

Ministère de l'enseignement supérieur et de la recherche scientifique

Ecole Nationale Supérieure De Management

**ENSM-ALGER**

Master recherche en économie industrielle des réseaux et infrastructures

Mémoire de fin d'étude en vue de l'obtention d'un master recherche en  
économie industrielle des réseaux et infrastructures

**THEME**

***Evaluation du coût du service universel  
postal en Algérie***

Elaboré par

**Amina BENAKKI**

**Fatiha DARIB**

Encadré par

**Pr. Yassine FERFERA**

**ANNEE 2012/2013**



## **Remerciements**

*En préambule de ce mémoire, nous souhaitons adresser nos remerciements les plus sincères aux personnes qui nous ont apportés leur aide et qui ont contribué à l'élaboration de ce mémoire ainsi qu'à la réussite de cette formidable année universitaire.*

*Nous tenons à remercier notre encadreur, Mr **FERFERA**, nous voudrions lui témoigner notre gratitude pour sa patience et son soutien qui nous a été précieux afin de mener notre travail à bon port.*

*Nos remerciements s'adressent également à Mr **HAMMOUCHE**, qui, en tant que promoteur, a su se montrer à l'écoute et très disponible tout au long de la réalisation de ce mémoire, ainsi que pour l'aide et le temps qu'il a bien voulu nous consacrer.*

*Nos vifs remerciements vont également aux **membres du jury** pour l'intérêt qu'ils ont porté à notre recherche en acceptant d'examiner notre travail et de l'enrichir par leurs propositions.*

*Nous remercions sincèrement les **corps professoral et administratif** de l'Ecole Nationale Supérieure De Management, qui ont déployé de grands efforts pour assurer à leurs étudiants une formation actualisée, et pour la richesse et la qualité de leur enseignement.*

*Nous n'oublions pas de remercier profondément **nos chers parents et nos frères et sœurs** pour leur contribution, leur patience ainsi que leur soutien sans faille tout au long de nos longues années d'étudiantes.*

*Enfin, nous adressons nos plus sincères remerciements à tous **nos amis et proches** qui nous ont toujours soutenus et encouragés au cours de la réalisation de ce mémoire.*

*Merci à tous et à toutes.*

## **LISTE DES TABLEAUX, GRAPHIQUES ET FIGURES**

- **FIGURES**

Figure n°1 : Représentation des périmètres des services postaux en Algérie.

Figure n°2 : Les étapes opérationnelles du secteur postal algérien.

Figure n°3 : Différentes approches de calcul de coût du service universel.

- **TABLEAUX**

Tableau n°1 : Classement des bureaux de poste.

Tableau n°2 : Différentes méthodes appliquées dans l'UE.

Tableau n°3 : Déficit par wilaya.

Tableau n°4 : Résultats finaux (en DA).

- **GRAPHIQUES**

Graphique n°1 : Evolution du chiffre d'affaire d'Algérie poste (en Milliard de DA).

Graphique n°2 : Evolution du trafic postal.

Graphique n°3: Comparaison CTmi SU / RTmi SU.

Graphique n°4: Représentation de l'effectif.

Graphique n°5 : Représentation du déficit par wilaya.

## RESUMÉ

Notre mémoire s'intéresse à l'évaluation du coût du service universel postal, une étude qui se situe là où le souci pratique domine. En effet, suite à la libéralisation du secteur postal dans le monde, la quantification du coût du service universel est devenue une problématique cruciale, et ce tant pour son prestataire, à qui ce coût représente un fardeau, que pour les régulateurs qui prennent en charge son financement. Dans cette optique, nous allons d'abord tracer les contours de ce sujet, avant de mettre l'accent sur l'évaluation de ce coût en Algérie, tout en prenant en considération l'environnement dans lequel baigne le secteur postal algérien.

**Mots clés :** service universel, secteur postal, coût du service universel postal, régulation postale.

## ABSTRACT

Our project focuses on the evaluation of the cost of universal postal service. In fact, because of the liberalization of the postal sector in the world, the quantification of the cost of universal service has become a crucial problematic for his provider, for who this cost is a burden, and for the regulators who support its funding. In this context, we are first going to identify the outlines of this subject, and then focus on the evaluation of this cost in Algeria with taking in consideration the Algerian postal sector environment.

**Key words:** universal service, postal sector, cost of universal service, postal regulation.

## المخلص

مذكرتنا تهتم بتقييم تكلفة الخدمة الشاملة البريدية. في الواقع، بعد فتح قطاع البريد للمنافسة في العالم، أصبح قياس تكلفة الخدمة الشاملة قضية حاسمة، و هذا من جهة المزود باعتبارها عبئا عليه، و من جهة المنظمين الذين يدعمون تمويلها. في هذا السياق، أولا سوف نرسم الخطوط العريضة للموضوع، قبل التركيز على تقييم التكلفة في الجزائر مع الأخذ بعين الاعتبار بيئة القطاع البريدي الجزائري.

**الكلمات المفتاحية :** الخدمة الشاملة، قطاع البريد، تكلفة الخدمة الشاملة البريدية، التنظيم البريدي.

## SOMMAIRE

<b>INTRODUCTION GENERALE</b> .....	2
<b>CHAPITRE I : NOTIONS DE BASE</b> .....	5
<b>INTRODUCTION</b> .....	6
<b>SECTION 1 : LES INDUSTRIES DE RESEAUX</b> .....	7
<b>SECTION 2 : RESEAU POSTAL</b> .....	12
<b>SECTION 3 : SERVICE UNIVERSEL POSTAL</b> .....	29
<b>CONCLUSION</b> .....	35
<b>CHAPITRE II : LE COUT DU SERVICE UNIVERSEL POSTAL :</b> <b>DEFINITIONS ET METHODES</b> .....	36
<b>INTRODUCTION</b> .....	37
<b>SECTION 1 : DEFINITIONS ET METHODES DISPONIBLES DE</b> <b>CALCUL DU COUT DU SERVICE UNIVERSEL POSTAL</b> .....	38
<b>SECTION 2 : MODELE D’EVALUATION DE COUT DU SERVICE</b> <b>UNIVERSEL POSTAL ALGERIEN</b> .....	46
<b>CONCLUSION</b> .....	59
<b>CONCLUSION GENERALE</b> .....	61

# **INTRODUCTION GENERALE**

## **INTRODUCTION GENERALE**

Dans tous les pays du globe, les industries de réseau constituent une partie essentielle du tissu social et économique. Le service universel est une notion reliée aux activités des industries de réseau en générale, et du secteur postal en particulier. Un instrument d'aménagement du territoire qui permet d'atteindre des objectifs de redistribution et d'égalité des citoyens dans l'accès aux services fondamentaux. Traditionnellement, le service universel dans le secteur postal était fourni par un opérateur en situation de monopole. L'Etat infligeait donc à son opérateur certaines contraintes qui se caractérisent par des obligations de fournir des services à un prix « abordable » et une qualité « standard » sur l'ensemble du territoire du pays. Ces contraintes en question sont « les obligations de service universel » qui sont génératrices de coûts.

Les questions du calcul du coût de ces obligations ne se posaient pas en monopole, car les contours du monopole suffisaient à les financer. Cependant, suite au processus de libéralisation du secteur postal, durant ces dernières années, une double nécessité est née : créer un marché concurrentiel et y assurer la fourniture du service universel. De ce fait, de nombreux opérateurs postaux ainsi que des organes de régulation, de par le monde, se sont penchés sur les questions relatives aux coûts du service universel. Car, il semble que la notion même de ce coût est plutôt ambiguë et tant sa définition que sa mesure sont problématique. De plus, la recherche d'une approche adéquate pour évaluer les coûts engendrés par le service universel dans le secteur postal est l'étape initiale de la mise en œuvre d'un service universel accommodé à la nouvelle donne réglementaire. Le secteur des télécommunications a été le premier secteur à être libéralisé, les réflexions concernant le service universel se sont développées dans ce secteur, tant pour les mécanismes de régulation mises au point que pour la littérature économique. La plupart des économistes, s'intéressant au secteur postal, se sont inspirés des réflexions développées dans le secteur des télécommunications, et les ont importés, en particulier pour les méthodes d'évaluation du coût du service universel.

Dans le secteur postal, le processus de libéralisation a déclenché un important débat concernant le service universel. En conséquence, de nombreux auteurs ont traité ce sujet dans la littérature économique, nous pouvons citer, CREMER et al. (2000), CREW and KLINFENDER (2011), TOLEDANO (2004), TRINKER and JAAG (2008), DE DONDER (2004), ROY (2004).

En Algérie, suite à l'adoption de la loi 2000-03 relative à la poste et aux télécommunications, il y a eu l'ouverture des marchés de la poste et des télécommunications à la concurrence et l'instauration d'une autorité de régulation de la poste et des télécommunications, ARPT. L'ouverture du secteur postal algérien a été graduelle, depuis 2003, nous assistons à la diminution du périmètre du monopole d'Algérie Poste. C'est ainsi que cet opérateur s'est intéressé à l'évaluation du coût que lui engendre la prestation du service universel.

Dès 2010, l'ARPT a pris en charge la compensation de ce coût. Pour cette raison une bonne évaluation est devenue primordiale. C'est pourquoi l'ARPT a entrepris en 2011 une étude dans le but d'avoir une approximation de ce coût. Cette évaluation demeure un sujet crucial pour l'autorité de régulation.

Le choix de notre sujet est le fruit d'une suggestion faite par les dirigeants de l'ARPT à notre égard. En effet, après quelques recherches faites sur le secteur postal en générale et le service universel en particulier, nous nous sommes rendu compte de l'importance du secteur postal dans l'économie, et de l'importance du service universel postal tant pour l'opérateur historique que pour les régulateurs. En Algérie, ce sujet ne nous a pas semblé avoir été traité auparavant, et reste un sujet d'actualité, surtout à l'instar de la libéralisation des marchés postaux dans le monde, et l'apparition des différents modes de régulation des activités postales.

L'objet de notre recherche est d'évaluer le coût du service universel postal en Algérie. L'idée de base étant de pouvoir avoir une estimation aussi proche de la réalité des coûts engendrés par la prestation du service universel par Algérie Poste pour l'année 2011. De ce fait, la problématique de notre sujet de recherche peut être regroupée sous les quatre axes suivants :

- En quoi le réseau postal est-il différent des autres industries de réseau ?
- En quoi consiste le service universel postal ?
- Quelles sont les méthodes disponibles pour l'évaluation du coût du service universel postal ?
- Quelle approche appliquer en Algérie quant à l'évaluation du coût du service universel postal ?

Afin d'apporter des éléments de réponses à cette problématique, nous allons tout d'abord faire un état de l'art sur ce qui a été écrit sur le secteur postal et le service universel. Pour

ce faire, nous allons nous baser sur certains auteurs qui ont traité ce sujet, parmi eux, ceux cités plus haut. Ensuite, nous détaillerons le modèle retenu pour l'évaluation du coût du service universel postal en Algérie, un modèle qui nous semble ne pas avoir été utilisé auparavant, en se servant des données que nous avons obtenues de l'autorité de régulation de la poste et des télécommunications.

Pour mener à bien cette démarche, nous allons structurer notre mémoire en deux chapitres. Dans le premier chapitre, nous aborderons quelques concepts de bases qui sont en relation avec le service universel. Nous étudierons dans un premier temps les industries de réseau, où nous soulèveront leurs caractéristiques ainsi que les changements institutionnels dans lesquels ils évoluent. Dans un second temps, nous nous focaliserons sur une industrie de réseau particulière à savoir le secteur postal. Nous présenterons ses caractéristiques particulières qui le distinguent d'une certaine manière des autres industries de réseau, nous feront un focus sur l'évolution du secteur postal dans le monde, avant de mettre le point sur ce secteur en Algérie. Dans un troisième temps, nous aborderons le noyau de notre sujet, le service universel postal, où nous présenterons ses définitions, ses justifications économiques ainsi que son état actuel en Algérie.

Dans le second chapitre, nous étudierons le cœur de notre problématique, à savoir le coût du service universel postal. Tout d'abord, nous définirons ce qu'est ce coût, ensuite nous énumérerons différentes méthodes de calcul des coûts engendrées par la prestation du service universel dans le secteur postal, et nous finirons par une évaluation de ce coût en Algérie.

**CHAPITRE I**  
**NOTIONS DE BASE**

## **INTRODUCTION**

Avant d'entamer l'étude des méthodologies de calcul des coûts générés par les obligations de service universel, il nous a paru judicieux de clarifier quelques concepts qui semblent utiles pour notre sujet. Nous commencerons donc ce premier chapitre par définir les industries de réseau tout en identifiant leurs caractéristiques. Nous mettrons l'accent sur les réformes institutionnelles qu'ont connus ces industries juste avant de relever les conséquences des réformes de ces secteurs dans les pays en développement. Après cette description générale des industries de réseau nous dédierons la deuxième section au secteur postal, où nous aurons l'occasion de relever les particularités de ce secteur. Par la suite, l'évolution du secteur postal sera tracée dans quelques pays, y compris l'Algérie. Puis nous clôturerons cette section en effectuant un balayage de la régulation postale. Afin de rentrer dans le vif du sujet, nous avons consacré la dernière section pour le service universel postal, où nous exposerons les différents services postaux, qui seront contextualisés en Algérie.

## SECTION 1 : LES INDUSTRIES DE RESEAUX

Les industries de *réseau* - télécommunications, gaz, électricité, eau, transport ferroviaire et services postaux - jouent un rôle majeur dans la société, que ce soit du point de vue social ou économique. Elles sont nettement attachées au bon fonctionnement d'une économie moderne.

Essentiellement caractérisées par des infrastructures lourdes et de fortes externalités, les industries de réseau<sup>1</sup> ont connu dans leurs gestions un modèle verticalement intégré qui a primé pendant plusieurs années.

Depuis plus de deux décennies, ces industries connaissent un grand mouvement de libéralisation. L'ancienne approche de gestion « *institutionnelle* » a été abandonnée au profit d'une nouvelle approche « *néo-institutionnelle* » dont les grandes lignes directrices sont : le démantèlement des firmes verticalement intégrées, et l'introduction des mécanismes de concurrence dans certains segments de l'industrie<sup>2</sup>. Ce processus de libéralisation a suscité l'intérêt des économistes concernant l'accès au réseau, car ce dernier est un élément essentiel pour l'introduction de la concurrence dans ces réseaux. L'ouverture à la concurrence s'accompagne non pas par un retrait de l'Etat, mais par une réorganisation de son intervention, avec des mesures de régulation sectorielle efficaces.

### I. DEFINITION D'UNE INDUSTRIE DE RESEAU

Les IR sont des secteurs économiques dont l'activité consiste à déplacer des personnes, des biens ou des informations sur un réseau physique.

L'élément central de ces activités est le réseau même, il peut s'agir d'un réseau de transport (réseau routier ou de chemins de fer, etc.), d'un réseau d'informations (courrier, téléphone) ou d'un réseau d'utilité publique (électricité, gaz, eau), qui a été organisé en monopole<sup>3</sup> verticalement intégré.<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup> Par la suite, nous citerons la notion « *industries de réseau* » en utilisant l'abréviation « **IR** ».

<sup>2</sup> FOUUDA, Jean Biwolé. Privatisation des Industries de Réseaux et développement durable : le cas du Cameroun. *Chaire d'Histoire économique et d'Economie du Développement*, 2006. Suisse, P.3

<sup>3</sup> **Monopole verticalement intégré** : un seul opérateur a à sa charge l'infrastructure du réseau et son exploitation, qu'il soit public ou privé.

<sup>4</sup> Cf. LINDEN, J. Van der. Réforme de marché dans les industries de réseau en Belgique. *Le Bureau fédéral du Plan*, 2005. Belgique, P.9

- ANGELIER, Jean-Pierre. Les changements institutionnels dans les industries de réseaux : une libéralisation prématurée dans les pays en développement. *Institutions et croissance économique*, 2006. Oran, P.3

Selon Pénard « Le terme « industries de réseau » recouvre toutes les activités qui supposent l'utilisation d'un réseau. Il s'agit, entre autres, des secteurs des télécommunications, de l'énergie (gaz et électricité), du transport ferroviaire ou aérien, et des services postaux. Or, ces marchés présentent des caractéristiques d'offre et de demande qui favorisent la concentration des entreprises et la formation de monopoles...»<sup>5</sup>.

## II. CARACTERISTIQUES DES INDUSTRIES DE RESEAU

Les IR présentent plusieurs caractéristiques, qui justifient un certain degré d'interventionnisme de l'Etat. Ces caractéristiques s'illustrent par la présence de deux défaillances du marché, à savoir l'existence d'un monopole naturel et des externalités positives de demande, et par le fait que l'environnement économique dans lequel baignent ses industries était en forte croissance à leurs créations. Ces spécificités justifient ainsi la prédominance de l'ancien paradigme « *institutionnel* » durant plusieurs années.

Afin de mieux cerner ces particularités nous allons analyser le coté offre, où l'infrastructure correspond à un monopole naturel<sup>6</sup>, souvent inévitable, et le coté demande, qui correspond aux effets externes de réseau.

Tout d'abord, du côté de *l'offre*<sup>7</sup>, les IR sont formées de deux niveaux, le premier niveau représente l'infrastructure de base, dite « *facilité essentielle* », tandis que le deuxième correspond aux services rendus.

Toute industrie de réseau porte de lourdes infrastructures qui requièrent de grands investissements, ce qui engendre des coûts fixes importants, rendant l'existence de plusieurs réseaux concurrents non envisageable. Les activités sur ces réseaux donnent lieu en général à des rendements d'échelle, cela veut dire que plus la production augmente plus les coûts moyens diminuent. Ces économies d'échelle peuvent s'accompagner par des économies d'envergure où le coût de production par un seul opérateur est moindre que les coûts des opérateurs séparés (sous-additivité de la fonction de coût).

---

<sup>5</sup> PENARD, Thierry. L'accès au marché dans les industries de réseau : enjeux concurrentiels et réglementaires. *Revue internationale de droit économique*, n°2-3, 2002.France, P.3

<sup>6</sup> **Monopole naturel** : est une situation de défaillance de marché où la fonction de coût d'une entreprise est caractérisée par des rendements croissants, ce qui rend inefficace la fourniture d'un produit par le marché ne laissant place qu'à cette entreprise pour le fournir.

<sup>7</sup> Cf. PENARD, Thierry. Ibid, p.2-3.

-LINDEN, J. Vander. Op.cit, p.13-14.

-ANGELIER, Jean-Pierre. Op.cit, p.5.

C'est pourquoi, le monopole naturel est en particulier vrai pour la possession et la gestion du réseau. Toutefois, les périphéries des activités en monopole naturel ne sont jamais fixes et peuvent se transformer au cours du temps. Ainsi, la concurrence peut être autorisée dans les segments où il n'existe plus de monopole naturel et donc dans le deuxième niveau.

Afin que le monopole naturel assure le bien-être social, une intervention publique est souhaitable pour éviter la perturbation du fonctionnement optimal du marché laissant place à une entreprise publique.

Du point de vu de la *demande*<sup>8</sup>, l'évolution d'une IR s'accompagne généralement par l'apparition d'externalité positive de demande appelée « *externalité de réseau* ». En effet, les services fournis par les IR présentent des effets externes importants, nous entendons par cela, que l'utilité retirée par un utilisateur des services en réseau dépend du nombre total d'utilisateurs de ses derniers. En conséquence, plus le nombre d'utilisateurs croît, plus l'opérateur du réseau est incité à améliorer la qualité de ses services, rendant ainsi le réseau plus attractif et augmentant la satisfaction des utilisateurs de ce réseau.

A ces caractéristiques, s'ajoute la « *prestation de services d'intérêt général* », cela veut dire, que les IR doivent assurer l'accessibilité à leurs services à l'ensemble de la collectivité, en garantissant un niveau de prix abordable, une disponibilité de l'offre, et une qualité de service commode<sup>9</sup>.

Toutes ces particularités justifient le fait que les IR ont eu une organisation verticalement intégrée pendant plusieurs années, et ce en période de croissance, arrivées à maturité une meilleure organisation est convoitée, pour ses industries, par le nouveau courant « *néo-institutionnel* ». Un courant qui fait appel à la désintégration et à la libéralisation des IR.

### III. LIBERALISATION DES INDUSTRIES DE RESEAU

L'ancien paradigme était approprié à la situation qui prédominait au moment de son adoption. La situation des IR, ayant évolué, a fait appel à un nouveau paradigme institutionnel dit « *néo-institutionnel* ». La nouvelle organisation institutionnelle est en générale comme suit : l'ancien monopole naturel verticalement intégré (opérateur public) dissocie les activités de production de l'infrastructure. Quelque fois, une partie ou la

---

<sup>8</sup> Cf. PENARD, Thierry. Op.cit, p.2  
- ANGELIER, Jean-Pierre. Op.cit, p.6-7.  
<sup>9</sup> LINDEN, J. Vander. Op.cit, P.13

totalité de cet opérateur est privatisée. N'ayant plus la protection d'un monopole légale, l'opérateur public laisse entrer de la concurrence, surtout au niveau de la fourniture des services finals à valeur ajoutée. Afin que toutes ces modifications soient faites en bonne et due forme, il est nécessaire qu'elles soient encadrées par une autorité dite « *autorité de régulation*<sup>10</sup> ». Ainsi l'Etat se voit muter d'une fonction de gérant à celle d'un garant, en organisant l'accès au réseau pour les concurrents et en assurant le bon fonctionnement du marché<sup>11</sup>.

Le premier secteur<sup>12</sup> touché par cette vague de déréglementation est celui des télécommunications aux Etats Unis, vers la fin des années 70, après au Royaume-Uni au début des années 80. Par la suite le transport ferroviaire, la production de l'électricité et les services postaux ont suivis.

Cette nouvelle organisation peut être qualifiée d'efficace, dans le cadre d'une bonne gouvernance, dans les pays du nord. Ce n'est pas toujours le cas pour les pays du sud, où les IR sont toujours en phase de croissance, où le démantèlement des monopoles verticalement intégrés et la libéralisation des réseaux risque de priver ces pays de l'un des moteurs du développement économique et sociale<sup>13</sup>.

#### IV. LES CONSEQUENCES DE LA LIBERALISATION DES RESEAUX DANS LES PAYS EN DEVELOPPEMENT

Dans les pays en développement<sup>14</sup>, les changements institutionnels des IR sont généralement imposés dans le cadre d'une aide conditionnelle. Ils sont donc souvent présentés comme un moyen qui permet de régler les problèmes liés aux manques d'investissements nécessaires à leurs croissances. Cependant, dans de telles économies, la libéralisation risque d'avoir des conséquences brutales sur la croissance des IR, ceci étant données les spécificités de ces dernières. Ces spécificités qui caractérisent les IR dans les

---

<sup>10</sup> **Autorité de régulation:** est une agence dotée de pouvoirs significatifs et un certain niveau d'autonomie dans son processus de prise de décision.

