes politiques abusives d'ordre social et régional, car elle doit disposer d'une marge de manœuvre entrepreneuriale suffisante pour garantir la couverture des coûts du service universel.
- La Poste peut investir dans de nouveaux marchés, produits et services en concurrence à condition que leur rentabilité soit suffisamment démontrée. Pour éviter des distorsions dans ces activités, il faut aussi apporter la preuve d'un non-subventionnement croisé en provenance d'un service réservé et recourir aux gains de synergie dans l'utilisation commune du réseau postal existant pour la distribution de produits avec les acteurs du marché existants. Cela vaut aussi longtemps que le marché postal n'est pas complètement ouvert.

Si les attentes de changement de la part des milieux économiques quant à l'évolution du marché postal sont considérables, il n'en demeure pas moins que les antagonismes politiques sont encore, pour l'heure, trop nombreux dans ce domaine : Quels sont les avantages de l'ouverture du marché postal en Europe ou ce processus met-il en péril la desserte de base ? Notre pays saura-t-il sortir de son immobilisme et réellement adapter son réseau postal ? Peut-on déjà parler d'un véritable « marché » postal en Suisse ou bien s'agit-il de la chronique annoncée de distorsions de concurrence? Le rôle de l'autorité de régulation actuelle, écartelée entre les intérêts partisans du propriétaire de la Poste suisse et celui d'arbitre pourra-t-il être clarifié ? Qui doit supporter le risque lié au trou financier béant de la caisse de pension de la Poste suisse ? Le statut des employés de la Poste suisse doit-il être assimilé à celui des employés de la Confédération ou bien se calquer sur les métiers similaires du secteur privé? La discussion de la journée pourra assurément apporter des éléments de réponses à certaines de ces questions brûlantes afin d'essayer de bâtir un consensus dans l'intérêt d'un avenir prospère pour le marché postal suisse.