

Enquête

Le Service Postal Universel en Belgique : comportement et desiderata des indépendants et des PME

Juillet 2007

OBJET DE L'ENQUÊTE

La libéralisation du secteur postal et le maintien du Service Universel font actuellement l'objet d'un débat dont les enjeux sont économiques et sociaux. Au plan européen, la directive a pour objectif « l'achèvement du marché intérieur des services postaux de la Communauté ».

Selon la Commission, les services postaux traitent 135 milliards d'envois chaque année dans l'Union européenne, ce qui représente un chiffre d'affaires de 88 milliards d'euros, c'est-à-dire environ 1% du produit intérieur brut de la Communauté. L'objectif annoncé par la Commission est l'amélioration de la qualité du service en ce qui concerne notamment les délais de distribution et la facilité d'accès. Au plan belge, cette libéralisation induira une redistribution des parts de marché de *La Poste*, opérateur postal principal actuel. Le secteur postal emploie directement quelques 41.000 personnes⁽¹⁾ pour environ 800 acteurs (entreprises et travailleurs indépendants). Le défi sera de garantir un Service Universel de qualité tout en ouvrant à la concurrence les segments de produits actuellement les plus rentables pour *La Poste* (courrier en nombre).

La Commission européenne prépare actuellement une directive destinée, entre autres, à encadrer la mise en place au sein des États membres des mesures destinées à assurer le Service Universel dans un marché ouvert. L'entrée en vigueur de cette directive, prévue pour le 31 décembre de l'année 2010, aura pour principal effet pratique de supprimer les monopoles des opérateurs postaux historiques.

Dans la perspective du débat sur le Service Universel et sur la nécessité d'un éventuel recadrage de celui-ci et conformément à la mission d'étude des questions propres au secteur postal qui lui est dévolue par la loi du 17 janvier 2003 et dans le but de fournir aux autorités compétentes les éléments pertinents d'information pour l'aide à la décision, l'IBPT s'est attaché à broser le tableau du comportement et des desiderata des particuliers quant aux prestations qui caractérisent le Service Universel. Cette étude a été réalisée en octobre 2006.

Afin de compléter ce tableau, et sachant que le courrier résidentiel et des PME représente 45% de l'actuelle clientèle de La Poste, l'IBPT a décidé de mener un enquête auprès des PME et des indépendants. Cette étude a été réalisée en juillet 2007.

Les prestations postales sur lesquelles porte l'enquête ont été délibérément choisies au sein du Service Universel tel qu'actuellement défini en Belgique. En effet, si certaines obligations de Service Universel postal résultent d'une transposition fidèle des textes européens, d'autres caractéristiques dudit service peuvent faire l'objet d'un arbitrage national. C'est pourquoi il semble important de circonscrire les priorités des PME et des indépendants en la matière.

(1) : Source: ONSS 1er trimestre 2006

BUT DE L'ENQUÊTE

Le but de l'enquête est de déterminer le comportement des PME en termes de volumes d'envois et d'identifier les éléments du Service Universel qui sont incontournables par rapport à ceux qui pourraient être qualifiés « d'accessoires ».

RÉGLEMENTATION EUROPÉENNE EN MATIÈRE DE SERVICE POSTAL UNIVERSEL

Situation Actuelle

Le développement du marché intérieur des services postaux de l'Union et l'amélioration de la qualité de service sont actuellement réglementés par la Directive européenne 97/67/CE du 15 décembre 1997⁽²⁾. Cette directive précise notamment les conditions de fourniture du Service Universel postal. Elle a été transposée en Belgique en 1999. Aux termes de la loi belge qui matérialise cette transposition⁽³⁾, le Service Universel postal est défini, à la fois, par la nature et les exigences opérationnelles des prestations qui lui sont attribuées. Il s'agit des prestations suivantes :

- la levée, le tri, le transport et la distribution :
 - des envois postaux jusqu'à 2 kg ;
 - des colis postaux jusqu'à 10 kg (pour la Belgique) ;
 - des colis postaux jusqu'à 20 kg (colis reçus des autres États membres) ;
- les envois recommandés ;
- les envois à valeur déclarée.

Les exigences opérationnelles sont les suivantes :

- toutes les communes doivent être pourvues d'un point d'accès pour le dépôt des envois postaux ;
- au minimum une levée et une expédition des envois postaux doivent être assurées 5 fois par semaine ;
- la distribution doit s'étendre à toutes les habitations du Royaume ;
- les usagers se trouvant dans des conditions comparables doivent bénéficier d'un service identique. Les services doivent être disponibles sans discrimination, notamment d'ordre politique, religieux ou idéologique ;
- les services ne peuvent être interrompus, sauf en cas de force majeure.

Afin de garantir la prestation du Service Universel postal, l'État désigne un opérateur spécifique. *La Poste* a été reconfirmée dans ce rôle — qu'elle assure depuis 1991 — dans le quatrième contrat de gestion liant *La Poste* et l'État, signé le 2 décembre 2005.

En compensation de la charge financière du Service Universel postal, l'État — conformément à la possibilité offerte par la directive européenne — a accordé un monopole à *La Poste*. Celle-ci est dès lors autorisée à financer les produits de SU en perte au départ de ses bénéficiaires sur les produits qui lui sont réservés. Ces produits réservés sont les envois inférieurs à 50 g et dont le prix n'excède pas 2,5 fois le tarif de base de l'envoi du premier échelon de poids dans la catégorie la plus rapide. Cette limite équivaut actuellement en Belgique à 2,5 fois le tarif de la lettre Prior, soit 1,30 EUR.

(2) : Cette directive a été modifiée en date du 10 juin 2002 par la Directive 2002/39/CE. Les modifications portent sur le contenu du service réservé dont la limite de poids a été fixée à 100 gr à partir du 1^{er} janvier 2003 et 50 gr à partir du 1^{er} janvier 2006.

(3) : Loi du 21 mars 1991.

La future directive européenne

La Commission européenne a présenté le 18 octobre 2006 une proposition de directive visant à ouvrir totalement à la concurrence les marchés des services postaux de l'Union européenne en 2009, conformément à l'échéance fixée dans la directive postale 2002/39. Se fondant sur plusieurs recherches ⁽⁴⁾, la Commission estime qu'il s'agit de la meilleure façon de maintenir le Service Universel tout en continuant à améliorer la qualité du délai de distribution et le choix entre différents opérateurs pour les usagers privés et les entreprises de l'Union. Avec l'ouverture totale du marché, les opérateurs nationaux historiques ne disposeront plus du monopole — appelé "domaine réservé" — pour les envois d'un poids inférieur à une certaine limite (50 gr actuellement ⁽⁵⁾). Les États membres auront une alternative : soit choisir parmi plusieurs moyens flexibles de financer le Service Universel, soit répartir le financement des obligations de Service Universel entre les tous opérateurs de SU.

La proposition maintient les obligations qui incombent actuellement aux États membres en matière de prestation d'un Service Universel de qualité, comprenant au moins une distribution et une levée du courrier cinq jours par semaine pour tout habitant de l'Union européenne. Elle renforce par ailleurs la protection des usagers et le rôle des autorités régulatrices nationales. La proposition maintient aussi l'obligation d'offrir les services postaux à des prix abordables, ainsi que la possibilité, pour les États membres, d'imposer un tarif unique pour les envois soumis au tarif unitaire, tels que le courrier ordinaire. Enfin, lorsqu'il s'avère nécessaire de couvrir les coûts nets résiduels du Service Universel, elle laisse aux États membres la possibilité de choisir parmi plusieurs solutions, telles que les aides d'État, les marchés publics, les fonds de compensation et le partage des coûts.

METHODOLOGIE

Une enquête téléphonique a été menée du 4 au 31 juillet 2007 auprès de 2500 PME et indépendants représentatifs de la population belge. Les numéros appelés provenaient de la banque de données BEL-FIRST. Les PME, dans le cadre de cette enquête, sont définies comme étant des entreprises de moins de 50 employés.

Le questionnaire

Le questionnaire (voir annexe 1) comportait 22 questions scindées en trois parties (hors questions de recrutement). Les premières questions visaient à définir le comportement des utilisateurs de services postaux en tant qu'expéditeur et en tant que destinataires.

Les questions suivantes visaient à ce que les utilisateurs donnent une appréciation et leur desiderata sur des différentes caractéristiques du Service Postal universel, tandis que les dernières questions portaient sur les sources d'information utilisées et la satisfaction par rapport à l'opérateur de SU.

(4) : Principalement les Etudes PWC et WIC juillet 2006 et la consultation publique de janvier 2006.

(5) : La future Directive n'autorise plus de zone réservée.

Le questionnaire était structuré de la façon suivante :

Partie 1	
Choix de l'opérateur	
Lettres <ul style="list-style-type: none"> - Fréquence - Rapidité - Prix - Recommandés 	Colis <ul style="list-style-type: none"> - Fréquence et volume - Rapidité - Prix
Partie 2	
Service Universel <ul style="list-style-type: none"> - Fréquence de distribution - Heure de distribution - Direct Mail - Bureaux de poste 	
Partie 3	
Marché postal <ul style="list-style-type: none"> - Information - Satisfaction par rapport à l'opérateur du SU désigné 	

L'échantillon

L'échantillon sondé, soit 2500 indépendants et PME, est effectivement représentatif des habitants de la Belgique étant donné qu'il obéit aux exigences imposées par les critères suivants :

- zones Nielsen⁶ ;
- régime linguistique ;
- région ;
- nombre d'employés ;
- catégorie sectorielle.