<sup>11</sup> Cf. PENARD, Thierry. Libéralisation et réglementation dans les industries de réseau. *Revue de l'Institut d'Économie Publique*, no 12, 2003, Bruxelles, p.39-41

- ANGELIER, Jean-Pierre. Op.cit, p.10-11

- GENOUD, Christophe. VARONE, Frédéric. Libéralisation des services de réseau et responsabilité publique le cas de l'électricité, In: *Politiques et management public*, vol. 19 n° 3, 2001. Les nouvelles exigences de la responsabilité publique. Actes du dixième colloque international. 2000, Paris, p. 192-194

<sup>12</sup> JAAG, Christian. TRINKNER, Urs. A General Framework for Regulation and Liberalization in Network Industries. *Swiss Economic*, 2009, Suisse, p.2

<sup>13</sup> ANGELIER, Jean-Pierre. Ibid, P.14

<sup>14</sup> ANGELIER, Jean-Pierre. Ibid, P.12

pays en développement s'articulent comme suit, pour ce qui est de l'offre, les caractéristiques sont identiques à celles évoquées plus hauts. Mais pour ce qui est de la demande, celle-ci est en forte croissance, contrairement à celle dans les pays développés où les IR sont en maturité. Elle est élastique par rapport au prix, et très hétérogène<sup>15</sup>. A cela se rajoute, les problèmes liés à la mauvaise gouvernance, qui peuvent freiner l'entrée de nouveaux investisseurs.

Etant données ces spécificités, nous pouvons déduire naturellement que la stratégie la plus plausible qui va être adopter par les firmes en concurrence dans ces industries de réseau est la concentration de l'offre sur les grandes agglomérations, où la densité de la demande va permettre de réaliser des économies d'échelle, et de capter une part importante de la demande solvable<sup>16</sup> des classes aisées de la population. Ce choix ne va pas permettre aux réseaux de se développer, et de diffuser sur tout le territoire national les externalités positives éventuellement exercées par ces réseaux. Ce choix stratégique va donc priver les économies en développement d'un moteur de croissance.

De plus, les expériences de libéralisation dans les pays en développement se révèlent peu probantes. Nous pouvons citer l'exemple des travaux - du colloque du réseau Monder<sup>17</sup>- faits sur l'Argentine, l'Amérique Centrale, l'Algérie, et le Mali, suite à la libéralisation des industries électriques et gazières. Ces travaux ont exposé des résultats plutôt décevants.

Au final, l'ancien paradigme du monopole public verticalement intégré est la structure institutionnelle la plus efficiente pour les économies des pays en développement. L'ouverture à la concurrence des IR ne peut être justifiée que dans des économies atteignant la maturité.

---

<sup>15</sup> **Demande hétérogène** : cela veut dire qu'une faible partie de la population dispose de revenus important, alors qu'une grande partie dispose de revenus relativement faibles.

<sup>16</sup> **Demande solvable** : est une demande potentielle d'un produit ou d'un service par une clientèle disposant des moyens de le payer.

< [http://academie-des-sciences-commerciales.org/dictionnaire\\_new/definition.php?id=2408](http://academie-des-sciences-commerciales.org/dictionnaire_new/definition.php?id=2408) >

<sup>17</sup> Réseau MONDER. L'Ouverture à la concurrence dans le secteur des industries de réseaux : les consommateurs sont-ils satisfaits ?. *Colloque, Martigny*, 2006. Suisse, P.20

## SECTION 2 : RESEAU POSTAL

Après avoir donné des généralités sur la notion d'IR, dans ce qui a précédé, nous allons dans cette section, faire un focus sur une industrie de réseau spécifique qui est le secteur postal.

L'activité postale représente un réseau de communication aussi ancien que l'humanité, c'est à l'antiquité que son histoire a débuté. Cette activité consiste en la levée et la distribution de lettres et de colis, mais aussi la fourniture de services financiers sur l'intégralité du territoire, même dans les régions les plus isolées. Elle permet ainsi l'échange des informations et des marchandises à des prix abordables. Le secteur postal reste une industrie de réseau au cœur de toute économie. Il n'est pas entièrement différent des autres industries de réseau, si ce n'est qu'à l'exception de l'absence d'une infrastructure physiquement installée. Le réseau postal est plutôt un assemblage d'efforts humains, il constitue donc un réseau virtuel. De ce fait, le secteur postal s'est démarqué des autres industries de réseau par l'importance de la main d'œuvre qu'il nécessite et par le fait qu'il ne soit pas soumis à d'importants coûts irrécupérables. Les ressources indispensables à son fonctionnement sont plutôt évolutives avec les coûts variables (tels que les coûts de la main-d'œuvre).

Le réseau postal comporte des spécificités cruciales pour discerner et analyser l'économie postale. Afin de mieux cerner les spécificités de ce secteur, il est important d'avoir un aperçu sur ses activités. Le réseau postal repose sur quatre activités essentielles, à savoir la collecte, le tri, le transport et la distribution des envois postaux. L'exploitation de ces activités postales exige les cinq (5) étapes opérationnelles suivantes :

*«- La collecte, acheminement des envois à partir du client (ou d'un lieu proche du client) jusqu'au premier point de tri.*

*- Le tri pour expédition, tri initial des envois postaux pour former des liasses à livrer au bureau de tri suivant.*

*- Le transport, acheminement du courrier du bureau de tri initial au bureau de tri final.*

*- Le tri pour distribution, tri des envois postaux pour la distribution finale.*

*- La distribution, livraison de porte à porte des envois postaux »<sup>18</sup>.*

Au niveau actif, chacune de ses opérations est différente des autres de telle sorte qu'il peut y avoir cinq (5) opérateurs, chacun s'occupe d'une seule étape.

---

<sup>18</sup> CAZALS, C. CREMER, H. FLORENS, J-P. et al. Economie des services postaux : rapport de recherche, Groupe de recherche en économie mathématique et quantitative, 1999, France, p.8.

Auparavant, les marchés postaux étaient servis par de très grandes entreprises qui avaient le monopole pendant longtemps comme pour les autres IR. Ces dernières ont connu avec le temps plusieurs mutations dans un contexte de libéralisation. Néanmoins, pour le secteur postal l'accès au réseau a été pertinent bien avant le processus de libéralisation. Plus précisément, la libéralisation a pris la forme de « *worksharing* » (selon la terminologie américaine) ce qui veut dire donner l'accès à une partie du réseau. Avec le temps, le secteur postal s'est vu libéraliser à différents degrés, selon les pays<sup>19</sup>.

Comme l'activité postale est essentielle pour l'économie, elle est « *souvent imposée par les pouvoirs publics au motif qu'il s'agit d'un service universel, qui doit être accessible à tous à un prix abordable* »<sup>20</sup>. Pour ces raisons toute réforme doit être conduite de façon réfléchie sans négliger l'existence d'obligation de service universel.

---

<sup>19</sup>Cf. JAAG, Christian. KOLLER, Martin. TRINKNER, Urs. et al. Postal Markets and Electronic Substitution: What is the Impact of Convergence on Regulatory Practices and Institutions?. 2010, in CREW, Michael A. and KLEINDORFER, Paul R. 2011. Reinventing the Postal Sector in an Electronic Age. Cheltenham et al. : Edward Elgar Publishing, p.109-110.

- DE DONDER, Philippe. Access Pricing in the Postal Sector. 2004. *Institute of Strategy and Business Economics*, University of Zurich, Zurich, p.3.

- Promouvoir la concurrence dans le secteur postal, *Synthèse de l'OCDE*, 2001, p.1.

- CAZALS, C. CREMER, H. FLORENS, J-P., et al. Op.cit, p.8.

- Examens de l'OCDE de la réforme de la réglementation : la réforme de la réglementation de la suisse. Les autorités de régulation dans le transport aérien, ferroviaire, les télécommunications et les services postaux, *Organisation de coopération et de développement économiques*, 2006, p. 35.

- BAILLY, Jean-Paul. Avant-propos : La poste et l'économie postal. In TOLEDANO, Joëlle, (ed.), *Economie postale, les fondements*. 2004, Paris : Economica, p. XII

- LAFFONT, Jean-Jacques. TIROLE, Jean. Préface. In TOLEDANO, Joëlle, (ed.), *Economie postale, les fondements*. 2004, Paris : Economica, p.1-3.

- CREMER, Helmuth. Concurrence et service public dans le secteur postal, In TOLEDANO, Joëlle, (ed.), *Economie postale, les fondements*. 2004, Paris : Economica, p.7.

- CREMER, Helmuth. Introduction du chapitre 5 : structure des prix, remises et charges d'accès. In TOLEDANO, Joëlle, (ed.), *Economie postale, les fondements*. 2004, Paris : Economica, p.311.

- ROY, Bernard. CREMER, Helmuth. TOLEDANO, Joëlle., et al. Structure optimale des prix dans le secteur postal. In TOLEDANO, Joëlle, (ed.), *Economie postale, les fondements*. 2004, Paris : Economica, p.319.

- ROY, Bernard. CREMER, Helmuth. TOLEDANO, Joëlle., et al. Accès et tarification dans le secteur postal. In TOLEDANO, Joëlle, (ed.), *Economie postale, les fondements*. 2004, Paris : Economica, p.344.

- CREMER, Helmuth. CRIMAUD, André. LAFFONT Jean-Jacques. Le cout du service universel dans le secteur postal. 2000. In TOLEDANO, Joëlle, (ed.), *Economie postale, les fondements*. 2004, Paris : Economica, p.400.

- MAEGLI, Martin. JAAG, Christian., et FINGER, Matthias. Coûts de la régulation des industries de réseaux : enseignements du réseau postal, *Revue d'économie industrielle*, no.127, 3e trimestre 2009, France, p.7.

<sup>20</sup> Examen de l'OCDE sur la réforme de la réglementation : La réforme de la réglementation en Pologne. Les secteurs de la poste et de l'énergie. *Organisation de coopération et de développement économiques*, 2002, p.7.

## I. CARACTERISTIQUES DU RESEAU POSTAL

Dans cette partie sont classées en cinq points essentiels les caractéristiques particulières du secteur postal, qui semblent les plus pertinentes pour le problème du service universel, dont la plupart sont de nature technologique. Toutefois, il est tenu compte de quelques considérations d'économie politique et de demande.

- La structure des coûts des différentes activités postales détermine si et où une politique d'un accès réglementé est nécessaire. De nombreux régulateurs postaux ont conclu que la distribution a les caractéristiques d'un monopole naturel. Ce segment représente une part significative du coût total et c'est la distribution du courrier (en particulier, en milieu rural) qui est au cœur de l'obligation de service universel. La plupart des économistes conviennent que la distribution présente d'importantes économies d'échelle<sup>21</sup>. De ce point de vue, le secteur postal est plus proche de ceux de l'électricité et de l'eau que de celui des télécommunications. Pour la *distribution* de l'électricité et de l'eau (au niveau local). Par contre, il y a peu ou pas de preuves que la collecte, le transport et le tri présentent d'importantes économies d'échelle ou des coûts irrécupérables (PANZAR, 2002)<sup>22</sup>.

Dans le secteur postal l'infrastructure de distribution est tout aussi importante que les autres IR, bien que de nature différente. Il s'agit des tournés de postiers plutôt que de capital physique, ce qui nous conduit au point suivant<sup>23</sup>.

- Le réseau postal est fondé en grande partie par des personnes, contrairement aux télécommunications par exemple, il ne repose pas sur des actifs physiques. En conséquence, le travail représente une part significative des coûts des opérateurs (typiquement, au tour de 80%). Etant donné le statut des travailleurs postaux (les postiers), ces coûts de travail sont principalement un coût fixe pour les opérateurs en

---

<sup>21</sup> Dans une étude basée sur des données françaises, Cazals et al. (1997) (article reproduit dans le chapitre Coûts du présent ouvrage) obtiennent une élasticité du coût par rapport au volume pour la Poste de l'ordre de 0,5 à 0,91 selon la spécification (paramétrique ou non paramétrique) utilisée. Cela correspond à une élasticité d'échelle de 1,1 (= 1/0,91) à 2 (= 1/0,5). Christensen et al. (1993) estiment une élasticité du coût à 79 % (données USPS) alors que Rogerson et Takis (1993) obtiennent 35 %. Cohen et Chu (1997) établissent l'existence d'économies d'échelle en comparant le coût de distribution d'un opérateur seul au coût total de la distribution avec deux opérateurs. Bradley et Colvin (1995) utilisent un test pour montrer que les coûts de distribution sont sous-additifs. Enfin, dans une étude théorique de la technologie de distribution, Panzar (1991), présente des arguments en faveur de l'existence d'économie d'échelle dans cette activité. <CREMER, Helmuth. CRIMAUD, André. LAFFONT Jean-Jacques. Op.cit, p.401>

<sup>22</sup> DE DONDER, Philippe. Op.cit, p.3.

<sup>23</sup> Cf. CREMER, Helmuth. CRIMAUD, André. LAFFONT Jean-Jacques. Op.cit, p.401  
- DE DONDER, Philippe. Ibid, p.3.

place. De plus, la main-d'œuvre employée dans le secteur postal représente une part non négligeable du niveau d'emploi total dans de nombreux de pays<sup>24</sup>.

- La demande du secteur postal est attendue, au mieux, stable, contrairement au secteur des télécommunications où la demande est en augmentation. Les prévisions sur l'évolution précise de la demande des produits postaux sont difficiles à mettre en œuvre, vu le développement des produits substitués comme le courrier électronique ou le fax. Ce développement est spécialement important car il atteint les segments les plus profitables du marché (le courrier émanant des entreprises) et aussi parce que la possibilité d'une transmission électronique rend possible le contournement de la protection légale du monopole. D'autres produits, tels que les colis, ne connaissent pas cette forme de concurrence<sup>25</sup>.
- Même si le secteur postal est à plus faible intensité technologique que les autres IR, il profite, lui aussi, des innovations technologiques. Au cours des dernières années, un niveau d'innovations marquant s'est produit dans le traitement du courrier (introduction de lecteurs optiques de caractères, tri par code barre à distance...). Néanmoins, il semble que le potentiel des progrès technologiques futurs soit limité pour les réductions de coût comparé aux télécommunications<sup>26</sup>.
- Il y a dans le secteur postal une forte tradition de péréquation géographique tarifaire (tarif uniforme<sup>27</sup> quelles que soient la distance et la localisation), qui est expliquée en partie par des considérations politiques. Dans beaucoup de pays (dont la France et le Royaume-Uni), cette péréquation fait d'ailleurs partie pour certains services de l'obligation de service universel « OSU ».

En plus de ces cinq caractéristiques du secteur, nous voudrions souligner une autre spécificité qui concerne la tarification des services postaux. Le réseau postal est la seule industrie de réseau où l'entreprise n'a que deux clients pour tout service rendu. Même si

---

<sup>24</sup> Cf. CAZALS, C. CREMER, H. FLORENS, J-P., et al. Op.cit, p. 7.

- CREMER, Helmuth. Op.cit, p.8.

- CREMER, Helmuth. CRIMAUD, André. LAFFONT, Jean-Jacques. Op.cit, p.402

<sup>25</sup> Cf. CREMER, Helmuth. CRIMAUD, André. LAFFONT Jean-Jacques. Op.cit, p.402

- CAZALS, C. CREMER, H. FLORENS, J-P. et al. Op.cit, p. 7.

- CREMER, Helmuth. CRIMAUD, André. LAFFONT Jean-Jacques. Ibid, p.402

<sup>26</sup> Cf. CREMER, Helmuth. CRIMAUD, André. LAFFONT Jean-Jacques. Ibid, p.403

- CREMER, Helmuth. Op.cit, p.8.

- CAZALS, C. CREMER, H. FLORENS, J-P. et al. Ibid, p. 7.

- MAEGLI, Martin. JAAG, Christian., et FINGER, Matthias. Op.cit, p.7.

<sup>27</sup> **Tarif uniforme** : l'uniformité d'un tarif est une contrainte qui oblige l'opérateur à tarifier un service au même prix quelque soit la situation du consommateur (dans notre cas c'est la situation géographique).

tous les deux sont concernés par l'achèvement de l'envoi, ce n'est que l'expéditeur de l'envoi postal qui paie, le destinataire ne paie rien à sa réception<sup>28</sup>.

## II. L'EVOLUTION DU RESEAU POSTAL DANS LE MONDE

Contrairement aux autres secteurs qui ont déjà fait l'expérience de libéralisation, le secteur postal était jusqu'à très récemment l'unique forme d'organisation connue dans le monde. Bien que sa structure diffère considérablement d'un pays à un autre, il présente certaines spécificités communes<sup>29</sup>, que ce soit au niveau du marché ou au niveau institutionnel. En général, un secteur postal comporte une entreprise publique historique qui offre des services publics postaux, celle-ci jouit de services « réservés<sup>30</sup> », qui sont de sa compétence exclusive, et opère dans des services « non réservés<sup>31</sup> », en concurrence avec d'autres opérateurs. Cette entreprise est soumise à une régulation propre au secteur et à l'obligation d'assurer le service universel.

Cependant, au cours de ces vingt dernières années, le secteur a connu des changements économiques majeurs qui ont poussé de nombreux pays à entamer un processus de réforme institutionnelle sur ce secteur. Ce processus visait à restructurer l'organisation et le mode de gestion des opérateurs postaux, laissant place à la concurrence de s'imposer progressivement sur l'ensemble du secteur.

Ce processus a débuté en **Europe**<sup>32</sup> dans les années 80, et il s'est accéléré dans les années nonante avec l'apparition du Livre vert -sur le développement du marché unique des services postaux- de la Commission européenne en 1992. Celui-ci a été élaboré dans le

---

<sup>28</sup> MAEGLI, Martin. JAAG, Christian., et FINGER, Matthias. Ibid, P.4

<sup>29</sup> PANZAR, J.-C. Interactions Between Regulatory and Antitrust Policies in a Liberalized Postal Sector , in M.-A. Crew, P.-R. Kleindorfer and J.-I. Campell (ed), 2008, *Handbook of Worldwide Postal Reform*. Cheltham et al.: Edward Elgar Publishing.). p.3

<sup>30</sup> **Service réservé** : c'est un périmètre de services de courrier accordé à l'opérateur postal en place. En d'autres termes, c'est un monopole légal sur certains services de courrier.

<sup>31</sup> **Service non réservé** : c'est les services de courrier en dehors du périmètre accordé à l'opérateur en place, cela veut dire, les services ouverts à la concurrence.

<sup>32</sup> Cf. Examens de l'OCDE de la réforme de la réglementation : la réforme de la réglementation de la suisse. Les autorités de régulation dans le transport aérien, ferroviaire, les télécommunications et les services postaux, *Organisation de coopération et de développement économiques*, 2006, P.36

-BERGOUGNOUX J., BAUMSTARK L., JESTIN-FLEURY N. Commissariat Général du Plan. Services publics en réseau: perspectives de concurrence et nouvelles régulations. *La Documentation française*, 2000, Paris, P.162-166

-Promouvoir la concurrence dans le secteur postal, *Synthèse de l'OCDE*, 2001, P.3

-<http://www.touteurope.eu/fr/actions/economie/concurrence/presentation/la-liberalisation-des-services-postaux-en-europe.html>

- BROUSSOLLE, Damien. Postal services deregulation in the EU, market, social and territorial cohesion issues, *The Service Industries Journal*, Vol. 29, No. 4, 2009, France, P.2

- LINDEN, J. Van der. Op.cit, P.51

cadre d'une politique postale communautaire. Elle visait essentiellement à la réalisation du marché intérieur des services postaux, par une ouverture progressive du secteur postal à la concurrence, tout en garantissant le service universel. La commission européenne n'a pas tenu à libéraliser le marché postal rapidement, et ceci pour des raisons qui mettent en évidence les caractéristiques du secteur.

En 1997, la première directive postale cadre est adoptée, elle prévoyait l'harmonisation des services postaux des Etats membres de l'UE<sup>33</sup>, la fourniture d'un service universel, la mise en place des principes communs de régulation du secteur, et la distinction entre les services réservés et les services non réservés. Cette directive a été amendée en 2002. La nouvelle directive est venue renforcer le processus d'ouverture en proposant des dispositions nouvelles, elle a aussi réduit les limites des services en monopole. De nouveaux abaissements du service réservé ont eu lieu en 2003, puis en 2006<sup>34</sup>. Allant jusqu'à la suppression totale du service réservé en 2009.

Ce n'est qu'en 2010, que l'ouverture totale du marché a eu lieu pour (16) Etats membres, mais avec des approches plus ou moins différentes, leurs marchés représentent 95 % du marché intérieur des services postaux. En cette même année un groupe<sup>35</sup> des régulateurs européens dans le domaine des services postaux (GREP) a vu le jour. Les pays restants<sup>36</sup> ont reporté l'ouverture du secteur jusqu'au 1er janvier 2012.

Nous allons citer quelques pays européens phares dans le secteur postal à savoir la Suède, le Royaume-Uni, l'Allemagne, et la France.

La **Suède**<sup>37</sup> est l'un des premier pays européens à l'échelle mondiale à avoir libéralisé totalement son marché postal, ce fut en 1993. Le monopole des services aux lettres a été abrogé. Depuis, l'opérateur remplit ses obligations de service universel sans protection

---

<sup>33</sup> **UE** : Union Européenne.

<sup>34</sup> En 2006 le poids de la lettre dans le service réservé est passé à 50 grammes.

<sup>35</sup> **GREP** : est un groupe composé des autorités de régulation nationales (ARN) des 27 pays membres de l'Union européenne, des pays de l'Espace économique européen et des pays candidats à l'adhésion à l'Union européenne. < [http://ec.europa.eu/internal\\_market/ergp/docs/meetings/2011-11-24/press-release\\_fr.pdf](http://ec.europa.eu/internal_market/ergp/docs/meetings/2011-11-24/press-release_fr.pdf)>

<sup>36</sup> **Les pays restants sont** : Chypre, la République Tchèque, la Grèce, la Hongrie, la Lettonie, la Lituanie, le Luxembourg, Malte, la Pologne, la Roumanie et la Slovaquie.

<sup>37</sup> Cf. Les cahiers de l'ARCEP. A la recherche d'un nouveau modèle économique postal, *La revue trimestrielle de l'ARCEP*, n°5, premier trimestre 2011, France, P.52

- Statut et structures des entités postales dans les Pays-membres de l'UPU. *Rapport de l'UPU*, 2009, Berne, P.312.

- LINDEN, J. Van der. Op.cit, P.52.

- Examens de l'OCDE de la réforme de la réglementation : la réforme de la réglementation de la suisse. Op.cit, P.37.

- TOLEDANO, Joëlle. Royaume-Uni, Allemagne, Suède et les autres : Des cheminements différents vers l'ouverture. 1995, In TOLEDANO, Joëlle, (ed.), Economie postale, les fondements. Paris : Economica, P.223

- TOLEDANO, Joëlle. La Suède, laboratoire de la régulation postal. 2003, In TOLEDANO, Joëlle, (ed.), Economie postale, les fondements. Paris : Economica, P.235-237.

d'un service réservé, ni financement à travers un fonds de compensation. En 1994, une nouvelle loi postale a été adoptée, le « *Postal Service Act* ». Elle a créé une instance de contrôle indépendante des opérateurs, l'Agence nationale des Postes et Télécommunications. En même temps, la poste suédoise « *Sweden Post* » est devenue une société de droit privé détenue entièrement par l'Etat. En 1998, le « *Postal Service Act* » a été amendé, afin de respecter la Directive européenne de 1997.

Devenue très rentables, « *Sweden Post* » a enregistré un résultat financier important en 2010, et ceci sans la moindre subvention de l'Etat. La qualité du service universel s'est vue améliorée par rapport au statut quo.

