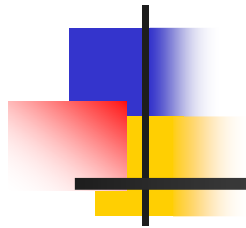
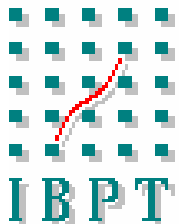


# Etude relative au Service Universel postal pour les usagers particuliers



Présentation à La Poste le 15 janvier 2007  
par Muriel Baudot (Conseiller IBPT)  
et Jean-Luc Dutordoit (Administrateur IBPT)





# Objet de l'enquête

---

- La Commission européenne prépare actuellement une directive destinée, entre autres, à encadrer la mise en place au sein des Etats membres des mesures destinées à assurer un Service Universel dans un marché ouvert



# Objet de l'enquête - suite

---

- Dans la perspective des prochains débats sur le SU, l'IBPT s'est attaché à brosser le tableau du comportement et des desiderata des particuliers quant aux prestations qui caractérisent le service universel
- Le but était d'estimer le comportement en terme de volume d'envois et d'essayer de circonscrire au sein du service universel l'incontournable et l'accessoire

# Cadre de l'enquête : le Service Universel actuel

- 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 Etats membres) ;
  - Les envois recommandés ;
  - Les envois à valeur déclarée.

# Cadre de l'enquête : le Service Universel actuel (suite)

- Les exigences opérationnelles sont les suivantes :
  - Toutes les communes doivent être pourvues d'un point d'accès pour les dépôts 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.



# Méthodologie

---

- Enquête téléphonique du 3 au 31 octobre 2006
- 2 000 réponses abouties : personnes représentatives de la population belge (22 562 appels)
- Les quotas d'échantillons étaient basés sur les critères suivants :
  - Zones Nielsen
  - Régime linguistique
  - Âge
  - Sexe
  - Catégorie socio-professionnelle
- L'enquête a été réalisée par l'entreprise PHONECOM
- Le traitement des résultats a été effectué par l'entreprise SONECOM



# Zones Nielsen

---

- Zone 1 : Oost + West-Vlaanderen
- Zone 2 : Vlaams Brabant + Antwerpen
- Zone 3 : Bruxelles
- Zone 4 : Brabant wallon + Hainaut
- Zone 5 : Liège + Namur + Luxembourg



# Le questionnaire

Partie 1	
<b>Lettres</b> <ul style="list-style-type: none"><li>■ Fréquence</li><li>■ Rapidité</li><li>■ Prix</li><li>■ Recommandés</li></ul>	<b>Colis</b> <ul style="list-style-type: none"><li>■ Fréquence et volume</li><li>■ Rapidité</li><li>■ Prix</li></ul>

Partie 2
<b>Service Universel</b> <ul style="list-style-type: none"><li>■ Fréquence de distribution</li><li>■ Heure de distribution</li><li>■ Direct Mail</li><li>■ Bureaux de poste</li></ul>

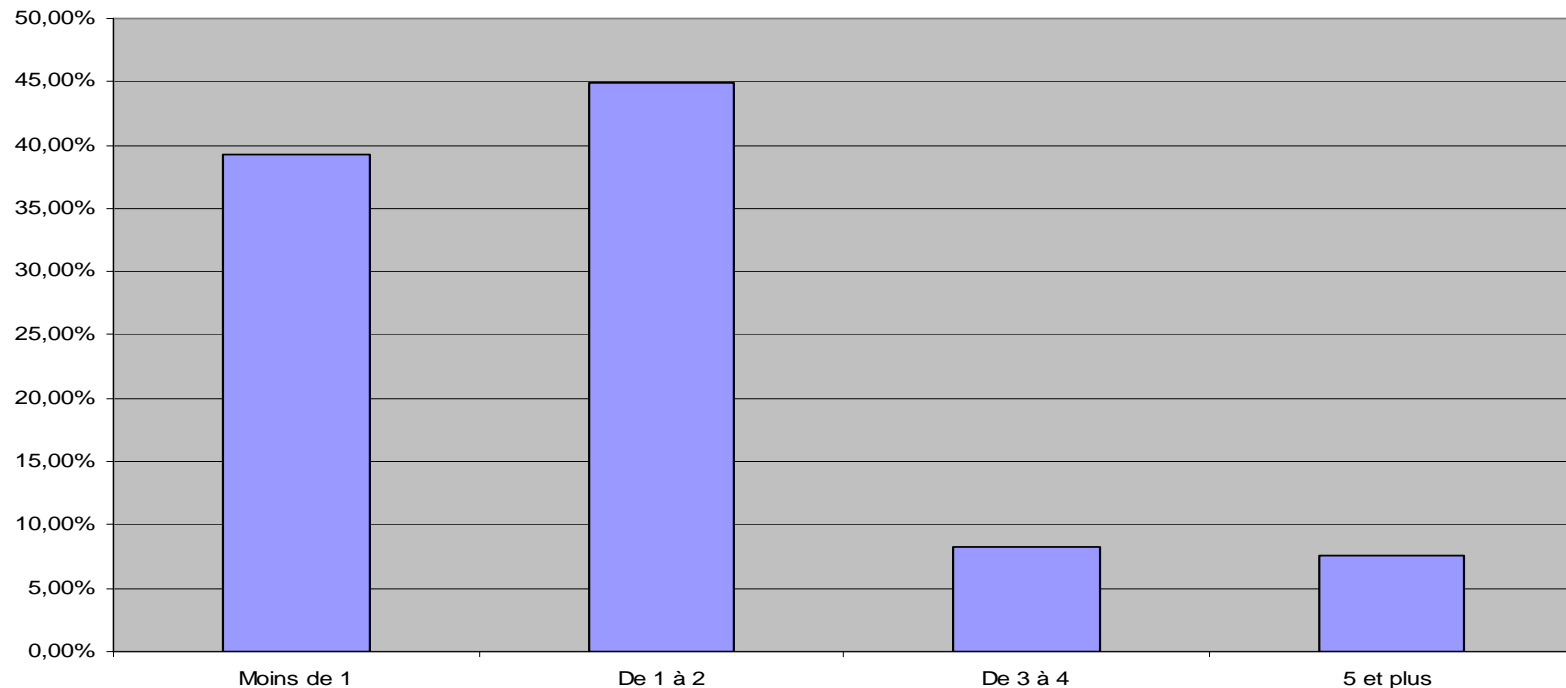
Partie 3
<b>Marché postal</b> <ul style="list-style-type: none"><li>■ Choix d'un opérateur</li><li>■ Information</li><li>■ Satisfaction par rapport à l'opérateur du SU désigné</li></ul>