Le profil d'échantillon, tel qu'établi conformément aux quotas⁽⁷⁾ et les critères précités se trouvent en annexe 2.

L'enquête téléphonique s'est déroulée au mois de juillet 2007. Les personnes ont été appelées sur leur téléphone fixe en semaine et le samedi. L'enquête a été effectuée par l'entreprise SIGNIFICANT. Il a été procédé à 12.349 appels, lesquels ont abouti à un total de 2500 réponses.

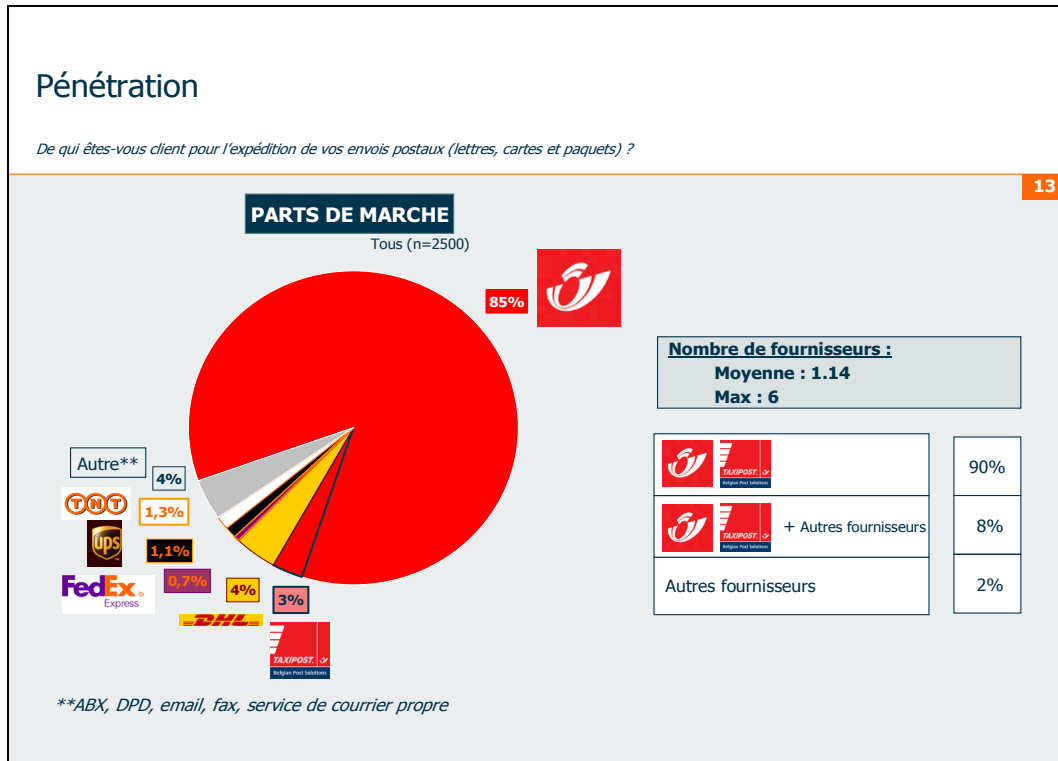
(6) : Zone1= Oost-Vlaanderen+ West-Vlaanderen; zone 2= Vlaams Brabant+Limburg+Antwerpen;zone 3 = Bruxelles; zone4= Brabant Wallon + Hainaut ; zone5= Liège+Namur+Luxembourg

(7) : Les quotas sont établis conformément aux statistiques de l'INS.

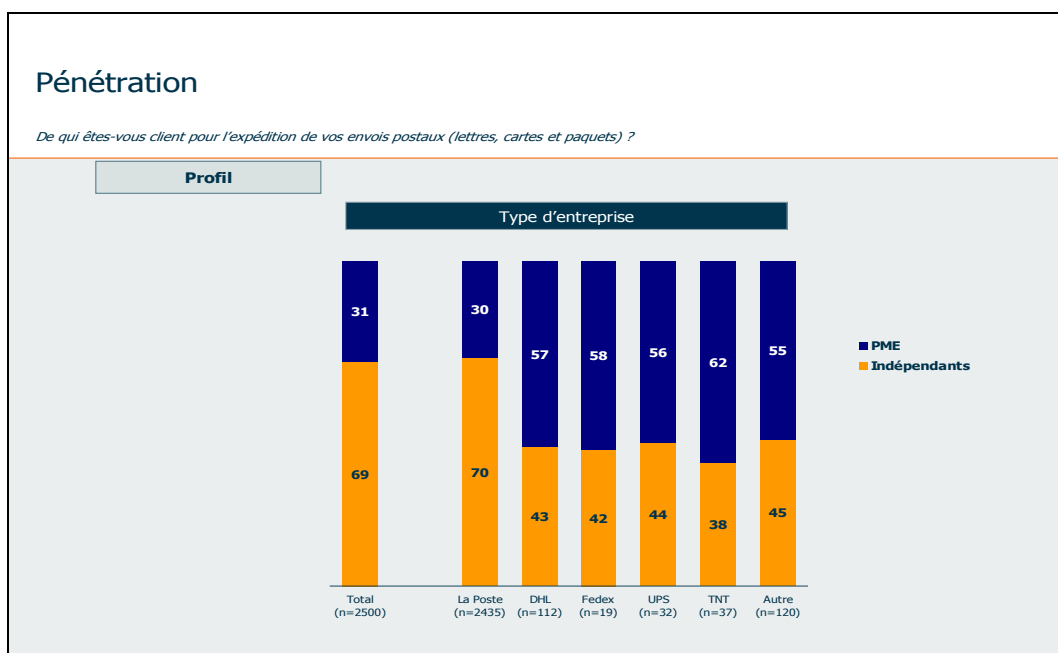
RÉSULTATS

○ Les parts de marché

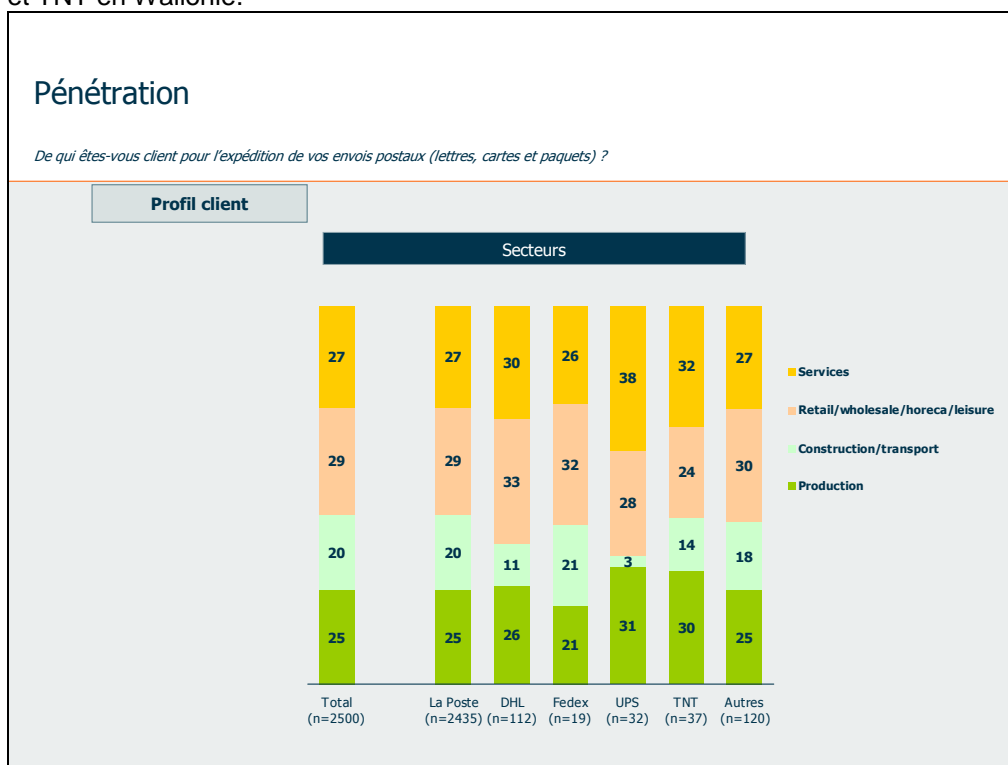
Sur les 2500 entreprises et indépendants interrogés, 90% affirment être clients exclusivement de La Poste, 8% sont clients de La Poste et d'autres opérateurs, 2% déclarent être clients uniquement d'autres opérateurs.



Si on croise les données avec le profil des répondants, il apparaît que ce sont les PME qui sont sensiblement plus nombreuses à utiliser d'autres opérateurs par rapport aux indépendants. Ce sont DHL et UPS qui travaillent le plus pour les PME.



Le choix d'un opérateur varie en fonction des secteurs, comme l'illustre le graphe ci-dessous. FEDEX est plus actif dans les villes (essentiellement à Bruxelles) tandis que UPS est plus actif en Flandre et TNT en Wallonie.