L'**Allemagne**<sup>38</sup>, qui est considérée comme le premier marché postal d'Europe, a vu son secteur postal se libéralisé graduellement. En 1998, « *Fédéral Network Agency* » (Autorité de régulation des télécommunications et des postes) a été instaurée. En cette même année, seulement 25% du marché postal a été libéralisé. En 2006, l'opérateur historique « *Deutsche Post* » gardait toujours le monopole sur les envois de la poste aux lettres de moins de 50 grammes. L'ouverture totale a eu lieu le 1 janvier 2008, et la « *Deutsche Post* » n'était plus l'opérateur de service universel désigné par la loi.

Jusqu'à présent, il ne s'est pas encore établi une véritable concurrence sur le marché de la poste aux lettres. L'opérateur allemand possède une part de marché de 90% environ.

La **France**<sup>39</sup>, est considérée comme l'un des pays qui a accusé un retard important quant au processus de libéralisation du secteur postal européen.

En mai 2005, La loi relative à la régulation postale a transformé « l'*ART* » (autorité de régulation des télécommunications) en « *ARCEP* » (autorité de régulation des communications électroniques et des postes) et a défini les principes du service universel du courrier. En 2010, La loi relative à l'entreprise publique « *La Poste* » et aux activités postales visait à concilier l'existence et la viabilité du service universel postal avec l'introduction graduelle de la concurrence sur le marché des envois de

---

<sup>38</sup> Cf. BOURGEOIS, Isabelle. Marché postal allemand : libéralisation sans concurrence, *Regards sur l'économie allemand*, 2008, France. P. 3-8

- Les cahiers de l'ARCEP. Op.cit, P.54

- Statut et structures des entités postales dans les Pays-membres de l'UPU. Op.cit, P.12

- Les marchés postaux en Allemagne, en Espagne, aux Pays-Bas, au Royaume-Uni et en Suède. *Rapport de benchmark des marchés postaux ARCEP*, 2009, France, P.20

- TOLEDANO, Joëlle. Op.cit, P.225

<sup>39</sup> Statut et structures des entités postales dans les Pays-membres de l'UPU. Ibid, P.123

- <http://www.toutleurope.eu/fr/actions/economie/concurrence/presentation/la-liberalisation-des-services-postaux-en-europe.html>

- <http://www.arcep.fr/index.php?id=3#c11085>

correspondance. Depuis le 1er janvier 2011, les activités du courrier sont ouvertes entièrement à la concurrence, signant ainsi la fin du monopole de l'entreprise française.

Le **Royaume uni**<sup>40</sup>, considéré comme l'un des pays phares de la libéralisation tout comme les Etats Unis.

En 2000, la loi « *Postal Services Act* » a été votée. Cette loi avait pour fin de permettre une libéralisation progressive du marché postal britannique, tout en garantissant un service postal universel. Elle prévoyait de changer le statut de l'opérateur postal national « *Post Office* » en société anonyme nommée « *Consignia Plc* » détenue entièrement par le gouvernement britannique. La loi a aussi instauré un régulateur indépendant, « *POSTCOMM* ». En 2002, « *Consignia Plc* » a été renommée « *Royal Mail group Plc* ».

Dans le but de procéder à l'introduction de la concurrence sur le marché national postal britannique, « *POSTCOMM* » a formulé une démarche d'ouverture en trois stades. Le premier stade au 1er janvier 2002, le second au 1er avril 2004, et le dernier à partir du 1er avril 2006, date de la libéralisation effective. Depuis 2006, d'autres opérateurs postaux ont pu gagner une part significative du marché du courrier en amont. Ces opérateurs garantissent la collecte et le tri du courrier, puis son acheminement jusqu'à « *Royal Mail* ». Celui-ci se charge alors de la livraison finale. « *Royal Mail Group Plc* » est le seul opérateur qui a reçu une licence octroyée par « *POSTCOMM* » pour la fourniture du service universel.

Aux **Etats-Unis**<sup>41</sup>, le processus de libéralisation du réseau postal repose sur un modèle d'ouverture différent de celui qui a prévalu au sein de l'Europe. Le modèle américain est basé sur l'ouverture à la concurrence de la chaîne amont du courrier (l'accès au réseau jusqu'au centre de distribution), alors que la distribution reste un droit exclusif pour l'opérateur historique postal. Cette ouverture passe par la pratique du « *worksharing* » ou « *services partagés* ».

---

<sup>40</sup> Cf. JEAN-MARIE, Dominique. FRANCIS, Teresa. La libéralisation du secteur postal au Royaume-Uni. *Guide répertoires des missions économiques*, Mai 2003, Londres, P.5-15

- Les marchés postaux en Allemagne, en Espagne, aux Pays-Bas, au Royaume-Uni et en Suède. *Rapport de benchmark des marchés postaux ARCEP*, 2009, France, P.24

- TOLEDANO, Joëlle. Ibid, P.221.

- Les cahiers de l'ARCEP. Op.cit, P.53

<sup>41</sup> Cf. DUCHESNE, Claudine. SANSAS, Daniel. ARCIER, Lionel. Le marché postal américain : contexte législatif et modalités d'accès au réseau postal. *Rapport final du Conseil général des technologies de l'information, Ministère de l'économie des finances et de l'emploi*, janvier 2008, France. P.2-20, 28-34

- Statut et structures des entités postales dans les Pays-membres de l'UPU, Op.cit, P.360

- ATTIAS, Danielle. Concurrence et régulation des services publics : comparaison internationale. *Commissariat général du plan, La documentation Française*, Mai 1997, France, P.176

Dans les années 60, l'opérateur postal américain « *Post Office* », qui était soumis au contrôle du congrès<sup>42</sup>, fut confronté à une crise grave. L'opérateur faisait face à une grande évolution du trafic de courrier qu'il ne put affronter, pour cause de négligence et absence de contrôle. Cette situation rendait impératif la mise en place d'une réforme. Dans ce contexte, une commission a été mise en place, constituée d'hommes d'affaires. Elle préconisait de dégager le « *Post Office* » du contrôle du congrès et d'associer le fonctionnement du service postal à une entreprise. Les négociations ont donné lieu au « *Postal Reorganization Act* » de 1970.

La réforme de 1970 a permis à l'opérateur « *Post Office* » de devenir « *United States Postal Service, USPS* ». Elle a conduit à la création de la « *Postal Rate Commission, PRC* » (la Commission des tarifs postaux) qui formule des recommandations sur les tarifs. La réforme a aussi instauré le système du « *worksharing* », qui s'appuie sur le principe « *d'un partage du travail de collecte, de préparation, de tri et de transport du courrier entre USPS et des prestataires de courrier* »<sup>43</sup>, et il permet au prestataire de recevoir une rétribution sous la forme d'une remise sur le tarif d'affranchissement<sup>44</sup>.

Après la réforme de 1970, une longue période de réflexions s'est ouverte concernant le marché postal. Ces réflexions ont conduit à une nouvelle réforme postale, « *Postal Act* », adopté en décembre 2006, soit onze ans après les premières initiatives datant de 1995.

La « *Postal Act* » avait pour objectif de donner à l'*USPS* les moyens nécessaires pouvant l'aider à s'adapter à son environnement concurrentiel et à financer sa mission de service universel. Elle proposait, en outre, de définir plus précisément le service universel, de confier à un régulateur la mission d'actualiser régulièrement le périmètre de ce service et de réduire le périmètre du monopole postal. Cette réforme a aussi transformé La « *Postal Rate Commission* » en « *Postal Regulatory Commission* », une instance de régulation sectorielle, avec un champ de pouvoirs plus élargie.

Comparée aux réformes postales conduites au sein de l'UE, la réforme postale américaine est de moindre ampleur.

Jusqu'à maintenant, nous n'avons décrit que quelques secteurs postaux situés dans des pays développés. Il est intéressant de voir comment ce secteur évolue dans les pays en développement. Avant de faire un focus sur le secteur postal marocain et avec plus de

---

<sup>42</sup> Le congrès était composé de deux commissions postales de la Chambre des représentants et du Sénat.

<sup>43</sup> DUCHESNE, Claudine. SANSAS, Daniel. ARCIER, Lionel. Op.cit. P.9

<sup>44</sup> **Tarif d'affranchissement** : c'est le cout de l'envoi d'une lettre ou d'un colis. Le taux dépend du poids et de la destination du colis et le service demandé.

détails le secteur algérien, nous allons discuter d'un problème qui se pose quant à la transposition, dans les pays en développement, des modèles économiques postaux élaborés dans les pays industrialisés.

Dans les *pays en développement*<sup>45</sup>, bien que certains pays aient mis en œuvre des réformes postales, les résultats de ces réformes ont été jusqu'à présent à peine<sup>46</sup> analysés.

Une étude menée par KENNY (2005), dans les pays en développement, a montré qu'un monopole postal n'est pas en mesure de garantir la prestation du service universel de manière viable. Pour arriver à cette conclusion, KENNY a appliqué à ces pays une analyse identique à l'analyse des coûts de distribution faite dans les pays industrialisés par COHEN et al. (2004-2005). L'approche de KENNY a été contestée par l'étude de TOLEDANO et al. (2009). Celle-ci a démontré que les pays à faible revenu sont très loin d'un modèle économique postal exclusivement fondé sur les économies d'échelle réalisées à la distribution. De plus, COHEN et al. (2005) ont avancé qu'il existe des facteurs autres que les volumes des envois postaux qui sont probablement plus importants pour expliquer les coûts. Alors que l'analyse de KENNY ne va pas au-delà de la relation entre le revenu et le trafic postal par tête pour expliquer les différents taux de croissance sectorielle d'un pays à un autre.

L'étude de TOLEDANO et al. a montré, tant d'un point de vue empirique que théorique, qu'en raison des spécificités des pays en développement, des caractéristiques du secteur qui diffèrent considérablement de celles des pays industrialisés, des faiblesses de leurs systèmes de gouvernance et de la carence des ressources humaines pour la mise en œuvre de modèles réglementaires complexes, il est fort probable que les avantages escomptés de la concurrence ne se réalisent pas en l'absence d'une organisation et d'une régulation adéquate du marché. Elle affirme aussi qu'il est capital, non seulement de recourir à des modèles différents de ceux qui sont appliqués aux pays industrialisés, mais aussi de déterminer des groupes distincts et plus homogènes de pays.

Au *Maroc*<sup>47</sup>, le secteur postal a été réorganisé et séparé du secteur des télécommunications, en créant un établissement public à caractère industriel et commercial postal.

---

<sup>45</sup> TOLEDANO, Joëlle. Premières étapes vers de nouveaux modèles d'économie postale pour les pays en développement: enseignements tirés de l'expérience en Amérique latine. In *Economie postale dans les pays en développement*, Union postale universelle, Bureau international, 2009, Chapitre 1, P.7-9

<sup>46</sup> Seul un rapport publié par le Département des technologies globales de l'information et de la communication (GICT) de la Banque mondiale (Guislain, 2004), et l'étude de Kenny (2005). < TOLEDANO, Joëlle. Ibid, p.7>

<sup>47</sup> Cf. Statut et structures des entités postales dans les Pays-membres de l'UPU. Op.cit, P.218-219.

« *Barid Al-Margheb* », l'opérateur postal marocain, est placé sous le contrôle de l'Etat dans le but d'astreindre ses organes aux dispositions de la loi en raison de laquelle il a été créé. Il est régi par un conseil d'administration. Celui-ci définit et mène la politique générale de l'opérateur dans les limites des directives gouvernementales.

L'opérateur exerce le monopole en matière de service du courrier, en garantissant les missions de service public. Il est l'unique établissement à être autorisé à transporter les envois expédiés pour les services de l'Etat, les lettres particulières et les autres envois jusqu'à un kilogramme. Seulement les entreprises privées autorisées par l'Etat et en convention avec « *Barid Al-Maghrib* » peuvent faire les activités de la messagerie rapide internationale. Les services ouverts à la concurrence sont *les services de ramassage, de transport, de distribution des objets ou marchandises*<sup>48</sup>, et *les activités de la messagerie rapide*. Il n'existe pas dans le marché postal marocain une instance de régulation.

### III. LE SECTEUR POSTAL EN ALGERIE

L'*Algérie*, depuis l'indépendance, a connu plusieurs mutations dans sa gouvernance. En 1986, le choc pétrolier a minimisé les ressources budgétaires du pays, ce qui a permis de voir les faiblesses de l'économie algérienne, une économie planifiée basée sur l'omniprésence de l'Etat dans tous les secteurs économiques. Dès 1988, de multiples réformes s'inscrivant dans la voie d'une libéralisation ont été entreprises par l'Algérie (restructuration des EPE<sup>49</sup>, privatisation, ouverture de certains secteurs à la concurrence...), ce qui a favorisé l'arrivée des IDE<sup>50</sup>, l'émergence de nouvelles règles et lois déterminant les conditions de la concurrence, et a permis à l'Etat d'adopter des fonctions de régulation.

Ces réformes ont changé la structure institutionnelle des marchés de la poste et des télécommunications algériens, ainsi un nouveau cadre réglementaire a été mis en place. A travers la loi n° 2000-03 les règles générales relatives à la poste et aux télécommunications ont été fixées, introduisant la concurrence dans ces secteurs et créant une autorité de régulation de la poste et des télécommunications « ARPT ».

---

- EL ACHHAB, Mohamed. *Les contraintes environnementales du monopole postal marocain: éléments d'une régulation*. Mémoire présenté pour l'obtention du diplôme du cycle supérieur de gestion. Maroc, Institut supérieur de commerce et d'administration des entreprises, 2007, P.39-47.

<sup>48</sup> Ces objets et marchandises rentrent dans la catégorie des objets ou des marchandises soumis aux dispositions de la Convention de l'Union postale universelle.

<sup>49</sup> EPE : Entreprise publique de l'Etat.

<sup>50</sup> IDE : investissement direct étranger

- **Les changements structurels dans le secteur postal algérien**

Un cadre réglementaire moderne a été établi en Algérie pour pouvoir faire la distinction entre les divers rôles souverains de l'Etat. Au cœur de ce cadre, la loi n° 2000-03 ,du 5 août 2000 fixant les règles générales relatives à la poste et aux télécommunications, a déterminé les conditions de fourniture et de développement des services de la poste. La loi a établi les principes selon lesquels ces services doivent être assurés dans des conditions objectives et transparentes.

Ces principes s'articulent par le transfert des activités de la poste, autrefois pratiquées par le ministère à un EPIC (établissement public à caractère industriel et commercial) nommé « *ALGERIE POSTE* », la création d'une autorité de régulation de la poste et des télécommunications, « *ARPT* », et l'ouverture à la concurrence du secteur en question<sup>51</sup>.

*Algérie Poste* a été créée en janvier 2002 sous la forme d'un EPIC. Elle dispose de l'exclusivité pour le courrier national. Le poids correspondant au courrier national a été fixé à un seuil particulier qui permettait à Algérie Poste d'en garder l'exclusivité. Ce poids<sup>52</sup> spécifique s'est vu progressivement diminuer, selon quatre étapes : 2 kilogrammes jusqu'au 31 décembre 2004 ; 350 grammes du 1er janvier au 31 décembre 2005 ; 250 grammes du 1er janvier 2006 au 31 décembre 2007 ; et enfin 50 grammes depuis le 1er janvier 2008. *Algérie Poste* a aussi l'exclusivité sur l'émission des timbres et autres marques d'affranchissement<sup>53</sup>.

En dehors du régime d'exclusivité, la loi a défini deux autres régimes<sup>54</sup> qui sont ouvert à la concurrence, à savoir :

- Le régime de l'autorisation, dont bénéficie toute personne physique ou morale afin d'exercer dans le segment du courrier accéléré international<sup>55</sup>. Ce dernier n'est assujéti à aucune limite de poids. Il compte six (6) sociétés internationales de transport rapide de courrier, DHL ; UPS ; FEDEX ; EMS<sup>56</sup> ; AGEM et ARAMEX.
- Le régime de la simple déclaration, dont bénéficie tout opérateur pour le traitement du courrier national, dans les limites de poids définies par la réglementation, cela veut dire

---

<sup>51</sup> Autorité de régulation de la poste et des télécommunications. Rapport annuel d'activité, 2001, Algérie, P.2-7

<sup>52</sup> <http://www.arpt.dz/fr/sp/pres/>

<sup>53</sup> Autorité de régulation de la poste et des télécommunications. Rapport annuel d'activité, 2002, Algérie, P.21

<sup>54</sup> Autorité de régulation de la poste et des télécommunications. Ibid, P.21

<sup>55</sup> **Courrier accéléré international** : collecte, acheminement et distribution de documents et (le colis postaux par voie express en provenance ou à destination de l'étranger. < Loi 2000-03 du 5 août 2000, article 9 alinéa 18, journal officiel n°48, 2000, Algérie, p.4>

<sup>56</sup> **EMS** : est une filiale d'Algérie poste qui opère dans le segment du courrier express international.

à un poids supérieur à 50 grammes. Il compte quarante-trois (43) opérateurs sur le marché.

- **Secteur postal algérien en quelques chiffres**

Algérie Poste est principalement une industrie de main-d'œuvre : la masse salariale représente 102,08% de son chiffre d'affaires. Elle compte 11 centres de tri implantés sur le territoire national (Alger, Annaba, Oran, Bechar, Ghardaïa, Médéa, Chleff, Constantine, Biskra, Hassiba Ben Bouali, et le centre de traitement des plis CCP Alger). Algérie poste compte aussi 3453 bureaux de poste sur tout le territoire national. Ces bureaux sont hiérarchisés en sept classes distinctes. Ces classes sont caractérisées par des normes spécifiques, qui sont l'effectif nécessaire pour chaque classe de bureau et la charge 538. La charge 538 est une statistique relative aux bureaux de poste qui englobe toutes les opérations postales. Ces opérations ont été chronométrées afin de mettre pour chaque opération un coefficient. Ce coefficient est représenté par des points, où 1 point = 1 minute. Ces classes sont représentées dans le tableau suivant :

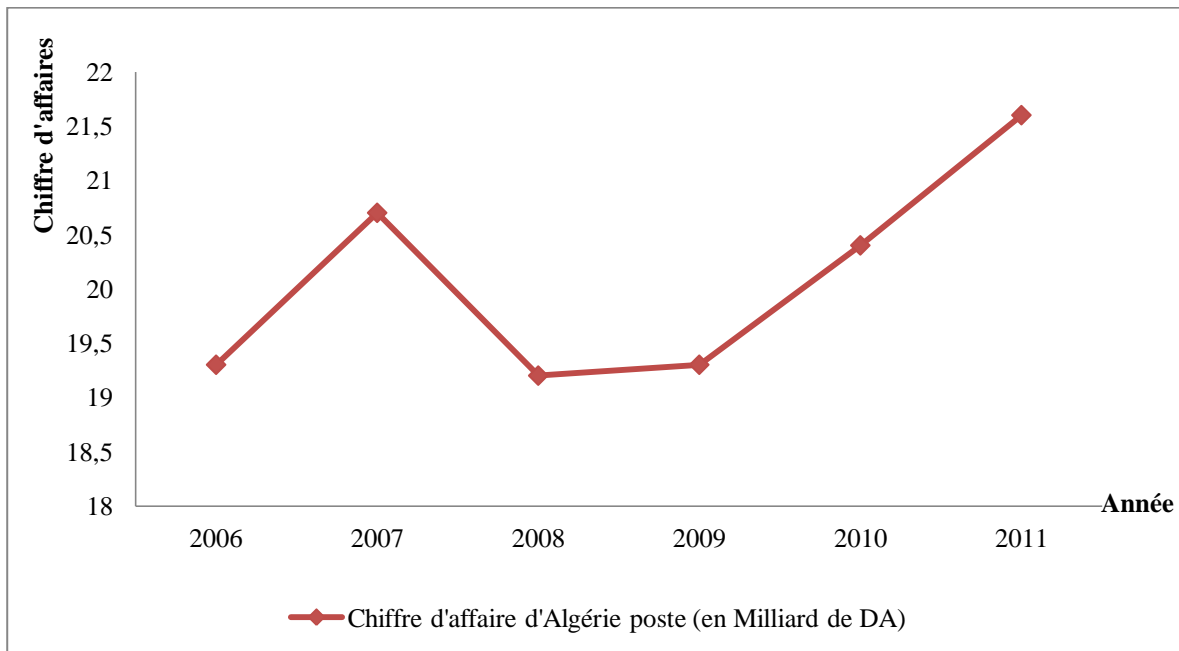
**Tableau n°1** : Classement des bureaux de poste

La classe du bureau	Les charges 538	L'effectif nécessaire
<b>Hors-série « HS »</b>	Plus de 40.000.000 points.	145
<b>Classe exceptionnelle « CE »</b>	Entre 10.000.000 et 40.000.000 points.	122
<b>Hors classe « HC »</b>	Entre 5.000.000 et 10.000.000 points.	99
<b>Première classe « R1 »</b>	Entre 2.000.000 et 5.000.000 points.	65
<b>Deuxième classe « R2 »</b>	Entre 800.000 et 2.000.000 points.	36
<b>Troisième classe « R3 »</b>	Entre 300.000 et 800.000 points	25
<b>Quatrième classe « R4 »</b>	Entre 100.000 et 300.000 points	4

Source : ARPT.

Depuis 2008, le chiffre d'affaires réalisé par l'opérateur Algérie Poste a connu une évolution significative, qui a passé de 19,2 milliards de dinars en 2008 à 21,6 milliards de dinars en 2011, soit une évolution de 12,5%, ceci est montré par le graphique suivant :

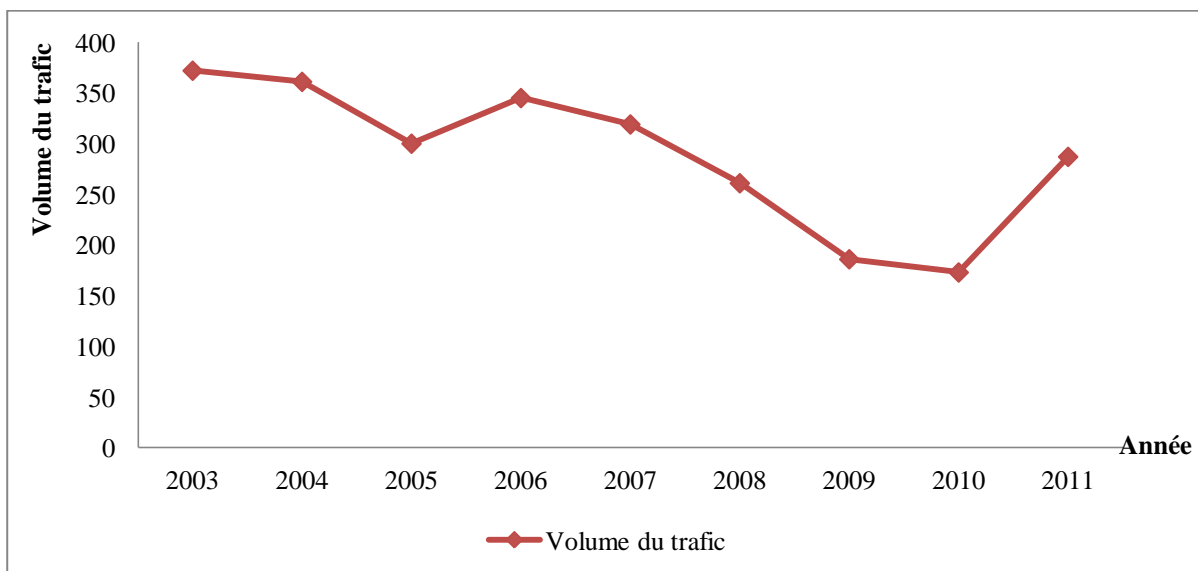
**Graphique n°1** : Evolution du chiffre d'affaires d'Algérie poste (en Milliard de DA)



Source : données ARPT.