# Les flux des courriers

- **Courrier moyen expédié par semaine : 1,63**

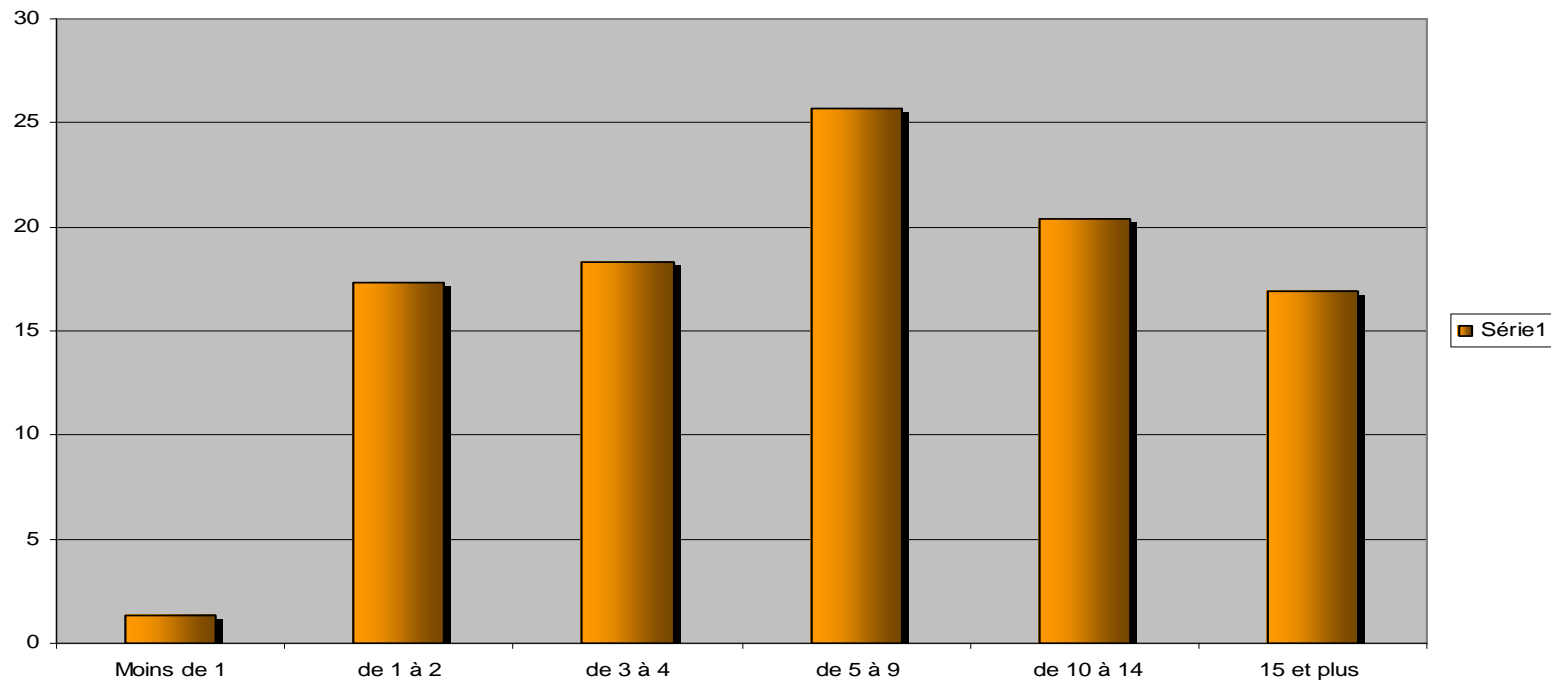
Nombre moyen de courrier expédié par semaine

