

23/10/2009 09:06:00

En France, la concurrence existe déjà face à La Poste, mais difficilement (PAPIER D'ANGLE)

Par Katell ABIVEN
=(VIDEO)=

PARIS, 23 oct 2009 (AFP) - Alors que le secteur postal ne sera totalement libéralisé que le 1er janvier 2011, il existe déjà en France une vingtaine de concurrents à La Poste, qui essaient tant bien que mal de se faire une place face à l'opérateur historique.

Leurs cibles: le colis, l'express, les envois vers l'international et la distribution de publicité non-adressée, complètement concurrentiels.

L'Autorité de régulation du secteur (Arcep) recense dans l'Hexagone 21 opérateurs postaux alternatifs, internationaux (postes allemande, néerlandaise, suisse...), nationaux (Adrexo et Alternative Post) et locaux (Procourrier à Montpellier, Stamper's à Pau...).

Pourtant en 2008, son président de l'époque Paul Champsaur dénonçait dans un discours le manque de concurrence sur ce marché, estimant que La Poste conservait "un monopole de fait" sur le courrier en raison notamment de barrières pratiques pour les concurrents (l'accès aux immeubles, par exemple).

"Les parts de marché détenues par les opérateurs alternatifs sur le marché domestique en France sont encore très faibles, nous avons du mal à exister", écrasés par "le savoir-faire, la valeur de la marque et la part de marché" de La Poste, reconnaît Denis Cayet, PDG de IMX et président de la Fédération des acteurs postaux alternatifs (Fapa).

Cette dernière, créée cette semaine entre une dizaine d'opérateurs, vise à préparer 2011, l'ouverture à la concurrence des plis de moins de 50 grammes, qui ont généré en 2008 6,2 milliards d'euros de revenus selon l'Arcep, soit les trois quarts du marché du courrier distribué en France (8,4 milliards).

Sur les segments annexes, la concurrence est efficace: La Poste n'a que 65% du marché du colis et 18-19% de celui de la distribution express (en 24 heures), selon Jean-Baptiste Renié, ancien de Chronopost et fondateur de envoimoinscher.com, un site comparateur d'offres des transporteurs de colis.

Mais sur son coeur de métier, la distribution de courrier, "La Poste restera toujours en position dominante", affirme M. Renié.

Adrexo (groupe Spir) en a fait l'amère expérience, en se lançant en 2006 dans le courrier adressé. "Nous avons recruté 1.000 personnes (baptisées +messagers postaux+ et habillées en violet, ndlr), nous avons même acheté des scooters", raconte son PDG Frédéric Pons. La société misait sur une ouverture totale du marché en 2009, mais celle-ci a été repoussée de deux ans.

Elle a renoncé en 2008 pour se concentrer sur les colis et la publicité non-adressée, mais reste optimiste pour 2011: "nos clients nous attendent". Ses clients? "1.500 grandes marques", parmi lesquelles les éditions Atlas, récemment chipées à La Poste.

Pas question, pour ces petits poucets, d'aller chercher les cartes postales des vacanciers ou les lettres d'amour envoyées au fond des campagnes: "le particulier, on va le laisser à La Poste", dit sans détours M. Pons. Les entreprises sont déjà les principales clientes de La Poste, générant et recevant 97% de ses volumes.



Les concurrents promettent toutefois qu'ils ne resteront pas cantonnés aux grandes villes et sont déjà installés à Vichy, Angers, Valence...

Quant aux postes internationales, souvent présentées comme de grandes prédatrices, pas sûr qu'elles arrivent tout de suite sur ce marché déclinant, avec des volumes attendus en baisse de 30% d'ici 2015: "la (distribution de courrier en) France n'est vraiment pas à l'ordre du jour pour l'instant", assure Cyrille Gibot, porte-parole de la poste néerlandaise TNT, déjà présente en Allemagne et au Royaume-Uni.

ka/but/phi