Le nombre d'objets postaux traités par Algérie Poste est plus ou moins décroissant, mais elle a enregistré en 2011 une très forte augmentation par rapport à l'année 2010, de 173 millions d'objets à 287 millions d'objets, soit une augmentation de près de 66%, ceci est illustré par le graphique suivant :

**Graphique n°2** : Evolution du trafic postal



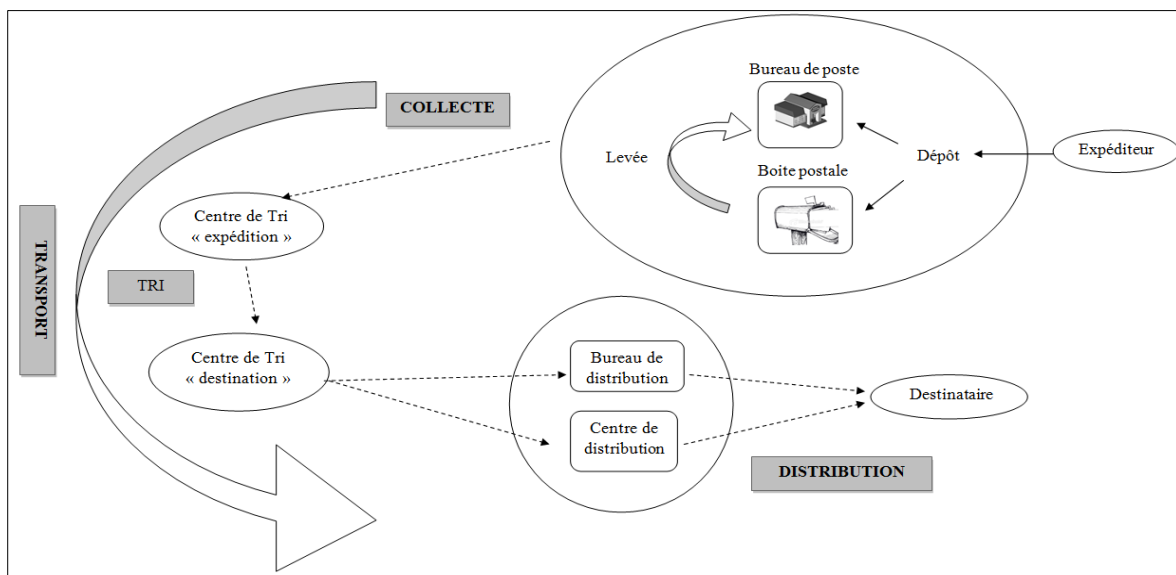
Source : données ARPT.

Le régime de la simple déclaration, quant à lui, a connu une diminution de l'ordre de 2,6% sur le volume du trafic global du marché en 2011, leur chiffre d'affaire global a connu, quant à lui, une augmentation de presque 8%. Tandis que le courrier accéléré international a enregistré une augmentation de 5% sur le trafic global dans la même année, leur chiffre d'affaire global a progressé de 9%. Au cours de l'année 2011, la plupart des opérateurs ont procédé au renforcement de leurs effectifs en prévision d'une éventuelle expansion de leurs activités<sup>57</sup>.

- **Structure des activités postales en Algérie**

Les étapes opérationnelles du secteur postal algérien peuvent être illustrées par la figure suivante :

**Figure n°2 :** Les étapes opérationnelles du secteur postal algérien.



Pour l'acheminement de son courrier, Algérie Poste utilise des moyens et voies de transport terrestres, avec plus de 900 liaisons quotidiennes sont assurées grâce à la régie postale, les entreprises de transport publiques et privées ainsi que les taxis interurbains. Elle utilise aussi le transport aérien, avec 150 liaisons intérieures et 72 liaisons internationales<sup>58</sup>.

La distribution du courrier est assurée par plus de 5.000 préposés, une fois par jour. Elle est assurée au moyen de : 4.308 tournées à pieds, 1.400 tournées motorisées, 214.817 boîtes postales, et 10.737 cases postales pour la distribution au guichet<sup>59</sup>.

<sup>57</sup> Autorité de régulation de la poste et des télécommunications. Rapport annuel d'activité, 2011, Algérie, P.43-53

<sup>58</sup> <http://www.poste.dz/services/sp/?idc=20&idc2=2&page=acheminement>

<sup>59</sup> <http://www.poste.dz/services/sp/?idc=20&idc2=3&page=distribution>

#### IV. REGULATION POSTALE

La régulation<sup>60</sup> joue un rôle primordial dans l'implémentation de la libéralisation. Elle représente l'effort permanent de maintenir l'équilibre sur le marché. Si les Etats sont intervenus dans les IR et les ont régulés, c'était dans le but de remédier à leurs échecs, en d'autres termes, à favoriser la concurrence, à assurer un service public minimal, à garantir l'usage efficient des infrastructures et à stimuler l'efficacité économique du marché.

L'instauration d'une régulation suppose non seulement la mise en place des conditions institutionnelles adéquates, mais aussi l'établissement des instances de régulation indépendantes afin de surveiller le marché et ses acteurs et de faire respecter les dispositions régulatrices.

La régulation des marchés rassemble donc des principes communs, mais chaque marché a ses propres spécificités et donc, nécessite une régulation propre à lui. Le secteur postal possède un certain nombre de spécificités qui ont un impact crucial sur tous les problèmes de politiques de régulation. Ses spécificités se trouvent dans le fait que le service postal est un service très ancien, et à l'inverse des autres réseaux à composante principalement matérielle, le secteur postal est un réseau à dimension essentiellement humaine. Par conséquent la libéralisation du secteur postal a généré une régulation spécifique qui semblait être difficile à mettre en place.

La régulation postale soumet les opérateurs postaux au contrôle d'autorités de régulation indépendantes, mais aussi à celui des autorités de la concurrence. Elle remplit également des objectifs spécifiques, à savoir la garantie d'un service universel de qualité, l'organisation de la concurrence entre les opérateurs, la surveillance de l'étendue du monopole et des services réservés, et l'accessibilité aux services postaux par tous.

En **Europe**<sup>61</sup>, en dépit des directives, il n'existe pas de modèle uniformisé de régulation du marché postal. Les Etats membres se singularisent par leur définition du service universel, leurs perceptions des conditions de travail et leur conception des réseaux postaux. Ces différences peuvent s'expliquer, d'un côté, par le fait que chaque pays poursuit des objectifs propres à lui, qui sont généralement d'ordre historiques et, d'un autre coté, par les possibilités de manœuvre que les directives européennes laissent aux pays membres quant à l'application des mécanismes de régulation.

---

<sup>60</sup> Cf. BEAUX, Amélie. La régulation du marché postale en France, *Jurisdoctoria* n° 9, 2013, Paris, P.2-18  
MAEGLI, Martin. JAAG, Christian., et FINGER, Matthias. Op.cit, P.48-53  
- Examens de l'OCDE de la réforme de la réglementation la réforme de la suisse. Op.cit, P.11

<sup>61</sup> MAEGLI, Martin. JAAG, Christian., et FINGER, Matthias. Op.cit, P.51

En *Algérie*<sup>62</sup>, l'ouverture à la concurrence du secteur postal impliquait l'implantation des mécanismes de régulation. Ces mécanismes se sont traduits par la création d'une autorité de régulation propre, à savoir, l'*ARPT*.

L'*ARPT*, autorité indépendante dotée d'une personnalité morale et d'une autonomie financière, a été créée par l'article<sup>63</sup> 10 de la loi 2000-03, et instituée en mai 2001. Le rôle<sup>64</sup> de l'*ARPT* est de permettre la réalisation des objectifs poursuivis par la Loi en matière d'ouverture à la concurrence du secteur de la poste. Elle s'est donnée pour objectifs<sup>65</sup> d'inciter à une concurrence loyale entre les opérateurs dans ce marché au bénéfice des usagers et d'assurer la pérennité des services postaux ainsi qu'une transparence dans le secteur. L'Autorité doit ainsi favoriser l'implantation progressive des nouveaux opérateurs, le développement des nouveaux services, et ceci dans le but d'encourager les investissements et de favoriser la croissance du secteur.

L'*ARPT* a pour principales missions<sup>66</sup> :

- De veiller au respect du cadre et des modalités de régulation des activités de la poste.
- D'assurer d'une concurrence effective sur le marché postal.
- De gérer le fonds de service universel.
- De donner son avis sur toutes les questions relatives à la poste notamment celles liées à la fixation des tarifs et des contributions au service universel.
- Mettre en œuvre des programmes de service universel.
- D'octroyer les autorisations d'exploitation et de mettre en œuvre les droits et obligations qui leur sont rattachés.
- De coopérer avec d'autres Autorités ou organismes ayant le même objet.

Ces missions sont accomplies dans un cadre réglementaire délimité par la loi n° 2000-03.

Dans le cadre de ses missions, l'*ARPT* est dotée d'organes comprenant un conseil composé de sept (07) membres, dont le président, désignés par le Président de la République et un Directeur Général « *DG* » nommé par le Président de la République. Le *DG* est chargé de la gestion et du fonctionnement de l'Autorité. Ce conseil dispose de tous les pouvoirs et dotations nécessaires à la réalisation de ses missions.

---

<sup>62</sup> Autorité de régulation de la poste et des télécommunications. Op.cit, P.4-5

<sup>63</sup> L'article 10 de la loi 2000-03 prévoit qu'« *Il est créé une autorité de régulation indépendante dotée de la personnalité morale et de l'autonomie financière*».

<sup>64</sup> Autorité de régulation de la poste et des télécommunications. Op.cit, P.5

<sup>65</sup> Autorité de régulation de la poste et des télécommunications. Rapport annuel d'activité, 2010, Algérie, P.68

<sup>66</sup> Cf. Autorité de régulation de la poste et des télécommunications. Op.cit, P.22-23

- Autorité de régulation de la poste et des télécommunications. Ibid, P.6

- <http://www.arpt.dz/fr/arpt/bref/>

Dans le marché postal, la concurrence s'est déjà installée sur certains segments, sous les régimes de l'autorisation et de la simple déclaration. Dans ce contexte, l'ARPT<sup>67</sup> exerce deux types d'intervention sur le marché postal, à savoir une intervention *ex-ante*, qui se caractérise par la délivrance d'autorisation aux nouveaux prestataires des services postaux, ou le retrait de celle-ci. Ainsi, qu'une intervention *ex-post* qui se caractérise par le contrôle des opérateurs opérant sur le marché.

### SECTION 3 : SERVICE UNIVERSEL POSTAL

Dans la section précédente nous avons fait référence à plusieurs concepts existants dans le domaine postal. Des concepts parmi tant d'autres, qui ne bénéficient pas toujours d'une définition évidente ou ajustée. Le service universel, les services réservés et les services express constituent quelques exemples<sup>68</sup>. Avant d'essayer d'éclairer la notion de service universel<sup>69</sup> (nommée par la suite « SU ») à laquelle nous prêterons une grande attention dans cette section, nous allons donner un bref aperçu sur les différents services publics postaux existants.

Le service postal est un service public qui correspond à une forme de service de transport de communication, il convient à transporter et à distribuer régulièrement des biens de point à point sur un espace. Ces biens se discernent par un expéditeur, un destinataire, un contenu, une dimension et un poids<sup>70</sup>.

Il existe une panoplie de services inclus dans le secteur postal au sens large. Ces services postaux peuvent être répartis selon quatre catégories distinctes, à savoir :

- Le courrier standard « traditionnel », celui-ci englobe les lettres, les cartes postales, les factures et tous les envois directs adressés. Le volume journalier de ces biens convient à des tournées de livraison régulières dans la plus grande partie des pays<sup>71</sup>.

---

<sup>67</sup> Autorité de régulation de la poste et des télécommunications. Op.cit, P.48

<sup>68</sup> DEHOUSSE, Franklin. MACZKOVICS, Carole. L'ouverture du marché postal : Réglementation européenne et application en Belgique. *Courrier hebdomadaire du CRISP*, no 1749, 2002, P.17

<sup>69</sup> **L'universalité du service** : suppose « qu'il s'étend à tout ou à tous » <Dictionnaire Larousse 2009>.

<sup>70</sup> Cf. Examens de l'OCDE de la réforme de la réglementation : la réforme de la réglementation de la suisse. Op.cit, p. 36.

- CAZALS, C. CREMER, H. FLORENS, J-P. et al. Op.cit, p.9

<sup>71</sup> Cf. Examens de l'OCDE de la réforme de la réglementation : la réforme de la réglementation de la suisse. Ibid, p. 35.

- CAZALS, C. CREMER, H. FLORENS, J-P. et al. Ibid, p.9

- Les services de courriers express. A cause de la faiblesse de leurs volumes, ces services supposent des formes particulières de distribution<sup>72</sup>.
- Les services de colis. Les envois de colis peuvent être comparés au courrier ordinaire quoiqu'ils nécessitent un réseau de distribution parallèle<sup>73</sup>.
- La distribution d'envois non adressés (journaux, magazines). Avec la régularité et la densité de leurs distributions, les envois non adressés sont comparables au courrier ordinaire, la distinction peut se faire en fonction du degré de tri et de manipulation moindre qu'ils nécessitent.

Cependant, les progrès technologiques ont donné au fil du temps naissance à plusieurs substituts aux services postaux comme le téléphone, le fax et le courrier électronique. Par le biais de ces derniers une concurrence s'est installée, de façon intermodale, dans un marché plus étendu qui est celui des échanges de messages.

Par ailleurs, il est important de rappeler qu'il reste quelques services postaux qui ne peuvent être concurrencés par le trafic électronique, tel que les colis et les journaux. Ceux-ci exigent une livraison physique, qui, en principe, reste la seule possibilité de les distribuer.

## I. LE SERVICE UNIVERSEL POSTAL

L'élément majeur<sup>74</sup> de la notion de service public postal est le service universel<sup>75</sup>. Selon ROY, le SU « désigne un ensemble de dispositions visant à garantir à tous les utilisateurs un niveau satisfaisant de services fournis de manière permanente, en tous points du territoire. Ces dispositions prennent généralement la forme d'obligations portant sur une série de services concernés. Ces dispositions ont le trait à la qualité au sens large avec

---

<sup>72</sup> Cf. Examens de l'OCDE de la réforme de la réglementation : la réforme de la réglementation de la suisse. Ibid, p. 35.

- CAZALS, C. CREMER, H. FLORENS, J-P. et al. Ibid, p.9

<sup>73</sup> Cf. Examens de l'OCDE de la réforme de la réglementation : la réforme de la réglementation de la suisse. Ibid, p. 35.

- CAZALS, C. CREMER, H. FLORENS, J-P. et al. Ibid, p.9

<sup>74</sup> CREMER, Helmuth. GASMI, Farid. GRIMAUD, André. Et LAFFONT, Jean-Jacques. Universal service: an economic perspective. *Annals of Public and Cooperative Economics*, 72:1, 2001, USA, p.6.

<sup>75</sup> Aux États-Unis le concept peut être tracé en arrière à 1907, quand Theodore Vail, alors le Président d'AT&T, a suggéré qu'un fournisseur seul devrait avoir l'obligation d'offrir un service téléphonique à quelqu'un le demandant dans n'importe quelle zone géographique. < CREMER, Helmuth. GASMI, Farid. GRIMAUD, André. Et LAFFONT, Jean-Jacques. Ibid, p.7.>

laquelle ces services sont fournis, et aux prix, qui doivent être réputés « abordable » pour tous »<sup>76</sup>.

De manière générale, un *service universel* est un service dont la fourniture est estimée comme indispensable par les pouvoirs publics, même quand le marché n'est pas suffisamment favorable à sa prestation. Les pouvoirs publics imposent ainsi plusieurs restrictions au prestataire du SU tel que la définition d'un ensemble de services de base, devant être accessibles à tous les clients (ubiquité), avec une qualité constante et un prix abordable. Ces restrictions, qui sont souvent infligés à l'opérateur historique postal, l'obligent à desservir des régions géographiques isolées à faible densité de population où les prix peuvent ne pas couvrir les coûts. Cette obligation requière une compensation financière. Une compensation réalisée depuis longtemps par des subventions croisées<sup>77</sup>, et qui justifiait l'existence de services réservés<sup>78</sup>. Le processus de libéralisation a rendu dans une large mesure ces mécanismes de financement de l'obligation du service universel obsolètes.<sup>79</sup>

CAMPBELL (2008) distingue entre la notion de « service universel » et « l'obligation de service universel ». Selon lui le SU se réfère à un concept opérationnel, tandis que l'obligation de service universel se réfère à un concept juridique<sup>80</sup>.

---

<sup>76</sup> ROY, Bernard. Introduction du chapitre 6 : coût de service universel. In TOLEDANO, Joëlle, (ed.), Economie postale, les fondements. 2004, Paris : Economica, p.371.

<sup>77</sup> Les excédents des profits générés dans les zones rentables compensaient les déficits des zones non-rentables.

<sup>78</sup> Les autorités donnaient l'exclusivité sur certains services postaux à l'opérateur historique, afin de lui permettre de contribuer avec les bénéfices tirés de cette exclusivité pour compenser les déficits des zones non-rentables.

<sup>79</sup> Cf. JAAG, Christian. KOLLER, Martin. TRINKNER, Urs. et al. Postal Markets and Electronic Substitution: What is the Impact of Convergence on Regulatory Practices and Institutions?, 2010, In CREW, Michael A. and KLEINDORFER, Paul R. 2011. Reinventing the Postal Sector in an Electronic Age. Cheltenham et al. : Edward Elgar Publishing, p.109.

- DEHOUSSE, Franklin. MACZKOVICS, Carole. Op.cit, p.22.

- BOURGUIGNON, Hélène. CAZENAVE, Thomas. Service universel, contrainte de qualité et concurrence. *Revue française d'économie*, Volume 24, no 2, 2009, p.126-129.

- CALZADA, Joan. JAAG, Christian. TRINKNER, Urs. Universal service auctions in liberalized postal markets. In CREW, Michael A. and KLEINDORFER, Paul R. 2011. Heightening Competition in the Postal and delivery Sector. Cheltenham et al. : Edward Elgar Publishing, p.282

<sup>80</sup> CAMPBELL, JAMES I. Universal Service Obligation: History and Development of Laws Relating to the Provision of Universal Postal Services. In COHEN, ROBERT H. CAMPBELL, JAMES I. PANZAR, JOHN C., et al. 2008. Study on universal postal service and the postal monopoly. School of public policy. P22

## II. LES JUSTIFICATIONS ECONOMIQUES DU SERVICE UNIVERSEL POSTAL

L'obligation de service universel peut être justifiée par plusieurs arguments économiques, qui ont suscité l'intérêt de nombreux économistes. L'étude de ces *justifications économiques*<sup>81</sup> est d'une importance cruciale pour assurer une bonne conception d'un futur cadre réglementaire dans le secteur postal. Ces justifications s'illustrent par le fait que :

- L'obligation de service universel peut être employée comme *un remède pour les externalités de réseaux*. Il est souvent discuté que ces externalités peuvent conduire à des résultats inefficaces dans un marché non réglementé, et avoir un effet néfaste sur le développement du réseau. Ces inefficiences peuvent être atténuées par des mesures réglementaires favorisant l'accessibilité au réseau tel que l'OSU.
- L'obligation de service universel est *une forme de politique de prix redistributive*. L'OSU réalise une redistribution entre les consommateurs à coût élevé et à faible coût. En effet, l'OSU empêche certains systèmes de tarification qui imposeraient un fardeau lourd sur les clients à coût élevé.
- L'OSU peut être *un instrument de la politique régionale*. Par exemple, la tarification uniforme peut être vue comme un moyen de subventionner les utilisateurs des zones rurales. De même, le fait de maintenir des services publics de base, tel que les bureaux de poste, dans les villages isolés peut contribuer à prévenir le déclin des zones rurales.
- L'OSU peut être considérée comme *un moyen de contribution à la fourniture d'un bien public*, car le réseau postal présente le caractère d'un bien public. Cet argument repose sur l'idée que le réseau doit être accessible à toute la société, et qu'il est inacceptable qu'un quelconque citoyen soit exclus des services postaux.

## III. LE SERVICE UNIVERSEL POSTAL EN ALGERIE

L'Algérie, comme la plupart des pays dans le monde, est desservie par un dispositif national de services de collecte et de distribution qui sont « universels ». En effet, toute personne peut envoyer ou recevoir une lettre, un colis ou un document dans tout le territoire, avec un délai raisonnable.

---

<sup>81</sup> Cf. DE DONDER, Philippe. ROY, Bernard. CREMER, Helmuth., et al. Social costs and benefits of the universal service obligation in the postal market, *IDEI Working Paper*, no 456, 2007, p.2-12  
- CREMER, Helmuth. GASMI, Farid. GRIMAUD, André., et LAFFONT, Jean-Jacques. Op.cit, p. 12-19.

En ce qui suit, nous allons fournir une description exhaustive de l'état actuel des lois et des décrets en matière de service universel postal ainsi que le rôle de l'autorité de régulation le concernant.

La loi 2000-03 du 5 août 2000 relative à la poste et aux télécommunications définit le service universel postal comme étant « *la mise à disposition pour tous d'un service minimum consistant en un service postal<sup>82</sup> d'un contenu et d'une qualité spécifiée, de manière permanente et en tous points du territoire postal, à des tarifs abordables* »<sup>83</sup>.

Le décret exécutif n°03-232 du 24 juin 2003 établit le contenu du service universel de la poste, les tarifs qui lui sont appliqués ainsi que son mode de financement.

Le contenu du service universel, comme il est représenté dans ce décret, recouvre les activités suivantes :

- Poste aux lettres du régime intérieur jusqu'au poids de 2 kg, y compris les livres, catalogues et périodiques ;
- Les envois recommandés<sup>84</sup> et à valeur déclarée<sup>85</sup> du régime intérieur;
- Colis<sup>86</sup> du régime intérieur jusqu'au poids de 20 kg ;
- Télégrammes<sup>87</sup> du régime intérieur ;
- Cécogrammes<sup>88</sup> ;
- Le paiement des pensions et des mandats de retraites ;
- Une présence postale pour toute agglomération de plus de 6000 habitants.

Le service universel postal consiste à assurer la fréquence et la régularité de la levée et de la distribution du courrier à chaque jour ouvrable, au moins : une levée aux point de ramassage ; une distribution à chaque adresse<sup>89</sup> ; une amplitude horaire conséquente.

