



# Pourquoi la distribution universelle gratuite est-elle nécessaire au développement des trafics?

## *Le cas subsaharien*

Atelier sur la régulation postale  
(FRATEL)

Tunis, le 15 octobre 2008

José Anson et Joëlle Toledano  
Groupe de projet Economie Postale  
Berne (SUISSE)





- **Le manque de développement des envois postaux est-il lié à la faiblesse du développement économique?**
- **Etude économétrique récente: la relation entre croissance des trafics et développement n'est absolument pas évidente pour les pays à bas revenu (Ansón, Cuadra, Linhares, Ronderos et Toledano, 2006)**
- **Approfondir les véritables raisons de la faiblesse des trafics a donc été le principal objectif de l'enquête sur la distribution postale menée en Afrique subsaharienne (2006)**
  - **Examiner les politiques de l'offre tout aussi importantes que la demande**





# Absence de développement des trafics postaux interpelle l'Afrique



- **Développement récent des infrastructures en ASS dans le cadre de stratégies de réduction de la pauvreté**
- **Accès accru aux services collectifs tels qu'eau et électricité (Estache et Goicoechea, Banque Mondiale, 2005)**
- **Boom de la téléphonie mobile en ASS**
  - **Complément plutôt que substitut aux envois postaux dans les pays à bas revenu (Ansón, Cuadra, Linhares, Ronderos et Toledano (2006))**
- **Néanmoins dynamique de développement de la communication postale totalement différente et à contre-courant!**
  - **Seulement un niveau moyen de 3.4 échanges postaux par habitant et par année (poste aux lettres, 2004)**
  - **Trafics décroissants**





- **26 pays sur 47 d'Afrique subsaharienne ont participé à l'enquête**
  - **PIB par habitant: moyenne de 667 dollars E.U.**
  - **Représentent 72 % du PIB total des pays d'ASS**
  - **Population: moyenne de 17.3 millions d'habitants**
  - **Représentent 64 % de la population des pays d'ASS**
  - **Surface: moyenne de 641 000 km<sup>2</sup>**
  - **Représentent 91 % des volumes totaux d'envois postaux (poste aux lettres) en ASS**



# FAITS LES PLUS SAILLANTS





## L'accès à la distribution postale est faible et géographiquement inégal



- Forte prédominance de la distribution en boîtes postales dans 24 des 26 pays couverts par l'enquête
- Faible ou mauvaise couverture en terme d'accès à la distribution postale: 50 % des pays d'ASS en-dessus de 297 habitants par boîte postale et 50 % en dessous
  - Distribution « sous couvert » compromet la qualité du service
- Plus de 80 % de la population et des bureaux de postes situés en-dehors des trois plus grandes villes du pays à la médiane
- Mais plus de 2/3 des boîtes postales disponibles dans les trois plus grandes villes du pays à la médiane
  - La distribution n'est clairement pas universelle





# Envoyer une lettre est habituellement bon marché en ASS



	<b>Prix lettre par rapport au prix du pain (1 kg)</b>	<b>Prix lettre par rapport au prix du riz (1 kg)</b>	<b>Prix lettre par rapport au prix de la viande (1 kg)</b>	<b>Prix lettre par rapport téléphonie mobile (1 minute)</b>
<b>Médiane</b>	<b>0.21</b>	<b>0.33</b>	<b>0.10</b>	<b>1.00</b>
<b>Minimum</b>	<b>0.04</b>	<b>0.07</b>	<b>0.01</b>	<b>0.27</b>
<b>Maximum</b>	<b>1.75</b>	<b>1.25</b>	<b>1.00</b>	<b>7.14</b>





# Envoyer une lettre est habituellement bon marché en ASS



	<b>Prix lettre par rapport au prix du pain (1 kg)</b>	<b>Prix lettre par rapport au prix du riz (1 kg)</b>	<b>Prix lettre par rapport au prix de la viande (1 kg)</b>	<b>Prix lettre par rapport téléphonie mobile (1 minute)</b>
<b>Médiane</b>	<b>0.21</b>	<b>0.33</b>	<b>0.10</b>	<b>1.00</b>
<b>Minimum</b>	<b>0.04</b>	<b>0.07</b>	<b>0.01</b>	<b>0.27</b>
<b>Maximum</b>	<b>1.75</b>	<b>1.25</b>	<b>1.00</b>	<b>7.14</b>