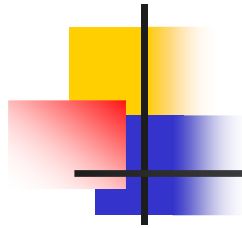


# Les flux des courriers (suite)

- **Nombre moyen de courriers reçus par semaine : 8,13**

Nombre moyen de courrier reçu par semaine

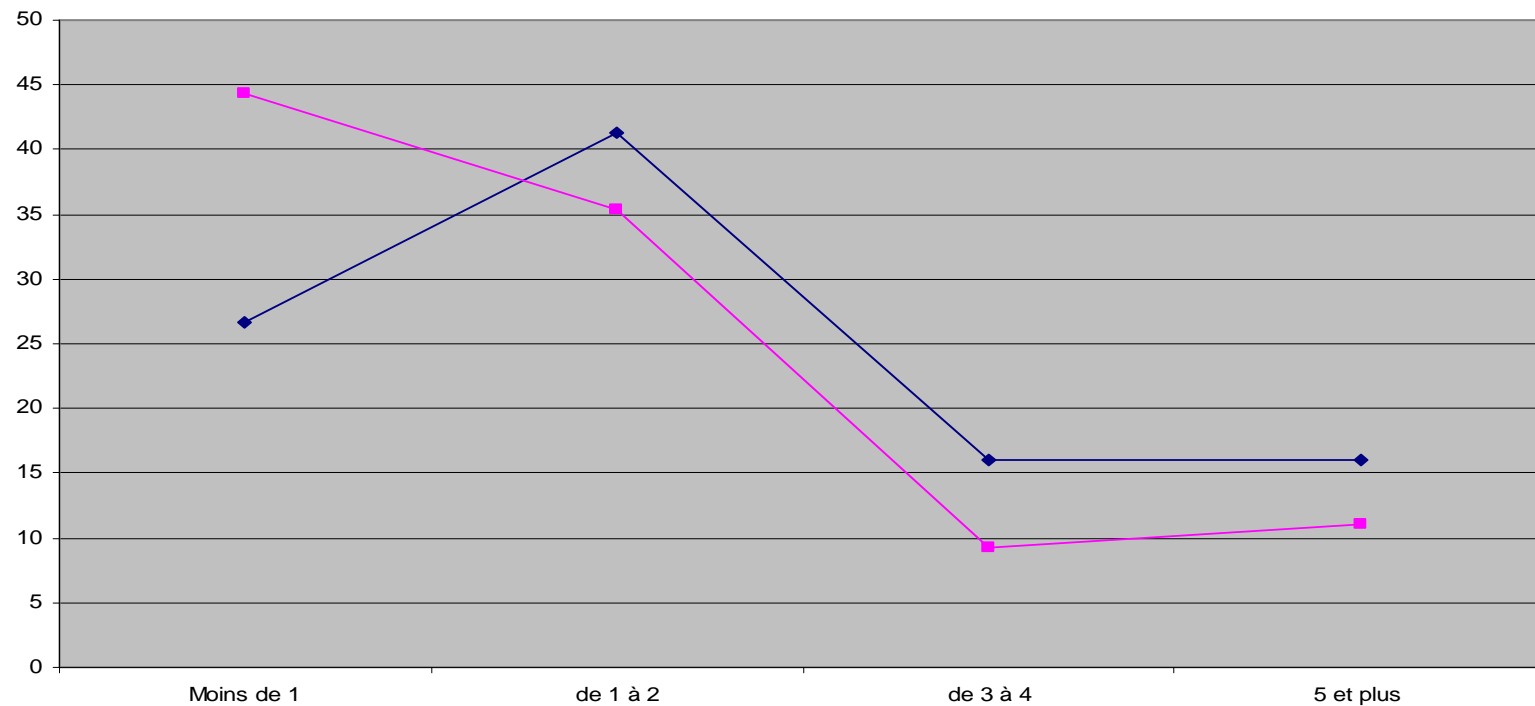




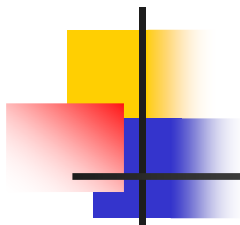
# Les flux des courriers (suite)

## ■ Envois recommandés

Envois recommandés



# Croisements : nombre de courriers expédiés



Nombre moyen hebdomadaire de courriers nominatifs EXPEDIES Connexion internet à domicile	
Nombre moyen hebdomadaire de courriers nominatifs	
<b>Réponse à la question : avez-vous une connexion internet ?</b>	
Oui	1,78
Non, mais j'y ai facilement accès ailleurs	1,59
Non, et je n'y ai pas facilement accès ailleurs	1,24
<b>Total</b>	<b>1,63</b>

Nombre moyen hebdomadaire de courriers nominatifs EXPEDIES Milieu d'habitation	
Nombre moyen hebdomadaire de courriers nominatifs	
<b>Lieu de résidence</b>	
Centre ville	1,71
Périphérie de ville	1,67
Campagne	1,53
<b>Total</b>	<b>1,63</b>



# Les colis

## Caractéristiques liées à l'expédition d'un colis

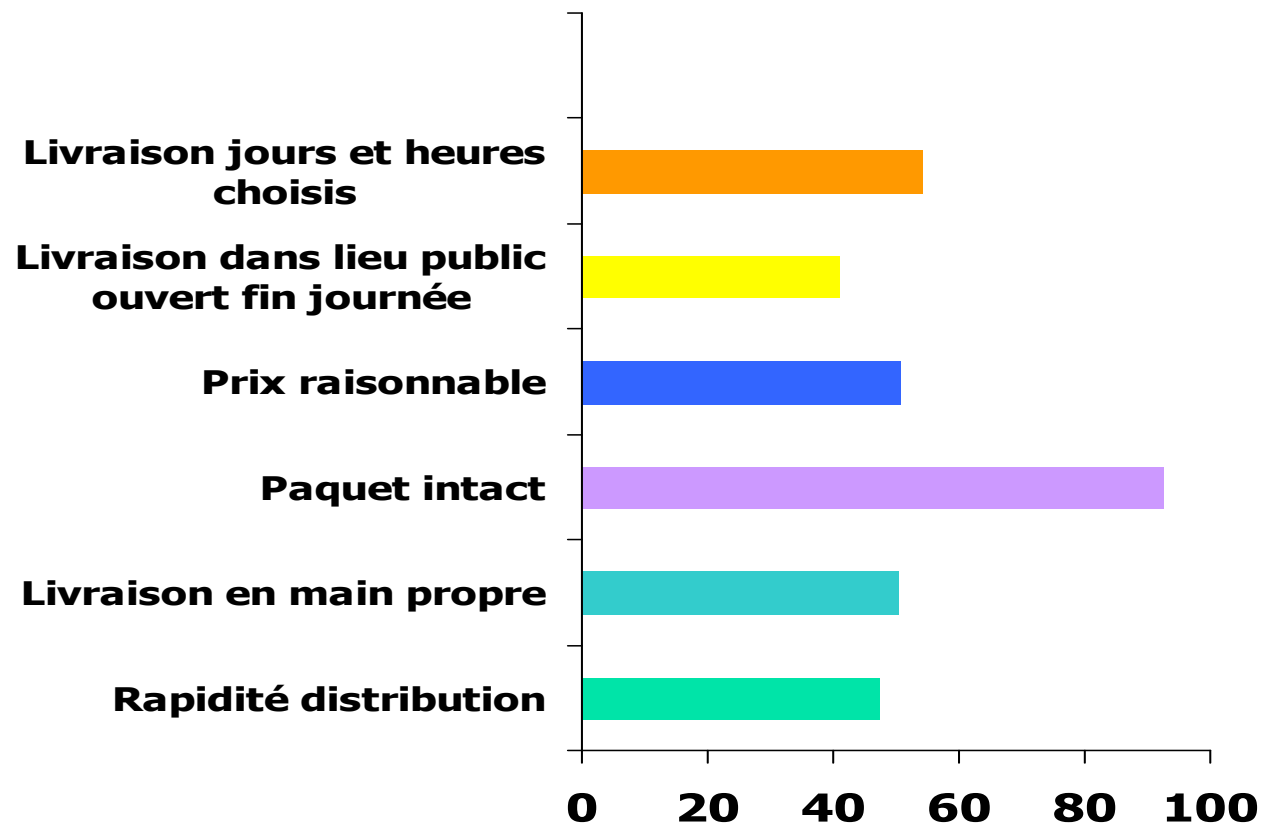
En rouge : service universel

En bleu : autre

## Importance pour les usagers

Livraison aux jours et heures choisis	54,2%
Possibilité de livraison dans un lieu public ouvert en fin de journée	41,0%
<b>Caractère raisonnable du prix</b>	<b>50,6%</b>
Paquet intact	92,5%
Livraison en main propre	50,3%
Rapidité de distribution	47,5%