---

<sup>82</sup> **Les services postaux**: des services qui consistent en la collecte, l'acheminement et la distribution des objets postaux. < Loi 2000-03 du 5 août 2000, article 9 alinéa 18, journal officiel n°48, 2000, Algérie, p.4>

<sup>83</sup> Loi 2000-03 du 5 août 2000, article 9 alinéa 18, journal officiel n°48, 2000, Algérie, p.4

<sup>84</sup> **Objet recommandé** : tout objet postal garanti forfaitairement contre le risque de perte ou de détérioration et donnant lieu à remise contre reçu. < Loi 2000-03 du 5 août 2000, article 9 alinéa 18, journal officiel n°48, 2000, Algérie, p.4>

<sup>85</sup> **Envoi à valeur déclaré** : objet postal dont le contenu est assuré pour la valeur déclarée par l'expéditeur en cas de perte ou de détérioration. < Loi 2000-03 du 5 août 2000, article 9 alinéa 18, journal officiel n°48, 2000, Algérie, p.4>

<sup>86</sup> **Colis postal**: paquet contenant des marchandises diverses. < Loi 2000-03 du 5 août 2000, article 9 alinéa 18, journal officiel n°48, 2000, Algérie, p.4>

<sup>87</sup> **Télégramme** : écrit destiné à être transmis par télégraphie en vue de sa remise au destinataire. < Loi 2000-03 du 5 août 2000, article 9 alinéa 18, journal officiel n°48, 2000, Algérie, p.4>

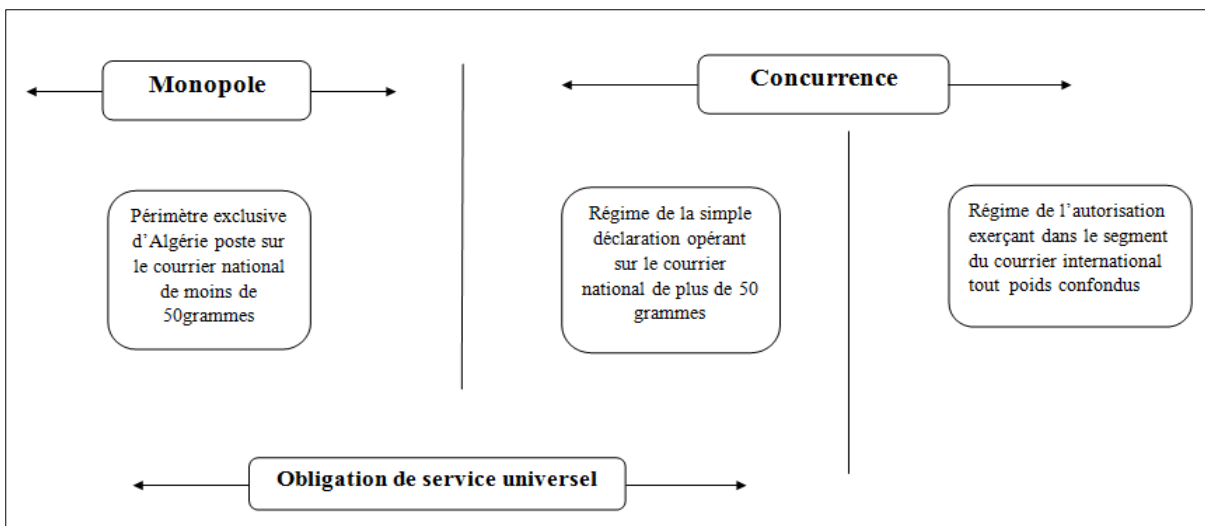
<sup>88</sup> **Cécogramme** : impression écrite ou sonore à l'usage exclusif des aveugles dans leurs relations avec un organisme pour aveugles officiellement reconnu. < Loi 2000-03 du 5 août 2000, article 9 alinéa 18, journal officiel n°48, 2000, Algérie, p.4>

<sup>89</sup> La fréquence de distribution est basée sur le besoins et les volumes.

Les objectifs<sup>90</sup> du service universel postal doivent concourir essentiellement à la pérennité de l'activité postal ; l'universalité du service postal ; la continuité du service public ; une tarification avec des prix raisonnables ; des performances administratives, financières et de qualité de service et à la sécurité des fonds déposés.

Pour avoir une meilleure vision des frontières existantes entre les services réservés et le service universel en Algérie, nous les illustrons par la figure suivante, qui nous montre que l'obligation de service universel comporte tous les services postaux qui sont en monopole et une partie des services postaux en concurrence.

**Figure n°2 : Représentation des périmètres des services postaux en Algérie.**



Source : Inspiré de CREMER et al. (1999)

- **Mode de financement du service universel postal**

L'article 17 du décret exécutif n°03-232 du 24 juin 2003 énonce que le service universel postal bénéficie d'un financement de l'Etat dont les montants sont fixés par la loi de finance ; des contributions<sup>91</sup> éventuelles des opérateurs de la poste fixées à 3% de leurs chiffre d'affaires, déduction faite des frais liés aux échanges de comptes nationaux et internationaux.

- **Rôle de l'autorité de régulation, ARPT**

L'ARPT<sup>92</sup> présente au ministère chargé de la poste et des télécommunications, une fois par an, un rapport relatif au développement du service universel. L'autorité met en œuvre le programme de développement du service universel et affecte les ressources financières

<sup>90</sup> Conformément aux dispositions de l'article 9 alinéa 18 de la loi n°2000-03.

<sup>91</sup> Ces contributions sont payées annuellement en un seul versement.

<sup>92</sup> Article 9-13 du décret exécutif n° 03-232 du 23 juin 2003 déterminant le contenu du service universel de la poste et des télécommunications, les tarifs qui lui sont appliquées et son mode de financement, P.122

collectées au profit du service universel. Elle prépare chaque année, au plus tard la fin du premier semestre, un rapport annuel sur ces activités au titre du service universel pour l'exercice écoulé. Ce rapport, qui est rendu public, décrit les opérations et programmes mis en œuvre et présente en annexe un bilan financier relatif au service universel. L'ARPT précise et adapte périodiquement, en accord avec le ministère, les normes minimales de qualité de service applicable aux services universels de la poste. Elle tient compte, pour ce faire, des recommandations des organes de normalisations de l'Union postale universel (UPU).

Les ressources financières mobilisées au titre du service universel sont intégrées au budget de l'autorité de régulation de la poste et des télécommunications.

## **CONCLUSION**

Dans ce chapitre, nous avons essayé de mettre en avant quelques éléments de bases qui entourent notre sujet. En premier lieu, nous avons fait un balayage sur la question des industries de réseau. Nous avons vu que ces industries présentent certaines caractéristiques qui justifient une intervention de l'Etat. Mais avec leurs libéralisations, cette intervention s'est vu assouplir en se traduisant par des mécanismes de réglementation efficace. En second lieu, nous avons mis l'accent sur une industrie de réseau particulière qui est le secteur postal. Nous avons constaté que ce secteur diffère structurellement des autres industries de réseau tout en ayant des similitudes, qui se résument à d'importantes économies d'échelles et d'envergure. Nous avons vu aussi, qu'en raison de ces spécificités, il requière une régulation particulière. En dernier lieu, nous avons attiré l'attention sur le noyau du sujet, à savoir le service universel, qui a été définie et justifié économiquement. Nous avons vu également que l'obligation de service universel implique des contraintes pour son prestataire et lui génère ainsi des coûts. Ces coûts d'obligation de service universel feront l'objet du prochain chapitre.

**CHAPITRE II**

**LE COUT DU SERVICE UNIVERSEL  
POSTAL : DEFINITIONS ET  
METHODES**

## **INTRODUCTION**

Dans le chapitre précédent, nous avons décrit d'une manière synthétique les principaux éléments qui entourent la notion du service universel postal. Dans ce chapitre, nous allons entrer dans le vif du sujet, à savoir le calcul de coût du service universel postal. Durant ces dernières années, et avec l'engagement du processus de libéralisation du secteur postal, de nombreux opérateurs postaux, régulateurs, chercheurs, et praticiens universitaires dans le monde se sont intéressés aux questions relatives à l'obligation de service universel. Parmi ces questions, le coût est considéré comme l'un des enjeux majeurs de l'obligation de service universel. Le coût du SU est lié non seulement à sa définition mais aussi à l'environnement dans lequel il est posé. C'est pour cela que les mesures de coût du SU sont plus pratiques lorsqu'elles sont de nature plus prospective qu'historique. Cela exige l'élaboration de scénarios qui prévoient la complexité des interactions entre l'opérateur historique et les concurrents.

Reconnaissant la carence d'études concernant le coût SU dans le secteur postal, un bon nombre d'auteurs ont recommandé de s'appuyer sur la littérature qui concerne les télécommunications et d'adapter la méthodologie au secteur postal. C'est ainsi qu'il y a eu un certain nombre de méthodes proposées pour calculer le coût du service universel postal. Ces méthodes sont différentes l'une de l'autre, mais elles partagent un principe commun: elles visent toutes à mesurer les coûts engendrés par la fourniture du service universel à une catégorie de consommateurs, dont les recettes générées sont insuffisantes pour couvrir leurs coûts.

Dans ce qui suit, nous étudierons, dans un premier temps, différentes méthodes de calcul de coût du SU, juste après avoir défini le coût du SU. Nous n'allons pas citer toutes les méthodes existantes, mais juste les plus communément utilisées. Dans un second temps, nous nous intéresserons au cas algérien, où nous définirons une méthode adaptée au contexte algérien.

## **SECTION 1 : DEFINITIONS ET METHODES DISPONIBLES DE CALCUL DU COUT DU SERVICE UNIVERSEL POSTAL**

Dans le domaine de la régulation, il est convenu qu'il n'y a pas une définition unique du coût d'un service. C'est pourquoi nous ne nous limiterons pas à une seule définition du coût de service universel postal. Tous d'abord, les coûts de l'OSU dépendent de la structure de cette obligation. Puis, même l'environnement postal et réglementaire dans lequel l'OSU est imposé a un impact sur ses coûts, car il existe un large éventail de scénarios de libéralisation possibles en vertu desquels les coûts de l'OSU peuvent varier. Pour toutes ces raisons, une mesure exacte des coûts de l'OSU demeure difficile mais une approximation fiable reste toujours utile.

De ce fait, nous relèverons quelques définitions du coût de l'OSU, qui nous semblent les plus pertinentes, et ce juste avant d'énumérer plusieurs méthodes qui permettent de mesurer les coûts de l'OSU, tout en soulevant les limites de chacune.

### **I. DEFINITIONS DU COUT DU SERVICE UNIVERSEL**

Selon CREMER et al. (1999), le coût du service universel peut être défini selon deux critères :

- ***Coût en termes d'efficacité***

*« Le coût 'd'efficacité' peut être défini comme la perte sèche due au service universel. Cette perte sèche peut être approchée par la perte du surplus totale (consommateur plus producteur)<sup>93</sup>. »*

Pour bien expliquer ce coût, nous allons l'illustrer par un exemple. Nous prenons un opérateur qui fait face à deux types de consommateurs. Le premier type de consommateurs ont un coût élevé (nommés ruraux), tandis que le second type de consommateurs ont un coût faible (nommés urbains). De l'économie du bien-être, nous savons que le surplus total atteint son maximum quand chaque consommateur paie un prix égal à son coût marginal. Cela implique que les consommateurs ruraux paieront plus cher que les consommateurs urbains. Supposons maintenant qu'il y a obligation de service universel et que celle-ci impose à l'opérateur un prix

---

<sup>93</sup> CREMER, H. CAZALS, C. FLORENS, J-P. et al. Economie des services postaux : rapport de recherche, Groupe de recherche en économie mathématique et quantitative, 1999, France, p.89.

uniforme. Le prix sera dans ce cas une moyenne (pondérée) des coûts respectifs. Par conséquent, les consommateurs ruraux paieront moins que leur coût et leur surplus augmente. Tandis que, les consommateurs urbains paieront un prix supérieur à leur coût et leur surplus diminue. En comparant les deux surplus, il peut être démontré que la perte des consommateurs urbains est supérieure aux gains des ruraux, et donc le surplus total diminue avec une tarification uniforme imposée<sup>94</sup>.

- **Coût en termes de rentabilité**

*« C'est la perte des profits subie par l'opérateur du fait de l'obligation de service universel. Il mesure le « fardeau » que le service universel impose à l'opérateur. Ce concept n'est pas significatif lorsqu'il y a un monopole public sur le marché postal, pour un monopole régulé qui fait face à une contrainte de profit saturée<sup>95</sup>, le coût de rentabilité est en principe égal à zéro »<sup>96</sup>.*

## **II. QUELQUES APPROCHES DE CALCUL DU COUT DU SERVICE UNIVERSEL**

Les chercheurs et praticiens universitaires se sont entendus sur le fait que la mesure appropriée des coûts de l'OSU soit l'impact net sur la situation financière d'un opérateur postal due à l'imposition de cette obligation. Partant de ce principe, il existe une panoplie de méthodes pour le calcul du coût de l'OSU. Nous nous en tiendrons en ce qui suit à ne citer que quelques-unes.

- **Le coût net évité « the Net Avoided Cost “NAC” »**

Le NAC est la première méthode proposée pour mesurer les coûts du service universel dans le secteur postal. Cette méthode a été développée par le NERA<sup>97</sup> en 1998 dans le cadre d'une étude réalisée pour la Commission européenne. Etant déjà utilisée dans les télécommunications, il a été naturel de l'emprunter pour le secteur postal. Le NAC est une

---

<sup>94</sup> Cf. CREMER, Helmut. GRIMAUD, André. LAFFONT, Jean-Jacques. Le coût du service universel dans le secteur postal. 2000. In TOLEDANO, Joëlle. (ed.), Economie postale, les fondements. 2004, Paris : Economica, p.403

- CREMER, Helmut. GASMI, Farid. GRIMAUD, André. Et LAFFONT, Jean-Jacques. Universal service: an economic perspective. *Annals of Public and Cooperative Economics*, 72:1, 2001, USA, p.17

<sup>95</sup> Quand l'opérateur qui a à sa charge le SU est régulé de façon à saturer sa contrainte budgétaire.

<sup>96</sup> CREMER, Helmut. GRIMAUD, André. LAFFONT, Jean-Jacques. Ibid, p.404

<sup>97</sup> Le NERA est une société internationale qui s'intéresse à l'économie, à la finance et aux principes quantitatifs pour les grandes entreprises.

méthode très simple, qui *compare* à l'aide d'une expression mathématique *les niveaux de profit d'un opérateur historique postal avec et sans obligations de service universel*.

$$\text{Net Avoided Cost} = \pi^{M.OSU} - \pi^{M.SOSU}$$

La méthode NAC assure la viabilité du prestataire. Car le financement de ce coût permet de maintenir le profit du prestataire de l'OSU à un niveau constant. De plus, c'est une méthode qui met l'accent sur le fait que la charge de l'OSU découle de l'obligation de fournir le service universel à un prix géographiquement uniforme.

CREMER et al. (2000), quant à eux, définissent le NAC comme étant une méthode qui consiste à « *identifier les segments (OSU) du marché postal qui ne sont pas rentables (pour lesquels les revenus sont plus faibles que le coût supplémentaire) et calculer la somme des pertes nettes subies dans ces segments. La mesure du coût ainsi obtenue montre de combien les profits de l'opérateur augmenteraient s'il abandonnait les segments OSU non rentables* ».

Une méthode logique dans un environnement de monopole où les décideurs voudraient connaître les surcoûts des obligations imposées. Ce motif a engendré plusieurs critiques, celles-ci relèvent que le NAC ne prend pas en compte les effets de la concurrence. Ne supposant aucun changement dans la situation de monopole, le NAC se voit dévalorisé dans un marché où le monopole est réduit ou totalement éliminé<sup>98</sup>.

Dans l'effort de répondre à certaines des lacunes de l'approche du NAC, une deuxième approche a été développée, celle d'Entry Pricing Cost.

- **L'approche d'Entry Pricing Cost « EPC »**

L'approche EPC a été développée par Rodriguez et al. (1999). Elle est considérée comme une alternative à l'utilisation de la méthode des coûts nets évités dans le calcul du coût de l'OSU. Elle *compare le profit de l'opérateur postal historique dans une situation de monopole réglementé avec obligations de service universel à son profit avec les mêmes obligations dans une situation de concurrence*. La différence entre ces deux profits est appelée « le coût de la libéralisation ».

---

<sup>98</sup> Cf. JAAG, Christian. KOLLER, Martin. TRINKNER, Urs. Calculating the cost of the universal service obligation : the need for a global approach, *Swiss Economics*, 2008, Suisse, p.2  
- BRADLEY, Michael. Global Business Services. Quantitative Analysis of the Universal Service Obligation. *Rapport final*, United States Postal Service, 2008, USA, p.9-10  
- Frontier Economics. Study on the principles used to calculate the net costs of the postal USO. A report prepared for the european commission, *Frontier Economics*, 2013, London, p.35.

$$\text{Entry Pricing Cost} = \pi^M - \pi^{CU}$$

L'approche EPC s'intéresse donc aux coûts du SU dans un environnement libéralisé. Elle présume qu'en raison de la présence de prix relativement élevé et uniforme, les concurrents desserviront que les régions à faible coût, alors que l'opérateur postal historique desservira à lui seul les régions à coût élevé. Dans ce cas, et en vertu de la libéralisation et l'obligation de service universel, la situation financière de l'opérateur postal historique ne serait plus viable en concurrence<sup>99</sup>.

Bien que l'approche EPC soit considérée comme une évolution par rapport à l'approche NAC, elle présente comme même des inconvénients.

Dans un marché libéralisé, l'approche EPC n'est pas pertinente, car elle ne calcule pas la charge de l'obligation du service universel sur l'opérateur postal historique. Elle suppose qu'il n'y a pas de réaction de l'opérateur face au comportement des concurrents (écrémage<sup>100</sup>). L'EPC suppose également que la totalité des pertes qui se produisent dans un environnement libéralisé sont dus à l'obligation de service universel, alors que ça peut ne pas être toujours le cas, dans le sens où l'opérateur postal historique pourrait perdre un peu de son chiffre d'affaires et de volume même sans obligation de service universel<sup>101</sup>.

- **L'approche du coût de rentabilité**

L'approche du coût de rentabilité a été développée par CREMER et al. en 2000. Le but de cette approche n'était pas d'apporter une méthode opérationnelle de calcul du coût de l'OSU, mais de faire voir comment il devrait être défini et calculé dans un environnement parfait où toute information nécessaire serait disponible. Elle consiste à définir trois scénarios pour l'organisation du secteur postal :

- Scénario *M* : il y a un seul opérateur postal public ou réglementé soumis aux obligations de service universel.
- Scénario *CU* : le marché est libéralisé (ou partiellement libéralisé), et un concurrent est entrée dans le marché. L'opérateur en place est soumis à l'OSU.

---

<sup>99</sup> Cf. JAAG, Christian. KOLLER, Martin. TRINKNER, Urs. Op.cit, p.3.  
- BRADLEY, Michael. Op.cit, p.11.

<sup>100</sup> **Ecrémage**: l'écémage survient lorsque les concurrents entrent et peuvent choisir les clients / régions les plus rentables pour servir, laissant l'opérateur historique avec les non rentables.

<sup>101</sup> Cf. JAAG, Christian. KOLLER, Martin. TRINKNER, Urs. Ibid, p.5.  
- BRADLEY, Michael. Ibid, p.12.

- Scénario *CC* : le marché est libéralisé (ou partiellement libéralisé), mais l’opérateur en place n’est pas soumis à l’OSU.

En supposant que l’équilibre de marché peut être prévu dans ces trois scénarios, et  $\pi^M$ ,  $\pi^{CU}$  et  $\pi^{CC}$  sont les profits respectifs de l’opérateur public. Le coût de rentabilité dans un environnement libéralisé est défini comme étant la différence entre le profit de l’opérateur en situation de concurrence sans obligation de service universel et son profit en situation de concurrence avec obligation de service universel :  $C_\pi = \pi^{CC} - \pi^{CU}$ . Cette mesure détermine la charge effective que l’OSU impose à l’opérateur historique, et semble fournir la mesure la plus significative du coût de l’OSU dans un contexte de concurrence.

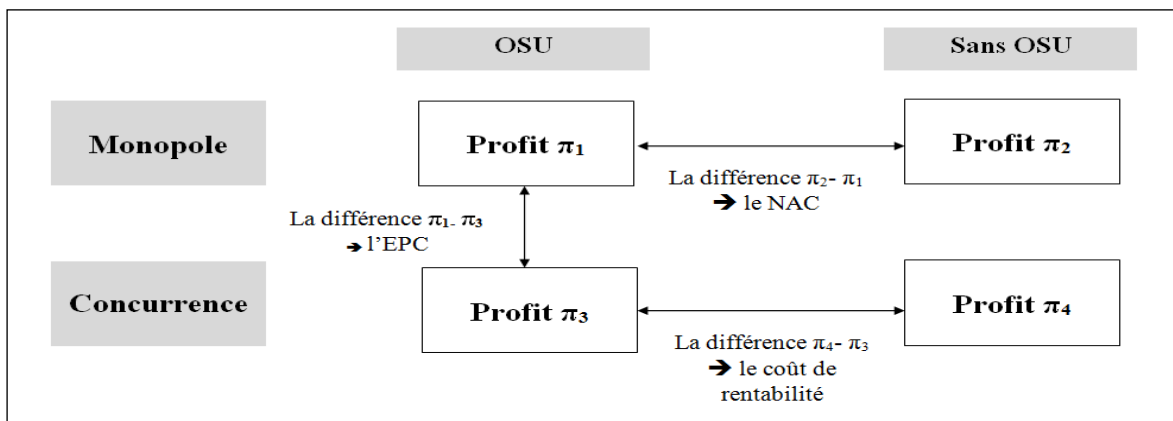
La mesure du coût de l’OSU ne doit pas être confondue avec la mesure du coût de la libéralisation qui est la différence entre le scénario *M* et le scénario *CC*. En effet, la différence  $(\pi^M - \pi^{CU})$  n’est pas une façon appropriée de mesurer le coût de l’OSU, ceci peut se remarquer par le fait que :

$$\pi^M - \pi^{CU} = (\pi^M - \pi^{CC}) + (\pi^{CC} - \pi^{CU})$$

Le terme à droite de l’expression correspond au coût de libéralisation, tandis que le second terme à gauche correspond à  $C_\pi$ . Donc calculer la différence entre le profit de monopole avec OSU et le profit en situation de concurrence avec OSU revient à calculer la somme du coût de libéralisation et le coût de rentabilité, qui n’est pas la finalité de l’approche par coût de rentabilité<sup>102</sup>.

Nous résumons les trois approches de calcul du coût du service universel citées ci-dessus par la présente figure.

**Figure n°3 : Différentes approches de calcul de coût du service universel.**



Source : basé sur JAAG, Christian. KOLLER, Martin. TRINKNER (2008).

<sup>102</sup>Cf. CREMER, Helmut. GRIMAUD, André. LAFFONT, Jean-Jacques. Op.cit, p.404-405  
- CAZALS, C. CREMER, H. FLORENS, J-P. et al. Op.cit, p.90

- **L'approche DA « Deficit Approach »**

L'approche DA<sup>103</sup> mesure la rentabilité (positive ou négative) de la prestation du SU. Cette approche considère que la disposition actuelle du SU est faite à perte. Le coût net du SU en vertu de l'approche DA est déterminé en déduisant les bénéfices apportés par certains produits du SU de la somme des pertes des autres produits du SU. Pour que le coût net du SU existe sous cette approche, les bénéfices de certains produits du SU doivent être inférieurs aux pertes des autres produits du SU. La DA mesure donc le profit ou la perte globale générée par l'opérateur en fournissant le SU.

$$\text{Coût du SU « DA »} = \sum_i (C_i - R_i) \text{ pour tout « i »}$$

Avec :  $C_i$  : coûts associés à la prestation du service universel « i ».