**Concurrents facturent à l'expéditeur 7.5 le prix médian de la poste!!!**







# ... Louer une boîte postale l'est nettement moins ...



	Prix d'une boîte par rapport au prix d'une lettre (1 envoi)	Prix d'une boîte par rapport au prix du pain (1 kg)	Prix d'une boîte par rapport au prix du riz (1 kg)	Prix d'une boîte par rapport au prix de la viande (1 kg)	Prix d'une boîte par rapport à la téléphonie mobile (1 minute)
<b>Médiane</b>	<b>56.3</b>	<b>13.3</b>	<b>19.7</b>	<b>6.2</b>	<b>57.3</b>
<b>Minimum</b>	<b>19.3</b>	<b>2.5</b>	<b>4.3</b>	<b>0.7</b>	<b>32.1</b>
<b>Maximum</b>	<b>334.6</b>	<b>73.9</b>	<b>80.3</b>	<b>50.0</b>	<b>275.0</b>





**... ce qui rend le coût total d'un échange 2 à 3 fois moins abordable ... et seulement la 1/2 du prix des concurrents**

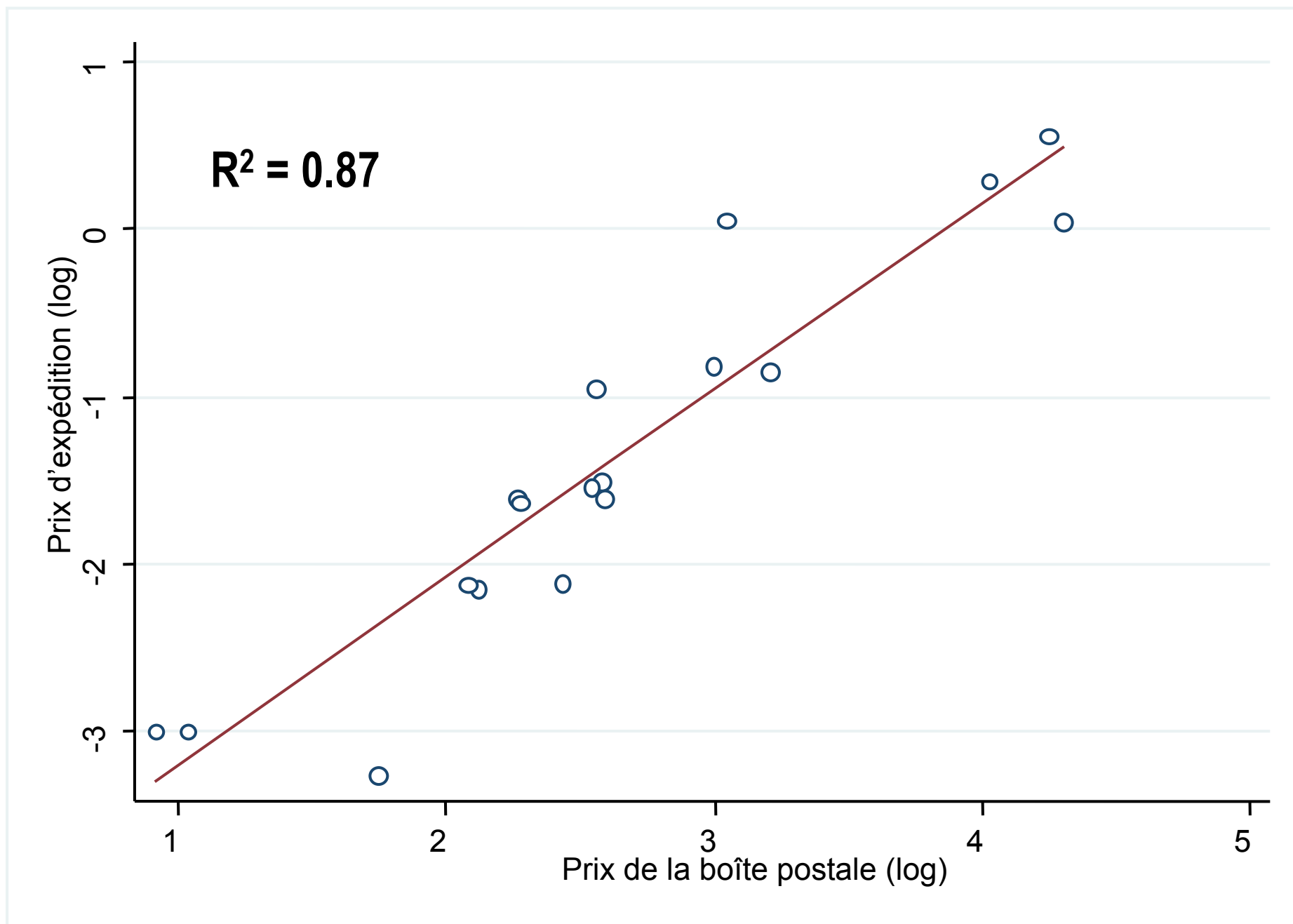


- **Combiner le prix que paie l'expéditeur et le destinataire rend le coût de la transaction d'un échange postal plutôt élevé en ASS**
- **En général, les destinataires doivent payer en avance et en une seule fois le prix de location de la boîte postale**
  - **En dépit que les ménages d'ASS sont sévèrement contraints en terme de budget**
  - **Ce qui réduit d'autant plus le caractère abordable des services postaux ... sans parler des effets désastreux du partage de boîtes sur la qualité de service**
- **Une fois que l'on compare le coût de la transaction par la poste pour les deux parties d'un envoi avec celui de ses concurrents « de fait », les opérateurs privés ne sont plus que deux fois plus chers**





# Comme avant Rowland Hill: pas de réflexion sur le rôle respectif des tarifs d'émission et de réception en ASS





## Evaluation de la confiance des clients envers les opérateurs postaux désignés en ASS



- **Auto-distribution: 70 % des services collectifs (resp. 87 % électricité, 86 % eau, 33 % telecom) distribuent leur courrier eux-mêmes**
  - **Ils encaissent aussi le montant de leurs factures dans 94% des cas**
- **24 % des banques n'utilisent pas l'opérateur postal désigné pour distribuer leurs envois**
- **91 % des pays sont confrontés à de la concurrence de fait ou illégale sur le marché des envois de la poste aux lettres**
