



RAPPORT

DU

MEDIATEUR DU SERVICE UNIVERSEL POSTAL

2004

AVRIL 2005



LE MEDiateur DU SERVICE UNIVERSEL POSTAL

Paris, le 19 AVR. 2005

MEDIASUP
TOUR GAMMA A
193 - 195 RUE DE BERCY
75572 PARIS CEDEX 12

Monsieur le Ministre,

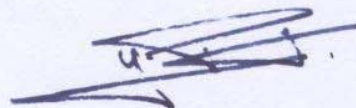
J'ai le plaisir de vous remettre mon rapport public d'activité au titre de l'exercice 2004.

Ce document intègre les avancées permises par l'élaboration et la mise en œuvre, par les services du ministère, d'une base de données autorisant des analyses détaillées des saisines des clients afin de promouvoir les adaptations nécessaires de l'offre du service universel postal.

La concrétisation de la réforme législative du régime de responsabilité permet désormais d'envisager la réalisation des objectifs de transparence et de simplification de la gamme des prestations postales ainsi que de poursuivre l'amélioration de la qualité du service.

Je serais très heureux de pouvoir vous présenter l'ensemble des propositions contenues dans ce rapport et de répondre aux questions que vous souhaiteriez évoquer.

Je vous prie de croire, Monsieur le Ministre, à l'assurance de ma considération distinguée,



Yann PETEL

Monsieur Patrick DEVEDJIAN
Ministre délégué à l'Industrie
139, rue de Bercy
75572 PARIS Cedex 12

Le Ministre délégué à l'Industrie

Paris, le 26 MAI 2005

Monsieur le Conseiller Maître,

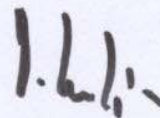
J'ai pris connaissance du rapport sur les activités de médiation postale durant l'année 2004, que vous m'avez remis le 19 avril dernier, en votre qualité de Médiateur du service universel postal.

Je saisis cette occasion pour vous remercier des travaux conduits depuis 3 ans, qui apportent de précieuses informations sur les plaintes des utilisateurs du service postal. Je relève qu'ils ont, en outre, permis l'indemnisation de nombreux clients sur une base transactionnelle, la seule possible dans un régime encore caractérisé par l'absence de responsabilité de droit.

La loi de régulation des activités postales dont l'examen se termine au Parlement, met fin à ce régime en même temps qu'elle crée une autorité de régulation indépendante, l'ARCEP. Celle-ci veillera au respect des missions de service universel de La Poste, et sera investie des pouvoirs utiles pour que les droits des utilisateurs soient respectés. En ce sens, elle se substituera pour la mise en œuvre de la directive postale, au Médiateur du service universel postal.

Comme le montre l'expérience retracée dans votre rapport, la médiation peut constituer un outil bien adapté au secteur postal, caractérisé par une multitude de transactions de faible montant unitaire ; c'est pourquoi l'autorité sera amenée à articuler son intervention avec celle du Médiateur de la République d'une part, compétent pour l'ensemble des relations entre les citoyens et l'administration, et celle du Médiateur de La Poste d'autre part. A cet égard, les dispositions réglementaires sur le service universel pourraient s'inspirer de celles en vigueur dans les services financiers, qui font obligation aux établissements de crédit d'offrir un service de médiation à leur clientèle.

Je souhaite vous remercier ainsi que votre équipe, des efforts déployés durant ces trois années, et je vous prie de croire, Monsieur le Conseiller Maître, à l'assurance de mes sentiments les meilleurs.



Patrick DEVEDJIAN

Monsieur Yann PETEL
Conseiller Maître à la Cour des Comptes
13 rue Cambon
75100 PARIS 01 SP

SOMMAIRE

AVANT-PROPOS.....	A
« De la Médiation du Secteur Postal ».....	a
1. De l'importance de la fonction de médiateur du service universel postal	b
2. De l'originalité des fonctions et de la structure administrative et des perspectives ouvertes par la médiation sectorielle.....	d
INTRODUCTION	1
« La gamme, le conseil, le choix »	1
PREMIÈRE PARTIE.....	3
« Le traitement des réclamations »	3
1. Bref rappel historique et méthodologique	3
2. La présentation chiffrée des saisines	5
DEUXIÈME PARTIE.....	12
« L'analyse par famille de prestations ».....	12
TROISIÈME PARTIE	20
« Les avancées liées à l'activité du médiateur ».....	20
1. Le suivi des propositions formulées dans le rapport 2003	20
2. L'activité de juillet 2003 à décembre 2004 - Promotion du service universel et défense des utilisateurs.....	23
3. Les autres activités du médiateur	26
QUATRIÈME PARTIE	30
« Quelques thèmes de réflexions »	30
1. Définition et contenu de la lettre	30
2. L'envoi d'objets fragiles ou de valeur	32
3. Les envois de titres restaurants, de chèques-vacances et de chèques cadeaux	35

AVANT-PROPOS

« De la Médiation du Secteur Postal »

Inscrit dans la perspective d'un nouveau droit des consommateurs de services postaux, le premier rapport d'activité du médiateur du service universel postal rendait compte de l'installation d'une fonction et de ses premiers effets.

Le second rapport est publié au moment où le Parlement achève l'examen d'un projet de loi qui, entre autres, fonde un nouveau droit de la responsabilité postale. Cette évolution, souhaitée par le médiateur et recommandée depuis dix ans par le Médiateur de la République, doit concrétiser la rencontre des attentes des utilisateurs, et la volonté nouvelle affichée par La Poste avec l'action du législateur.

Le Gouvernement a pris acte de ces différents éléments et a ouvert une consultation publique sur ce thème, pendant l'été 2004, afin de mieux accompagner les modifications législatives nécessaires.

Ce mouvement général s'insère parfaitement dans le cadre fixé par la Directive postale européenne qui impose aux États Membres d'accompagner l'ouverture des marchés postaux de la construction d'un droit moderne et de dispositifs de protection adaptés aux besoins des utilisateurs du service universel postal. Il traduit l'usage effectif par les consommateurs des procédures de réclamation modifiées par La Poste et du recours croissant au service du médiateur du service universel postal, sous les diverses formes qu'offrent aujourd'hui les évolutions technologiques.

Ce rapport bénéficie, pour la première fois, de l'appui d'une base de données multicritères conçue par les services du Ministère de l'économie, des finances et de l'industrie (Minefi), à la demande du médiateur du service universel postal. Les éléments publiés et commentés dans le corps de ce document pourront désormais faire l'objet de traitements multiples dont une synthèse détaillée est présentée aujourd'hui. Outre les possibilités nombreuses d'analyse qu'offre cet outil mis en place en ce début d'année, il permet dès à présent de bénéficier de deux avantages substantiels.

En premier lieu, l'analyse des dysfonctionnements mis en évidence par les réclamations s'étend désormais bien au-delà des traditionnelles familles de produits de La Poste – courrier, colis, recommandé notamment – jusqu'aux produits eux-mêmes dans chaque gamme et, potentiellement, jusqu'aux options offertes aux clients. Cette base de données constitue donc une avancée sensible pour l'examen de l'efficacité de la prestation postale.

Par ailleurs, la saisie réalisée par l'équipe du médiateur a permis la réintégration de la totalité des dossiers depuis la création de la fonction en mars 2002. Toutes les analyses rétrospectives sont ainsi rendues possibles, notamment l'évolution des tendances de l'offre postale et de la réaction concomitante des clients.

La réalisation de ce projet s'inscrit complètement dans le cadre de la réforme de l'État et particulièrement dans celui du pilotage par objectifs des programmes budgétaires de la loi organique relative aux lois de finances. Il convient de saluer ici le travail des services généraux du Minefi qui ont ainsi créé les conditions d'une plus grande efficacité de l'équipe du médiateur du service universel postal.

Ce nouveau rapport reprend la plupart des suggestions ou avis déjà formulés au cours de l'exercice écoulé. On en trouvera la trace notamment dans l'annexe qui présente l'intégralité des recommandations adressées au Président de La Poste depuis la création de la fonction.

L'équipe du médiateur du service universel postal, avec les outils dont elle dispose, représente aujourd'hui un dispositif efficace de l'action publique au service des utilisateurs du service universel postal. Elle souhaite poursuivre dans cette voie et continuer à faire bénéficier la collectivité de ses compétences qui sont grandes et fortes de potentiel.

