

Vers un service universel 2.0 ?

Chronique Université – La Libre Entreprise
19/05/2012

Axel Gautier
Professeur d'économie
HEC école de gestion de l'ULg
Email : agautier@ulg.ac.be

La révolution numérique a radicalement changé notre façon de communiquer. Il faut repenser le service universel des communications en intégrant les changements technologiques.

Dans le secteur postal, le service universel a une longue tradition. Le service universel prévoit une distribution (au domicile) et une collecte (dans un point de contact, type boîte rouge) quotidienne du courrier (lettres et petits colis) et le maintien d'un réseau suffisamment dense de points de collecte et de contact. Ce service est unique car tout le monde ou presque est client du service postal, éventuellement uniquement comme destinataire de courrier. Cependant, ces dernières années, le service universel est régulièrement remis en question. En Angleterre, certains produits comme le courrier commercial, type publipostage n'en font plus partie. Au Pays-Bas et en Norvège, on parle de supprimer un jour de distribution, le lundi ou le samedi. Dans notre pays, l'éventuelle suppression de boîtes rouges dans les zones rurales a fait couler beaucoup d'encre. On pourrait penser le service universel menacé, nous pensons qu'il est amené à évoluer.

Rétroactes. En 2008, la Commission Européenne décidait de libéraliser le secteur postal tout en réaffirmant sa volonté de maintenir un service universel de qualité. Les opérateurs postaux craignaient, alors, que l'ouverture du marché à la concurrence ne mette en péril leur capacité à financer le service universel. En 2012, le marché est entièrement libéralisé mais à ce jour, il n'y a pas (encore ?) de concurrence. La faute à la crise ? Peut-être ! Mais aussi à un changement radical dans notre manière de communiquer. A l'âge de l'internet, le courrier postal a perdu de son attrait. Le basculement des consommateurs vers les communications électroniques a sérieusement érodé les volumes de courrier. Depuis 2000, le volume de courrier a diminué de plus de 20% et la tendance baissière persiste.

Les nouvelles technologies changent à la fois le bénéfice, pour les consommateurs, et le coût, pour le prestataire, du service universel postal. L'existence d'alternatives aux communications 'papier', avec leurs avantages en termes de rapidité et de contenu et leurs inconvénients notamment en termes de sécurité ou d'envois non sollicités, change la valeur du service postal pour les consommateurs. Mais pas de la même manière pour tout le monde au point que l'on parle parfois de fracture numérique. En Europe, seuls 73% des ménages ont une connexion internet. Les nouvelles technologies ne sont pas disponibles pour tous, en partie à cause du manque d'infrastructures haut-débit dans les zones peu peuplées. La baisse observée du trafic postal modifie également le coût du service universel car les coûts de collecte et de distribution diminuent moins que proportionnellement avec le volume de courrier. L'évolution à la hausse des coûts unitaires a cependant été contrebalancée par d'importants gains de productivité.

Les nouvelles technologies permettent à la fois d'offrir de nouveaux services et d'améliorer les services existants. Le service universel est dès lors, tôt ou tard, amené à changer et à intégrer les technologies digitales. Le service universel est, rappelons le, un ensemble de services de base disponible pour tous à un prix abordable. Il s'agit donc de redéfinir une série de services accessibles à tous et partout mais ces services pourraient se décliner sous différentes technologies. Par exemple, des boîtes aux lettres physiques et électroniques reliées à une même identité. Les composantes de ce service universel 2.0 doivent être évaluées en regard de leur coût et de leur bénéfice en considérant, lorsque c'est possible, plusieurs alternatives technologiques pour sélectionner la plus adaptée. L'avenir du service universel passe par une intégration plus grande des technologies postales et digitales.