



La Poste

La qualité des prestations relevant du service universel de la Poste est excellente en Suisse. Aucun pays d'Europe ne dispose d'un réseau d'offices de poste et d'agences postales aussi dense. La ponctualité de la distribution du courrier par la Poste est une des meilleures d'Europe et les tarifs des lettres et des colis sont aussi relativement avantageux en comparaison internationale.

Faits et chiffres

Chaque jour,

- la Poste distribue en moyenne 18 millions de lettres et plus de 440 000 colis,
- CarPostal achemine 385 000 voyageurs,
- PostFinance traite 2,8 millions de transactions.
- La Poste emploie quelque 55 000 personnes et est ainsi le troisième employeur le plus important de Suisse.
- Elle réalise un chiffre d'affaires de 8,2 milliards de francs et un bénéfice de près de 640 millions.
- La Poste appartient à 100 % à la Confédération

Financement

La Poste a l'obligation de financer le service universel par ses propres recettes. Elle dispose à cet effet d'un monopole sur les lettres adressées jusqu'à 50 grammes.

Elle fixe ses tarifs en respectant les principes du service public : les prix des prestations et des produits du service universel sont les mêmes dans tout le pays. Aucune région n'est ainsi défavorisée. La Poste applique le même prix à une lettre acheminée du centre de Lausanne à un faubourg de la ville qu'à une lettre postée à Bâle et distribuée à Poschiavo. Les mêmes règles s'appliquent aux colis.

Concurrence

La Poste réalise plus de 90 % de son chiffre d'affaires sur le marché libéralisé. Dans le secteur des colis, la Poste est principalement en concurrence directe avec d'autres prestataires de services postaux (comme DPD, DHL ou UPS) ; pour les services financiers, elle est en concurrence avec les banques et, dans le trafic régional de voyageurs, avec d'autres entreprises de transport.

Défis

Moins de lettres

Les clients de la Poste écrivent de moins en moins de lettres; en revanche, le nombre des courriels ne cesse d'augmenter. Cela explique pourquoi le volume des lettres adressées a baissé de 9,5 % depuis 2009. Le volume des colis est en revanche en augmentation : en 2015, 115 millions de colis ont été acheminés (+3 % par rapport à 2014). Le commerce en ligne joue à cet égard un rôle important. La Poste réagit à ces évolutions en proposant des produits innovants et des solutions numériques (par ex. timbres-poste par SMS, e-finance, réception électronique de lettres) ainsi qu'en offrant à ses clients la possibilité de retirer et de déposer les envois à l'heure et à l'endroit qui leur conviennent (par exemple automates My Post 24, points de retrait PickPost).

Offices de poste déficitaires

Les offices de poste sont devenus moins importants. Depuis 2000, ils enregistrent une baisse de 63 % des lettres et de 42 % des colis qui leur sont remis ainsi qu'une diminution de 37 % des paiements qui y sont effectués. Les déficits qui en ont résulté ont incité la Poste à remanier son réseau de points d'accès. Si elle ferme d'une part les offices de poste peu fréquentés, elle les remplace de l'autre par des agences exploitées par des tiers (par exemple des épiceries de village) ou par la mise en place d'un service à domicile (la poste au domicile du client).