

POSTE

Alternative Post, l'un des deux principaux opérateurs alternatifs à La Poste, est en grandes difficultés financières. L'ouverture totale à la concurrence en 2011 promet d'avoir des effets limités.

La concurrence de La Poste a du mal à émerger

Elle fait partie de la petite vingtaine d'entreprises pionnières venues défier La Poste. Créé en 2007, l'opérateur Alternative Post est confronté à une grave crise financière, symptomatique de la difficulté à s'implanter dans ce secteur. Un comité d'entreprise extraordinaire, prévu initialement hier, a été repoussé de quelques jours pour des raisons juridiques. Il ne fait toutefois déjà guère de doute pour les quelque 300 salariés que la société est menacée de fermeture pure et simple.

Après 1,2 million d'euros de pertes en 2008, Alternative Post, qui pensait atteindre l'équilibre cette année, pourrait en effet voir ses pertes se creuser à - 2,7 millions. Surtout, la société est confrontée à une crise de liquidités, les salaires d'octobre n'ayant pas été versés. « Avec 3,5 millions d'euros d'apports initiaux, la société était sous-capitalisée. Les actionnaires ont remis de l'argent en octobre, mais cela ne suffit pas », explique Christophe Viornery, son président.

Alternative Post était la seule entreprise - avec Adrexo - à avoir osé défier La Poste au niveau national sur le segment ouvert à la

concurrence, à savoir le courrier de plus de 50 grammes. Elle avait même trouvé une astuce pour contourner le monopole sur les lettres de moins de 50 grammes, en créant un système de code-barres remplaçant la traditionnelle adresse postale (la seule reconnue par la loi). De grands clients comme Canal+ avaient été séduits par l'offre.

Cela n'a pas suffi. « Ce n'est jamais très bon pour le marché qu'un opérateur alternatif ne réussisse pas son pari, ça ne va pas inciter les clients à faire preuve de moins de frilosité », estime Denis Cayet, PDG d'IMX et président de la Fédération des acteurs postaux alternatifs (Fapa). Cet échec d'Alternative Post intervient un an et demi après le retrait d'Adrexo du

segment du courrier, qui a préféré se recentrer sur le colis. Si bien que la part de marché des nouveaux entrants reste très faible sur le segment ouvert à la concurrence : elle était de 4,5 % en 2008, « et j'ai plutôt l'impression qu'elle a baissé depuis », selon Denis Cayet. « Il est très difficile de mettre en place une logistique pointue et d'identifier les besoins des clients. Sans oublier qu'il faut compter avec une législation qui ne favorise pas une concurrence équitable », poursuit le président de la Fapa.

La libéralisation complète en 2011 - avec l'accès aux courriers de moins de 50 grammes qui représentent 75 % des revenus du marché - ne devrait pas changer fondamentalement la donne. « Il ne se passera sans doute pas grand-chose avant dix ans », juge Denis Cayet. Dans les pays qui ont déjà basculé, la part de marché des nouveaux venus reste faible. En France, l'impact sur les volumes pourrait n'être que de - 0,5 % par an sur les volumes selon certains responsables de La Poste, bien loin de l'effondrement provoqué par Internet.

RENAUD HONORÉ