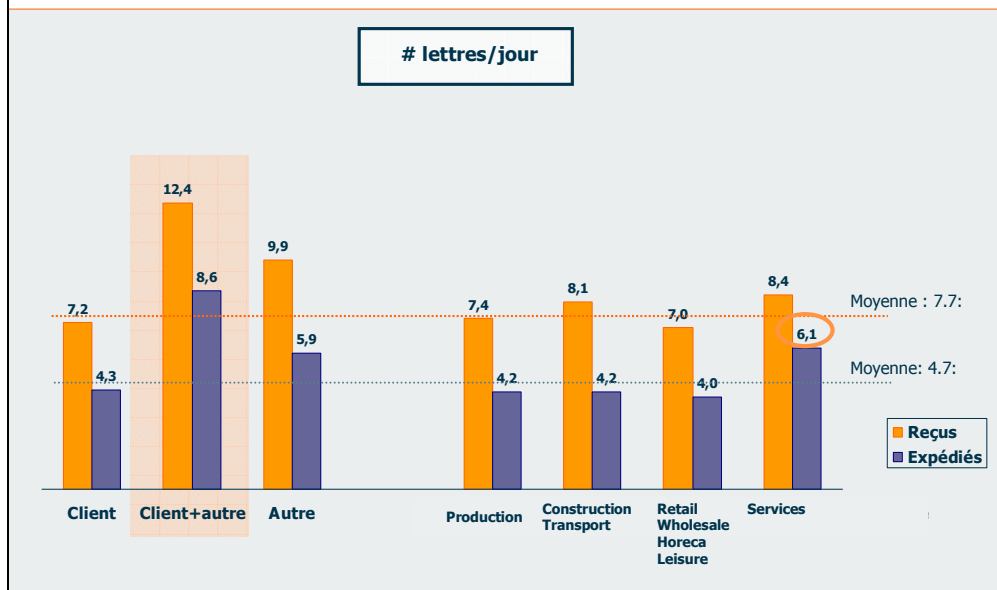
○ Les flux de courriers

Courrier adressé

Le nombre moyen de lettres (ou de tout autre courrier adressé nominativement) expédiées par jour s'élève à 7,7. Le nombre moyen de lettres reçues par jour s'élève à 4,7.

Lettres

Combien d'envois postaux reçoit votre entreprise par jour (lettres, cartes et courrier publicitaire adressé) ?



Toujours pour le nombre de courriers expédiés, le tableau ci-dessous permet de constater l'existence d'une dispersion des réponses en fonction de la nature de l'habitat, les réponses en zone urbaine situant au-dessus de la moyenne. Ce sont les PME qui envoient et qui reçoivent le plus de lettres.

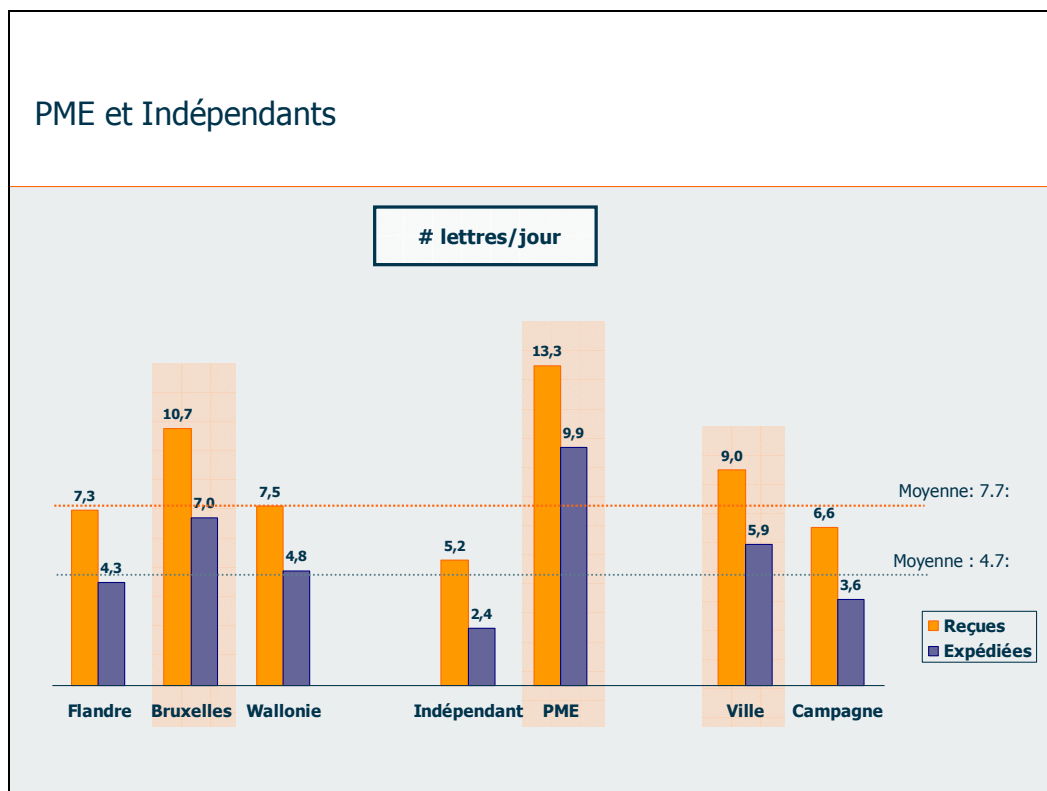
Cette différence ville/campagne est beaucoup plus marquée lorsque la question a été posée aux particuliers, comme l'illustre la comparaison ci-dessous.

PARTICULIERS

Nombre moyen hebdomadaire de courriers nominatifs EXPÉDIÉS Milieu d'habitation	
	Nombre moyen hebdomadaire de courriers nominatifs ...
Centre ville	1,71
Périphérie de ville	1,67
Campagne	1,53
Total	1,63

p = 62,6% ; F = 0,48 (HS)

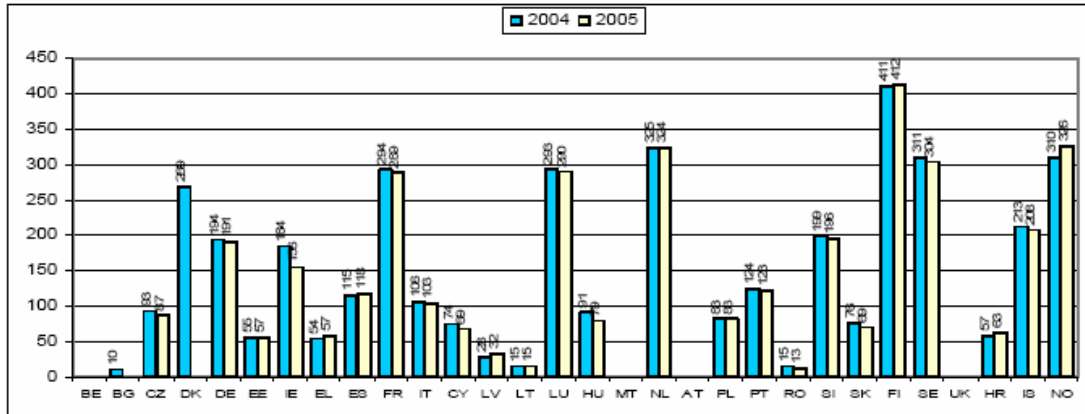
C'est le secteur des services qui envoie et reçoit le plus de lettres.



A titre de comparaison indicative, le tableau ci-dessous reprend le nombre moyen d'envois de la poste aux lettres déposé par habitant et par semaine.

Envois de la poste aux lettres

Graphique 3: Nombre d'envois de la poste aux lettres expédiés par habitant (2004, 2005)



Source: Eurostat, Enquête sur les services postaux 2006.

Notes: L'indicateur se réfère au total des services de la poste aux lettres (ITM 402). Les services de la poste aux lettres comportent les lettres ordinaires et les cartes postales, le publipostage, le courrier recommandé, les envois à valeur déclarée et les autres envois de la poste aux lettres.

Données de la population: Démographie – données nationales, population par sexe et âge au 1 janvier 2005/2006, Eurostat.

Les données sur les envois de la poste aux lettres de BE, BG (2005), DK (2005) et AT ne sont pas disponibles. Les données de MT et UK sont confidentielles.

Pour plus de détails, se référer aux "notes méthodologiques" à la fin du présent document.

○ **Envois recommandés**

Les envois recommandés expédiés s'élèvent en moyenne à 2,5 par mois le nombre d'envois moyens de recommandés reçus s'élève à 8,4 par mois.

Ce sont les PME qui envoient et reçoivent le plus d'envois recommandés avec une prépondérance pour les entreprises en zone urbaine et pour le secteur des services (voir annexe 3).

○ Colis

Les colis font partie du Service Universel de par leur catégorie de poids. En revanche, le Service Universel n'impose aucune contrainte, autre que le caractère raisonnable du prix, pour le traitement de ce produit. Le fait d'ajouter des services « annexes » à l'envoi d'un colis — comme par exemple sa réorientation, son maintien en poste restante, une représentation, un scannage avec système de suivi (aussi appelé "track and trace") — pourrait induire l'apparition d'un nouveau produit « colis » non compris dans le Service Universel.