# Les colis (suite)





# Perception des prix

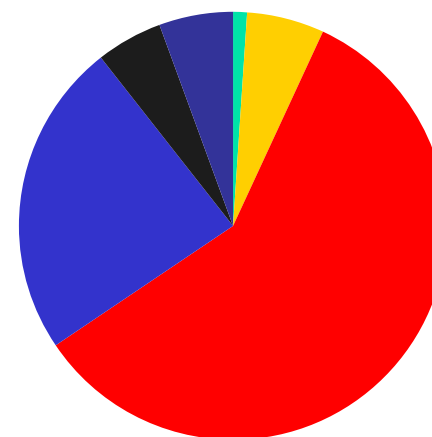
---

- Pour le service universel, la loi précise que : « Les prix doivent être abordables et tels que tous les utilisateurs aient accès aux services offerts. »

# Perception des prix (suite)

## Appréciation du prix d'envoi d'une lettre standard

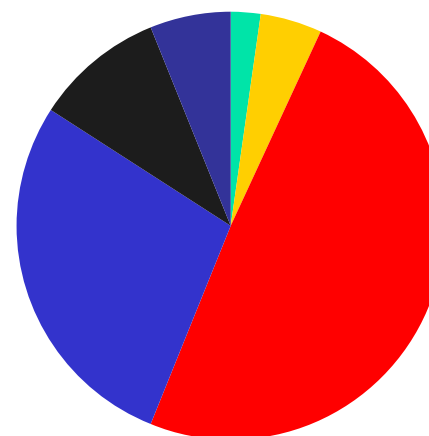
	Nb	% cit.
Très bon marché	<b>24</b>	<b>1,2%</b>
Plutôt bon marché	<b>115</b>	<b>5,8%</b>
Correct	<b>1 172</b>	<b>58,6%</b>
Plutôt cher	<b>480</b>	<b>24,0%</b>
Très cher	<b>100</b>	<b>5,0%</b>
Ne sait pas	<b>109</b>	<b>5,5%</b>
<b>Total</b>	<b>2 000</b>	<b>100,0%</b>



# Perception des prix (suite)

## Appréciation du prix d'envoi d'un paquet

	Nb	% cit.
Très bon marché	12	2,1%
Plutôt bon marché	28	4,8%
Correct	286	49,1%
Plutôt cher	164	28,1%
Très cher	58	9,9%
Ne sait pas	35	6,0%
<b>Total</b>	<b>583</b>	<b>100,0%</b>



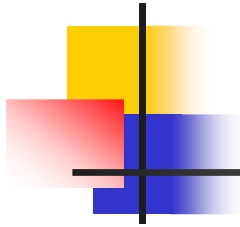


# Perception des prix (suite)

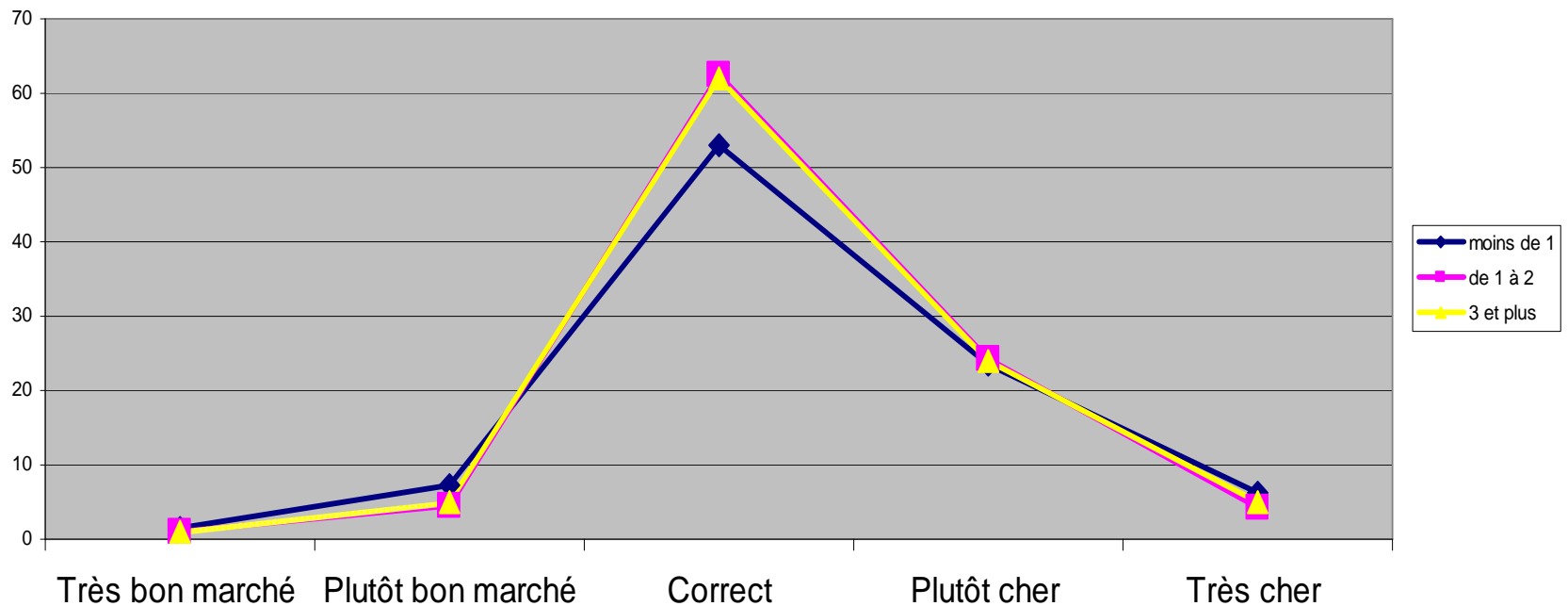
---

- Croisements effectués :
  - avec la fréquence de lettres expédiées
  - avec l'âge
  - avec le niveau d'études
  - avec le milieu d'habitation