- **50 % des concurrents (avec ou sans license) facturent plus de 7.5 fois le prix de l'opérateur postal désigné pour un envoi**
- **Ces résultats suggèrent que les clients ne font pas complètement confiance aux opérateurs postaux désignés d'ASS**





**“By chance he witnessed a touching scene, a postman brought a letter from London addressed to a young village girl. She examined the letter, but because the postage on it was so great she refused to accept it. Rowland Hill intervened but the girl was clearly embarrassed by his action. Patiently he questioned her and she finally confessed that the letter was from her fiancé working in London, but as she was too poor to afford letters from him they had devised a neat stratagem. By various ingenious signs and marks drawn on the covering of the letter the young man was able to let her know that he was keeping well and that he still loved her. Rowland was profoundly disturbed by this story and he pondered on the problem”.**

Source: <http://members.tripod.com/~midgley/rowlandhill.html>





## Permettre le développement des effets clubs grâce à une autre politique tarifaire: ne pas faire payer le destinataire



- **Sur des plateformes bifaces, chaque partie ne devrait pas nécessairement payer en fonction des coûts respectifs qu'elle engendre**

- **L'objectif est de maximiser la participation à la plateforme**

- **L'élasticité-prix de chacune des parties compte: demande inélastique de l'expéditeur (Fève et al., 2006)**

- **Nous savons peu sur l'élasticité respective de chacune des parties à l'échange postal en ASS**





## ● Externalités intergroupe (Armstrong, 2005): entreprises (E) bénéficient davantage que les clients (C) dans l'interaction

- les envois E vers C (« B2C ») devraient être le moteur du développement des trafics postaux en ASS
  - consensus qu'E vers C est le segment des postes dans le contexte actuel des communications, et probablement aussi de demain
- le modèle de distribution actuel en boîtes postales payantes correspond à une pure logique intragroupe, E vers E
  - ce n'est pas un modèle de distribution universelle
  - souvent ce trafic entre entreprises est en main des concurrents