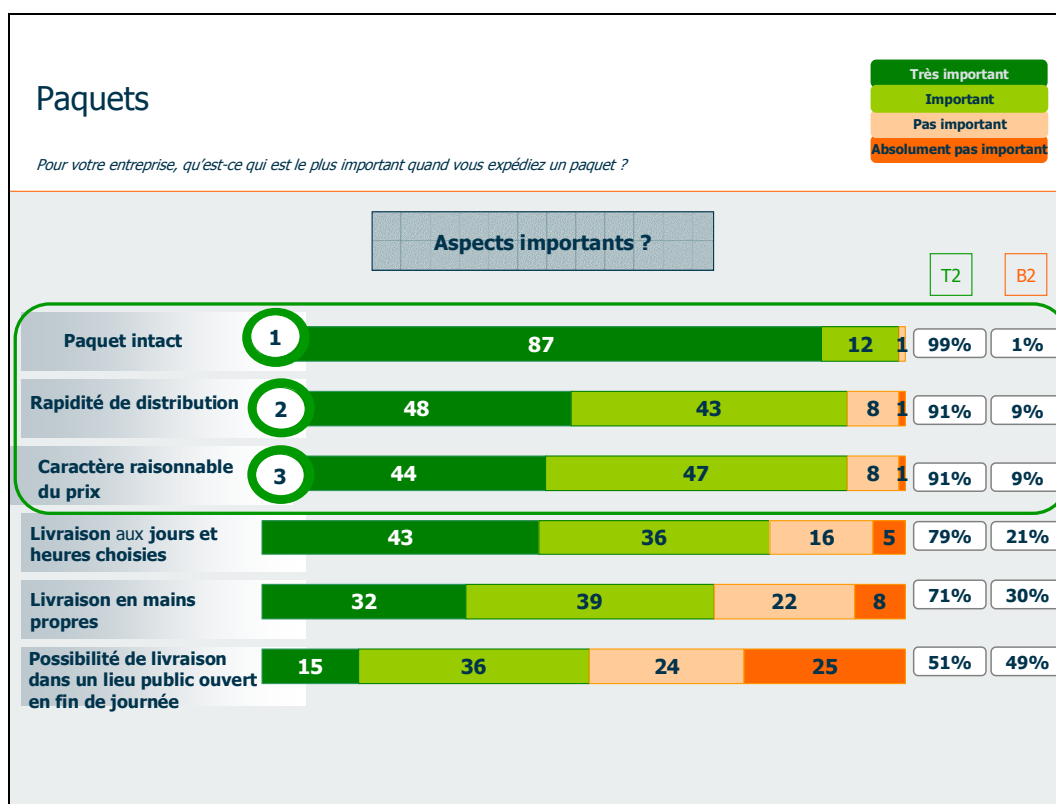
On constate que si le nombre moyen de colis expédiés est de 3,1 par mois, 75% des répondants affirment ne jamais envoyer de paquet par La Poste.

En moyenne, les PME et les indépendants reçoivent 5,1 colis par mois.

Le graphe ci-dessous reflète l'importance accordée par les répondants aux différents aspects de la qualité du service de livraison des colis.

Ce sont les PME situées à Bruxelles ainsi que celles qui appartiennent au secteur « retail, wholesale, horeca, loisir » qui reçoivent et qui expédient le plus de paquets (voir annexe 4).

Tout comme dans l'enquête qui s'adressait aux particuliers, c'est l'intégrité du paquet à la réception qui est le critère le plus important pour les PME (Voir graphe ci-dessous et annexes 5 à 7). Curieusement, 50% de PME et des indépendants ne connaissent pas le prix d'un paquet.

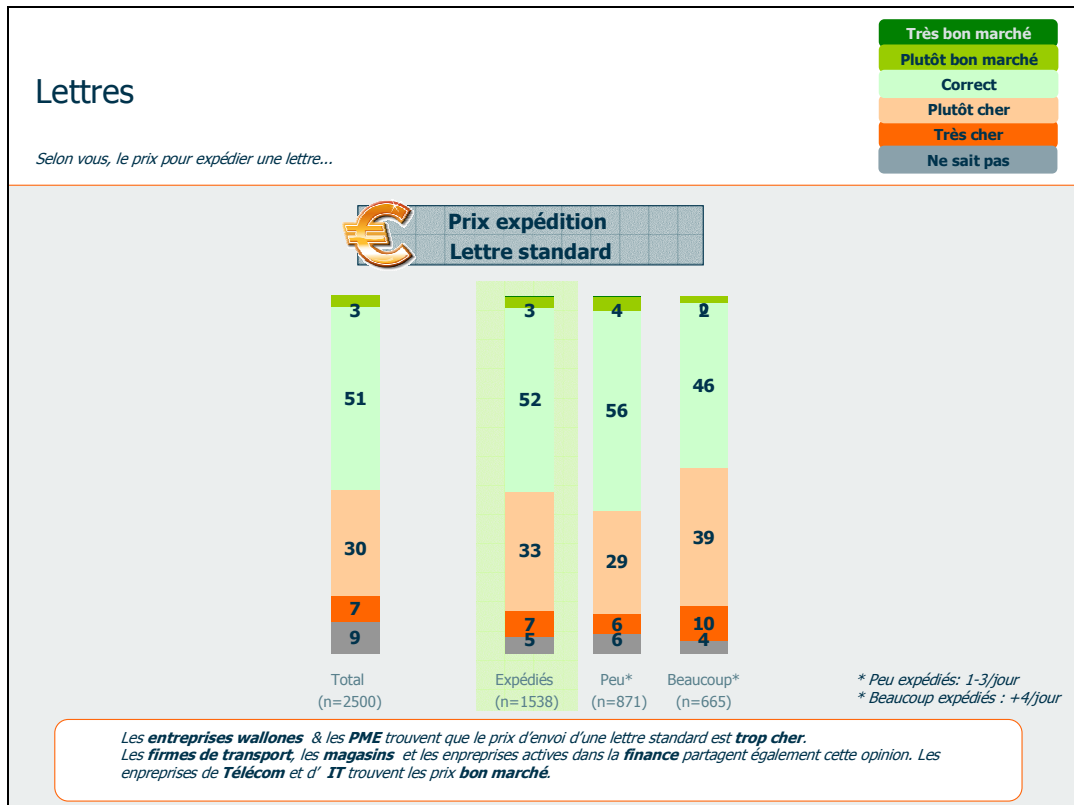


La sensibilité des PME et des indépendants à la rapidité de distribution est plus importante pour les paquets que pour les lettres.

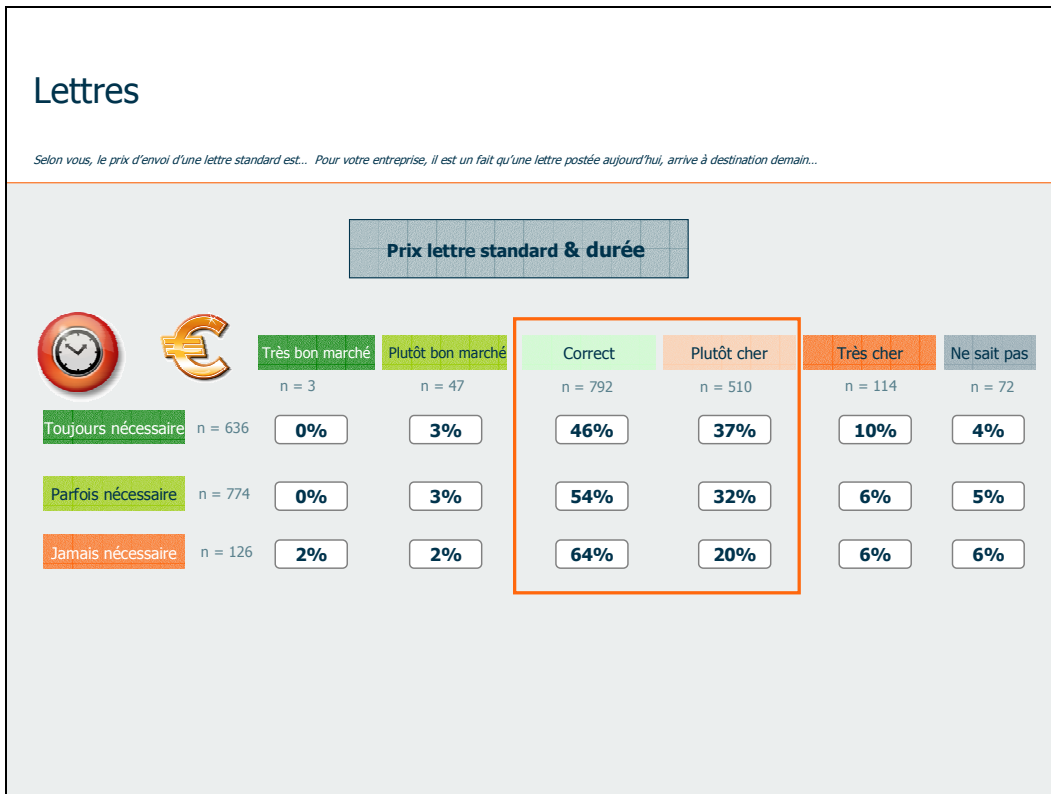
○ Prix

La définition du Service Universel précise que les prix doivent être abordables et orientés sur les coûts. Quelle en est la perception des usagers ?

- Pour les lettres, 51% des répondants estiment que le prix d'envoi d'une lettre standard est « correct », tandis que 37% affirment que le prix d'envoi est cher. (voir graphe ci-dessous)



Lorsqu'on compare avec les résultats de l'enquête auprès des particuliers, ceux-ci étaient plus nombreux à estimer que le prix était correct. Les clients professionnels sont significativement plus exigeants. Ceci se confirme d'autant plus quand on croise les données relatives au prix avec la demande en matière de durée d'expédition. Les entreprises qui estiment que la livraison en J+1 est toujours nécessaire sont également celles qui trouvent le prix de la lettre trop cher.