1. De l'importance de la fonction de médiateur du service universel postal

- La fonction de médiateur du service universel postal découle d'une obligation de la directive postale de 1997, distincte de l'obligation de régulation indépendante :

C'est une originalité de la législation postale européenne que de prévoir (article 19 de la directive postale) un dispositif de protection spécifique des usagers du service postal adossé à une « autorité nationale » indépendante et accessible directement et gratuitement. La création du médiateur en découle directement et a fait l'objet d'une préparation intense avec les services de la Commission (DG IV et XV).

Il convient de souligner que ce dispositif est en parfaite cohérence avec la ligne de négociation défendue avec succès en 1996 à Bruxelles par les autorités françaises.

Comme le montre le communiqué de presse publié par la Commission en décembre 2003, l'institution de ce médiateur est soigneusement distinguée de la fonction de régulation et saluée comme une avancée substantielle au bénéfice des clients de La Poste.

Le décret du 28 décembre 2001, résultat de travaux particulièrement denses et approfondis menés avec le rapporteur du Conseil d'État, a d'ailleurs fait, sous sa responsabilité, l'objet d'une concertation étroite avec les services de la direction générale « marché intérieur » de la Commission. Dès la nomination du médiateur les autorités françaises lui ont d'ailleurs confirmé par lettre qu'au delà de la publication du rapport annuel du médiateur, ses recommandations particulières feraient également l'objet d'une publicité. Celle-ci est couramment assurée sur le site internet du ministère de l'économie, des finances et de l'industrie.

- **Compte-tenu des contraintes statutaire et déontologique particulières qui pèsent sur sa fonction, le médiateur bénéficie d'un positionnement d'expert indépendant comparable à celui de responsable d'une autorité de régulation :**

Le médiateur a pour interlocuteur exclusif le Président de La Poste auquel il adresse ses recommandations au cas par cas. En cas de désaccord, total ou partiel, avec lui, il est tenu d'informer directement le ministre en charge des postes qui peut prendre toute disposition de nature à faciliter le règlement du litige concerné. Cette circonstance exceptionnelle s'est principalement concrétisée sur un dossier lourd d'engagement de la responsabilité de La Poste. L'intervention du ministre, au relais de la recommandation du médiateur, a ainsi permis d'aboutir à l'indemnisation d'un client sous contrat de La Poste à hauteur de près de 70 000 euros.

Au delà de cette fonction de règlement direct des 660 litiges dont il a été saisi à ce jour, le médiateur a, par sa faculté de proposition de réforme et d'amélioration du service universel postal, contribué à faire progresser le cadre réglementaire de l'activité de La Poste en provoquant une évolution déterminante du droit de la responsabilité de l'entreprise : tout d'abord grâce à la création contractuelle par La Poste au début de l'année 2004 d'un système d'assurance optionnelle pour les clients sous contrat de courrier avec l'entreprise ; en second lieu, en suscitant la refonte de ce droit qui permet d'envisager, à travers l'adoption prochaine de la loi de régulation postale, l'abandon du système d'irresponsabilité (actuel article 7 du code des postes et des communications électroniques) au profit d'une économie de la responsabilité.

Dans la pratique, l'intervention du médiateur a permis l'indemnisation de nombreux clients de La Poste, sur une base transactionnelle, en dépit de la règle de l'irresponsabilité de l'article 7. Son service traite aujourd'hui environ 30 réclamations par mois.

Enfin, grâce à un développement récent de son activité vers des actes de médiation civile, il a permis le règlement d'un important litige relatif à une opération de publicité électorale non adressée hors champ du service universel. Cette évolution de la fonction a été rendue possible par la relation de confiance construite avec la direction de La Poste.

* *

Tels sont les éléments susceptibles d'éclairer le lecteur sur l'action du médiateur du service universel postal, son statut très novateur, le succès obtenu auprès des utilisateurs du service universel postal, la perception favorable dont il bénéficie auprès des services de la Commission européenne et sur la fonction particulière qui lui incombe du fait de la transparence de son action et de la responsabilité qu'il exerce, auprès du Ministre, en matière de publication des recommandations de règlement des litiges et de proposition d'amélioration du service universel.

Cette action a été rendue possible par une relation directe avec le Président de La Poste et ses proches collaborateurs qui, seule, a permis d'établir la confiance nécessaire à la défense des intérêts des clients du service universel.

2. **De l'originalité des fonctions et de la structure administrative et des perspectives ouvertes par la médiation sectorielle**

- **... ni régulateur ...**

Indépendamment des caractéristiques juridiques qui le distinguent d'un régulateur (absence de pouvoirs propres, création réglementaire ...), le médiateur du service universel postal n'a en charge aucune des missions traditionnelles confiées à la régulation sectorielle d'un secteur s'ouvrant à la concurrence :

- veiller à l'application des règles juridiques organisant le marché ;
- favoriser la concurrence ;
- organiser les relations entre les acteurs et entre les acteurs et l'État.

Ainsi le régulateur constitue-t-il un élément dynamique participant au développement d'une stratégie « industrielle » voulue par l'État en agissant directement sur les opérateurs en fonction d'objectifs définis (ouverture à la concurrence, amélioration de la qualité de service, meilleure prise en compte des intérêts des consommateurs,) et en respectant les contraintes du cahier des charges fixé par le législateur.

Le médiateur, expert indépendant, partage certaines des caractéristiques statutaires du régulateur ; il est soumis à des contraintes déontologiques similaires mais ne constitue pas une autorité administrative indépendante, privé qu'il est, notamment, de tout pouvoir de décision. Est-ce à dire qu'il est condamné à l'impuissance ? Certes non.

Bien sûr, son intervention sera d'autant plus efficace qu'il aura su convaincre les différents acteurs du secteur de l'intérêt de ses orientations, mais celles-ci découlent pour l'essentiel de l'expression même des attentes exprimées par certains d'entre eux. Bien sûr, l'évolution du service universel postal est conditionnée par l'adhésion de l'opérateur, mais son intérêt bien compris est d'anticiper la prise en compte des intérêts de ses clients sans attendre l'ouverture effective à la concurrence et de se présenter, le plus rapidement possible, comme un fournisseur de services postaux capable d'affronter, dans un futur proche, les lois du marché tout en s'appuyant sur les atouts spécifiques et historiques de l'opérateur dominant. Quant à l'État, dans l'exercice de sa responsabilité réglementaire, son intérêt est de s'appuyer sur une fonction clairement indépendante et acceptée de manière consensuelle par l'ensemble des acteurs pour assurer une évolution sans heurts de l'organisation du secteur postal et de La Poste.

Cet intérêt objectif des différentes parties intéressées, lié à la liberté d'expression offerte et garantie par les textes au médiateur, constitue le meilleur gage d'une ouverture équilibrée du secteur postal dans le respect du service universel.

- **... ni médiateur d'entreprise ...**

Le médiateur d'entreprise, s'il peut contribuer à l'évolution de la norme d'exploitation interne ou à l'évolution de la gamme des prestations offertes aux clients, ne peut agir directement sur la réglementation applicable à l'entreprise publique en charge d'une mission de service universel.

Il participe bien entendu de l'évolution des comportements, des attitudes et de la culture de sa maison, particulièrement lorsqu'elle appartient à un secteur en voie de libéralisation.

Il est un facilitateur qui le plus souvent, par sa position à l'intérieur de l'entreprise :

- corrige les dysfonctionnements d'une organisation ;
- évite une action du consommateur, négative pour l'image de l'entreprise (justice, communication, ...);
- contribue en limitant les effets négatifs d'une règle générale, parfois défavorable au consommateur, à ce qu'elle ne soit pas systématiquement remise en cause.

Ainsi ce médiateur s'inscrit-il complètement dans un cadre réglementaire existant qui s'impose à lui tout comme à l'entreprise ; son objectif principal consiste à rechercher, par la médiation, les termes d'un arrangement commercial susceptible de recueillir l'adhésion individuelle du client insatisfait.

Dans ce contexte l'objectif d'indépendance passe autant par la dimension personnelle que par l'existence d'un statut protecteur ; la publication des recommandations à l'extérieur de l'entreprise n'est pas une priorité absolue, même si les rapports d'activité du médiateur d'entreprise sont normalement, et indépendamment d'une publication élargie aujourd'hui nécessaire, communiqués aux associations de consommateurs qui constituent ses partenaires privilégiés, voire exclusifs, avec lesquels il est le plus souvent lié par une relation contractualisée sous forme de « charte de la médiation ».