$R_i$  : recettes liées à la fourniture du service universel « i ».

La DA utilise les coûts totalement attribués (Fully Allocated Cost « FAC »). Les coûts du SU sont donc à la fois les coûts incrémentaux<sup>104</sup> et une part des coûts fixes et communs (cela veut dire communs à toutes les autres activités SU et hors SU de l'opérateur historique). Elle utilise des informations de la comptabilité analytique, tout comme la méthode NAC, pour estimer les coûts du SU.

L'approche DA n'implique pas une définition d'un scénario contrefactuel dans lequel l'opérateur historique n'est pas soumis à l'OSU.

Nous pouvons déduire des différentes méthodes que nous avons présenté, qu'elles se fondent principalement sur la construction d'un scénario théorique, qui peut parfois être particulièrement complexe. Ceci a rendu la tâche difficile quant à l'applicabilité de l'une des méthodes dans le cas algérien.

La méthode du NAC détermine la différence entre le coût net supporté par l'opérateur historique lorsqu'il fournit le SU et lorsqu'il n'en fournit pas. Le scénario dans lequel l'opérateur ne fournit pas le SU est contrefactuel.

Les deux autres méthodes, l'Entry Pricing Cost et le coût de rentabilité, se fondent essentiellement sur la définition d'un scénario de concurrence. En l'absence de ce scénario, les approches d'évaluations ne sont pas d'un grand intérêt pour les régulateurs, car ce

---

<sup>103</sup> Frontier Economics. Study on the principles used to calculate the net costs of the postal USO. A report prepared for the european commission, *Frontier Economics*, 2013, London, p.35-37.

<sup>104</sup> **Le coût incrémental** : est défini comme étant le coût supplémentaire engendré par la fourniture d'un service supplémentaire à partir de l'infrastructure existante. Pour l'opérateur en charge du SU, ce coût correspond aux coûts qui pourraient être évités si l'opérateur cessait de fournir le service.

qu'ils les intéressent c'est de pouvoir avoir une estimation du coût avec l'entrée d'un concurrent dans le marché.

L'approche DA, quant à elle, utilise un scénario contrefactuel, qui n'est pas explicite, mais plutôt implicite, dans la mesure où l'évaluation des pertes engendrées par le SU est équivalent à supposer que l'opérateur historique pourrait cesser d'assurer tous le SU, tout en continuant à fournir tous les produits hors SU via un réseau inchangés.

De ces différentes méthodes, il n'est pas possible de présenter une qui serait préférable aux autres. Car jusqu'à maintenant, il n'existe pas de méthode uniforme qui évalue le coût du service universel postal.

Il faut noter qu'il y a d'autres méthodes que nous n'avons pas citées. Par exemple l'évaluation du coût de rentabilité par la méthode du « coût net évité revisité » (CREMER et al., 2000) qui représente une amélioration de la méthode NAC, car elle fournit une estimation plus exacte du coût de l'OSU en situation de concurrence. Et ce pour la seule raison qui est la difficulté d'élaborer ces scénarios théoriques inobservables au moment de l'évaluation, surtout en Algérie où l'entrée d'un concurrent pour la prestation du SU est loin d'être envisageable.

- **Les méthodes appliquées dans les pays européens**

Le coût net du service universel a été calculé dans au moins 13 pays de l'UE (Belgique, Norvège, Espagne, Italie, Irlande, Estonie, Pays-Bas, la Bulgarie, la Slovaquie, le Danemark, le Royaume-Uni et dans 2 autres pays qui ont demandé la confidentialité). Le tableau suivant regroupe les différentes méthodes appliquées pour le calcul du coût du SU dans les pays européens, la raison de ce calcul ainsi que l'organisme en charge de le calculer<sup>105</sup>.

---

<sup>105</sup> Frontier Economics. Op.cit, p.35-37.

Tableau n°2 : Différentes méthodes appliquées dans l'UE.

Les pays	La méthode	L'année d'application	La raison	L'organisme
<b>Belgique</b>	DA avec FDC	2000-2010	Avec possibilité d'un financement <sup>106</sup>	L'ARN <sup>107</sup>
<b>Italie</b>	DA avec FDC	Jusqu'à 2010	financement <sup>108</sup>	L'OH <sup>109</sup>
<b>Espagne</b>	NAC	2005-2010	financement	L'OH
<b>Danemark</b>	NAC	2007	Voir l'impact de l'OSU <sup>110</sup>	L'ARN
	PC	2008		
<b>Royaume-Uni</b>	PC	2008	Voir l'impact de l'OSU	L'ARN
<b>Ireland</b>	NAC	2009	Stratégie interne	L'OH
<b>Estonie</b>	DA avec FDC	2009 jusqu'à aujourd'hui	financement	L'OH
<b>Norvège</b>	NAC	Avant 2002	financement	L'OH
	PC	2002 jusqu'à aujourd'hui		
<b>Finlande</b>	PC	Juste en 2011 - Pas d'application aujourd'hui	/	
<b>Slovaquie</b>	PC	2010 et 2012	Avec possibilité d'un financement	L'OH
<b>Bulgarie</b>	NAC	2012	Avec possibilité d'un financement	L'OH
<b>Pays-Bas</b>	PC/DA	2012	Avec possibilité d'un financement	L'OH

Source : Frontier Economics (2013).

Nous pouvons dire que le calcul du coût du SU est récent, chaque pays adopte la méthode qui lui convient. Il n'y a pas donc une uniformité quant à la méthode choisie, mais la raison de ce calcul demeure presque universel, c'est la recherche du montant de la compensation de ces coûts engendrés par la prestation du SU.

La section qui va suivre fera l'objet d'une évaluation du coût du service universel en Algérie par une démarche distincte de celles énumérées ci-dessus.

<sup>106</sup> Un opérateur peut entreprendre un calcul du coût net du SU pour pouvoir demander une indemnisation s'il s'avère que le SU est déficitaire, sachant que cet opérateur n'a pas demandé de financement à ce jour.

<sup>107</sup> ARN : autorité de régulation nationale.

<sup>108</sup> Une raison de financement se réfère à des demandes de financements réels.

<sup>109</sup> OH : opérateur historique.

<sup>110</sup> Au Danemark, la Chambre de commerce a commandé une étude afin de déterminer si l'OSU peut être un fardeau financier lorsque le marché sera totalement ouvert à la concurrence ou non.

## **SECTION 2 : MODELE D'EVALUATION DE COUT DU SERVICE UNIVERSEL POSTAL ALGERIEN**

Généralement dans le monde, parmi les obligations de service universel, il existe une péréquation géographique, qui est traduite par une tarification uniforme sur tout le territoire du pays. Cette péréquation a permis la distinction entre deux types de zones, les zones à coût faible « rentables » et les zones à coût élevé « non rentables ». L'opérateur historique, qui a sa charge le SU, a la possibilité d'étudier une tarification adéquate tout en respectant le fait que le tarif soit abordable (une autre obligation du service universel), *sous l'encadrement*<sup>111</sup> *de l'Etat*. Il fera donc en sorte de compenser les zones non rentables par les zones rentables. De plus, il lui est attribué un secteur réservé, qui permet de contribuer à cette compensation.

Une fois le secteur postal totalement libéralisé, les concurrents ont tendance à s'intéresser aux zones rentables laissant ainsi les zones non rentables à l'opérateur historique, ce qui va tarir la source de subvention croisée, lui faussant ainsi son mécanisme de compensation. Car si le prestataire du SU agissait dans les conditions du marché lui aussi ne desservira pas ces zones.

En Algérie, l'opérateur historique Algérie Poste est le seul à prendre en charge le SU. Contrairement aux autres pays, *l'Etat algérien fixe les tarifs* des différents produits du SU par décret<sup>112</sup>, obligeant Algérie Poste à appliquer une péréquation entre les deux types de zones, et ne lui laissant même pas le choix des tarifs. Ces tarifs sont très bas comparés<sup>113</sup> à ceux des pays frontaliers (Tunisie, Maroc). De plus, comme nous l'avons relevé précédemment, Algérie Poste a l'exclusivité sur certains services qui sont eux-

---

<sup>111</sup> Car il est peu probable que le régulateur s'abstienne à n'imposer qu'une contrainte d'uniformité. Nous pouvons donner l'exemple de la France, où l'ARCEP opère un encadrement des tarifs des prestations du SU. Cet encadrement tarifaire vise le maintien de la marge de l'opérateur sous la condition que celui-ci réalise des gains d'efficacité. Le tarif doit aussi être incitatif, en permettant que l'opérateur conserve le bénéfice de ces gains d'efficacité. Il doit enfin tenir compte de l'inflation. On reconnaît la forme de régulation de type plafond de prix ("price cap"), également connu sous sa forme RPI-X (RPI désignant l'indice des prix à la consommation et X le gain de productivité prévu par le régulateur). < LECOUC, Sébastien. Missions de service public et régulation en environnement concurrentiel : Application au secteur postal, Thèse pour obtenir le grade de docteur, discipline : sciences économiques, Université Paris I-Panthéon-Sorbonne, Paris, P.7-8 >

<sup>112</sup> Décret exécutif n°03-232 du 24 juin 2003 déterminant le contenu du service universel de la poste et des télécommunications, les tarifs qui lui sont appliqués et son mode de financement. <Journal officiel de la république algérienne n°39 du 29 juin 2003> (voir annexe).

<sup>113</sup> D'après une étude faite par CRC SGEMA pour Algérie poste, celle-ci estime que les tarifs pratiqués par Algérie Poste (exprimés en Dollar) sont cinq fois moins élevés qu'au Maroc et deux à trois fois moins élevés qu'en Tunisie. <CRC SOGEMA. Évaluation des coûts du service universel et des missions de service public de la Poste algérienne. Assistance technique pour la détermination des coûts des obligations du service universel postal et des missions de service public en Algérie, 2002, Algérie, p.11 >

mêmes déficitaires, alors qu'ils sont sensés contribuer à la compensation des déficits engendrés par l'OSU. Avec toutes ces contraintes imposées, l'Etat s'est vu obligé de compenser les déficits d'Algérie Poste.

Depuis deux ans, l'ARPT prend en charge la compensation du déficit d'Algérie Poste. En 2010, Algérie Poste a déclaré un déficit qui a été totalement compensé par l'ARPT.

En 2011, l'ARPT a fait une étude dans le but d'avoir plus de précision sur le coût de la prestation du SU, en espérant diminuer le montant de la compensation. Cette étude a été faite sur un échantillon de bureau très restreint. En ce qui suit nous allons détailler cette étude.

## **I. ETUDE REALISEE PAR L'ARPT CONCERNANT LE CALCUL DE COUT DU SERVICE UNIVERSEL**

Un groupe de travail au sein de l'ARPT, composé essentiellement d'anciens postiers et financiers, a essayé d'évaluer le coût du service universel d'Algérie Poste pour l'année 2011. En effet, ce groupe a élaboré une démarche pour l'évaluer, en prenant en parallèle certaines mesures dans le but de dresser une carte globale des différentes prestations entrant dans le cadre du SU. Parmi ces mesures, le travail sur les états financiers de l'année 2011 d'Algérie Poste, des visites effectuées dans certains bureaux de postes, l'élaboration d'un canevas qui contient pour l'essentiel des informations permettant d'estimer d'une manière approximative les coûts du SU, l'organisation de plusieurs réunions de travail avec les dirigeants d'Algérie Poste pour affiner les besoins du groupe de travail, et une visite de travail réalisée auprès de la Poste Française et de l'ARCEP.

Le travail élaboré par le groupe est passé par deux étapes. *La première étape* consistait à définir et déterminer des clés de répartition. Dans un premier scénario, le groupe de travail avait jugé que les charges de l'établissement sont supportées essentiellement par le bureau de poste. Donc, ces clés sont relatives à la charge supportée par les bureaux de poste. Le groupe a énuméré les prestations principales du SU avec les statistiques qui correspondent, tout en excluant les services financiers, et a ainsi élaboré les premières *clés de répartition de la charge du travail entre services universel et hors service universel* (services financiers).

*La seconde étape* consistait en la détermination des *clés de répartition concernant l'effectif des bureaux de poste*. L'effectif est le critère le plus important en termes de coûts,

il a donc bénéficié d'une attention particulière. Sur la base d'un travail de distribution de l'effectif entre guichet et arrière guichet, le groupe de travail est arrivé à fixer les clés de répartitions qui concernent la répartition entre service universel et services financiers. Quant aux charges communes, celle-ci ont bénéficié d'une répartition acceptable entre SU et services financiers. Il est noté que la charge du personnel prend une part très importante du chiffre d'affaires d'Algérie Poste.

Ces différentes clés de répartition ont été faites pour pouvoir séparer entre les services financiers et le service universel, en utilisant le bilan comptable d'Algérie Poste. Celui-ci contient des données agrégées, il n'existe donc pas de séparation entre les différents services postaux.

Le travail final a été mis au point au début du mois de Février 2012, et une évaluation a été exposée au Conseil qui l'a adopté. Par la suite, des réunions ont été organisées avec les dirigeants d'Algérie Poste afin de valider l'étude. La validation a eu lieu le 29 Février 2012.<sup>114</sup>

## **II. LE MODELE THEORIQUE**

A la base nous avons pensé à estimer économétriquement le coût du SU postal. Une idée qui a été rapidement écartée pour cause de la rigidité de plusieurs éléments. Nous pouvons donner l'exemple des prix des facteurs de production qui sont rigides. Comme le travail, qui est le facteur de production essentiel d'Algérie Poste. Le niveau des salaires est uniforme sur tout le territoire. Il est donc empiriquement impossible de déterminer son impact, du moins à partir de données observées en coupe instantanée.

Dans le but d'évaluer le coût du SU postal d'Algérie Poste pour l'année 2011, nous avons développé une méthode avec l'aide de notre professeur Dr. Farid GASMI. Avant d'entrer dans les détails de la méthode, il nous paraît judicieux de préciser l'objectif de l'élaboration de cette méthode. Notre but est d'obtenir une évaluation qui soit la plus proche que possible de la réalité des coûts que supporte Algérie Poste en fournissant le SU, avec une méthode assez opérationnelle, pour pouvoir ensuite comparer le résultat avec le déficit déclaré par Algérie Poste en cette même année.

Au niveau de l'ARPT, les dirigeants nous ont affirmé qu'Algérie Poste a également une séparation entre des zones rentables et des zones non rentables (pour tous services postaux confondus). Sachant que parmi les bureaux de poste des zones rentables, il peut y avoir

---

<sup>114</sup> Autorité de régulation de la poste et des télécommunications. Mise en place du service universel postal. Algérie, p.5-9 <[http://www.arpt.dz/fr/doc/actu/com/2012/SERVICE\\_UNIVERSEL\\_POSTAL.pdf](http://www.arpt.dz/fr/doc/actu/com/2012/SERVICE_UNIVERSEL_POSTAL.pdf)>

certaines bureaux déficitaires, mais qui peuvent être facilement compensés par les excédents des autres bureaux de la même zone.

C'est ainsi que nous avons jugé que la grande partie du déficit vient du fait qu'Algérie Poste dessert des zones non rentables. Donc les coûts induits par l'OSU sont les coûts engendrés par la fourniture du SU dans ces zones<sup>115</sup>. Ces zones ne seront pas desservies, ou seront discriminées en fonction de leur localisation géographique, si Algérie Poste agissait dans des conditions<sup>116</sup> de marché.

Dans un premier temps, nous allons déterminer quelles sont ces zones. La détermination se fera en fonction de la population de la zone. Ensuite, nous déterminerons les étapes de la méthode établie, ainsi que le type de données utilisées. Enfin nous évaluerons les coûts engendrés par le SU dans ces zones.

- **Le déroulement de la méthode**

Avant d'entamer le déroulement de la méthode, nous devons définir les zones retenues pour notre étude. Nous avons constaté (d'après ce qui a précédé) que les zones qui coûtent le plus à Algérie Poste sont censées être les zones rurales (non rentables). Ces zones ont toutes une population inférieure à 6000 habitants. La population de chacune des zones est desservie par un seul bureau de poste de type « R4 ».

Notre méthode passe par plusieurs étapes :

1.  $z_i$  : une zone rurale (non rentables).

Où  $i = \overline{1,1500}$ .

2.  $P_i$  : population de la zone  $z_i$ .

3. La population de la zone  $z_i$  va être considérée d'après le nombre de ménages  $P_{mi}$ :

$$P_{mi} = P_i / N_{mm}$$

Où,  $N_{mm}$  : est le nombre<sup>117</sup> moyen d'individus par ménage.  $N_{mm} = 6$ .

4. Pour chaque  $z_i$ , nous calculons le coût total d'un produit du SU (lettres, colis, télégrammes, cécogrammes, lettres recommandées...).  $CT_i^{jSU}$  : coût total d'un produit  $j$  du SU par  $z_i$ , qui est défini comme suit :

$$CT_i^{jSU} = M_i^{slj} + C_i^{amrtj} + C_i^{indj} + C_i^{achj} + A_i^{brj} + C_i^{onHj}$$

Où :

- $j$  : type de produit du SU.

---

<sup>115</sup> Nous voulons dire par cela, que les coûts des zones non rentables dépassent largement les revenus qu'elles génèrent.

<sup>116</sup> Si Algérie poste était libre de faire ses choix, elle ne desservirait pas ces zones non rentables.

<sup>117</sup> Le nombre moyen d'individus par ménage a été obtenu par l'Office national de la statistique (O.N.S).

- $M_i^{sl,j}$  : représente la part du produit  $j$  du SU dans la masse salariale du bureau de poste de la zone  $z_i$ .
- $C_i^{amrt,j}$  : représente la part du produit  $j$  du SU dans le coût des amortissements du bureau de poste de la zone  $z_i$ .
- $C_i^{ind,j}$  : représente la part du produit  $j$  du SU dans les charges indirectes du bureau de poste de la zone  $z_i$ .
- $C_i^{ach,j}$  : représente la part du produit  $j$  du SU dans le coût d'acheminement de la zone  $z_i$ .
- $A_i^{br,j}$  : représente la part du produit  $j$  du SU dans les abonnements au réseau des télécommunications du bureau de poste de la zone  $z_i$ . En prenant 10%<sup>118</sup> des frais totaux des abonnements aux télécommunications du bureau pour tous les produits du SU. L' $A_i^{br,j}$  va être évalué proportionnellement à la production de chaque produit.
- $C_i^{onH,j}$  : représente la part du produit  $j$  du SU dans la fourniture des consommables habillements du bureau de poste de la zone  $z_i$ .

5. Pour chaque  $z_i$ , nous calculons le coût total par ménage :

$CTm_i^{jSU}$  : coût total des envois du produit  $j$  du SU par ménage, qui est défini comme suit :

$$CTm_i^{jSU} = CT_i^{jSU} / P_{mi}$$

6. Le coût moyen d'un envoi par ménage sera évalué comme suit :

$$CMmE_i^{jSU} = CTm_i^{jSU} / Nd^j$$

Avec  $Nd^j$  : nombre moyen d'envoi du produit  $j$  du SU par ménage.

7. Ensuite, nous calculerons le coût moyen pondéré d'un envoi du produit  $j$  du SU dans l'ensemble des zones  $z_i$ . Cette pondération est effectuée dans le but de donner différents poids aux zones, pour raison que chacune des zones est caractérisée par un nombre de ménages différents qui va influencer sur les coûts.

$$CMp^{jSU} = \sum_i^{1500} \lambda_i * CMmE_i^{jSU}$$

Avec :  $\lambda_i$  représente la pondération de la zone  $z_i$ .

$$\lambda_i = P_{mi} / \sum_i^{1500} P_{mi}$$

8. Par la suite, nous comparerons le tarif du produit  $j$  du SU avec son coût moyen pondéré  $CMp^{jSU}$  correspondant, cela veut dire :

$$T_j^{SU} - CMp^{jSU} = D$$

Si :  $D \geq 0$  alors, le produit  $j$  du SU dans l'ensemble des zones rurales n'est pas déficitaire.

<sup>118</sup> Un pourcentage qui nous a été proposé au niveau de l'ARPT.

Si :  $D < 0$  alors, le produit  $j$  du SU dans l'ensemble des zones rurales est déficitaire. Dans ce cas, nous calculerons le déficit total du produit  $j$  du SU dans l'ensemble des zones rurales.

$$Df_j = D * \sum_i^{1500} P_{mi}$$

9. Au final, nous sommerons les déficits des différents produits du SU «  $DT$  », qui va être comparé au déficit de l'année 2011 déclaré par Algérie Poste.

$$DT = \sum_j^6 Df_j$$

### III. LE MODELE EN PRATIQUE

Afin de pouvoir réaliser notre méthode, il est nécessaire d'avoir des données précises et spécifiques qui découlent d'un côté d'une comptabilité analytique et d'un autre côté des statistiques des bureaux de poste. En ce qui concerne les données de la comptabilité analytique, nous avons besoin :

- Du coût d'acheminement de chaque produit du SU pour chaque zone retenue pour notre étude.
- Des amortissements de chaque bureau de poste.
- De la part de chaque produit du SU dans les charges indirectes du bureau de poste.
- De la part de chaque produit du SU dans la masse salariale du bureau de poste.

Tandis que pour les données statistiques, elles se résument en :

- Le volume du trafic<sup>119</sup> de chaque produit du SU dans chaque bureau de poste.
- La desserte<sup>120</sup> de chaque bureau de poste.

Une fois sur le terrain, nous nous sommes trouvées face à un grand manque de données, voir même l'inexistence de données portant les détails nécessaires sur les produits. Et ce pour cause de l'absence d'une comptabilité analytique au niveau d'Algérie Poste. En plus de ce manque de données, nous avons été contraintes par le temps.

Afin de détourner ces difficultés, nous avons essayé de trouver une démarche alternative. Cette démarche a été adaptée aux peu de données qui ont été mises à notre disposition par

---

<sup>119</sup> **Le volume du trafic** : le nombre d'envois desservis par le bureau pour chaque ménage.

<sup>120</sup> **La desserte d'un bureau de poste** : la population desservie par un bureau de poste dans un périmètre donné.

les dirigeants de l'ARPT. Ces derniers ont été très coopératifs. Les données, pour chaque  $z_i$  et pour tous les produits postaux confondus (SU et hors SU) sont:

- La masse salariale.
- Les charges indirectes<sup>121</sup>.
- Les recettes totales.
- La desserte postale de chaque bureau.
- Montant de l'abonnement au réseau.

Afin d'effectuer des séparations entre les différents services postaux (SU, hors SU), nous avons pensé à faire une enquête au niveau des bureaux de poste pour en tirer nos propres clés de répartition (charge du travail, répartition des effectifs) avec un échantillon plus représentatif que celui pris par l'ARPT pour son étude. Ce qui nous aurait nécessité beaucoup de temps. De ce fait, nous nous sommes trouvées contraintes d'utiliser les clés de répartitions de l'ARPT, à savoir celles relatives à l'effectif des bureaux de poste et celle relatives à la charge supportée par le bureau de poste.

Pour les statistiques du bureau nous n'avons pas eu le volume du trafic des produits du SU, nous aurions pu avoir le trafic par wilaya si nous avions eu plus de temps (cela aurait nécessité au moins deux mois). Le seul volume disponible est sur tout le territoire national. La desserte quant à elle est disponible pour la majorité des bureaux, sauf pour une centaine de bureau où nous avons pris la population de ces zones du recensement général de la population et de l'habitat (RGPH) effectué par l'office national de la statistique en 2008.