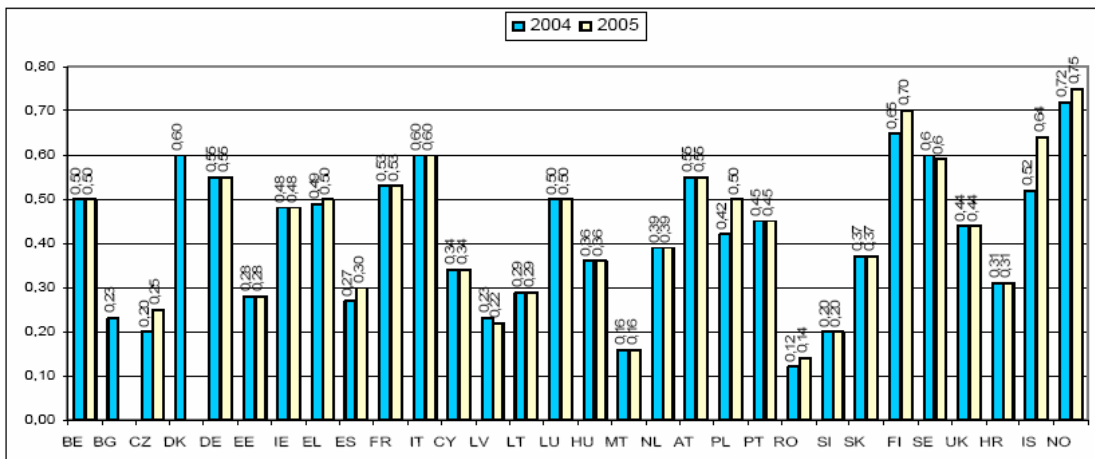


Si l'on différencie les réponses en fonction du lieu d'habitation, les habitants des zones rurales sont proportionnellement plus nombreux à trouver le prix d'une lettre « plutôt cher » (26% contre 20,8% pour les habitants du centre ville)

A titre indicatif : la comparaison avec le prix d'une lettre dans les autres pays européens est présentée dans les Tableaux ci-dessous :

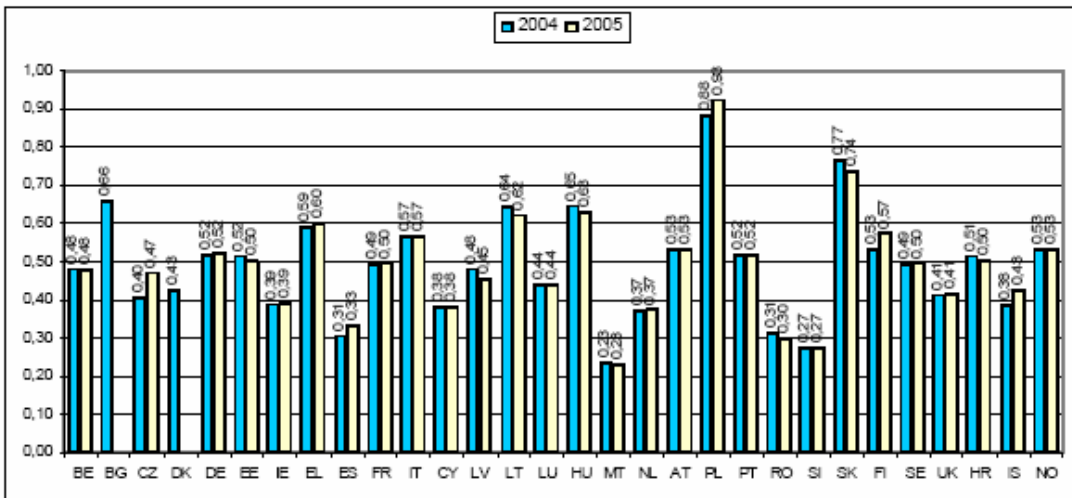
Prix d'un lettre standard

Graphique 8: Prix courant (EUR) pour un lettre standard (1^{ière} classe) pesant moins de 20 g (service universel) pour les services intérieurs, (2004, 2005)



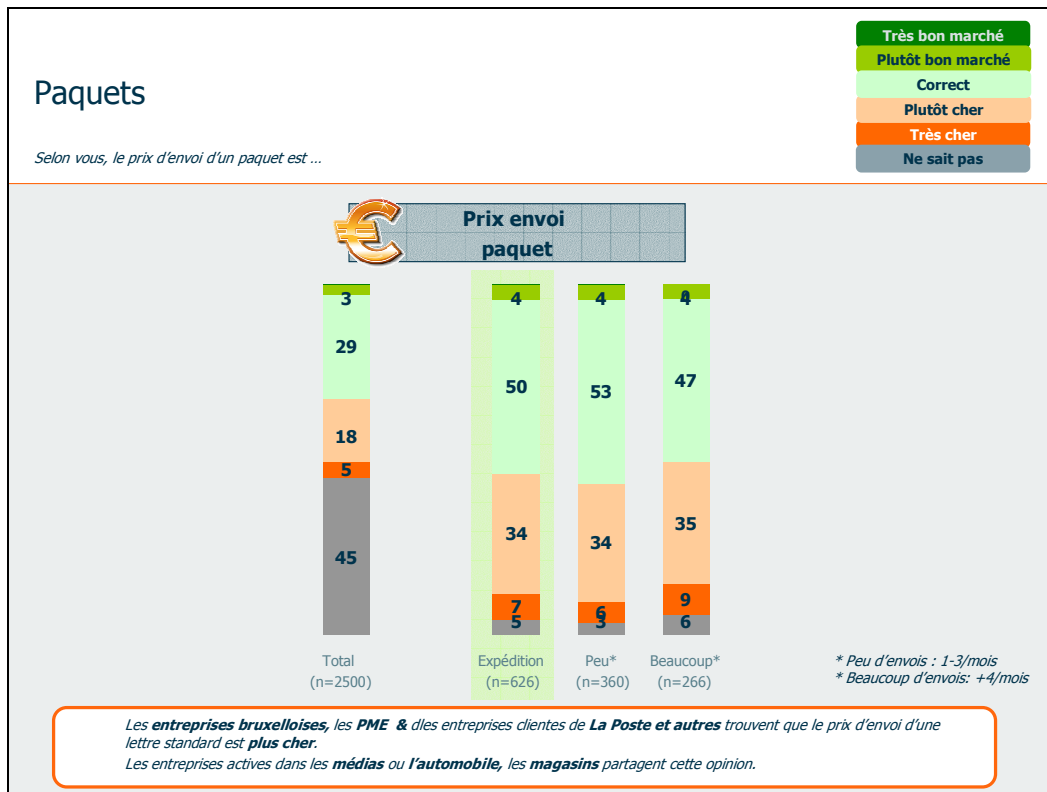
Source: Eurostat, Enquête sur les services postaux 2006
Notes: L'indicateur se réfère au prix courant intérieur à payer pour le traitement d'une lettre standard (1^{ère} classe) pesant moins de 20 g (service universel) (PRI 601). Pas de données disponibles pour BG (2005) and DK (2005). Les taux de change utilisés pour les conversions des devises des pays (BG, DK, CZ, EE, CY, LT, LV, HU, MT, PL, RO, SI, SK, SE, UK, HR, IS NO) n'utilisant pas l'EURO comme monnaie nationale sont les moyennes annuelles de 2004, respectivement 2005, Eurostat: taux de change bilatéraux, données annuelles. Pour plus de détails, se référer aux "notes méthodologiques" à la fin du présent document.

Graphique 9: Prix pour un lettre standard (1^{ère} classe) pesant moins de 20 g (service universel) pour les services intérieurs en parité de pouvoir d'achat (PPA), (2004, 2005)



Source: Eurostat, Enquête sur les services postaux 2006 and Eurostat, Parité de pouvoir d'achat.
 Notes: Pas de données disponibles pour BG (2005) and DK (2005).
 Pour plus de détails, se référer aux "notes méthodologiques" à la fin du présent document.

- Pour les colis, l'appréciation « correct » est fournie dans 29% des cas tandis que le nombre de personnes qui le trouvent plutôt cher et très cher est de 18 %.



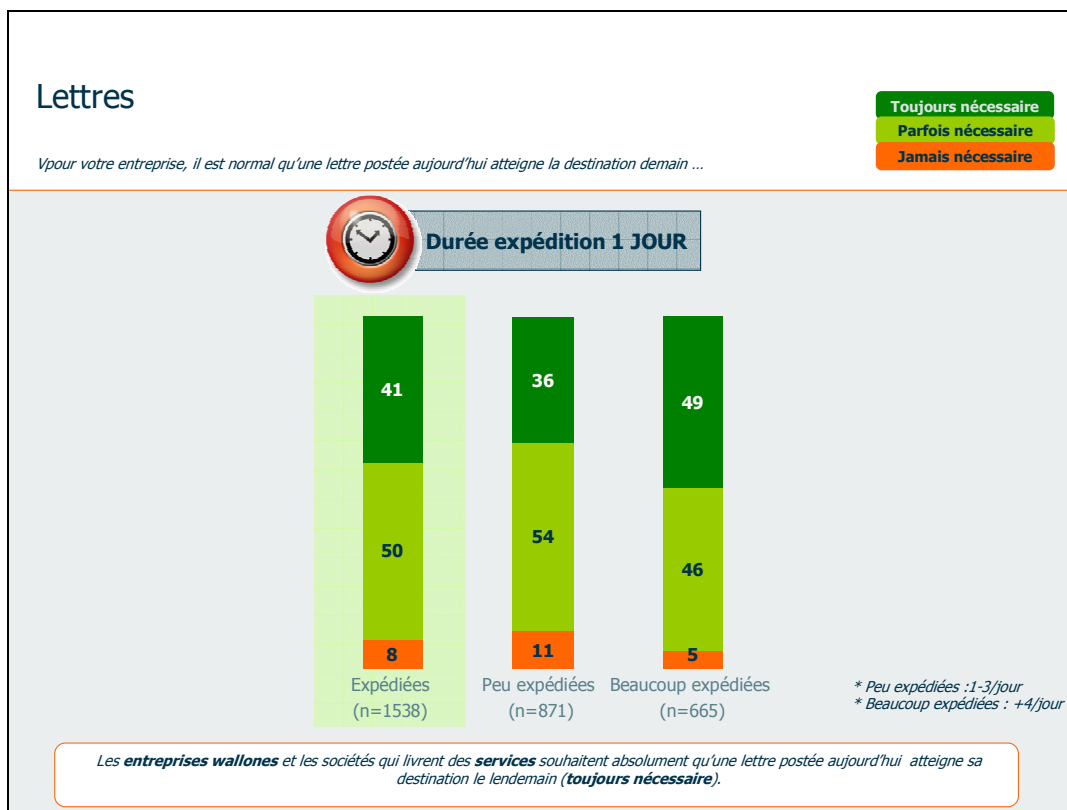
○ Délai d'acheminement

Le délai d'acheminement n'est pas imposé dans le cadre de la définition du Service Universel.