- **le médiateur du service universel postal répond aux particularités de l'opérateur postal.**

L'objectif du médiateur du service universel postal, c'est de donner la parole à tous les clients de La Poste, qu'ils soient particuliers ou sous contrat, qu'ils soient représentés ou non. Bien entendu il apporte une attention particulière à l'action et aux orientations des organisations représentatives des consommateurs, qu'ils soient particuliers ou professionnels, mais il n'est tenu à aucun dialogue exclusif ou privilégié avec eux. Sa légitimité et la justification de son action résident dans la persistance d'un monopole important au bénéfice de La Poste et dans la nécessité qui en découle de rétablir l'équilibre du dialogue indispensable à l'exécution de toute prestation économique entre le prestataire et ses clients.

D'une certaine manière, le médiateur du service universel postal concourt, par son action, à l'évolution progressive des comportements de l'opérateur historique liés à :

- la coexistence traditionnelle du régalién, du réglementaire et de l'économique ;
- un droit de l'exception obsolète (irresponsabilité) ;
- sa position d'opérateur dominant.

Cette situation, dont les manifestations se sont certes considérablement atténuées au cours de la période récente, transparaît toutefois encore dans la culture de l'entreprise. Ainsi La Poste :

- édicte et interprète les règles (définition de produits garantis par La Poste – colissimo par exemple – en dépit du principe d'irresponsabilité de l'article L7 du code des postes et des communications électroniques) ;
- fixe elle-même sa pratique de la prestation postale ;
- règle seule les différends avec ses clients (sous le contrôle peu fréquent du juge) ;
- échappe encore largement au contrôle public (définition des prestations du service universel, transparence des réclamations, sanction de la non qualité,...).

Les conséquences de cette situation pour le client peuvent se résumer simplement : absence de transparence et opposition d'irresponsabilité par La Poste. Ainsi l'utilisateur des prestations postales se trouve-t-il trop souvent, en cas de dysfonctionnement, condamné à la situation : « ni usager, ni client ».

- **vers un véritable médiateur du secteur postal ?**

Les facteurs sont nombreux qui poussent à envisager aujourd'hui le médiateur du service universel postal comme un véritable médiateur du secteur postal.

En premier lieu, les modifications apportées en juin 2002 à la Directive postale de 1997 suggèrent aux États-membres l'organisation d'une véritable médiation sectorielle autour de la notion européenne fondatrice de service universel postal. Le nouveau texte laisse à leur appréciation la possibilité d'étendre les droits des usagers de ce service à l'ensemble du champ du service universel défini par la Directive, que la prestation soit offerte par le prestataire de service universel postal ou par ses concurrents. Le droit à la réclamation de tous les clients est donc explicitement reconnu.

En second lieu, l'évolution économique de nos sociétés impose petit à petit l'émergence de tiers de confiance dans certains secteurs de l'activité économique. L'exemple de la vente à distance est à cet égard très significatif. Les difficultés rencontrées par le commerce électronique dans sa phase initiale de développement ont souligné la nécessité de prendre en compte tout particulièrement la dimension spécifique du consommateur individuel.

Le commerce électronique, qui constitue une des modalités de la vente à distance, se traduit en matière postale par l'existence d'une relation triangulaire entre un expéditeur, un prestataire de transport et un destinataire. Cette relation génère du point de vue du droit postal une situation paradoxale découlant de la confrontation du volet juridique et du volet économique.

En effet, le destinataire qui est à l'origine de l'envoi postal, qui le finance le plus souvent et qui assure « ex ante » son paiement se trouve juridiquement « incapable » lorsqu'il s'agit d'exercer un droit à indemnisation en cas de prestation insatisfaisante.

Il a pris, et porte seul dans un premier temps, le risque économique et financier de la transaction, mais il n'est pas l'interlocuteur contractuel de l'opérateur postal qui ne connaît que l'expéditeur sous contrat avec lui.

De cette situation découle un nombre important de contestations liées à la prestation postale dans le commerce électronique dont la résolution ne peut passer par les méthodes habituelles de contrôle de la transaction entre le client-plaignant et La Poste, mais exige l'introduction dans la médiation d'une partie, parfois juridiquement extérieure au conflit, mais intéressée à titre principal à son règlement. Cette évolution devrait contribuer à mieux résoudre certains différends dans cette relation triangulaire où chacun des trois intervenants ignore, en règle générale, la nature des relations qui prévalent entre les deux autres.

Le législateur s'est attaqué à ce problème sous l'angle de la modification du droit de la responsabilité qui s'applique aux vendeurs à distance dans le e-commerce (adoption de la loi sur l'économie numérique). La pratique du médiateur du service universel postal montre que seul l'examen concret au cas par cas des contestations émises par les clients permet de mieux cerner la responsabilité de chacun des acteurs de la relation triangulaire. Elle milite pour l'instauration dans ce secteur d'une pratique reconnue de la fonction de tiers de confiance incluant non seulement *a posteriori* la résolution des conflits entre parties mais également *ex ante* la mise au point de pratiques consensuelles non seulement en termes de responsabilité mais également en termes d'information des consommateurs.

Enfin, il est permis d'imaginer que les modes d'intervention spécifiques du médiateur dans le domaine du service universel postal sont de nature à faire évoluer la règle qui s'impose au prestataire de service universel.

A cette fin, le médiateur favorise la concertation et de la confrontation des positions afin de dégager, sur la base du consensus, les termes d'une réglementation postale adaptée aux attentes des clients, et donc modernisée, transparente et, dans toute la mesure du possible, susceptible d'évolution.

Par son positionnement et son statut originaux le médiateur du service universel postal peut constituer un auxiliaire important à la fois pour l'opérateur de service universel et pour les autorités publiques en charge de la définition et de la surveillance du service universel postal. Tels sont les enjeux pour la médiation et pour les clients du secteur postal de l'évolution législative et réglementaire en cours. Ainsi le domaine de la régulation sectorielle en serait-il clarifié, simplifié et donc l'action nécessaire du futur régulateur autonome rendue plus efficace.

* *

En résumé, ce nouveau mode de règlement des différends doit inciter La Poste à traiter plus complètement les réclamations de ses clients dans le respect de l'équité ; il doit contribuer à la réflexion prospective des acteurs du secteur postal sur le contenu et l'évolution du service universel ; il doit enfin permettre le traitement équitable des réclamations de tous les clients du secteur postal, quel que soit le prestataire auquel ils se sont adressés dans le champ du service universel défini par le législateur.

INTRODUCTION

« La gamme, le conseil, le choix »

Les saisines du médiateur reflètent souvent la difficulté pour le consommateur, soit de trouver dans la gamme un produit adapté, soit de bénéficier d'une information ou d'un conseil sur les produits. Il regrette souvent de n'avoir pas été en mesure d'opérer un choix éclairé et donc responsabilisant.

- **La gamme** de prestations offertes au titre du service universel se doit d'être complète et simple :
- complète en offrant, au titre du service universel, une prestation adaptée à des besoins partagés par un groupe significatif d'utilisateurs, en tenant compte notamment des évolutions des pratiques de consommation : le développement du e-commerce entre sociétés de vente à distance et particuliers, mais aussi directement entre particuliers, et l'introduction dans le droit de la consommation de garanties renforcées pour le client de ces transactions, impliquent de pouvoir transporter avec le minimum de risque des objets, parfois d'un prix élevé ou fragiles, dont l'échange par voie postale est désormais banalisé. L'absence d'accès du particulier au service à valeur déclarée ou à une modalité d'acheminement spécifique prenant en compte la fragilité du contenu, ou mieux encore, à une prestation associant ces deux caractéristiques, pose donc problème.

Il faut également s'interroger sur la bonne manière de répondre à des besoins indispensables au bon fonctionnement des entreprises, et donc à l'activité économique, comme l'acheminement des réponses à un appel d'offres grâce à un produit offrant sécurité juridique et garantie de délai. Or, même les produits hors service universel de la gamme de l'express prohibent l'insertion des réponses aux appels d'offres. Quant aux « solutions sur mesure » elles sont très loin d'être offertes « à un tarif abordable », compatible avec cette exigence constitutive des prestations du service universel et représentent une solution d'acheminement très haut de gamme réservée à des acteurs économiques très spécifiques.