Nous détaillons en ce qui suit les ajustements effectués. Nous avons commencé l'ajustement à partir de l'étape « 4 ».

Le coût total par  $z_i$  est donné comme suit :

$$CT_i^{SU} = M_i^s + C_i^{amrt} + C_i^{ind} + C_i^{ach} + A_i^{br} + C_i^{onH}$$

Où :

- $M_i^s$  : représente la part du SU (tous produits confondus) dans la masse salariale du bureau de poste de la zone  $z_i$ . Cette part va être dégagée en appliquant les clés de répartition relatives à l'effectif des bureaux de poste.

---

<sup>121</sup> **Les charges indirectes** : englobent les consommables, téléphone, électricité, eau...etc.

Le pourcentage du SU dans la répartition de l'effectif d'un bureau de poste « R4 », notée :  $ef = 33\%$ .

- $C^{amrt}_i$  : représente la part du SU (tous produits confondus) dans le coût des amortissements du bureau de poste de la zone  $z_i$ . nous n'avons pas pu avoir le montant des amortissements pour chaque bureau, mais nous avons eu le montant total des amortissements sur tout le territoire national «  $TA^{mrt}$  ».

Tout d'abord, nous allons calculer les amortissements de chaque bureau proportionnellement à la masse salariale<sup>122</sup>, en utilisant la part de la masse salariale «  $PM^{sl}_i$  » du bureau de poste de  $z_i$  dans la masse salariale totale (sur le territoire national) :

$$PM^{sl}_i = (M^{sl}_i / M^{sl}T) * 100\%$$

Où :

$M^{sl}T$  : Masse salariale totale

Par la suite, nous calculons les amortissements de chaque bureau  $C^{Am}_i$  en utilisant :

$$C^{Am}_i = PM^{sl}_i * TA^{mrt}$$

Pour avoir la part du SU (tous produits confondus), nous devons multiplier  $C^{Am}_i$  par Le pourcentage du SU dans la répartition de la charge du travail des « R4 », notée :  $c^4 = 21,7\%$ . - ce pourcentage est issu des clés de répartition de la charge du travail entre SU et hors SU-

$$C^{amrt}_i = C^{Am}_i * c^4$$

- $C^{ind}_i$  : représente la part du SU (tous produits confondus) dans les charges indirectes du bureau de poste de la zone  $z_i$ . Celle-ci va être calculée en utilisant la clé  $c^4$ .
- $C^{ach}_i$  : représente la part du SU (tous produits confondus) dans les coûts d'acheminement<sup>123</sup> du bureau de poste de la zone  $z_i$ , nous n'avons pas pu avoir le montant des coûts d'acheminement pour chaque bureau, mais nous avons eu le montant total. Donc,  $C^{ach}_i$  va être évalué pour chaque bureau proportionnellement à sa masse salariale.

<sup>122</sup> La masse salariale représente l'élément le plus déterminant de la classe du bureau de poste qui dépend de la taille de la population.

<sup>123</sup> Dans les coûts d'acheminement sont affectés : la totalité des décomptes internationaux ; la totalité de transport de courrier ; 80% des achats déconcentrés liés au parc auto (carburant, lubrifiants, pneumatiques, entretien et réparations) ; 10% des frais de téléphone ; 25,20% des autres charges au prorata des charges du personnel.

- $A_i^{br}$  : représente la part du SU (tous produits confondus) dans les abonnements au réseau des télécommunications. Nous allons prendre **10%** des frais totaux des abonnements aux télécommunications du bureau.
- $C_i^{onH}$  : représente la part du SU (tous produits confondus) dans la fourniture des consommables habillements du bureau de poste de la zone  $z_i$ . Nous n'avons pas pu avoir sa valeur pour chaque bureau, mais nous avons eu le montant total des achats d'habillement sur tout le territoire national. Donc, la valeur de la fourniture des consommables habillements de chaque bureau va être évaluée proportionnellement à la masse salariale du bureau.

Nous dégageons par la suite la  $C_i^{onH}$ , en appliquant les clés de répartition relatives à l'effectif des bureaux de poste.  $ef = 33\%$ .

Nous passons maintenant aux étapes qui suivent.

5. Pour chaque  $z_i$ , nous calculons le coût total par ménage :

$CTm_i^{SU}$  : coût total par ménage des envois du SU, qui est défini comme suit :

$$CTm_i^{SU} = CT_i^{SU} / P_{mi}$$

Pour cause de problèmes de données (inexistence du volume de trafic par zone) nous ne pouvons pas avoir le coût moyen par ménage des envois du SU. Ce dernier n'aurait même pas pu être comparé au prix car dans ce coût il n'y a pas de séparation entre les différents produits du SU. De ce fait nous nous en tiendrons à la comparaison entre le coût total par ménage pondéré et la recette totale par ménage pondérée. Celle-ci va être évaluée à partir de la recette totale par ménage des produits du SU,  $RTm_i^{SU}$  :

$$RTm_i^{SU} = RT_i^{SU} / P_{mi}$$

$RT_i^{SU}$  va être calculée en utilisant la clé  $c^4$ , à partir des recettes totales du bureau pour tous les produits postaux (SU et hors SU).

6. Ensuite, nous calculons le coût total par ménage pondéré des envois du SU dans l'ensemble des zones  $z_i$ .

$$CTp^{SU} = \sum_i^{1500} \lambda_i * CTm_i^{SU}$$

Avec :  $\lambda_i$  représente la pondération de la zone  $z_i$ .

$$\lambda_i = P_{mi} / \sum_i^{1500} P_{mi}$$

Nous calculons la recette totale par ménage pondérée des envois du SU dans l'ensemble des zones  $z_i$ .

$$Rp^{SU} = \sum_i^{1500} \lambda_i * RT_i^{SU}$$

7. Par la suite, nous comparons la recette totale par ménage pondérée «  $Rp^{SU}$  » avec le coût total par ménage pondéré  $CTp^{SU}$  correspondant, cela veut dire :

$$Rp^{SU} - CTp^{SU} = D$$

Si :  $D \geq 0$  alors, les produits du SU dans l'ensemble des zones rurales ne sont pas déficitaires.

Si :  $D < 0$  alors, les produits du SU dans l'ensemble des zones rurales sont déficitaires. Dans ce cas, nous calculerons le déficit total des produits du SU dans l'ensemble des zones rurales.

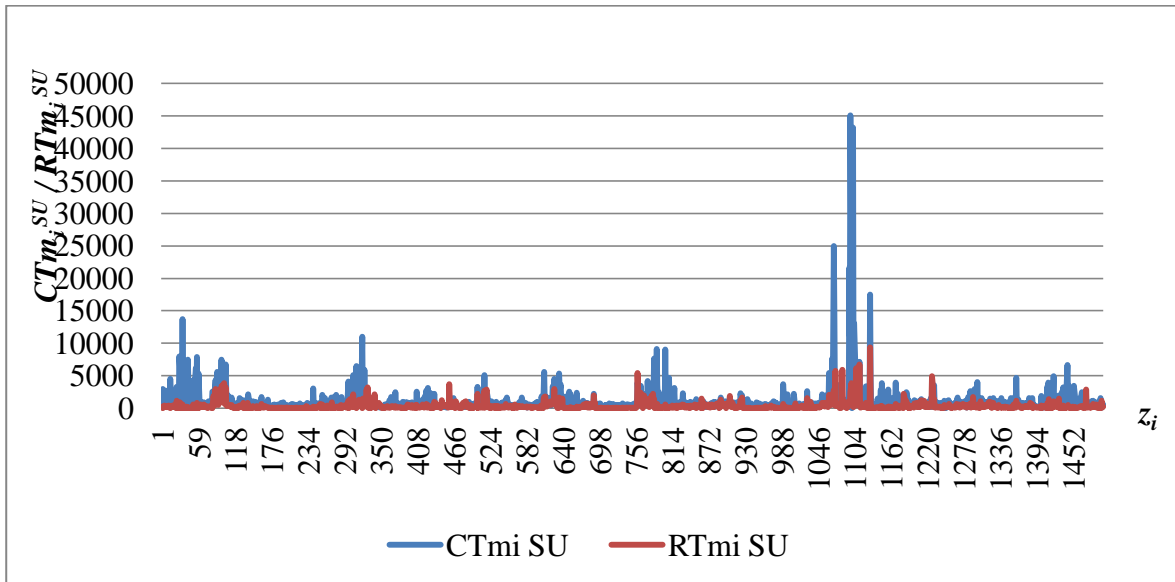
$$DT = D * \sum_i^{1500} P_{mi}$$

- **Application du modèle**

Nous avons appliqué notre méthode sur Microsoft Excel. Avec un échantillon de 1500 bureaux, qui représentent **43,5%** du nombre total des bureaux de poste sur le territoire national. Il n'a pas été possible de reprendre tous les résultats, sachant que nous devons aussi respecter la confidentialité avec Algérie Poste. Nous n'allons donc reproduire que quelques résultats.

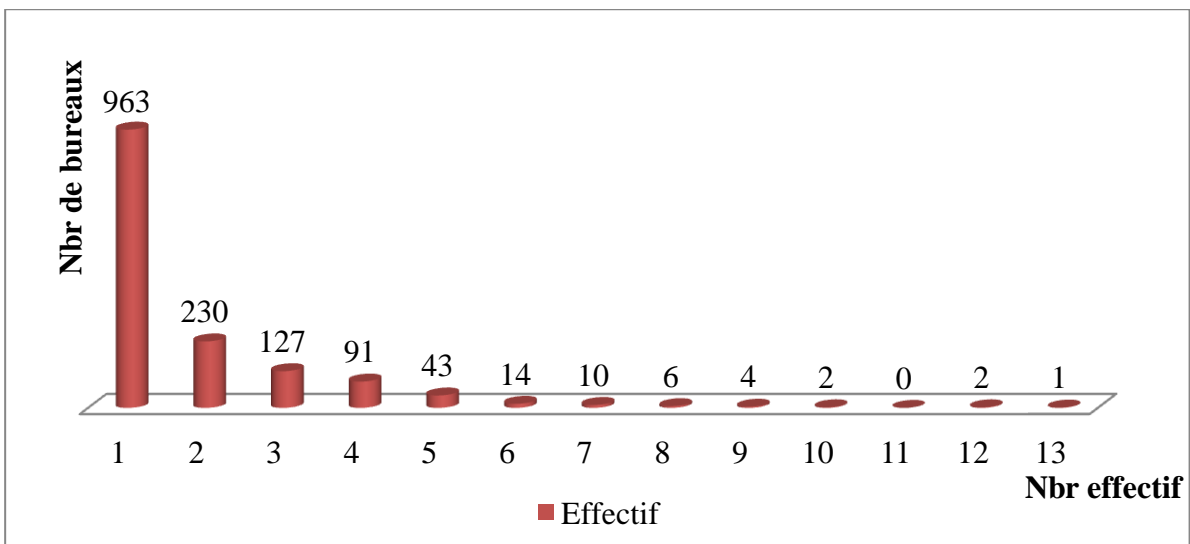
Dans le graphique suivant, nous illustrons la comparaison entre le coût total par ménage des envois du SU ( $CTm_i^{SU}$ ) et la recette totale par ménage des envois du SU ( $RTm_i^{SU}$ ), pour les 15000 bureaux.

Graphique n°3: Comparaison  $CTm_i^{SU} / RTm_i^{SU}$ .



De ce graphique, nous constatons que pour la grande majorité des zones, le  $CTm_i^{SU}$  dépasse la  $RTm_i^{SU}$ , donc tous ces bureaux de poste sont déficitaires. Nous pouvons aussi remarquer qu'il y a pour quelques zones des montants de  $CTm_i^{SU}$  exorbitants, que nous ne pouvons expliquer que par le fait qu'il n'y ait pas un nombre homogène d'effectifs entre les bureaux de ces zones. Le graphique suivant illustre bien cette hétérogénéité.

Graphique n°4: Représentation de l'effectif.



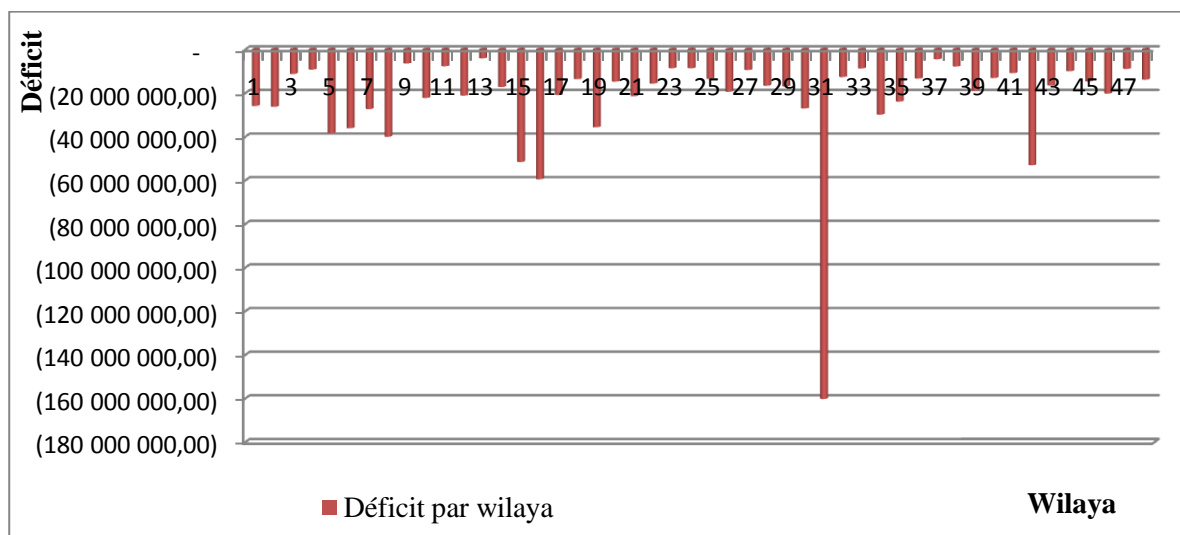
Le nombre des effectifs varie entre 01 et 13 par bureau de poste, avec une moyenne de 2 personnes par bureau, à raison de 963 bureaux ne comportant qu'un seul agent.

Le tableau suivant, ainsi que la graphique qui le suit montrent les déficits du SU par wilaya.

Tableau n°3 : Déficits par wilaya

Wilaya	Déficit par wilaya	Part de la wilaya dans le déficit total
ADRAR	- 25 845 411,14	2,38%
CHLEFF	- 26 219 345,69	2,42%
LAGHOUAT	- 11 207 415,65	1,03%
OUM EL BOUAGHI	- 9 188 739,46	0,85%
BATNA	- 38 312 961,86	3,53%
BEJAIA	- 36 055 312,66	3,32%
BISKRA	- 27 301 505,89	2,52%
BECHAR	- 39 974 264,37	3,68%
BLIDA	- 6 361 184,85	0,59%
BOUIRA	- 22 176 797,70	2,04%
TAMANRASSET	- 7 641 166,34	0,70%
TEBESSA	- 21 103 958,92	1,94%
TLEMCEN	- 4 042 933,99	<b>0,37%</b>
TIARET	- 17 163 953,51	1,58%
TIZI OUZOU	- 51 565 094,72	4,75%
ALGER	- 59 483 520,93	5,48%
DJELFA	- 20 788 879,68	1,92%
JIJEL	- 13 562 796,96	1,25%
SETIF	- 35 604 127,01	3,28%
SAIDA	- 14 694 004,62	1,35%
SKIKDA	- 21 372 232,20	1,97%
SIDI BEL ABBES	- 15 613 987,37	1,44%
ANNABA	- 8 560 867,79	0,79%
GUELMA	- 8 557 579,26	0,79%
CONSTANTINE	- 13 439 008,65	1,24%
MEDEA	- 19 332 619,99	1,78%
MOSTAGANEM	- 9 381 180,98	0,86%
M'SILA	- 16 574 819,04	1,53%
MASCARA	- 16 954 300,94	1,56%
OUARGLA	- 27 015 486,82	2,49%
ORAN	- 160 196 682,43	<b>14,76%</b>
EL BAYADH	- 12 610 756,97	1,16%
ILLIZI	- 8 659 947,36	0,80%
BORDJ BOU ARRERIDJ	- 29 843 947,05	2,75%
BOUMERDES	- 23 863 240,10	2,20%
EL TARF	- 13 282 412,21	1,22%
TINDOUF	- 4 430 901,01	0,41%
TISSEMSILT	- 7 749 538,73	0,71%
EL OUED	- 18 927 456,33	1,74%
KHENCHLA	- 13 023 347,41	1,20%
SOUK AHRAS	- 10 782 757,25	0,99%
TIPASA	- 53 027 904,29	4,89%
MILA	- 16 513 806,88	1,52%
AIN DEFLA	- 9 890 142,48	0,91%
NAAMA	- 14 600 203,30	1,35%
AIN TEMOUCHENT	- 20 182 282,16	1,86%
GHARDAIA	- 8 876 190,09	0,82%
RELIZANE	- 13 799 888,69	1,27%

Graphique n°5 : Représentation du déficit par wilaya



De ce graphique, et du tableau précédent, nous pouvons voir clairement que toutes les zones rurales dans chaque wilaya sont déficitaires. La wilaya qui a enregistré le plus *grand déficit* de l'année 2011 pour le service universel est la wilaya d'**Oran**, avec un montant qui s'élève à **-160 196 682,44 DA**, soit **14,76%** du déficit total, et la wilaya qui a enregistré le plus *faible déficit* de l'année 2011 est la wilaya de **Tlemcen** avec un montant de **- 4 042 933,99 DA**, soit **0,37%** du déficit total.

Les résultats finaux de l'évaluation de coût du SU sont présentés dans le tableau suivant :

Tableau n°4 : Résultats finaux (en DA).

Nombre de bureau	43,5% <sup>124</sup>
Nombre de ménages ( $\sum_i^{1500} P_{mi}$ )	18,86% <sup>125</sup>
Coût total par ménage pondéré ( $CTp^{SU}$ )	738,98
Recette totale par ménage pondérée ( $Rp^{SU}$ )	263,88
Déficit ( $D$ )	-475,10
Déficit total ( $DT$ )	-1 085 356 863,75
Déficit calculé par l'ARPT	-2 318 434 603,95
Déficit déclaré par Algérie Poste	-771 933 115,64

Le déficit total des produits du SU dans l'ensemble des zones rurales s'élève à **-1 085 356 863,75 DA**. Cela veut dire que **43,5%** des bureaux de poste, se situant dans les zones rurales, qui ne desservent que **18,86%** de la population totale, représentent **46,81%**

<sup>124</sup> 43,5% (1500 bureaux) du nombre total des bureaux (3453).

<sup>125</sup> 18,86% de la population totale.

du déficit total du SU calculé par l'ARPT. Un pourcentage relativement important, vu la non prise en compte de la totalité des bureaux du territoire national. Nous pouvons expliquer ce taux par le fait que le nombre des bureaux de poste dans les zones rurales est relativement élevé par rapport au nombre total des bureaux. De plus, **82** bureaux de poste comprennent un effectif supérieur à la norme ( $> 4$ ), ce qui engendre un excès considérable dans les charges du bureau (coût de la masse salariale).

Nous ne pouvons pas comparer le déficit obtenu avec le déficit déclaré par Algérie Poste de l'année 2011, car ce déficit comporte les services relevant du SU et hors SU. Le montant déclaré dans le bilan comptable d'Algérie Poste est inférieurs au déficit obtenu, cela peut être expliqué par le fait que les services hors SU (essentiellement services financiers) sont généralement excédentaires, ce qui a pu compenser une partie du déficit du SU (implicitement, pour cause d'absence de séparation comptable entre les différents services et d'une comptabilité analytique). Nous pouvons qualifier cette éventuelle compensation de subvention croisée implicite.

Nous notons aussi, qu'après avoir appliqué notre démarche alternative nous n'avons pas pu arriver à comparer le tarif d'un produit du SU avec son coût moyen. C'est pour cela que nous ne pouvons nous permettre de juger la valeur du tarif qui aurait probablement été inférieur à ce coût. De ce fait nous ne pouvons justifier le déficit causé par le SU par rapport aux tarifs pratiqués.

## **CONCLUSION**

Dans ce chapitre, nous avons traité les questions relatives au calcul du coût du service universel. Tout d'abord, nous avons vu qu'il existe deux définitions du coût du service universel, celle en terme d'efficacité et celle en terme de rentabilité, et qu'il existe différentes méthodes pour calculer le coût du service universel, l'une aussi différente que l'autre. Parmi ces méthodes, nous avons cité, la méthode du NAC, la méthode EPC, l'approche du coût de rentabilité et l'approche DA. Pour chacune d'entre elles, nous avons mis en avant la démarche, les avantages ainsi que les limites. Nous avons constaté aussi, qu'aucune de ses méthodes n'est susceptible d'être appliquée en Algérie, et ce pour plusieurs raisons. Par la suite, et étant donnée la difficulté quant à l'utilisation des méthodes cités pour le cas algérien, nous avons développé une méthode de calcul du coût du service universel qui correspond aux spécificités du secteur postal algérien. Nous avons

cité la démarche théorique de notre méthode, mais en raison de la non disponibilité de données nécessaires pour cause d'absence d'une comptabilité analytique, notre méthode a été sujette à des modifications. Ces modifications sont venues ajuster notre méthode aux peu de données mises à notre disposition. Nous avons trouvé, après avoir appliqué notre méthode ajustée, que **43,5%** des bureaux de poste se situant dans les zones rurales, et desservant **18,86%** de la population totale, représentent **46,81%** du déficit calculé par l'ARPT. Un taux relativement élevé. Nous n'avons pas pu comparer le déficit que nous avons obtenu avec celui déclaré par Algérie poste, du fait que, le déficit déclaré comprend le service universel et hors service universel, et il est plus faible que celui que nous avons obtenu. Nous avons expliqué cela, par le fait que les services hors SU sont généralement excédentaires et ont pu compenser une partie du déficit engendré par le service universel, une subvention croisée implicite.

# **CONCLUSION GENERALE**

## **CONCLUSION GENERALE**

Notre travail s'est placé dans le cadre du service universel dans le secteur postal. Le SU renferme des services de base pour lesquels le droit d'accès est estimé nécessaire pour tous les citoyens. Il correspond à l'obligation de fournir des services à un tarif abordable et une qualité standard sur tout le territoire d'un pays. Ces obligations génèrent des coûts pour leurs prestataires, c'est pourquoi le calcul de ses coûts est d'une importance crucial tant pour les prestataires en termes de compensation que pour les régulateurs en termes de financement.

C'est autour de la question relative au calcul du coût du SU postal que s'est articulé notre travail. Les idées sous-jacentes étaient de tenter de déterminer s'il existait une méthodologie uniforme de calcul des coûts engendrés par le SU dans le secteur postal, de voir son applicabilité au cas algérien et d'évaluer ce coût en Algérie.

