

**Recommandations du Comité consultatif pour les services postaux
concernant le Livre vert de la Commission européenne du 29 novembre 2012 sur le
marché intégré de la livraison de colis pour soutenir la croissance du commerce
électronique dans l'Union européenne**

Bruxelles, le 14 février 2013

I. Remarque préliminaire

Le Comité consultatif pour les services postaux (ci-après, le Comité) juge le marché de la livraison de colis concurrentiel et n'estime pas opportun de le réglementer davantage. Par ailleurs, il importe que toute réglementation y relative soit technologiquement neutre.

II. Réponses aux questions de la Commission

Questions 1 à 4. Le cadre réglementaire et institutionnel du marché de la livraison de colis de l'Union

- 1. Aux fins du présent livre vert, la notion de colis s'entend au sens large et inclut tout article pesant jusqu'à 30 kilogrammes. Y a-t-il des éléments particuliers que vous considérez comme d'importance fondamentale pour la définition de la notion de colis dans le contexte de l'établissement d'un marché de la livraison de colis plus intégré et performant dans l'UE?**
- 2. Le cadre existant est-il un obstacle à la création d'un véritable marché européen intégré de la distribution des colis qui réponde aux besoins et attentes des marchands en ligne, des consommateurs et des travailleurs du secteur? Si oui, dans quelle mesure?**
- 3. Quelles sont les trois principales difficultés que crée le cadre réglementaire? Qu'est-ce qui pourrait être fait pour vous aider à surmonter ces difficultés, à court et à long terme?**
- 4. Pensez-vous qu'il existe des lacunes réglementaires ou qu'il est nécessaire d'adopter des règles ou des mesures supplémentaires? Dans l'affirmative, veuillez préciser.**

Le Comité ne partage pas, dans le cas de la Belgique, le point de vue de la Commission européenne selon laquelle la livraison de colis pose souvent problème. Le marché de la livraison de colis est compétitif en Belgique, et l'opérateur historique, bpost, n'a jamais été dominant sur ce marché. Pour rappel, le Comité n'estime pas opportun de réglementer davantage le marché de la livraison de colis.

Le Comité estime qu'il y a parfois un problème de transparence des prix et des options de livraison dans la relation *e-retailer* (vendeur sur internet) et *e-shopper*. Les *e-retailers* devraient informer l'acheteur potentiel avec plus de transparence sur les différents modes de livraison possibles.

Le Comité relève aussi (1) une difficulté en raison du régime TVA qui, d'une part, prévoit une exonération pour seulement certains opérateurs postaux (les services publics postaux nationaux

pour l'offre du service universel) et qui d'autre part prévoit des taux de TVA différents dans les 27 Etats membres pour les biens et services vendus on-line ; (2) une difficulté relative aux formalités douanières en cas de vente via des moyens électroniques dans un pays de destination autre que le pays d'expédition. Le Comité fait remarquer à ce sujet qu'il convient de faire une distinction entre la situation de l'exonération de la TVA pour la livraison postale relevant du service universel et les différents pourcentages de TVA appliqués dans les différents Etats Membres pour la vente de services/produits. Les questions de douane ne concernent pas le trafic au sein de l'Union européenne qui est une union douanière commune.

Question 5. Mieux prendre en compte le point de vue du consommateur : plus de transparence - Informations sur les options et les modalités de livraison

a) Quelles informations devraient être mises à la disposition des consommateurs sur le site du marchand en ligne (nom et coordonnées de la ou des sociétés de livraison, prix de la livraison, lieu et moment de la livraison, informations sur la gestion des plaintes, options de localisation et de suivi de la livraison, options de retour des marchandises)?

b) En tenant compte du risque d'un excès d'informations, qu'est-ce qui pourrait être fait pour fournir aux consommateurs, en temps opportun, des informations claires, transparentes et comparables sur la livraison?

L'application des mesures nationales transposant la directive relative aux droits des consommateurs devrait suffire à améliorer la transparence des modalités de livraison des colis en cas de vente à distance via un site de commerce électronique. Le Comité estime qu'il est important que le *e-retailer* soit transparent quant à la TVA, à l'organisation du service de réclamation et à la possibilité de s'adresser à un point de contact auprès du partenaire commercial.

Question 6. Informations sur la qualité et l'exécution de la livraison

a) Parmi les indicateurs de performance, on peut citer notamment la rapidité de la livraison, la couverture géographique de l'opérateur, les retards de livraison ou encore les marchandises endommagées ou perdues. Comment mesurer et recueillir ces informations? La publication de tels indicateurs de performance représenterait-elle une valeur ajoutée pour les consommateurs? Faut-il élaborer des normes pour suivre ces niveaux de performance?

b) Des labels de confiance (par ex. une attestation délivrée par une association professionnelle certifiant que les procédures de livraison d'un opérateur sont fiables parce qu'elles respectent les meilleures pratiques) seraient-ils un meilleur moyen de renforcer la confiance des consommateurs?

c) La certification ISO d'un processus qualité visant à améliorer l'efficacité des livraisons permettrait-elle de renforcer la confiance des consommateurs?

Le Comité estime que les processus logistiques sont complexes et qu'il convient de laisser le marché s'autoréguler, puisqu'il est compétitif.

Question 7. Contrôle indépendant - Qui devrait être le principal responsable du suivi des performances: une association professionnelle, un organisme indépendant, une instance de réglementation?