- simple car de nombreux plaignants ont manifestement utilisé des produits qui n'étaient que partiellement adaptés à leur besoin, parfois sur le conseil de postiers animés des meilleures intentions : en l'occurrence trouver le produit le moins coûteux, par exemple en assimilant envoi recommandé et suivi, ou des produits spécifiques (poste-livre ou distingo) qui se sont révélés en définitive ne pas offrir les garanties souhaitables, en matière d'assurance de la valeur notamment.

- **Le conseil :**

Le premier élément du conseil, c'est l'accès à l'information « passive »: l'affichage sous forme de tableau récapitulatif est aujourd'hui largement assuré et il constitue une avancée majeure. C'est aussi, pour les produits comportant une preuve de remise à La Poste conservée par le client, le fait que les conditions générales de vente soient décrites sur ce document, au moins dans leurs principales caractéristiques. Les garanties offertes, ou leur absence, en cas de perte, de détérioration ou de spoliation doivent être accessibles et rappelées sans ambiguïté sur les documents disponibles pour l'expéditeur, en particulier sur les preuves de dépôt conservées par ceux-ci : le médiateur a constaté une très nette amélioration dans la gamme colissimo, et il attend désormais les améliorations de la nouvelle liasse recommandée, tant pour les envois nationaux qu'internationaux.

Le conseil du guichetier demeure cependant essentiel : ce conseil devrait devenir la règle dès qu'un doute se manifeste chez le client ou si les éléments dont le guichetier dispose lui permettent de recommander une prestation plus adaptée. Plus généralement en cas de dépôt d'un colis, une information minimale devrait être faite sur la garantie offerte par la prestation en cas de perte, de détérioration ou de spoliation du contenu et, le cas échéant, une confirmation par le client de son refus de souscrire une assurance optionnelle pourrait être envisagée, avant tout pour attester que cette phase d'information s'est bien déroulée et a débouché sur le choix responsable du client. A cette fin, La Poste devrait offrir une option d'assurance avec possibilité de renoncement explicite sur les documents de transport de la gamme colis et recommandé.

- **Le choix :**

Cet ensemble de propositions peut être lu comme un surcroît d'obligations pour le prestataire de service universel, et dans un premier temps, il est vrai qu'il peut nécessiter une adaptation des modalités d'offre de certains produits du service universel.

Replacé dans une perspective à plus long terme, il constitue la première étape et, de fait, le plus sûr fondement d'une relation équilibrée entre le client et le prestataire. Il implique en effet que le choix éclairé du consommateur dans une gamme couvrant l'ensemble des besoins et effectivement disponible le responsabilise. Le consommateur peut alors accéder au statut, souhaitable, de véritable cocontractant, clairement informé de ses droits, de ses obligations et de ses contraintes – pour ce qui concerne en particulier le type d'objets acceptés au transport et les limitations de garantie associées à chaque prestation – il devient alors libre d'opérer des arbitrages économiques, en choisissant par exemple un produit offrant des garanties limitées mais, en contrepartie, moins coûteux. Pour autant que son information ait été complète, le consommateur doit alors assumer pleinement les conséquences de ses décisions.

* *

Ces trois éléments - gamme, conseil et choix - constituent pour le médiateur les jalons de la construction d'une relation équilibrée entre le consommateur et le prestataire du service universel postal.

PREMIÈRE PARTIE

« Le traitement des réclamations »

1. **Bref rappel historique et méthodologique**

La création d'une base de données des réclamations

Afin de mieux informer le public, le médiateur du service universel a souhaité mettre en place une base de données permettant de rendre compte avec la plus grande précision de l'ensemble des saisines des clients particuliers de La Poste qui constituent l'essentiel de son activité. Ce chantier, développé par les services du ministère de l'économie, des finances et de l'industrie permet de disposer d'un outil de travail performant au début de l'année 2005.

L'objectif poursuivi à travers la mise en place de cet outil de travail était d'assurer une transparence totale de l'activité du médiateur et de permettre, par une lecture directe du grand public, une certaine appréciation des risques de l'activité postale, compte tenu de l'absence d'information systématique claire et détaillée des performances de l'opérateur de service universel sur les différents produits de la gamme de service universel.

Les modalités retenues ont été la mise au point d'une base de donnée qui dépasse, tout en l'intégrant, la seule fonction de suivi du courrier des plaignants et le recours au développement, par le ministère, d'une solution interne dans le cadre des relations « contractualisées » avec ses services de soutien.

A ce stade, l'outil disponible appelle encore quelques perfectionnements. L'image qu'il donne de l'activité de réclamation des clients de La Poste correspond à un échantillon très concentré sur les seuls dossiers qui n'ont pu faire l'objet d'un règlement satisfaisant à travers les procédures de l'entreprise. Il convient de resituer le total d'environ 300 saisines annuelles du médiateur du service universel postal par rapport aux 152 000 réclamations sur le courrier, aux 112 000 réclamations sur le colis traitées de juillet 2003 à juillet 2004 par les centres nationaux de La Poste et aux 390 réclamations traitées sur ces deux métiers par le médiateur du Groupe La Poste en 2003. Cet échantillon présente toutefois un état des lieux très représentatif des sujets qui motivent l'expression d'une insatisfaction par les clients de La Poste.

Il convient enfin de rappeler que les dossiers financiers n'entrent pas dans la compétence du médiateur du service universel postal. C'est la raison pour laquelle ils ont été individualisés dans la présentation qui suit. Il n'en demeure pas moins que, grâce à l'application du protocole en vigueur avec le médiateur du Groupe La Poste, ces réclamations font l'objet d'un traitement complet permettant leur intégration dans les procédures offertes par La Poste à ses clients.

Une méthode de règlement des différends qui intègre les spécificités de la réclamation et son contexte réglementaire

Le décret en Conseil d'État du 28 décembre 2001 fixe précisément les deux procédures applicables au traitement des réclamations des particuliers et des clients sous contrat. Le site du Médiateur du service universel postal accessible sur « www.minefi.gouv.fr » reprend de façon simplifiée ces dispositions.

Les principes auxquels obéissent les méthodes de traitement sont simples :

- un accès direct, gratuit, simple, de l'expéditeur ou du destinataire ;
- une instruction écrite, contradictoire ;
- une procédure adaptée pour les clients sous contrat (informelle, sans examen préalable par La Poste) ;
- des recommandations publiques.

Le déroulement pratique de l'instruction des dossiers obéit à une logique maintenant assez bien établie :

- la recherche d'éléments de preuve de toute nature ;
- la promotion d'un règlement amiable à l'initiative de l'échelon postal local ;
- l'information de la Présidence de La Poste ;
- l'implication de toutes les parties au litige : expéditeur, destinataire et La Poste (e-commerce) ;
- la finalisation contradictoire de la recommandation du médiateur.

Les orientations fixées par le médiateur du service universel postal pour l'élaboration de ses recommandations se dégagent des dossiers ayant abouti à une véritable activité de médiation :

- appréciation du traitement préalable de la réclamation par La Poste (qualité, rapidité, effectivité, pertinence) ;
- appréciation au cas par cas des dossiers (produits garantis : envois recommandés, valeurs déclarées, colissimo) ;
- appréciation du comportement du client ;
- ouverture à tout mode de preuve ;

- intégration des principes du droit de la consommation :
 - affichage des conditions de vente,
 - prise en compte de l'obligation de conseil,
 - remboursement de la prestation non effectuée ;
- appréciation du caractère adapté de la réglementation postale.

* *

La mise en œuvre et le respect de ces méthodes de traitement des réclamations a permis au médiateur du service universel postal de signer à la fin de l'année 2004, sous l'égide du Médiateur de la République, la « charte des médiateurs du service public » qui s'inscrit dans le cadre européen en vigueur pour les modes alternatifs de règlement des conflits (MARC) et dont on trouvera la copie en annexe.

2. **La présentation chiffrée des saisines**

Les saisines mensuelles jusqu'au 31 mars 2005

La présentation chiffrée qui suit est concentrée sur la restitution par la base de données mise en place en 2005 des informations relatives aux saisines des clients particuliers de La Poste dans le cadre de la procédure spécifique prévue à l'article R 1-8 du code des postes et des communications électroniques (CPCE). Les autres activités du médiateur du service universel font l'objet d'une présentation distincte.

Le diagramme ci-après fait apparaître l'intégralité des saisines adressées au médiateur depuis son entrée en fonction. Il reprend notamment les 120 saisines correspondant à la période d'implantation du service du médiateur jusqu'en juin 2003 et qui avaient fait l'objet du premier rapport d'activité.