- Pour les envois postaux dits « égrenés », c'est-à-dire le courrier déposé par pièce individuelle, les délais d'acheminement sont fixés dans le contrat de gestion entre *La Poste* et l'État. Pour les lettres « Prior », les envois recommandés et le courrier entrant prioritaire, le délai est de J+1⁸ tandis que pour le courrier « Non Prior » et les colis en service intérieur, le délai est de J+2.

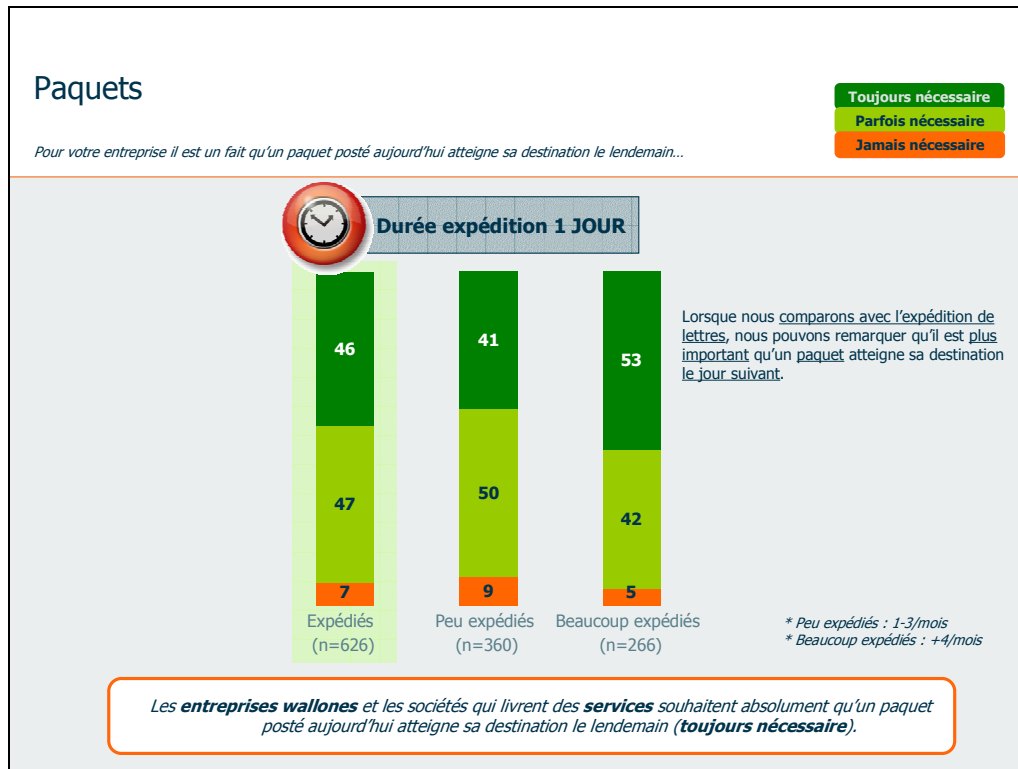
Pour les particuliers, 45% des personnes qui ont répondu estiment que l'arrivée d'une lettre le lendemain de son envoi est toujours nécessaire. Ce chiffre monte à 46,7% pour les habitants des zones rurales.

Pour les PME et indépendants, 41% estiment le J+1 toujours nécessaire.



⁸ « distribution J+1 » : la distribution des envois le premier jour ouvrable suivant celui de leur dépôt avant la dernière levée utile de la boîte aux lettres, de leur remise au point de service postal avant la dernière levée utile dans ce point de service postal ou de leur dernier enlèvement sur place.

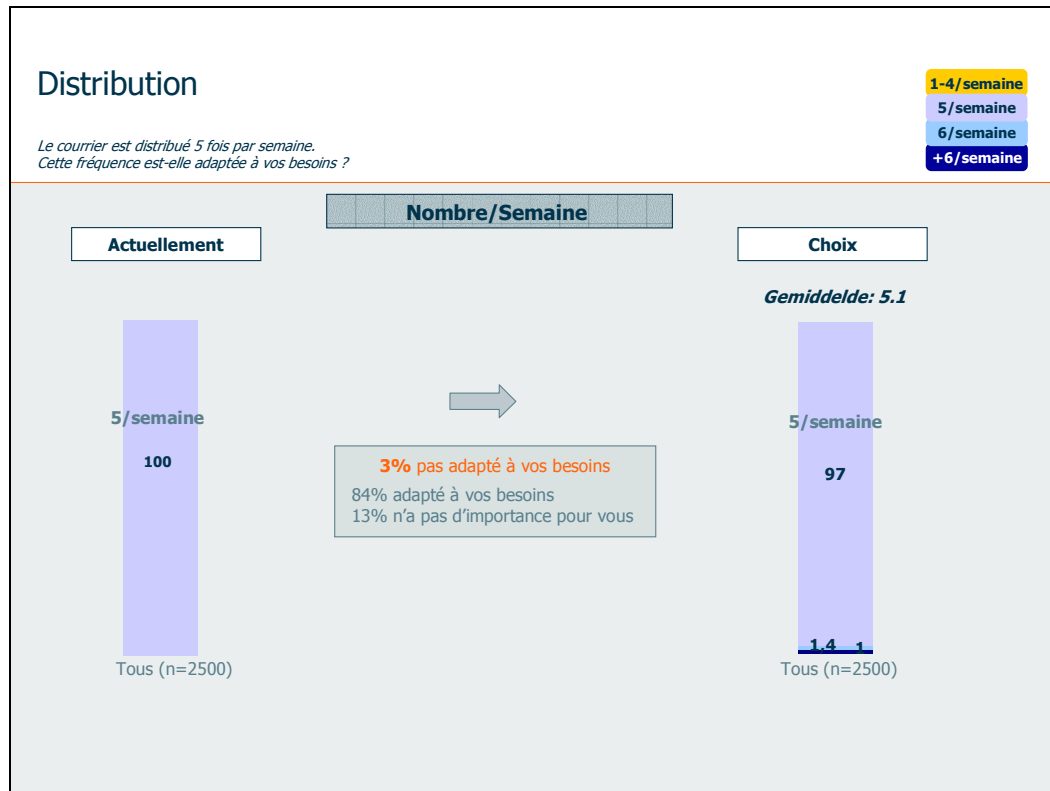
- Pour les paquets, la sensibilité au délai d'acheminement est moins grande pour les particuliers (dont 37% estiment le J+1 toujours nécessaire) que pour les entreprises, comme le montre le graphe ci-dessous.



○ **Distribution du courrier**

En matière de distribution, la seule obligation de Service Universel est qu'il y ait au minimum une levée, une expédition, et une distribution des envois postaux et, ce, au moins cinq jours par semaine, sauf le dimanche et jours fériés légaux.⁹

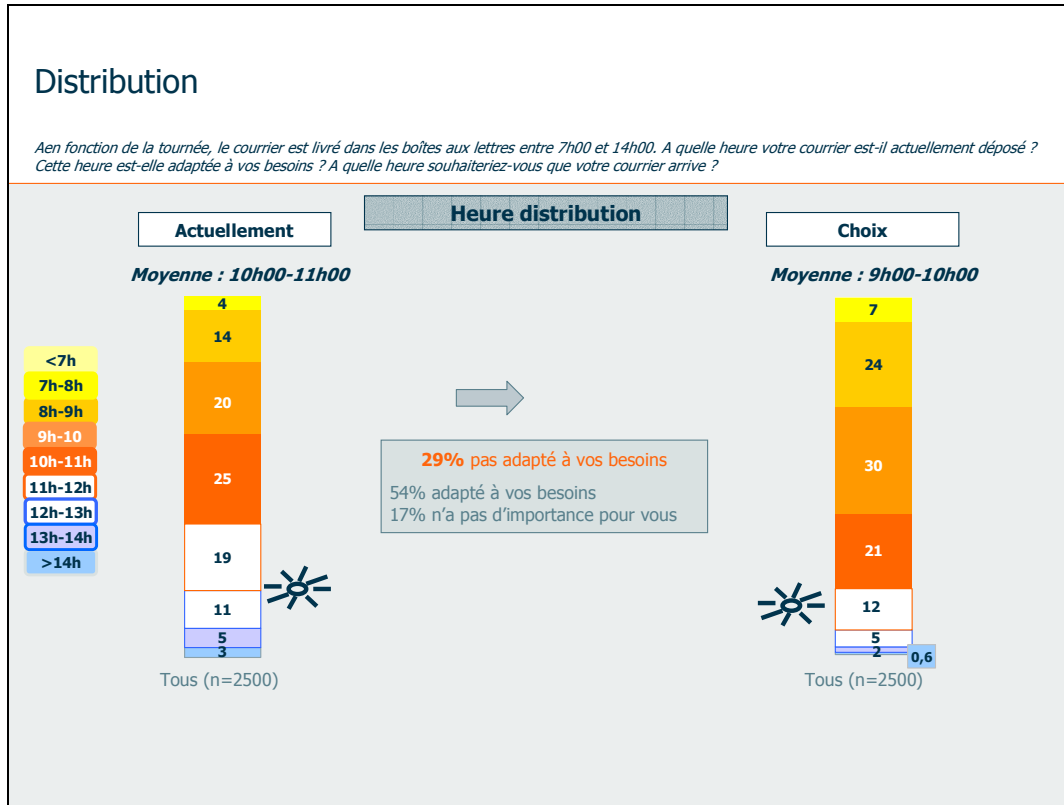
Globalement, comme dans l'enquête auprès des particuliers, les personnes interrogées ont souligné l'adéquation de la fréquence de distribution avec à leurs besoins (voir graphe ci-dessous). On constate que 84% des PME et entreprises ont répondu positivement.



