

Ouvrir les guichets de la Poste à la concurrence

02.11.2011

D'un coup d'oeil

Au troisième trimestre 2011, la Poste affiche à nouveau un excellent résultat d'exploitation. La légère diminution du bénéfice s'explique par le recul des opérations aux guichets. Il serait très facile d'améliorer cette situation en ouvrant également les guichets du géant jaune à d'autres fournisseurs de services postaux.

La Poste suisse est toujours dans un état florissant. Elle fait état dans son dernier communiqué de presse d'un bénéfice annuel record de l'ordre de près d'un milliard de francs. Le rendement du chiffre d'affaires de 11,4% sur toute la gamme des services postaux est toujours extrêmement élevé.

L'année dernière encore, la Poste se plaignait du recul du volume des lettres, alors qu'il apparaissait à l'époque déjà que cette remarque ne se vérifiait que partiellement. Ces jérémiades ont pourtant eu pour effet d'entraver l'ouverture du marché et d'assurer à l'entreprise d'Etat de confortables recettes. La Poste reconnaît enfin aujourd'hui que le volume des lettres adressées est demeuré stable.

Bénéfice en recul par manque de concurrence

Le recul du bénéfice de 20 millions de francs communiqué aujourd'hui pour les trois premiers trimestres de l'année (sur un chiffre d'affaires de 6,3 milliards engrangé jusqu'à fin septembre) est regrettable, mais c'est avant tout la conséquence d'une ouverture insuffisante du réseau. Pour compenser le recul du chiffre d'affaires et du bénéfice, il existe une solution toute simple dont la clientèle ne pourrait que se réjouir: ouvrir l'accès des guichets de la Poste à d'autres fournisseurs.

Si les clients des filiales de la Poste pouvaient non seulement acheter des vignettes autoroutières et des stylos à bille ou conclure des assurances vie, mais aussi confier des paquets et des lettres à d'autres fournisseurs, les chiffres d'affaires des guichets ainsi que la satisfaction des clients ne pourraient que s'améliorer.

Les bénéfices élevés de la Poste ont principalement une origine historique : sa situation de monopole. Par ailleurs, les autres avantages dont elle bénéficie sur ses concurrents découlent de décisions politiques. On ne peut pas encore vraiment parler de concurrence efficace. L'ouverture du marché aurait exercé la pression nécessaire. Ce défi reste entier pour le régulateur.