Depuis lors les clients de La Poste ont recours de façon croissante au service du médiateur. L'activité observée au second semestre 2003 et au début de l'année 2004 comprend une proportion importante de saisines non recevables portant essentiellement sur l'activité financière de La Poste. Ce taux d'irrecevabilité s'est considérablement réduit au cours de l'année 2004.

La seconde constatation est l'amélioration de la qualité des dossiers soumis au médiateur qui traduit un effet d'apprentissage réel des procédures de recours et de défense de leurs droits par les clients de La Poste (voir graphique des saisines au 31 mars 2005).

Le délai de traitement des dossiers réglés en 2004

Sur les 300 dossiers traités en 2004, y compris les recommandations émises sur des dossiers reçus en 2003, le graphique qui suit fait apparaître la superposition de trois phénomènes :

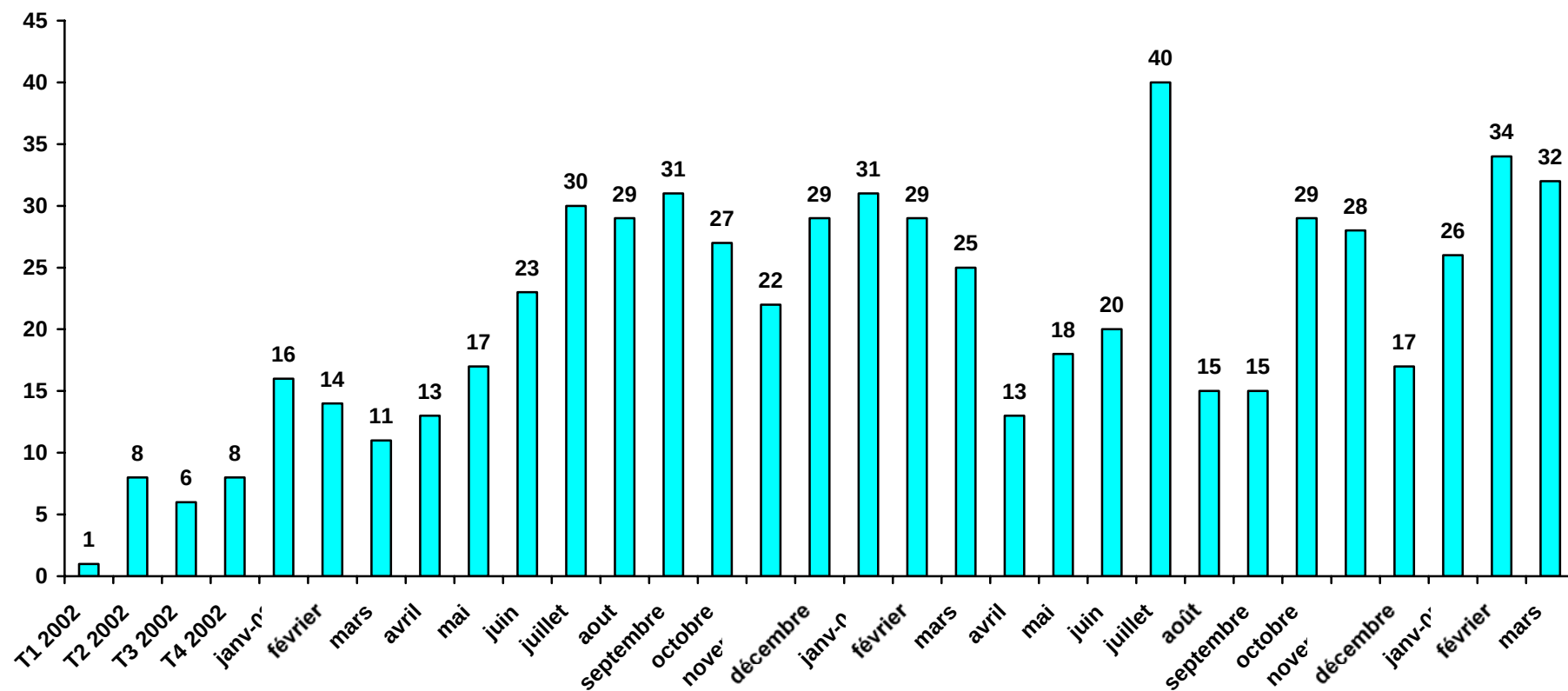
- le traitement des dossiers irrecevables qui explique l'importance du nombre de dossiers traités pendant la première, et partiellement la seconde semaine, de l'instruction ;
- le règlement des dossiers traités soit par le service du médiateur, soit par les instances locales de La Poste auxquelles les réclamations ont été retournées le plus souvent accompagnées d'une première analyse. La courbe correspondante s'étend principalement sur une période comprise entre la première et la cinquième semaine ;
- l'élaboration des recommandations du médiateur (près d'une soixantaine) dont le traitement se concentre sur deux échéances, la septième et la douzième semaine, qui correspondent aux durées de traitement prescrites par le décret du 28 décembre 2001.

Il convient de souligner la très grande réactivité des services locaux de La Poste lorsqu'ils sont saisis par le médiateur pour un réexamen conjoint de la réclamation. Dans tous les cas, les dossiers ainsi traités ont bénéficié d'un dénouement totalement ou partiellement favorable aux clients. Les seules exceptions, au demeurant très limitées, concernent des questions relatives à la desserte de clients résidant dans des zones difficiles d'accès ou utilisant un terminal de distribution (boîte postale notamment) jugé inapproprié par les services de La Poste.

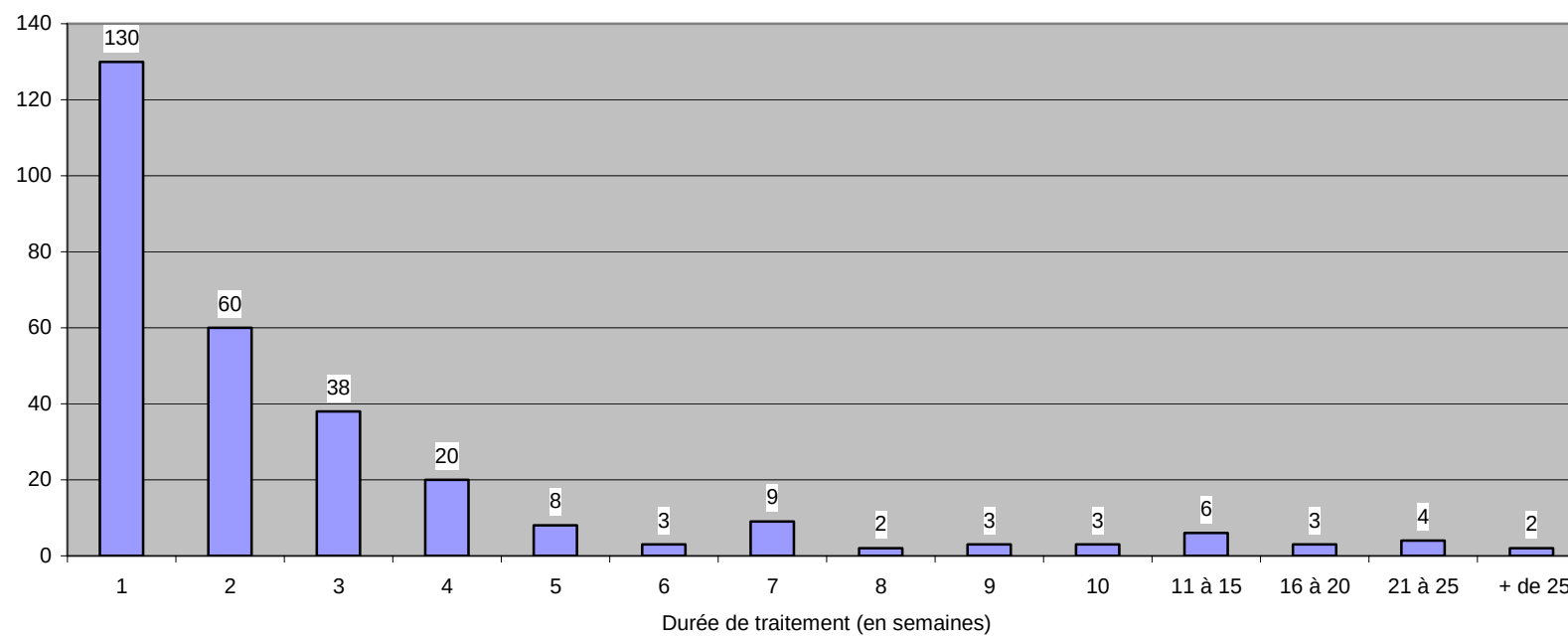
Si l'on excepte le cas spécifique du traitement des dossiers irrecevables qui s'est concentré pour l'essentiel sur le second semestre 2003 et le premier semestre 2004, l'analyse des délais de traitement fait apparaître trois profils de « courbes de Gauss » autour de la troisième, la septième et la douzième semaine de l'instruction.