# Croisements : perception du prix

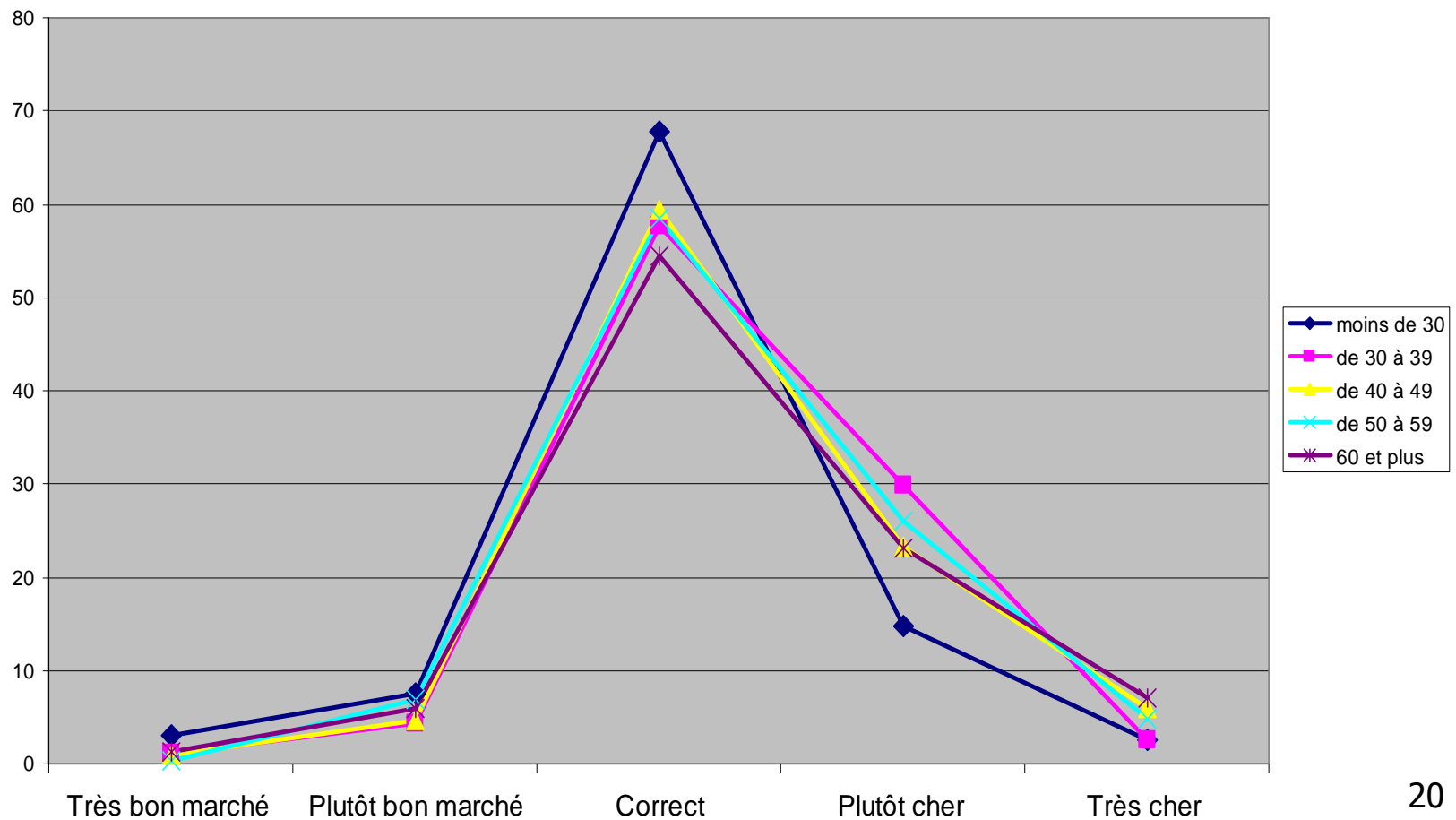


Perception du prix en fonction du profil d'utilisateur



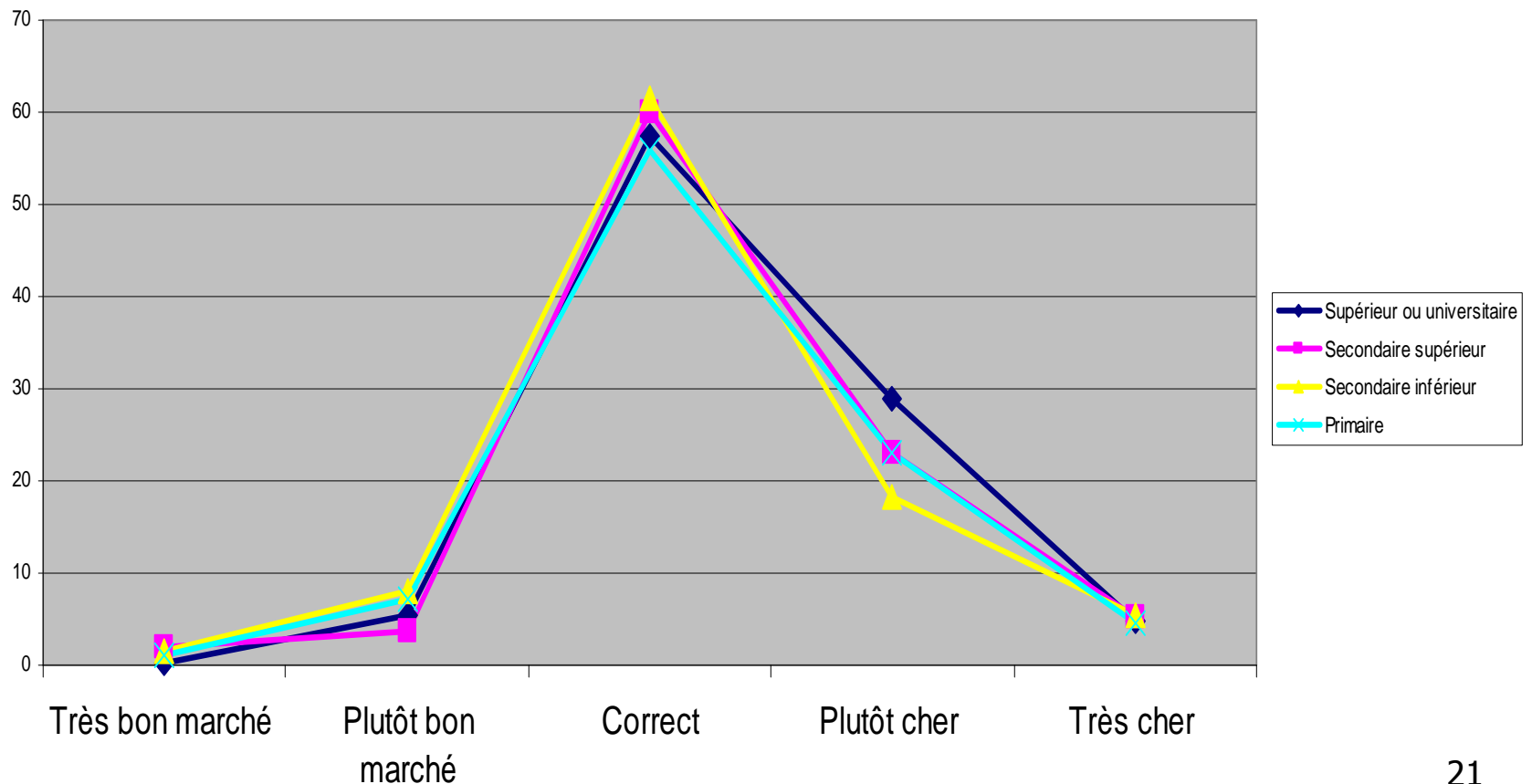
# Croisements : perception du prix (suite)