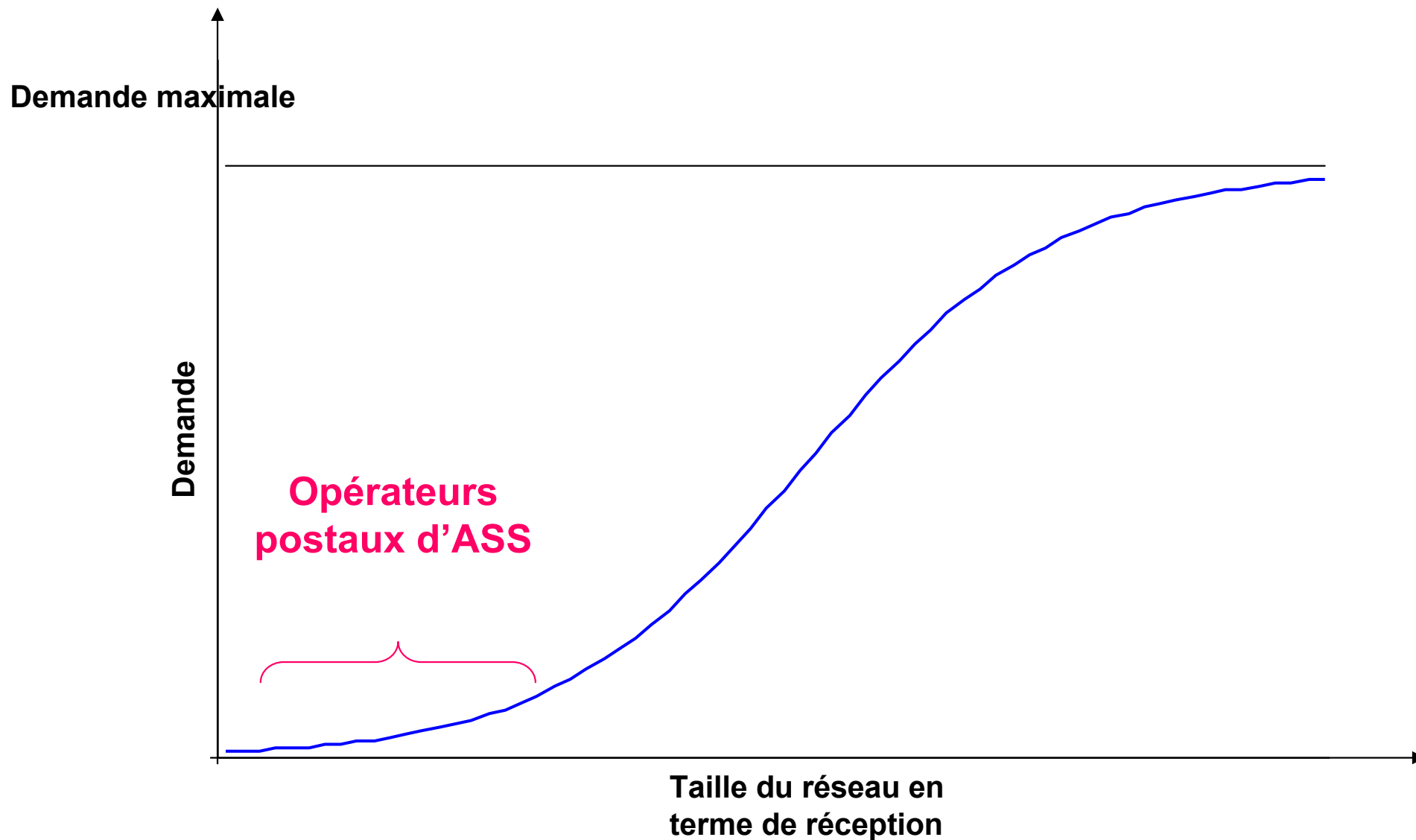
## ● Coûts de transaction: les réduire peut mener à une plus grande participation à la plateforme de communication postale

- Les économies d'ASS très sensibles aux coûts de transaction
- Ménages sévèrement contraints d'un point de vue budgétaire
- Ne pas faire payer le destinataire rend la plateforme de communication postale plus intéressante pour les deux parties aux échanges