SAISINES MENSUELLES DU MÉDIATEUR DU SERVICE UNIVERSEL POSTAL

Au 31 mars 2005



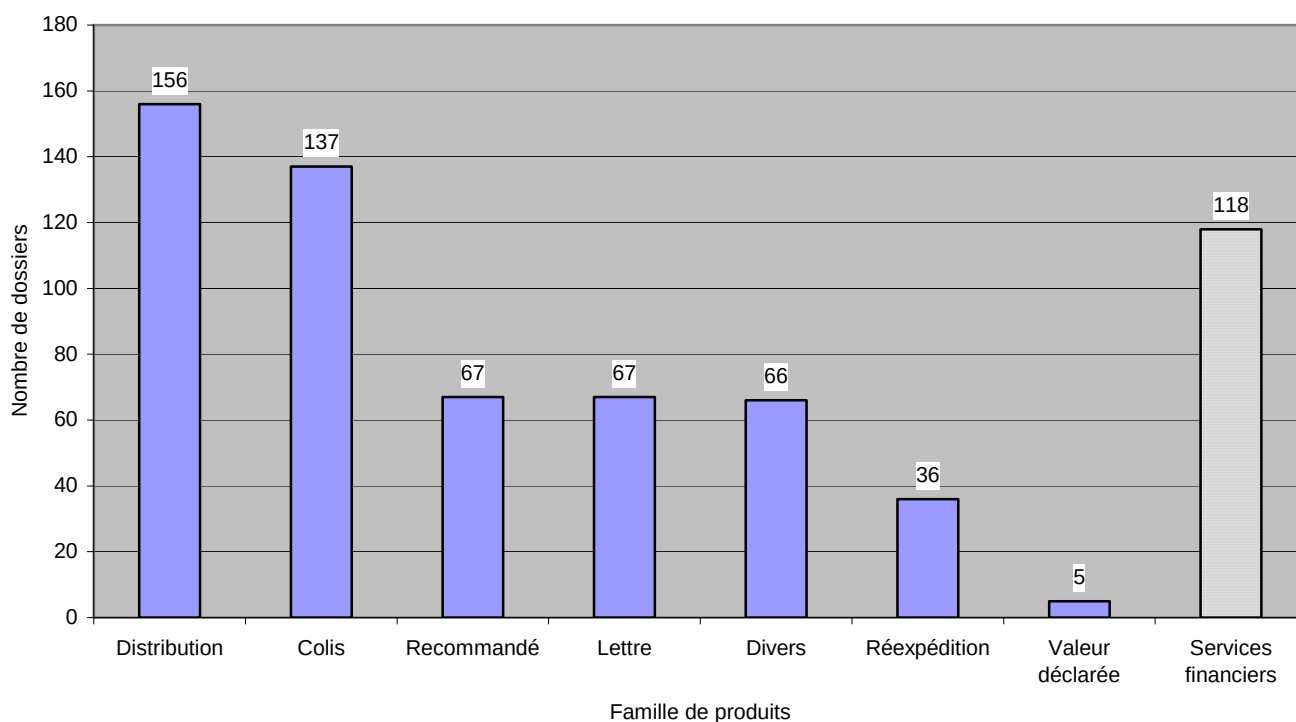
DÉLAI DE TRAITEMENT DES DOSSIERS RÉGLÉS EN 2004



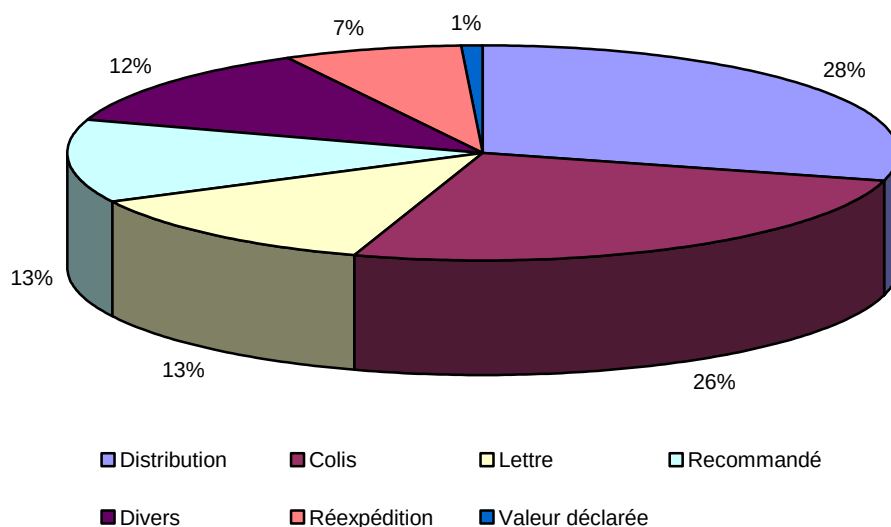
Le graphique ci-dessous mentionne les dossiers de réclamation reçus par le médiateur au titre des services financiers de La Poste dont le renvoi a été effectué vers les services de l'entreprise conformément au protocole en vigueur avec le médiateur du Groupe La Poste. Très concentrées sur l'année 2003 et le début de l'année 2004, ces saisines ont aujourd'hui quasiment disparu.

Les commentaires qui suivent s'entendent naturellement hors ces dossiers irrecevables et traités directement par La Poste.

RÉPARTITION DES SAISINES PAR FAMILLES DE PRODUITS



RÉPARTITION PAR FAMILLES DES SAISINES « RECEVABLES »



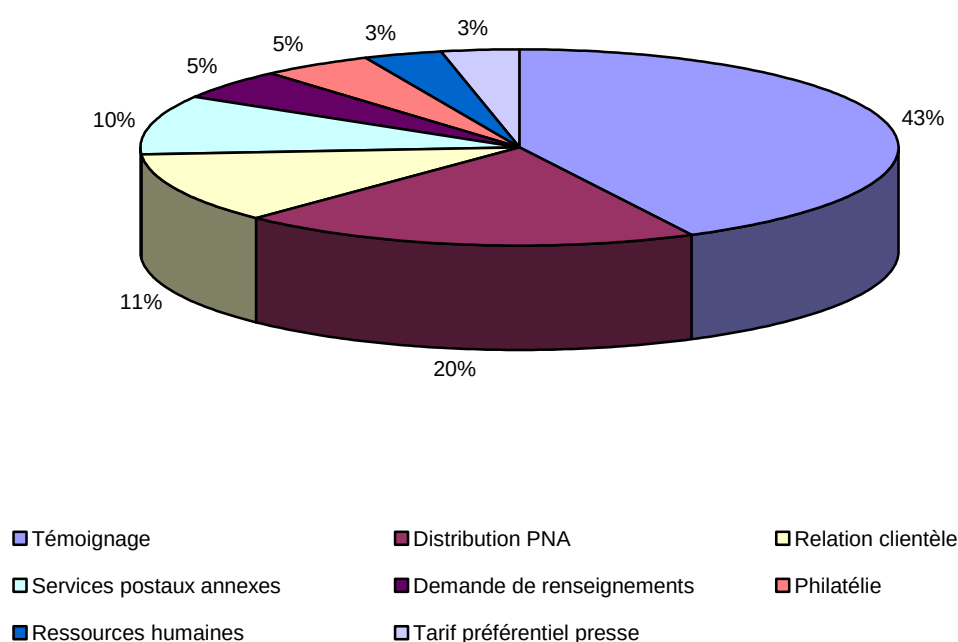
Au travers des 660 réclamations reçues à la fin du mois de mars 2005 par le service de la médiation à un rythme d'environ 30 plaintes par mois, se dessinent deux domaines d'intervention privilégiés du médiateur : celui des obligations « législatives ou réglementaires » qui s'imposent au prestataire de service universel et celui de sa responsabilité d'opérateur vis-à-vis de ses clients. Ces deux sujets fondamentaux font l'objet de déclinaisons variées en fonction de la nature des prestations offertes et des profils des clients concernés (particuliers ou clients sous contrat).