Si 17% personnes interrogées estiment que l'heure d'arrivée du courrier n'a pas d'importance, il convient néanmoins de souligner que 29% (pourcentage cumulé) d'entre elles désirent recevoir leur courrier avant 10h00 du matin (voir graphe ci-dessous)

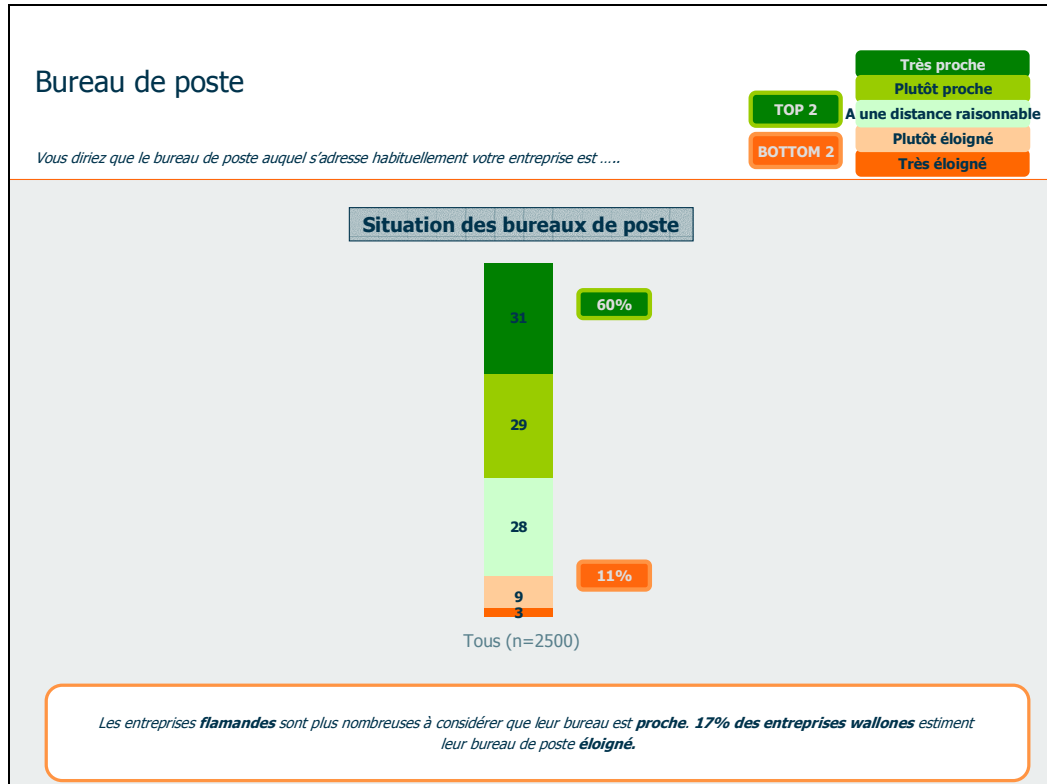
⁹ Art 142 §2 de la loi du 21 mars 1991.

29% des répondants trouvent que l'heure de distribution n'est pas adaptée à leurs besoins et souhaiteraient une livraison avant 10 heures.



○ Bureaux de poste

La densité, l'heure d'ouverture et l'accès aux bureaux de poste ne sont pas expressément repris dans la définition du Service Universel (p.m. la loi reprend uniquement l'obligation d'au moins un bureau de poste par commune). C'est le contrat de gestion entre *La Poste* et l'État qui définit le maillage des bureaux (et des nouveaux "points de service postal") ainsi que leurs obligations d'heures d'ouverture. En effet, *La Poste* doit s'assurer que les bureaux de poste sont ouverts au moins quelques heures par semaine en dehors des heures de bureau.

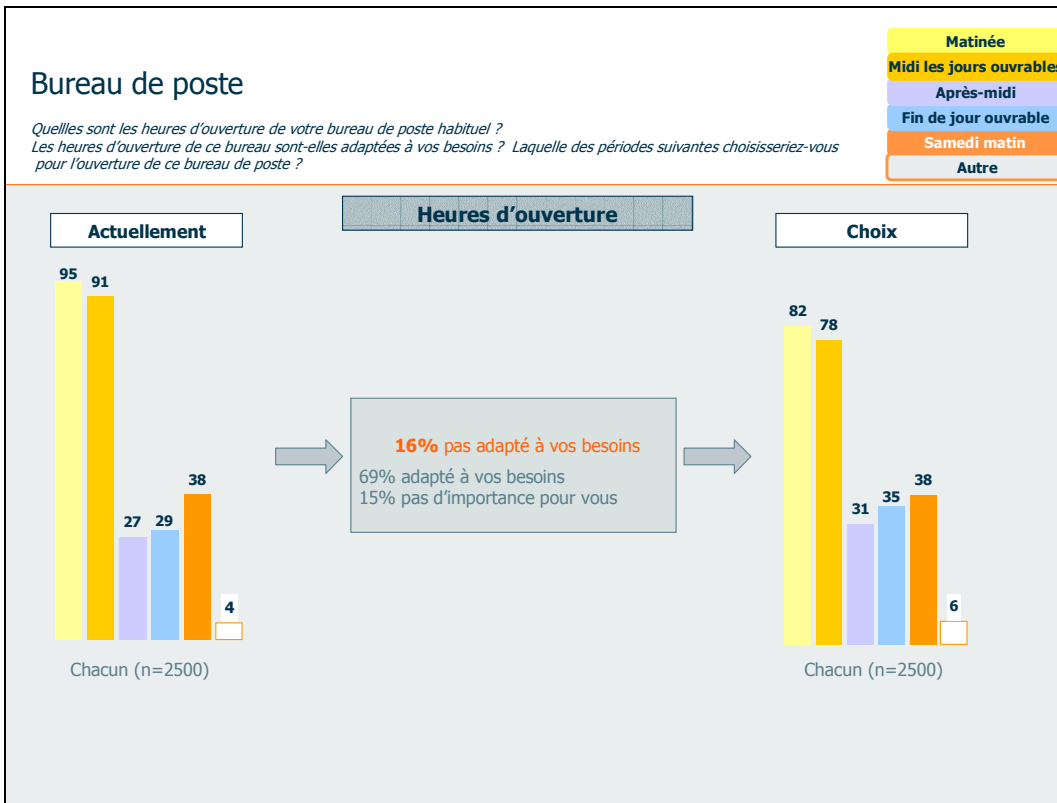


La Belgique étant un pays à forte densité de population, 1300 bureaux sont répartis sur tout le territoire, il n'est dès lors pas étonnant de constater, qu'en total cumulé, 88% des usagers estiment que leur bureau de poste est proche ou à une distance raisonnable. Les réponses des particuliers à cette question étaient très semblables.

Les heures d'ouverture de votre bureau de poste sont :

	Réponses des particuliers	Réponses des PME et indépendants
Sans importance	19,3%	15%
Adaptées aux besoins	62,7%	69%
Inadaptées aux besoins	18,1%	16%

En ce qui concerne les heures d'ouverture, 16% des usagers estiment qu'elles sont inadaptées aux besoins. Une majorité d'entre eux (60%) se prononce pour une ouverture plus tardive en semaine, tandis qu'un tiers d'entre eux marquent leur préférence pour une ouverture le samedi matin.