# Une opportunité manquée dans les pays d'ASS: un simple exemple d'effet club





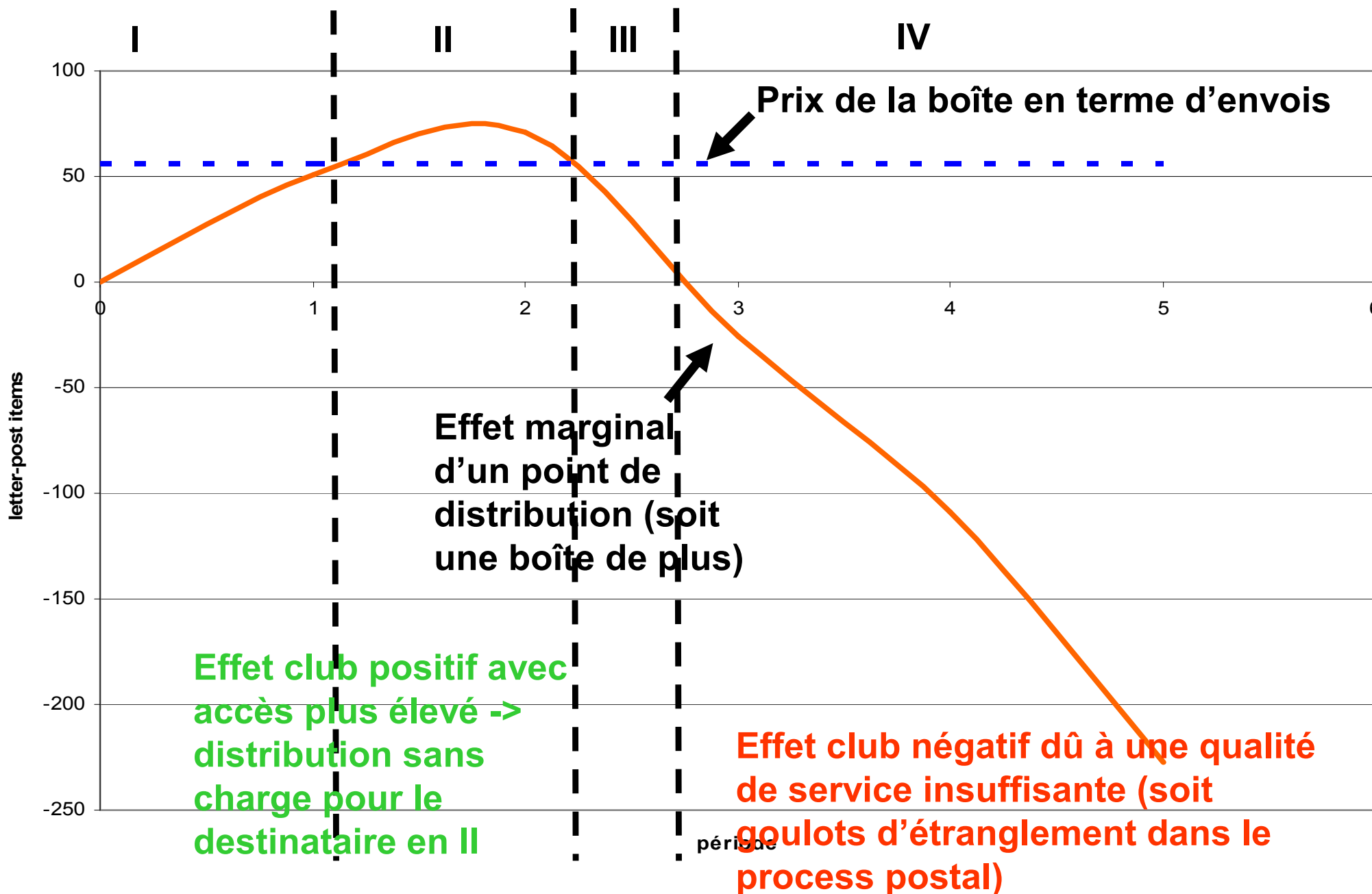


- **La concurrence *de facto* a échoué dans la fourniture d'une communication physique E vers C efficace**
- **Résultat sur le bien-être: beaucoup de ménages d'ASS exclu d'un accès régulier à la distribution postale**
  - **la dynamique actuelle ne permet pas le développement du service universel**
- **Le cas du « multi-homing »: possible effet négatif sur le bien-être de la concurrence entre deux plateformes bifaces (p.ex. Rochet et Tirole, 2003)**
  - **Stratégies d'équilibre avec une plateforme maximisant la charge à l'usage pour l'une des parties tandis que l'autre plateforme maximise la charge à l'accès à l'autre partie**
  - **Typiquement le cas de ce qui est observé en ASS**





# Aller vers une distribution sans charge pour le destinataire? Estimation GMM des effets clubs vs. enquête





## **Conclusion: l'Afrique subsaharienne reste dans l'attente d'une distribution gratuite pour le destinataire**



- **La faiblesse du développement des échanges postaux en Afrique en Afrique subsaharienne est probablement liée au modèle actuel de distribution en boîtes postales payantes**
- **Les tarifs postaux ne sont plus abordables une fois que l'on combine le prix d'expédition et de réception**
- **La concurrence de fait entre plateformes de communication postale a plutôt exclu qu'inclus de nouveaux utilisateurs postaux**
- **Frein au développement des systèmes d'adressage pourtant cruciaux au développement économique**
  - **cercle vicieux: pas d'adresse, pas de compte, pas de compte pas de courrier, pas de courrier pas d'adresse, etc.**





# **Economie postale dans les pays en développement**

**Les postes: infrastructure du XXIème siècle?**

**Edité par Joëlle Toledano et José Ansón**

**Commandes aux prix de CHF 35.- membre et CHF 50.- non membre auprès de:**

**[publications@upu.int](mailto:publications@upu.int)**