Il est d'emblée intéressant de souligner que ces deux thèmes d'appel au médiateur sont parfaitement cohérents avec l'organisation actuelle du traitement des réclamations par La Poste, soit dans ses entités opérationnelles, soit par la médiation du groupe. Il s'agit en effet de contestations ou d'interrogations des usagers à propos desquelles les services postaux ne peuvent, sauf à de rares exceptions, qu'apporter une réponse conforme au cadre législatif et réglementaire, ce qui revient à dire qu'ils appliquent à la lettre les dispositions d'exonération ou de limitation de responsabilité qu'elles soient d'origine légale, réglementaire ou contractuelle. Ce sont également des sujets sur lesquels la principale marge de manœuvre du médiateur d'entreprise se limite à des gestes commerciaux, sauf à susciter une véritable modification de l'offre du groupe.

Ces deux thèmes constituent donc très logiquement les domaines d'intervention privilégiés du médiateur au travers de réclamations qui concernent principalement d'une part la réglementation postale relative à la distribution et à l'adressage des envois postaux et d'autre part les objets postaux qui représentent des enjeux de valeur pour le client : colis, recommandés, valeurs déclarées (près de 45 % des saisines pour ces trois thèmes). S'y ajoutent diverses réclamations sur la distribution et la réexpédition (plus de 30 %) et sur la qualité de l'information présentée aux clients ou sur la qualité du traitement des plaintes (voir graphique ci-dessus).

Au total, l'activité du médiateur aura débouché, indépendamment des suggestions adressées au Président de La Poste, sur une soixantaine de recommandations qui ont toutes vocation à être publiées sur le site du ministère de l'économie, des finances et de l'industrie (minefi.gouv.fr) et sur une quantité beaucoup plus importante d'actions d'intermédiation soit vers les services locaux de La Poste, soit vers des tiers au conflit, notamment les entreprises de « e-commerce ». Ces éléments font clairement apparaître que l'objectif du médiateur n'est pas de produire une recommandation pour chaque saisine, mais de veiller à une meilleure prise en compte par La Poste des attentes de ses clients.

RÉPARTITION DES SAISINES DE LA CATÉGORIE « DIVERS »

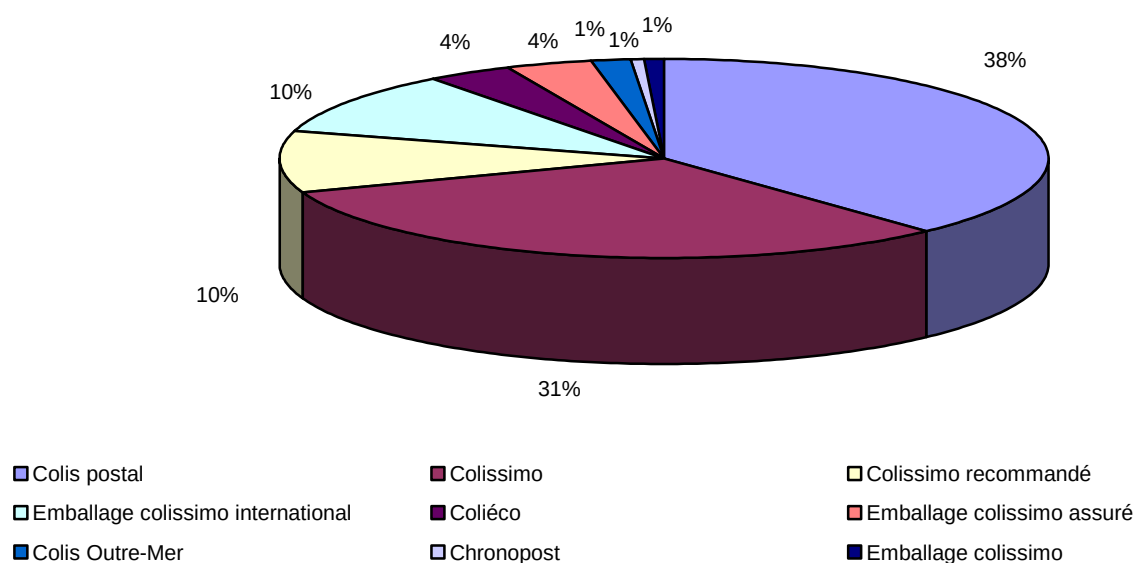


La répartition des saisines enregistrées sous la catégorie « divers » fait apparaître une grande variété de démarches de la part des clients de La Poste. Certains dossiers ne relevant pas du domaine du service universel ont été transmis immédiatement à La Poste. Dans le domaine de la philatélie l'ensemble des dossiers ont trouvé un règlement direct avec l'entreprise ; dans le domaine de la publicité non adressée, le médiateur a proposé deux médiations « civiles » à La Poste qui a suivi ses propositions.

DEUXIÈME PARTIE

« L'analyse par famille de prestations »

RÉPARTITION DES SAISINES DE LA CATÉGORIE « COLIS »



La famille des « colis » est à l'origine du plus grand nombre de saisines adressées au service du médiateur. L'ensemble de la gamme Colissimo représente 56 % du total des saisines ; les colis divers, c'est-à-dire non assurés, en représentent 42 % . Les saisines relatives aux produits offerts par les filiales de La Poste ont été transmises au médiateur du Groupe La Poste.

La répartition des dossiers appelle deux types de remarques générales :

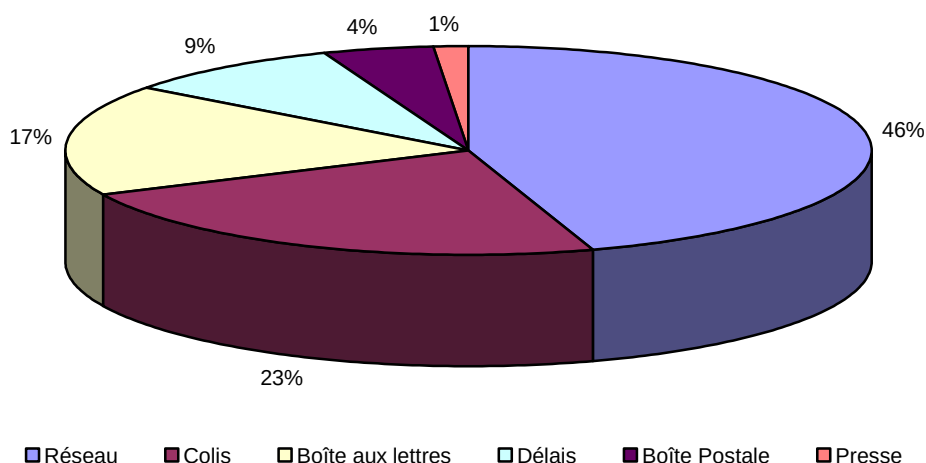
- a) En premier lieu, s'agissant des colis non assurés, il est important de souligner que la faculté des clients à obtenir réparation est extrêmement limitée de par la nature même de la prestation qui ne le prévoit pas et surtout du fait de l'extrême difficulté pour le client à produire des éléments de preuve tant du dépôt que de la non distribution du colis. Il est donc fortement déconseillé aux usagers de La Poste de recourir à ce type de prestations sauf dans le cas d'envois d'objets de très faible valeur.

Deux cas de figure permettent toutefois au client d'obtenir réparation :

- celui dans lequel des éléments de preuve suffisants de la destruction, de la détérioration ou, le cas échéant, d'effraction sur le contenu du colis peuvent être produits. La conservation de l'emballage comme élément de preuve constitue alors une condition importante pour un dédommagement éventuel ;

- celui qui correspond à un envoi à distance réalisé par un expéditeur dont les conditions générales de vente prévoit l'indemnisation du destinataire. Dans ce cas, l'indemnisation résultant de l'instruction du médiateur peut-être acceptée par le site de vente aussi bien que par La Poste.
- b) S'agissant de la gamme Colissimo, La Poste souligne que l'emballage Colissimo ne constitue pas un produit du service universel. Le médiateur a toutefois constamment considéré que cet élément ne pouvait être opposé aux clients. C'est la raison pour laquelle il a considéré que la prestation de base (le produit Colissimo) emportait la recevabilité de la saisine. Malgré la réticence de principe de La Poste, l'entreprise s'est attachée à donner une suite positive aux recommandations ou suggestions qu'il était amené à émettre sur ces dossiers. Cette attitude positive doit être soulignée car le « geste commercial » de l'entreprise constitue un élément déterminant de la confiance dans l'opérateur de service universel français.

