

Résumé

En septembre 2019, l'Office fédéral de la communication (OFCOM) a chargé l'institut LINK de mener une enquête sur l'avenir du service universel dans les domaines des services postaux et des services de paiement en Suisse. Le module quantitatif comprend 4'213 entretiens, menés en novembre 2019 auprès de personnes âgées de 18 ans et plus et domiciliées en Suisse. Durant la même période, 2'763 entreprises ont été interrogées. Dans le cadre d'une étude qualitative supplémentaire, des entretiens ont eu lieu avec 20 représentants de grandes entreprises en Suisse.

Les résultats de l'enquête auprès de la population fournissent des informations sur l'utilisation future des prestations du service universel. Les colis gagneront en importance, tandis que le nombre de lettres envoyées et reçues devrait encore diminuer ces prochaines années. Selon les personnes sondées, l'utilisation du courrier A devrait reculer davantage que celle du courrier B. En raison de la hausse des achats en ligne, on s'attend à ce que la réception et le renvoi de colis provenant du commerce en ligne et de la vente par correspondance augmentent fortement.

Aujourd'hui déjà, les services de paiement au guichet sont peu employés, et ils devraient l'être encore moins à l'avenir. L'utilisation des points d'accès indique également que les colis devraient devenir plus importants que les lettres; le nombre de colis devrait rester stable, alors que celui des lettres aura tendance à diminuer légèrement.

D'une manière générale, la population privilégie un financement autonome des prestations du service universel fournies par la Poste suisse (la Poste). Si les recettes de la Poste devaient ne plus suffire à garantir le service universel, les personnes interrogées préféreraient qu'une solution innovante soit mise en place pour générer des revenus. Il pourrait s'agir par exemple de l'utilisation conjointe du réseau d'offices de poste par des concurrents ou de l'étoffement de la gamme de services proposés par la Poste parallèlement à son activité principale.

Les participants à l'enquête estiment qu'une réduction de l'offre de la Poste est la plus mauvaise option pour financer le service universel à moyen terme. Leur disposition à renoncer aux diverses prestations du service universel est diversifié. Ainsi, une réduction des jours de distribution de six à cinq jours par semaine serait la plus acceptable de toutes les solutions. Les participants pourraient aussi tolérer une prolongation du délai de distribution du courrier B ainsi qu'une réduction, voire une suppression des services de paiement dans les offices de poste. Par contre, ils auraient du mal à renoncer au courrier A, considéré comme une composante essentielle du service universel. Ils comptent aussi sur le fait que les lettres parviennent à leurs destinataires de manière fiable dans le temps imparti et que les offices de poste soient facilement accessibles à tous.

L'analyse des besoins montre que le délai de distribution du courrier A est considéré comme très important, contrairement à celui du courrier B. S'agissant de la fréquence de distribution des lettres, cinq jours par semaine sont jugés comme satisfaisants, alors que trois jours est perçu comme insuffisant.

Pour les entreprises, la correspondance commerciale (colis et lettres) est essentielle. La préférence pour l'envoi de colis plutôt que de lettres est moins marquée que pour la population. Pourtant, les entreprises prévoient aussi une utilisation croissante des services de colis, couplée à une diminution du recours aux services relevant du secteur des lettres.

Environ la moitié des entreprises n'utilise déjà plus les services de paiement au guichet, une proportion qui devrait encore augmenter. Les entreprises estiment que les points d'accès seront tout autant utilisés qu'aujourd'hui, avec l'envoi de colis au premier plan. Elles auront probablement moins recours aux offices de poste pour envoyer des lettres.

A l'instar de la population, les entreprises sont prêtes à renoncer d'avantage à la fréquence de distribution des lettres, aux services de paiement et au délai de distribution du courrier B.

Elles sont également moins disposées à renoncer au courrier A ainsi qu'à une livraison ponctuelle fiable.

L'analyse des besoins indique que pour les entreprises, le délai de distribution du courrier A constitue l'élément le plus important du service universel. Une suppression du courrier A serait perçue comme très négative. La fréquence de distribution des lettres est importante. Que celles-ci soient distribuées cinq ou six fois par semaine n'importe guère, mais trois fois serait trop peu. D'une manière générale pour les entreprises, la sensibilité aux prix est faible.