Perception du prix d'une lettre en fonction de l'âge



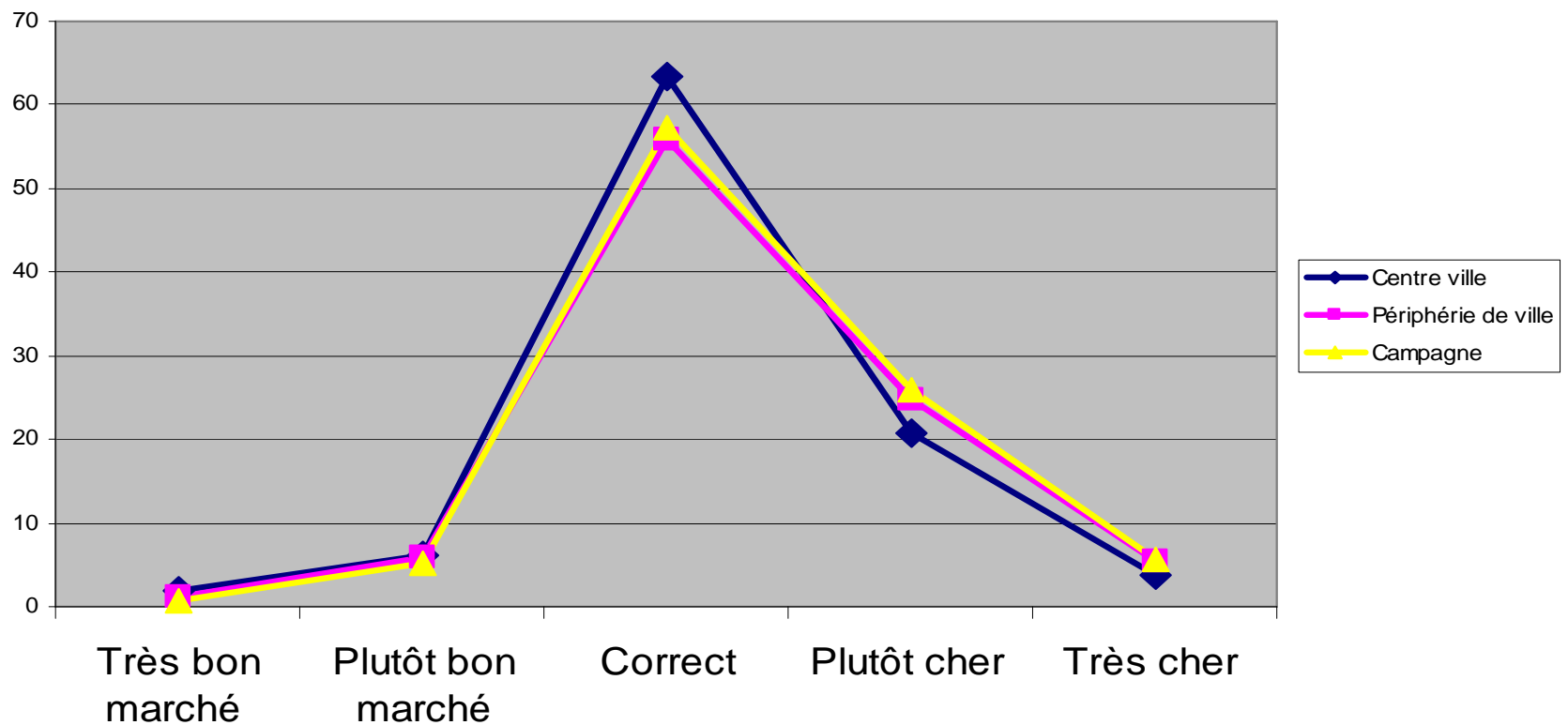
# Croisements : perception du prix (suite)

Perception du prix d'une lettre en fonction du niveau d'étude



# Croisements : perception du prix (suite)

Perception prix d'une lettre en fonction de la région d'habitation





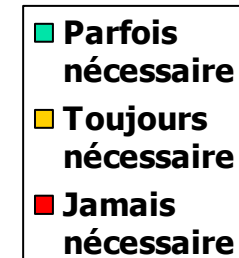
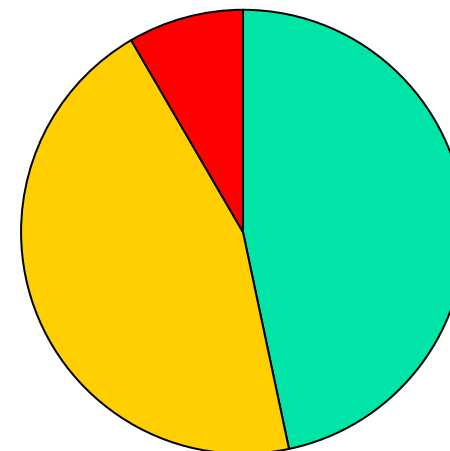
# Délai d'acheminement

---

- Obligations en matière de service universel : la Directive européenne impose que des normes de qualité de service soient fixées et publiées pour le service universel.
- Au niveau belge, la norme J+1 pour la lettre est imposée par le contrat de gestion et par les arrêtés d'exécution de la loi. Il n'y pas d'imposition légale de délai pour le colis « universel ».