Avant d'entrer dans le vif du sujet, il nous a paru judicieux de faire un balayage sur les notions de bases qui entourent le SU, c'est ce qui a fait l'objet de notre premier chapitre. En effet, dans ce dernier, nous avons traité les IR. Nous avons vu que ces industries ont connu un mouvement de libéralisation durant ses dernières années, changeant ainsi leurs mode d'organisation d'un monopole verticalement intégré à un environnement concurrentiel. Nous avons constaté aussi que l'une des spécificités des IR était la prestation d'un service d'intérêt général et le SU en fait partie. Ensuite, nous nous sommes intéressées à une seule IR, qui est le secteur postal. Nous avons vu que ce secteur présente des similitudes avec les autres IR, tout en ayant des particularités propres à lui, la plus importante est l'existence d'un réseau humain au lieu d'un réseau physiquement installé. Nous avons fait aussi un focus sur l'état du secteur postal dans le monde, où nous avons constaté que l'évolution du secteur postal est plus ou moins différente dans les différents pays. Nous nous sommes intéressées, par la suite, au secteur postal algérien, qui a été sujet à une description détaillée. Nous avons vu que le marché postal algérien est toujours sous monopole dans un segment du marché (courrier nationale), mais qu'il existe une concurrence dans les autres segments du marché (courrier express international et courrier de la simple déclaration). Puis, nous avons étudié la régulation dans le secteur postal. Ce dernier requière une régulation particulière compte tenu de ses spécificités et son processus de libéralisation qui a été graduel. Nous avons entamé ensuite, la régulation dans le secteur algérien, où nous avons parlé de l'ARPT, tout en énumérant ses pouvoirs et ses missions.

Nous avons conclu ce chapitre par la notion du SU. Nous l'avons définie, cité ses justifications économiques, et étudié son état en Algérie. Nous avons vu qu'en Algérie, le SU est fourni par l'opérateur historique Algérie Poste, et que les opérateurs tiers opérant dans les segments ouverts à la concurrence contribuent à son financement.

Le second chapitre a été consacré aux modalités de calcul du coût du SU postal. Nous avons, tout d'abord, définie ce qu'est le coût du SU postal. Il existe deux définitions de ce coût, celle en terme d'efficacité et celle en terme de rentabilité. Ensuite, nous avons entamé la question relative aux méthodologies de calcul du coût du SU. Nous avons constaté qu'il n'existe pas une méthode uniforme, mais une panoplie de méthodes, qui sont pour la plupart empruntées du secteur des télécommunications. Nous ne les avons pas toutes énumérées, mais juste les plus communément utilisées.

La méthode du NAC correspond à la différence entre le profit d'un opérateur historique postal avec et sans OSU. Celle-ci a été cependant critiquée du fait qu'elle ne prend pas en compte les effets de la concurrence. La méthode d'EPC est venue répondre à certaines lacunes de la méthode du NAC, elle s'intéresse aux coûts du SU dans un environnement libéralisé. L'EPC compare le profit de l'opérateur postal dans une situation de monopole réglementé avec OSU à son profit avec les mêmes obligations dans une situation de concurrence. L'EPC présente aussi des inconvénients, dans la mesure où l'approche suppose qu'il n'y a pas de réaction de l'opérateur face au comportement des concurrents ce qui peut engendrer des risques d'écroulement. L'approche du coût de rentabilité, développée par CREMER et al.(2000), consiste en la comparaison entre le profit de l'opérateur en situation de concurrence sans OSU et son profit en situation de concurrence avec OSU. Cependant le scénario où l'opérateur n'est pas soumis à l'OSU dans un environnement libéralisé est difficile à observer, de plus elle requière beaucoup de données. La dernière approche que nous avons citée est l'approche DA, celle-ci détermine le coût en déduisant les bénéfices apportés par certains produits du SU de la somme des pertes des autres produits du SU. Elle n'implique pas une définition d'un scénario contrefactuel dans lequel l'opérateur historique n'est pas soumis à l'OSU.

De toutes ces méthodes, nous avons constaté que l'applicabilité de ces dernières ou de l'une d'entre elles, n'est pas envisageable pour le cas algérien, et ce pour plusieurs raisons. L'inobservation des scénarios où l'opérateur n'est pas soumis à l'OSU dans un environnement libéralisé, étant donné que le secteur postal algérien n'est pas encore

totallement ouvert à la concurrence. La carence des données que requièrent ces approches. La rigidité des tarifs appliqués dans le secteur postal algérien, des tarifs fixés par l'Etat, ainsi que l'absence d'une comptabilité analytique. Face à cela, nous avons développé une méthode qui s'adapte à l'environnement dans lequel baigne le secteur postal algérien. Celle-ci a fait l'objet de la seconde section de ce chapitre. En effet, nous avons parlé d'abord de l'évaluation du SU faite par l'ARPT, leur étude consistait principalement en la détermination des clés de répartitions concernant la charge du travail et la répartition d'effectif dans les bureaux de poste. Et ce dans le but de séparer entre le SU et hors SU, car il n'existe pas de séparation entre les différents services. Ensuite nous avons détaillé notre méthode d'évaluation du coût du SU.

Notre méthode consiste, en premier lieu à identifier les zones pour lesquelles les coûts sont supérieurs aux bénéfices qu'elles génèrent, en d'autres termes non rentables. Nous avons constaté que ces zones sont les zones rurales. En second lieu, il s'agissait de calculer le coût pour chaque produit du SU dans chaque zone, pour ensuite en tirer le coût moyen de la fourniture d'une seule unité de chaque produit du SU dans ces zones, de le comparer à son tarif, puis de calculer le déficit total et de le comparer enfin avec le déficit déclaré par l'opérateur. Mais, en raison de l'absence de données, d'une comptabilité analytique, et le manque de temps, nous avons été contraintes d'ajuster le modèle. Le modèle alternatif suivait la même démarche que celui de base, sauf qu'au lieu de calculer pour chaque produit du SU, nous avons calculé le coût du SU tous produits confondus pour chaque zone, et nous l'avons comparé avec les recettes totales de chaque zone, au lieu du tarif. Nous avons abouti à ce que **18,86%** de la population totale desservie par **43,5%** des bureaux de poste représentent **46,81%** du déficit calculé par l'ARPT. Un taux relativement élevé vu la non prise en compte de la totalité des bureaux du territoire national. Nous n'avons pas pu comparer le déficit obtenu avec le déficit déclaré par Algérie poste, car tout simplement, le déficit déclaré contient tous les services (SU et hors SU), et il est plus faible que le déficit que nous avons obtenu. Ce qui peut être expliqué par le fait qu'en absence d'une séparation entre les différents services, une partie des coûts du SU a été compensée par les bénéfices des services hors SU (qui sont généralement bénéficiaires, essentiellement des services financiers), que nous pouvons qualifier d'une subvention croisée implicite.

A la lumière de nos résultats, faire une étude plus détaillée sur un échantillon plus large des bureaux de poste pour avoir des clés de répartition plus précises aurait été préférable, mais

## *CONCLUSION GENERALE*

---

la contrainte du temps nous a été un obstacle infranchissable. La disponibilité d'une comptabilité analytique qui permettrait d'avoir des données précises nous aurait été d'une grande aide. Car elle aurait facilité le déroulement de la méthode théorique telle que présentée avant l'ajustement, et elle nous aurait permis de calculer le coût moyen de chaque produit du SU pour pouvoir le comparer au tarif. Ce qui aurait permis d'avoir une meilleure vision sur les niveaux des tarifs par rapport aux coûts et d'espérer une éventuelle révision des tarifs appliqués.

## **BIBLIOGRAPHIE**

### ❖ **Ouvrages**

- TOLEDANO, Joëlle. *Economie postale, les fondements*. Edition Economica, Paris, 2004, 427p.
- CREW, Michael A. KLEINDORFER, Paul R. *Reinventing the Postal Sector in an Electronic Age*. Cheltenham et al. Edward Elgar Publishing, USA, 2011, 392p.
- CREW, Michael A. KLEINDORFER, Paul R. *Heightening Competition in the Postal and Delivery Sector*. Cheltenham et al. Edward Elgar Publishing. Cheltenham et al.: Edward Elgar Publishing, USA, 2011, 405p.

### ❖ **Articles**

- ANGELIER, Jean-Pierre. Les changements institutionnels dans les industries de réseaux : une libéralisation prématurée dans les pays en développement, *Institutions et croissance économique*, 2006, Oran, 15p.
- ATTIAS, Danielle. Concurrence et régulation des services publics : comparaison internationale, *Commissariat général du plan, La documentation Française*, Mai 1997, France, 222p.
- BEAUX, Amélie. La régulation du marché postale en France, *Jurisdoctoria* n° 9, 2013, Paris, 27p.
- BAILLY, Jean-Paul. Avant-propos : La poste et l'économie postal. In TOLEDANO, Joëlle, (ed.), *Economie postale, les fondements*. 2004, Paris : Economica, p. XII
- BERGOUGNOUX J., BAUMSTARK L., JESTIN-FLEURY N. Services publics en réseau: perspectives de concurrence et nouvelles régulations. *Commissariat Général du Plan, La Documentation française*, 2000, Paris, 347p.
- BOURGEOIS, Isabelle. Marché postal allemand : libéralisation sans concurrence, *Regards sur l'économie allemand*, 2008, France, 17p.
- BOURGUIGNON, Hélène. CAZENAVE, Thomas. Service universel, contrainte de qualité et concurrence. *Revue française d'économie*, Volume 24, no 2, 2009, pp. 125-151.
- BRADLEY, Michael. Global Business Services. Quantitative Analysis of the Universal Service Obligation. *Rapport final, United States Postal Service*, 2008, USA, 52p.

- BROUSSOLLE, Damien. Postal services deregulation in the EU, market, social and territorial cohesion issues, *The Service Industries Journal*, Vol. 29, No. 4, 2009, France, pp. 473 –490.
- CALZADA, Joan. JAAG, Christian. TRINKNER, Urs. Universal service auctions in liberalized postal markets. In CREW, Michael A. and KLEINDORFER, Paul R. 2011. Heightening Competition in the Postal and Delivery Sector. Cheltenham et al. : Edward Elgar Publishing, pp. 263-277.
- CAMPBELL, JAMES I. Universal Service Obligation: History and Development of Laws Relating to the Provision of Universal Postal Services. In COHEN, ROBERT H. CAMPBELL, JAMES I. PANZAR, JOHN C., et al. (ed.), Study on Universal Postal Service and the Postal Monopoly. 2008, School of public policy, George Mason University, 269p.
- CAZALS, C. CREMER, H. FLORENS, J-P. et al. Economie des services postaux : rapport de recherche, Groupe de recherche en économie mathématique et quantitative, 1999, France, 95p.
- CREMER, Helmuth. Concurrence et service public dans le secteur postal, In TOLEDANO, Joëlle, (ed.), Economie postale, les fondements. 2004, Paris : Economica, pp. 7-14.
- CREMER, Helmuth. Introduction du chapitre 5 : structure des prix, remises et charges d'accès. In TOLEDANO, Joëlle, (ed.), Economie postale, les fondements. 2004, Paris : Economica, pp. 311-318.
- CREMER, Helmuth. CRIMAUD, André. LAFFONT, Jean-Jacques. Le coût du service universel dans le secteur postal. 2000. In TOLEDANO, Joëlle, (ed.), Economie postale, les fondements. 2004, Paris : Economica, pp. 398-422.
- CREMER, Helmuth. GASMI, Farid. GRIMAUD, André. Et LAFFONT, Jean-Jacques. Universal service: an economic perspective. *Annals of Public and Cooperative Economics*, 72:1, 2001, USA, pp. 5-43.
- DEHOUSSE, Franklin. MACZKOVICS, Carole. L'ouverture du marché postal : Réglementation européenne et application en Belgique. *Courrier hebdomadaire du CRISP*, no 1749, 2002, 63p.
- DE DONDER, Philippe. ROY, Bernard. CREMER, Helmuth., et al. Social costs and benefits of the universal service obligation in the postal market, *IDEI Working Paper*, no 456, 2007, 19p.

- DE DONDER, Philippe. Access Pricing in the Postal Sector. 2004. Institute of Strategy and Business Economics, University of Zurich, Zurich, 31p.
- Examens de l'OCDE de la réforme de la réglementation la réforme de la réglementation de la suisse. Les autorités de régulation dans le transport aérien, ferroviaire, les télécommunications et les services postaux. 2006, OCDE, 145p.
- Examen de l'OCDE sur la réforme de la réglementation : La réforme de la réglementation en Pologne. Les secteurs de la poste et de l'énergie. *Organisation de coopération et de développement économiques*, 2002, 70p.
- FOUA, Jean Biwolé. « Privatisation des Industries de Réseaux et développement durable : le cas du Cameroun », *Chaire d'Histoire économique et d'Economie du Développement*, 2006, Suisse, 22p.
- GENOUD, Christophe. VARONE, Frédéric. Libéralisation des services de réseau et responsabilité publique le cas de l'électricité, In: *Politiques et management public*, vol. 19 n° 3, 2001. Les nouvelles exigences de la responsabilité publique. Actes du dixième colloque international. 2000, Paris, 19p.
- JAAG, Christian, Martin KOLLER, Urs TRINKNER, et al. Postal Markets and Electronic Substitution: What is the Impact of Convergence on Regulatory Practices and Institutions?. 2010, in CREW, Michael A. and KLEINDORFER, Paul R. 2011. Reinventing the Postal Sector in an Electronic Age. Cheltenham et al. : Edward Elgar Publishing, pp. 109-122.
- JAAG, Christian. TRINKNER, Urs. A General framework for regulation and liberalization in network industries. *Swiss Economic*, 2009, Suisse, 27p.
- JAAG, Christian. KOLLER, Martin. TRINKNER, Urs. Calculating the cost of the universal service obligation – the need for a global approach, *Swiss Economics*, 2008, Suisse, 23p.
- LAFFONT, Jean-Jacques. TIROLE, Jean. Préface. In TOLEDANO, Joëlle, (ed.), *Economie postale, les fondements*. 2004, Paris : Economica, pp. 1-4.
- LINDEN, J. Van der. « Réforme de marché dans les industries de réseau en Belgique », *Le Bureau fédéral du Plan*, 2005. Belgique, 106p.
- Les cahiers de l'ARCEP, A la recherche d'un nouveau modèle économique postal, *La revue trimestrielle de l'ARCEP*, n°5 janvier, février, mars 2011, France, 68p.

- MAEGLI, Martin. JAAG, Christian., et FINGER, Matthias. Coûts de la régulation des industries de réseaux : enseignements du réseau postal, *Revue d'économie industrielle*, no.127, 3e trimestre 2009, France, 23p.
- PENARD, Thierry. L'accès au marché dans les industries de réseau : enjeux concurrentiels et réglementaires, *Revue internationale de droit économique*, n°2-3, 2002, France, 21p.
- PENARD, Thierry. Libéralisation et réglementation dans les industries de réseau. *Revue de l'Institut d'Économie Publique*, no 12, 2003, Bruxelles, pp.39-43
- PANZAR, J.-C. Interactions between Regulatory and Antitrust Policies in a Liberalized Postal Sector, in Crew, M.-A. Kleindorfer, P.-R. And Campell, J.-I. (ed), 2008, *Handbook of Worldwide Postal Reform*. Cheltham et al.: Edward Elgar Publishing. 32p.
- ROY, Bernard. CREMER, Helmuth. TOLEDANO, Joëlle., et al. Structure optimale des prix dans le secteur postal. In TOLEDANO, Joëlle, (ed.), *Economie postale, les fondements*. 2004, Paris : Economica, pp.318-328.
- ROY, Bernard. CREMER, Helmuth. TOLEDANO, Joëlle., et al. Accès et tarification dans le secteur postal. In TOLEDANO, Joëlle, (ed.), *Economie postale, les fondements*. 2004, Paris : Economica, pp. 329-343.
- TOLEDANO, Joëlle. Premières étapes vers de nouveaux modèles d'économie postale pour les pays en développement: enseignements tirés de l'expérience en Amérique latine. In *Economie postale dans les pays en développement*, Union postale universelle, Bureau international, 2009, Chapitre 1, 25p.
- TOLEDANO, Joëlle. Royaume-Uni, Allemagne, Suède et les autres : Des cheminements différents vers l'ouverture, 1995, éd. *Economie postale, les fondements*, pp. 219-234.
- TOLEDANO, Joëlle. La Suède, laboratoire de la régulation postal. 2003, éd. *Economie postale, les fondements*, 2004, Paris : Economica, pp. 235-262.

❖ **Thèses et mémoires**

- EL ACHHAB, Mohamed. *Les contraintes environnementales du monopole postal marocain: éléments d'une régulation*. Mémoire présenté pour l'obtention du diplôme du cycle supérieur de gestion. Marco, Institut supérieur de commerce et d'administration des entreprises, 2007, 375p.

- LECOUC, Sébastien. Missions de service public et régulation en environnement concurrentiel : Application au secteur postal, Thèse pour obtenir le grade de docteur discipline : sciences économiques, Université Paris I-Panthéon-Sorbonne, Paris, 314p.

❖ **Rapports**

- Autorité de régulation de la poste et des télécommunications. Rapport annuel d'activité, 2001, Algérie, 58p.
- Autorité de régulation de la poste et des télécommunications. Rapport annuel d'activité, 2002, Algérie, 97p.
- Autorité de régulation de la poste et des télécommunications. Rapport annuel d'activité, 2010, Algérie, 91p.
- Autorité de régulation de la poste et des télécommunications. Rapport annuel d'activité, 2011, Algérie, 57p.
- Autorité de régulation de la poste et des télécommunications. Mise en place du service universel postal. Algérie, 10p.
- CRC SOGEMA. Évaluation des coûts du service universel et des missions de service public de la Poste algérienne. Assistance technique pour la détermination des coûts des obligations du service universel postal et des missions de service public en Algérie, 2002, Algérie, 58p.
- DOMINIQUE, Jean-Marie. TERESA, Francis. La libéralisation du secteur postal au Royaume-Uni. *Guide répertoires des missions économiques*, Mai 2003, Londres, 56p.
- DUCHESNE, Claudine. SANSAS, Daniel. ARCIER, Lionel. Le marché postal américain : contexte législatif et modalités d'accès au réseau postal. *Rapport final du Conseil général des technologies de l'information, Ministère de l'économie des finances et de l'emploi*, janvier 2008, France, 128p.
- Frontier Economics. Study on the principles used to calculate the net costs of the postal USO. A report prepared for the european commission, Frontier Economics, 2013, London, 286p.
- Les marchés postaux en Allemagne, en Espagne, aux Pays-Bas, au Royaume-Uni et en Suède, *Rapport de benchmark des marchés postaux ARCEP*, 2009 , France, 29p.
- Promouvoir la concurrence dans le secteur postal, *Synthèse de l'OCDE*, 2001, 8p.

- Statut et structures des entités postales dans les Pays-membres de l'UPU, rapport de l'UPU, 2009, Berne, 359p.

❖ **Colloques**

- Réseau MONDER, « L'Ouverture à la concurrence dans le secteur des industries de réseaux : les consommateurs sont-ils satisfaits ? », *Colloque, Martigny*, 2006. Suisse, 17p.

❖ **Lois et textes juridiques**

- Décret exécutif n°03-232 du 24 juin 2003 déterminant le contenu du service universel de la poste et des télécommunications, les tarifs qui lui sont appliqués et son mode de financement. Journal officiel de la république algérienne n°39 du 29 juin 2003, Algérie.
- Loi 2000-03 du 5 août 2000, Journal officiel n°48, 2000, Algérie.

**WEBOGRAPHIE**

- <http://academie-des-sciences-commerciales.org>
- <http://www.arcep.fr/>
- <http://www.arpt.dz/>
- <http://www.bipt.be/>
- <http://www.cairn.info/>
- <http://ec.europa.eu/>
- <http://europa.eu/>
- <http://idei.fr/>
- <http://www.ladocumentationfrancaise.fr/>
- <http://www.persee.fr/>
- <http://www.poste.dz>
- <http://www.teraconsultants.fr/>
- <http://www.touteurope.eu/>
- <http://www.swiss-economics.ch/>

# ANNEXE

28 Rabie Ethani 1424  
29 juin 2003

JOURNAL OFFICIEL DE LA REPUBLIQUE ALGERIENNE N° 39

7

## ANNEXE

### TARIFS APPLICABLES AUX PRESTATIONS ET SERVICES DE LA POSTE ET DES TELECOMMUNICATIONS RELEVANT DU SERVICE UNIVERSEL

#### Poste

#### *La poste aux lettres*

Régime intérieur (ALGERIE)				
Lettres			Paquets poste	
Poids en Grs	Ordinaires DA	Recommandées DA	Poids en Grs	Tarif (DA)
Jusqu'à 20	5,00	25,00	Jusqu'à 250	10,00
20 à 100	11,00	31,00	250 à 500	15,00
100 à 250	25,00	45,00	500 à 1000	23,00
250 à 500	33,00	53,00	1000 à 2000	33,00
500 à 1000	41,00	61,00	2000 à 3000	42,00
1000 à 2000	58,00	78,00	Imprimés	
Cartes postales : 4,50 DA			Jusqu'à 20	2,00
			20 à 100	4,00
			100 à 200	7,00
Journaux et écrits périodiques				
Poids de l'exemplaire (gr.)	Journaux non routés	Journaux routés ou hors sac	Autres journaux (DA)	
Par exemplaire et par 100 grs. ou fraction de 100 grs.	0,50 DA	0,20 DA	1,00 DA	
Valeurs déclarées				
Catégories	Poids maximal en kg	Tarifs de port	Maximum de la déclaration	Tarifs d'assurance
Lettres VD	2	Tarif des lettres recommandées	10.000 DA	Jusqu'à 1.000 DA: 35,00 DA
Boîtes VD	15	Même tarif que les LVD jusqu'à 2 kg	10.000 DA	Au-dessus et par 100 DA : 2,50 DA
Paquets VD	3	Au-dessus 12,00 DA par 1000 g ou fraction de 1000 g	5.000 DA	
Colis postaux				
Poids en Kgs			Tarifs DA	
Jusqu'à 5			25,00	
5 à 10			40,00	
10 à 15			62,00	
15 à 20			83,00	

Les cécogrammes : gratuits

Les paiements des pensions et des mandats de retraite : gratuit

*Les télégrammes*

NATURE DES PRESTATIONS OU DES SERVICES	TARIFS (En DA)
<b>A. Service télégraphique :</b>	
<b>A.1. Télégrammes privés ordinaires et télégrammes officiels du régime intérieur :</b>	
— Quelle que soit la destination (par mot).....	0,35
(minimum de perception : 10 mots)	
— Tarif supplémentaire fixe (par télégramme) .....	4,20
<b>A.2. Télégrammes spéciaux :</b>	
<b>A.2.1. Télégrammes mandats</b>	
— Tarif télégraphique (par mot) .....	0,35
— Tarif supplémentaire (par télégramme mandat) .....	11,90
<b>A.2.2. Télégrammes de presse ordinaires</b>	
— Par télégramme (minimum de perception : 10 mots)	Tarif égal à la moitié d'un télégramme ordinaire d'un même nombre de mots
<b>A.3. Avis de service taxes :</b>	
<b>A.3.1. Télégraphique</b>	
— Ordinaire .....	Tarif égal à celui des télégrammes ordinaires
— Demande de répétition de mots supposés erronés :	
— Tarifs basés sur les mots à répéter, minimum de perception (10 mots) .....	3,50
<b>A.3.2. Postal</b>	
— Tarif d'une lettre ordinaire de 20 grammes affranchie au tarif normal majoré de..	2,80

**Télécommunications**

Acheminement des appels d'urgence : gratuit.