Le Comité fait remarquer que l'IBPT est déjà compétent dans le cadre du service universel et que le service de médiation pour le secteur postal est compétent pour tout service d'envoi postal.

Question 8. Nécessité et portée éventuelles d'un service de livraison universel pour les colis -
a) Est-il nécessaire de prévoir une nouvelle obligation de service universel pour garantir l'ubiquité, le caractère abordable et la qualité des services de livraison de colis?

b) Dans l'affirmative, quelles pourraient être les principales caractéristiques de ce nouveau service universel (en termes de niveaux de service, de commodité pour le destinataire et de caractère abordable)?

c) Du point de vue des opérateurs de services de livraison, un service universel de livraison de colis serait-il envisageable en termes de coûts ou de rentabilité? Dans l'affirmative, à quel niveau?

d) Quel serait le meilleur moyen de mettre en oeuvre un tel service universel (lignes directrices, révision de la directive postale, nouvel instrument réglementaire renforçant les pouvoirs des instances nationales de réglementation...)?

Le Comité n'estime pas utile d'étendre l'obligation de service universel en matière de livraison de colis ni d'en instaurer une nouvelle.

Question 9. Pas de commentaire.

Question 10. Des solutions de livraison plus efficaces et plus compétitives – maîtriser les coûts - Différentes options peuvent être envisagées pour maîtriser les coûts:

a) Existe-t-il des exemples manifestes ou des meilleures pratiques en matière de solutions alternatives de livraison permettant de réduire les coûts?

b) Existe-t-il des exemples remarquables de meilleures pratiques générant des gains d'efficacité?

c) Quel type de technologie peut ou pourrait réduire le coût de la livraison?

d) Selon vous, qu'est-ce qui peut être fait pour réduire ou faire disparaître les contraintes réglementaires existantes sans compromettre la réalisation de leurs objectifs sous-jacents?

Le Comité cite la « pakstation » (eg. bpack 24/7 station, complété avec notification par SMS) comme exemple de bonne pratique. La standardisation notamment des codes-barres ou de technologies fonctionnellement équivalentes pourrait améliorer les processus de livraison de colis.

Question 11. Des prix compétitifs mais viables – viabilité et transparence des tarifs - Viabilité des tarifs:

a) Estimez-vous que le niveau actuel des prix demandés aux consommateurs pour la livraison à domicile est viable à moyen et à long terme? Sinon, comment pourrait-on y remédier?

b) Les frais réels de livraison supportés par les marchands en ligne doivent-ils être rendus plus apparents pour les consommateurs? Dans l'affirmative, pourquoi?

c) Les frais réels de livraison supportés par la société doivent-ils être rendus plus apparents?

Dans l'affirmative, pourquoi? Et comment?

Le Comité estime qu'il est important pour le consommateur de connaître le prix du transport du colis qui lui est livré. Il est nécessaire également de prévoir des solutions de retour de la marchandise à des conditions acceptables. En Allemagne, les vendeurs en ligne doivent offrir le

retour de la marchandise gratuitement. Cette règle sera instaurée en Belgique également, en application de la législation européenne.

Question 12. a/Le marché est déjà suffisamment concurrentiel. b/Ce n'est pas le client final (que ce soit un consommateur ou une PME) qui choisit l'entreprise qui assurera la remise du colis mais plutôt le webshop. Aussi, les comparaisons de prix n'ont ici que peu d'intérêt pour le client final.

Question 13. Pas de commentaire.

Question 14. Des prix compétitifs mais viables – des prix plus compétitifs pour les services de livraison transfrontière - Comment faire en sorte que les tarifs transfrontières soient plus compétitifs et plus transparents?

a) Faut-il laisser agir les forces du marché pour parvenir aux niveaux de prix et de transparence que demandent les marchands en ligne et les consommateurs?

b) Une surveillance réglementaire accrue irait-elle dans le sens de prix viables pour les consommateurs?

c) L'application d'un prix plafond, sous une forme ou une autre, par colis ou paquet transfrontière envoyé serait-elle envisageable, et serait-ce une solution réaliste et efficace permettant de répondre aux besoins des marchands en ligne et des consommateurs? Quelle serait l'incidence d'un tel prix plafond sur l'offre du marché et sur la concurrence?

Le Comité consultatif ne souhaite pas qu'une réglementation ex ante soit instaurée.

Questions 15 et suivantes. Pas de commentaire.

III. Recommandations

Le Comité consultatif pour les services postaux recommande :

- de ne pas réglementer davantage le marché de la livraison de colis, celui-ci étant déjà concurrentiel.
- d'imposer au e-retailer une obligation d'informer de façon transparente sur les différents modes de livraison possibles
- de prendre des mesures afin que le *e-retailer* soit transparent quant à la TVA, à l'organisation du service de réclamation et à la possibilité de s'adresser à un point de contact auprès du partenaire commercial
- de laisser le marché s'autoréguler
- de ne pas étendre l'obligation de service universel existante en matière de livraison de colis, ni d'en instaurer une nouvelle
- en vue d'améliorer les processus de livraison de colis, de standardiser le système des codes-barres ou de technologies fonctionnellement équivalentes
- de prendre des mesures afin que les clients puissent renvoyer les marchandises à des conditions raisonnables
- de ne pas instaurer une réglementation ex ante.

Corinne Cumps
Secrétaire du Comité consultatif pour les services postaux

Annexe : Livre vert de la Commission européenne du 29 novembre 2012 sur le marché intégré de la livraison de colis pour soutenir la croissance du commerce électronique dans l'Union européenne