# Délai d'acheminement

<b>Nécessité qu'une lettre arrive le lendemain de son envoi</b>		
Valorisation des échelons : de 1 (Toujours nécessaire) à 3 (Jamais nécessaire)		
	Nb	% cit.
Parfois nécessaire	<b>933</b>	<b>46,7%</b>
Toujours nécessaire	<b>899</b>	<b>45,0%</b>
Jamais nécessaire	<b>168</b>	<b>8,4%</b>
<b>Total</b>	<b>2 000</b>	<b>100,0%</b>

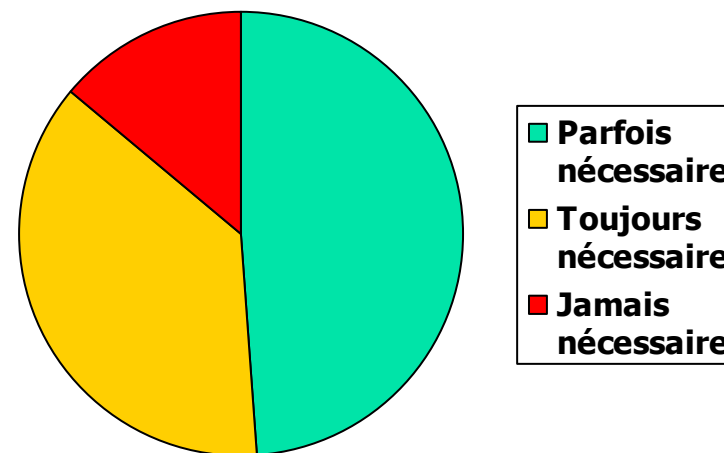


# Délai d'acheminement (suite)

## Nécessité qu'un paquet lettre arrive le lendemain de son envoi

Valorisation des échelons : de 1 (Toujours nécessaire) à 3 (Jamais nécessaire)

	Nb	% cit.
Parfois nécessaire	<b>285</b>	<b>48,9%</b>
Toujours nécessaire	<b>217</b>	<b>37,2%</b>
Jamais nécessaire	<b>81</b>	<b>13,9%</b>
<b>Total</b>	<b>583</b>	<b>100,0%</b>





# Distribution du courrier

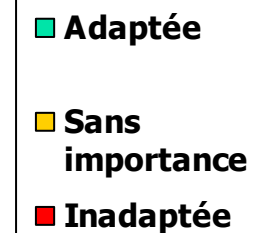
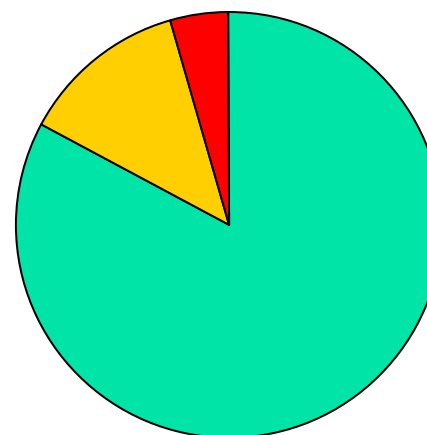
---

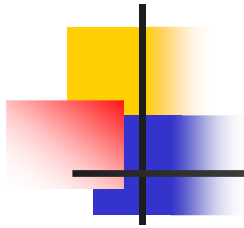
- En matière de distribution, la seule obligation de Service Universel est une fréquence d'au moins cinq jours par semaine pour la levée, l'expédition et la distribution des envois postaux.

# Distribution du courrier (suite)

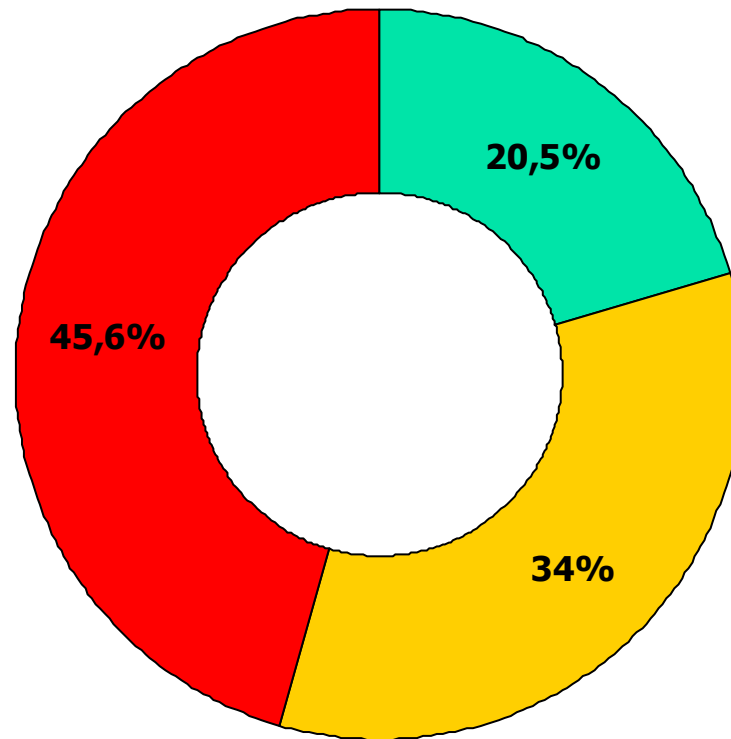
## Appréciation de la fréquence de distribution du courrier (5 X semaine)

	Nb	% cit.
Adaptée aux besoins	<b>1 658</b>	<b>82,9%</b>
Sans importance	<b>252</b>	<b>12,6%</b>
Inadaptée aux besoins	<b>90</b>	<b>4,5%</b>
<b>Total</b>	<b>2000</b>	<b>100,0%</b>