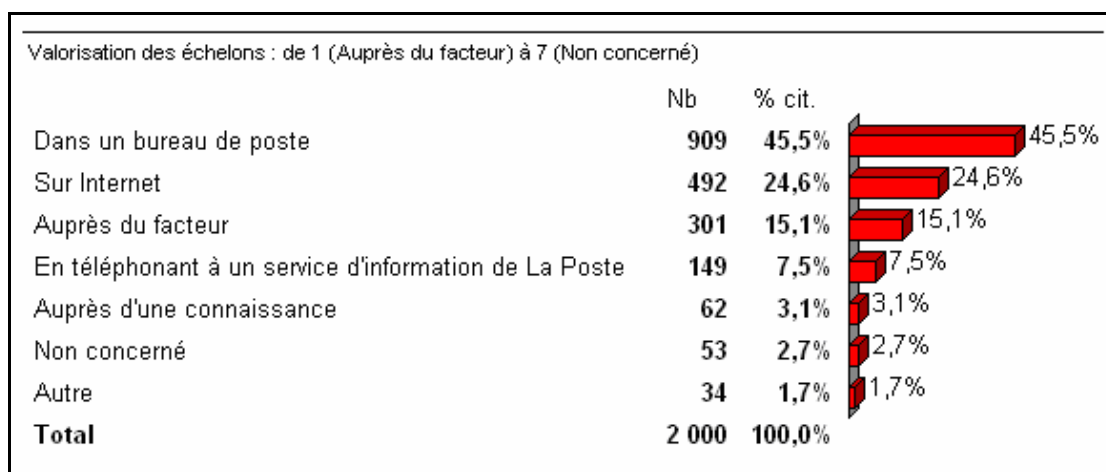


En ce qui concerne la source des informations sur les produits postaux, les obligations de Service Universel en la matière sont les suivantes : le prestataire de Service Universel doit fournir aux utilisateurs des informations précises, actualisées et complètes sur les produits faisant partie du Service Universel. Il fournit également dans tous les bureaux des brochures détaillant, par produit ou service les conditions d'accès, les tarifs de base, les réductions, les règles de responsabilité et les procédures de réclamation.

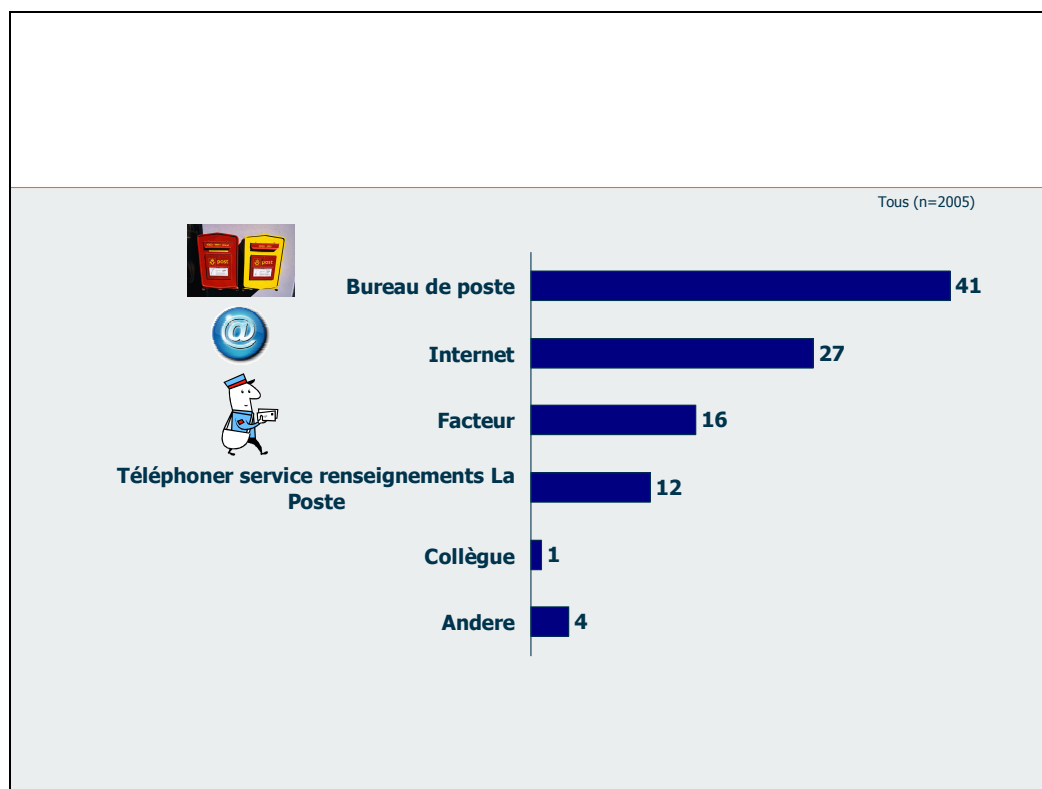
16% des personnes qui ont répondu que les heures d'ouverture des bureaux étaient inadaptées à leurs besoins.

On constate que le bureau de poste vient en tête des sources d'information auxquelles l'utilisateur a recours pour trouver un renseignement sur un produit postal, suivi directement par Internet, les résultats des particuliers et des PME sont fort semblables

Particuliers



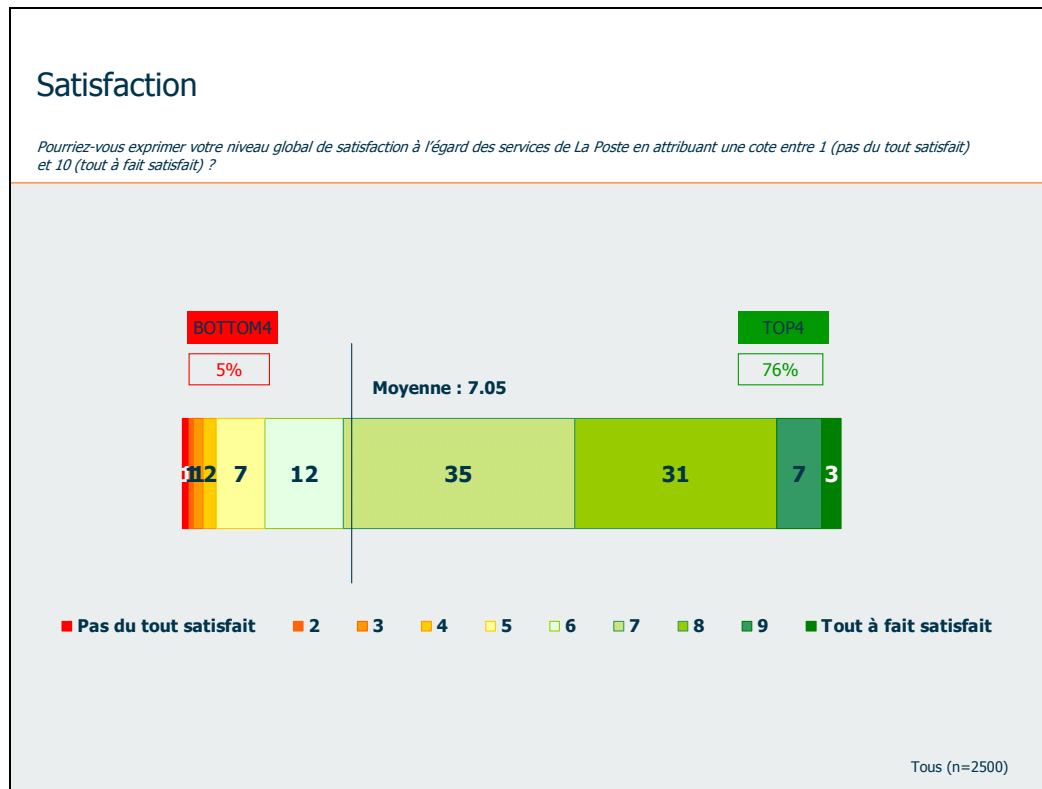
PME et indépendants



Les données croisées avec les régions et le type d'entreprise se trouvent en annexe 8. Le facteur reste une source importante d'information.

○ **Satisfaction par rapport à l'opérateur de Service Universel**

Il a été demandé aux PME et indépendants de coter La Poste sur une échelle de 1 à 10. Le résultat moyen obtenu s'élève à 7,05, ce qui est légèrement inférieur à la moyenne de satisfaction des particuliers qui s'élevait à 7,48. Le taux de satisfaction est plus haut en Flandre.



En moyenne, les PME sont légèrement moins satisfaites que les indépendants.

CONCLUSIONS

Les résultats de l'enquête montrent que, globalement, les PME et les indépendants se déclarent satisfaits des prestations inhérentes au Service Universel postal. Parmi les constats les plus tangibles auxquels aboutit l'enquête, on relèvera le faible nombre de PME et d'indépendants ayant recours à des opérateurs autres que La Poste, puisque 89% des répondants sont clients de La Poste.

- **Distribution**

Si globalement les entreprises sont satisfaites de la fréquence de distribution des envois postaux, il n'en va pas de même pour l'heure de distribution. En effet, plus d'un tiers des répondants se prononce pour une distribution plus tôt dans la journée.

- **Bureaux de poste**

Si la satisfaction globale vis-à-vis de la situation des bureaux de poste est élevée, l'accent a été mis sur la nécessité pour les entreprises de voir les bureaux de poste ouverts plus tard en semaine.

- **Information**

La source d'information principale reste le bureau de poste. On constate néanmoins que plus l'entreprise est de taille importante, plus celle-ci a recours à Internet pour trouver de l'information postale. Le facteur garde un rôle important à ce niveau.

- **Produits/services**

Lettres : les entreprises reçoivent plus de lettres qu'elles n'en envoient. Les PME situées à Bruxelles font plus usage des services postaux que les autres, avec une prédominance du secteur « lettres ». Le prix est qualifié majoritairement de « correct ».

Paquets : le délai d'expédition est important, mais c'est le fait que le paquet soit complet et non endommagé qui est le point prépondérant pour les PME.

Globalement, le taux de satisfaction vis-à-vis de La Poste s'élève à 7,05 sur dix.

Enfin, les résultats obtenus ne plaident pas en faveur d'un réaménagement complet du Service Universel postal tel qu'il est actuellement presté, mais pointent les domaines qui nécessiteraient plus d'attention. Citons notamment les prix, les heures d'accès au réseau ou l'heure de distribution.