

Management Summary

La section Poste de l'Office fédéral de la communication (OFCOM) a chargé l'institut de sondages d'opinion DemoSCOPE de mener, au niveau suisse, deux enquêtes représentatives sur les prestations postales. Entre le 22 juin et le 31 juillet 2017, DemoSCOPE a interrogé sur ce sujet 2'745 personnes de 18 ans et plus domiciliées en Suisse¹, puis, entre le 1^{er} et le 30 septembre 2017, 2'210 petites et moyennes entreprises (PME) de toute la Suisse².

L'enquête auprès de la population montre que près de deux tiers (61%) des personnes interrogées se disent globalement très satisfaites des prestations postales offertes en Suisse. Pour une grande partie des sondés, les offices de poste classiques sont le point d'accès le plus utilisé. Chez les personnes qui fréquentent principalement un office de poste, la satisfaction est en moyenne plus élevée que chez les personnes qui se rendent plutôt dans une agence. Le service à domicile suscite un degré de satisfaction général aussi élevé que les offices de poste. Globalement, les offres et les services dans les secteurs du courrier, des colis et surtout du trafic des paiements sont jugés nettement moins satisfaisants dans les agences. Les sondés sont aussi moins satisfaits de l'accueil et du service dans les agences. En revanche, la meilleure accessibilité de celles-ci et leurs horaires d'ouverture (plus étendus) sont perçus comme des avantages.

Dans une semaine normale, environ deux tiers des personnes interrogées disent recevoir cinq lettres (adressées) au maximum et un quart deux au maximum. Dans le même temps, la moitié des sondés envoient moins d'une lettre par semaine. La fréquence est encore plus basse pour les colis adressés. Le courrier est quasiment toujours distribué à domicile. Généralement, les clients de la Poste se font aussi délivrer les colis à la maison. Pour l'envoi du courrier, ils utilisent principalement les boîtes postales jaunes et les offices de poste. Quant aux colis, ils les remettent presque exclusivement aux offices de poste et dans les agences.

Les nouvelles offres sont encore peu connues, qu'il s'agisse de la distribution électronique du courrier, de la remise de lettres via le service à domicile, des points de retrait ou de remise alternatifs pour les colis (gares, stations-service, etc.), des automates à colis ou de la prise en charge des colis à domicile.

Pour le paiement de factures et les virements, les sondés recourent le plus souvent aux solutions en ligne; pour ce type d'opérations, ils utilisent moins les ordres de paiement par lettre ou les guichets postaux et les agences. Ils effectuent les retraits en espèces le plus souvent au bancomat ou au guichet d'une banque, un peu moins au postomat ou au guichet d'un office de poste.

S'agissant des besoins, la population considère que les offres dans le secteur des lettres et des colis sont beaucoup plus importantes que les prestations dans le secteur du trafic des paiements. De fait, ces offres sont fréquemment utilisées ou demandées. L'analyse plus détaillée

¹ L'enquête auprès de la population a été réalisée en ligne ou par téléphone, l'échantillon aléatoire a été tiré du cadre d'échantillonnage (SRPH) de l'Office fédéral de la statistique (OFS).

² L'enquête auprès des PME a été menée uniquement en ligne, l'échantillon aléatoire a été tiré du Registre des entreprises et des établissements (REE).

du courrier B, réalisée au moyen d'une mesure conjointe, montre la grande importance accordée au lieu de distribution, en l'occurrence à la distribution à domicile. Pour les sondés, les points d'accès desservis devraient surtout être accessibles rapidement et ouverts de préférence aussi le samedi. La possibilité d'effectuer des opérations de paiement au guichet est considérée comme moins importante.

Les PME interrogées (des entreprises de moins de 250 collaborateurs) se montrent extrêmement satisfaites des services de courrier. Par contre, le degré de satisfaction est plus bas en ce qui concerne le réseau de points d'accès postaux et les horaires d'ouverture.

En ce qui concerne le volume que la fréquence des envois, les PME interrogées procèdent en majorité à des envois individuels adressés au tarif régulier, la plupart du temps avec distribution prioritaire le jour ouvrable suivant. La distribution à l'adresse de l'entreprise est le mode de réception des envois de lettres privilégié dans 8 cas sur 10. Les volumes de lettres envoyées et reçues sont proportionnels à la taille des entreprises; d'une manière générale, les volumes de colis sont plus faibles. Ceux-ci sont envoyés par voie prioritaire ou normale, dans une proportion à peu près égale. La plupart des colis aussi sont distribués au siège de l'entreprise. Les autres formes de distribution jouent un rôle marginal.

Près de la moitié des PME seulement effectuent des retraits et des versements en espèces, avec une grande variation des montants retirés ou versés. Les PME disposant d'un compte commercial chez PostFinance réalisent fréquemment des retraits et des versements en espèces à des points d'accès postaux.

Pour leurs envois, les PME utilisent surtout les offices de poste et les boîtes aux lettres publiques. Les points d'accès spécifiques destinés aux clients commerciaux (centres de lettres et de colis, points de dépôt pour les clients commerciaux, service de prise en charge) ne sont utilisés que par une minorité d'entreprises. Comme la population, les PME considèrent que les offres dans le secteur des lettres et des colis sont beaucoup plus importantes que les prestations dans le secteur du trafic des paiements. Globalement, la couverture des besoins au point d'accès le plus utilisé est jugée bonne et ne varie que faiblement d'un point d'accès à l'autre.

Enfin, il apparaît que seule une PME sur 10 a déjà recouru à des prestataires alternatifs dans le secteur peu libéralisé des lettres; dans le secteur des colis, la proportion est de 4 sur 10. Les principales raisons mentionnées sont la rapidité de la distribution, la qualité et la flexibilité de l'offre alternative.