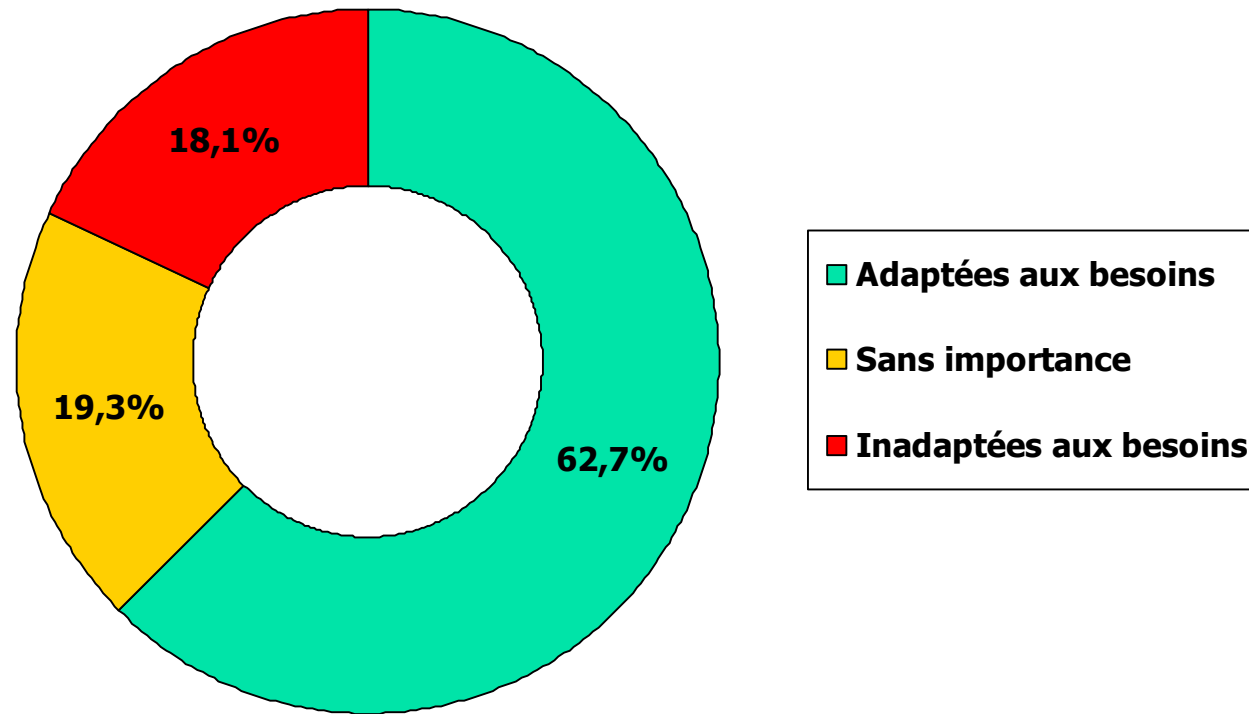




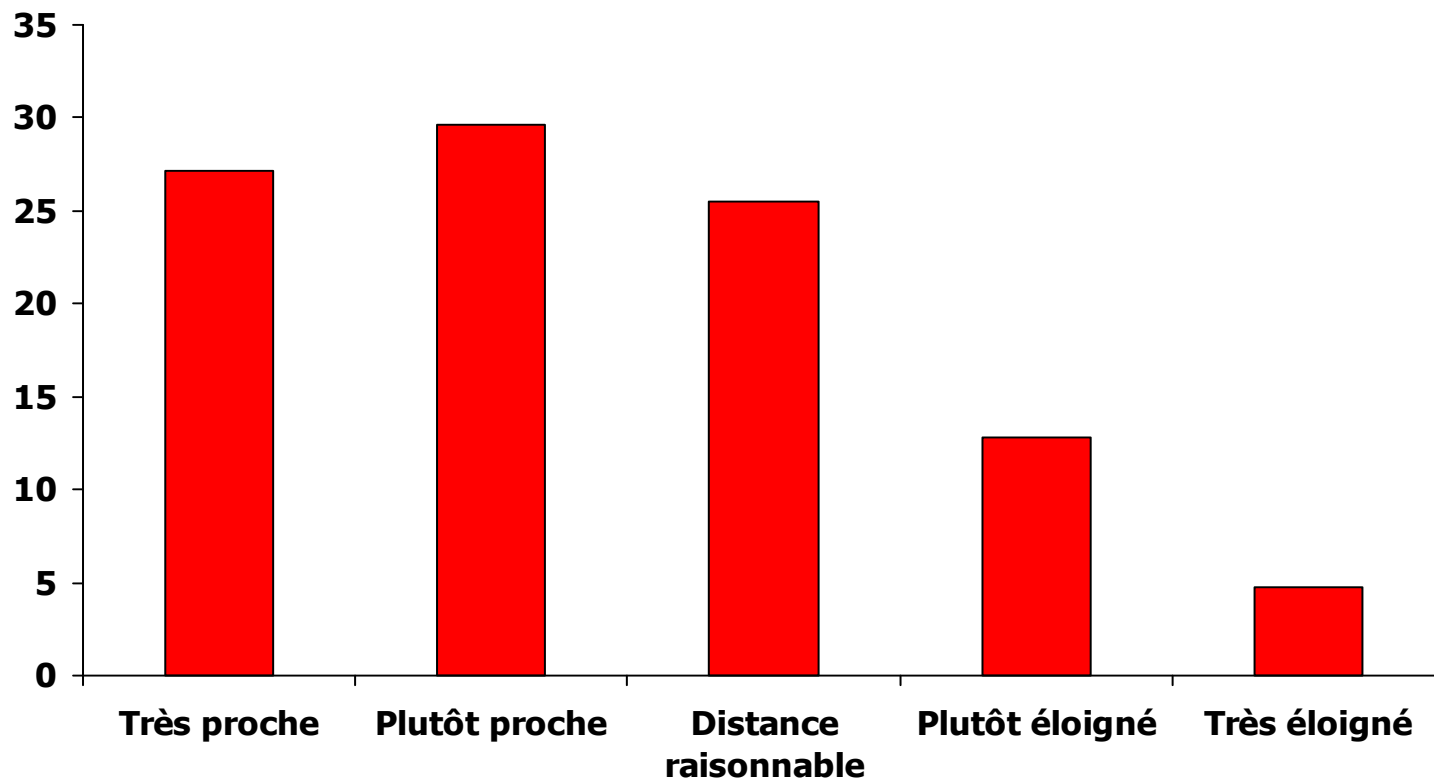
# Courrier publicitaire



# Le bureau de poste : heures d'ouverture du bureau le plus proche



# Le bureau de poste : évaluation proximité du bureau le plus proche





# Conclusions

---

- Satisfaction globale vis-à-vis de l'opérateur de service universel : 7,48/10
- Courrier expédié et reçu  $\simeq$  moyenne européenne
- Prix considérés comme corrects
- Intérêt marqué pour le délai de distribution pour les lettres et pour l'intégrité des paquets
- La livraison à domicile est impérative
- Le Direct Mail  $\simeq$  accueil mitigé
- Fréquence et heure de distribution satisfaisante, mais problème d'heures d'accès au bureau



# Divers

---

- Appréciation de l'heure d'arrivée du courrier
- Heure limite d'arrivée du courrier
- Lieu de distribution souhaité pour le courrier
- Appréciation des heures d'ouverture du bureau de poste
- Modalités de renseignements sur les produits postaux
- Positionnement face à d'autres opérateurs



Merci pour votre attention

---