RÉPARTITION DES SAISINES DE LA CATÉGORIE « DISTRIBUTION »



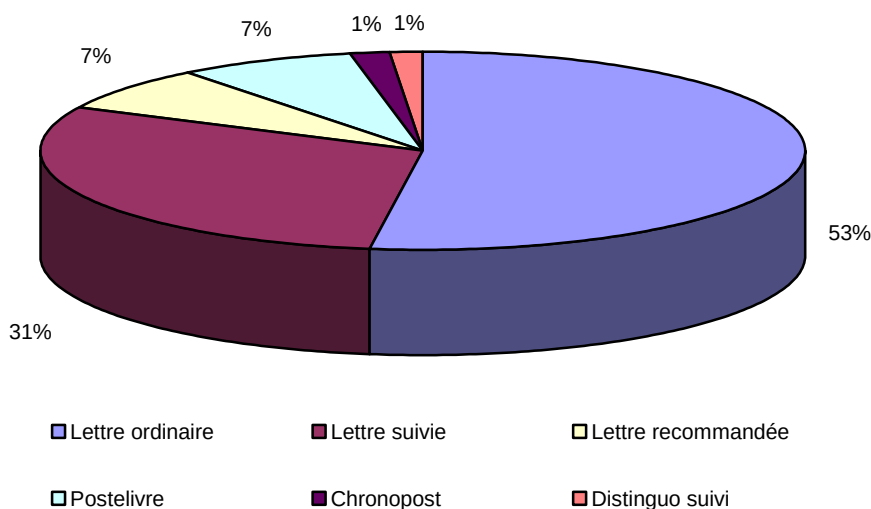
La répartition des saisines traitées dans la famille de la « distribution » postale appelle les commentaires suivants :

- a) La moitié des affaires relèvent de difficultés extrêmement variées liées à l'organisation du raccordement des destinataires au réseau de service universel postal (déclaration de raccordement, lieu d'implantation de la boîte aux lettres, desserte sur des voies privatives, transfert du système de distribution en boîte aux lettres des gardiens d'immeubles aux préposés, problème d'adressage, questions liées à l'organisation des tournées elles-mêmes et notamment aux dysfonctionnements constatés lors de l'absence du titulaire soit pour des raisons accidentelles soit lors des périodes de congés).

Sur l'ensemble de ces questions, la direction de La Poste s'est engagée à mener une réflexion sur la mise à niveau de l'instruction générale qui définit les modalités de fonctionnement du service postal. Ce document, inaccessible au public et souvent inadapté aux évolutions de la société, mérite en effet une refonte importante et devrait faire l'objet d'une transparence absolue dans la mesure où il constitue un élément essentiel « des conditions générales de vente » du prestataire postal. Certains aspects de ce domaine sont développés dans ce rapport.

- b) Deux catégories de réclamations se concentrent sur la question du terminal de connexion au réseau postal que constituent la boîte aux lettres (21 % des saisines) et la boîte postale (6 %).
- S'agissant de la boîte aux lettres, une réflexion nouvelle s'avère aujourd'hui indispensable pour mieux préciser les obligations respectives du prestataire de service universel et des usagers. Cet objectif concerne tant les questions relatives à la standardisation de ces terminaux que celles touchant à la dénomination des usagers destinataires du courrier. Sur ce dernier point, de nombreuses difficultés sont relevées du fait du rattachement à un même domicile « postal » de différentes personnes d'une même famille ; une autre source de dysfonctionnements résulte de l'insuffisance de description des destinataires lorsqu'une même boîte aux lettres est utilisée par une personne morale et les particuliers logés à la même adresse. Ces questions fort délicates devraient faire l'objet d'un examen attentif au moment où la libéralisation du marché postal entre dans une phase plus active ; elles emportent des aspects très divers de la réglementation : droit d'accès aux immeubles ; protection de la confidentialité ; accessibilité pour le préposé ; etc
 - S'agissant des boîtes postales, la politique commerciale de La Poste a entraîné la suppression de nombreux abonnements contractuels avec des particuliers. Cette prestation relève certes d'une logique contractuelle avec le client, mais le médiateur du service universel appelle l'attention de La Poste sur deux aspects : le caractère unilatéral et trop souvent mal justifié de la cessation du service ; l'inadaptation de l'offre aux attentes de certains segments de clientèle.
- c) La faiblesse des réclamations concernant les délais de distribution des courriers souligne la relative tolérance des clients aux retards de distribution constatés, sauf quelques cas anormaux liés notamment au retour des accusés de réception. Les 12 % de réclamations concernant la distribution des colis recouvrent différents incidents comme la non distribution dans la boîte aux lettres, la contestation de la relation triangulaire préposé-gardien-destinataire, la contestation par le client de la distribution en boîte aux lettres dans le cas d'objets qui ne sont pas distribués contre signature.

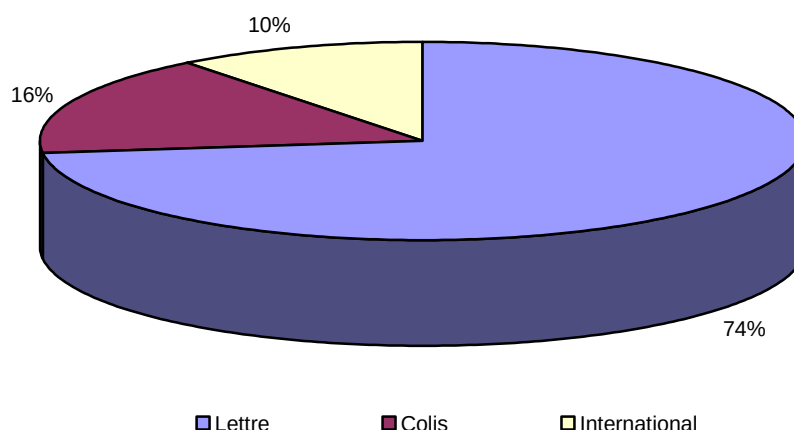
RÉPARTITION DES SAISINES DE LA CATÉGORIE « LETTRE »



Indépendamment des disparitions de lettres ordinaires dont le règlement, même amiable, apparaît délicat faute le plus souvent d'élément de preuve, le point le plus remarquable réside dans l'importance des réclamations non réglées en première instance par La Poste sur la « lettre suivie ». Comme le médiateur l'avait souligné dans son premier rapport, ce produit présentait une forte ambiguïté aux yeux de clients dont les attentes en matière de qualité de service ou de preuve de distribution sont supérieures à la réalité de la prestation offerte, dans ce cas, par La Poste : acheminement comme une lettre ordinaire, absence de suivi à l'exception de la distribution en boîte aux lettres - quand elle n'est pas contestée, absence d'assurance du contenu, non garantie des délais, etc.... Il est intéressant de constater que La Poste vient de supprimer ce produit de la présentation de son offre de courrier suivi sur son site internet et à la vente aux guichets.

On signalera par ailleurs les réclamations relatives aux produits « poste-livre » et « distinguo suivi » utilisés par les clients le plus souvent pour l'envoi d'objets, bien que leur valeur ne soit pas assurée en cas de perte. Cette observation renvoie aux remarques faites sur la gamme des colis et aux problématiques « valeur-assurance » déjà évoquées.

RÉPARTITION DES SAISINES DE LA CATÉGORIE « RECOMMANDÉ »



La famille des produits « recommandés » constitue une catégorie essentielle du service universel défini par la Directive postale européenne.

La Poste a innové dans le domaine du recommandé électronique au cours de l'exercice écoulé. Les nombreuses saisines concernant cette prestation, pourtant à forte valeur ajoutée, soulignent la nécessité de poursuivre la réflexion sur son évolution.

S'agissant de la lettre recommandée de base, il convient de rappeler qu'elle n'est assortie d'aucune garantie particulière de délai de distribution, contrairement à une idée répandue.

Il faut également souligner que ce produit postal recouvre plusieurs prestations simultanément : la distribution, la remise contradictoire, le retour d'un accusé de réception, la déclinaison d'une couverture d'assurance forfaitaire de la valeur de l'envoi. Ces deux dernières prestations ne sont assurées que lorsque le client opte formellement pour leur réalisation.

Les conditions de traitement des accusés de réception ne font l'objet d'aucun engagement de qualité précis de la part de l'opérateur postal, bien que la prestation soit facturée spécifiquement et à un niveau relativement élevé.

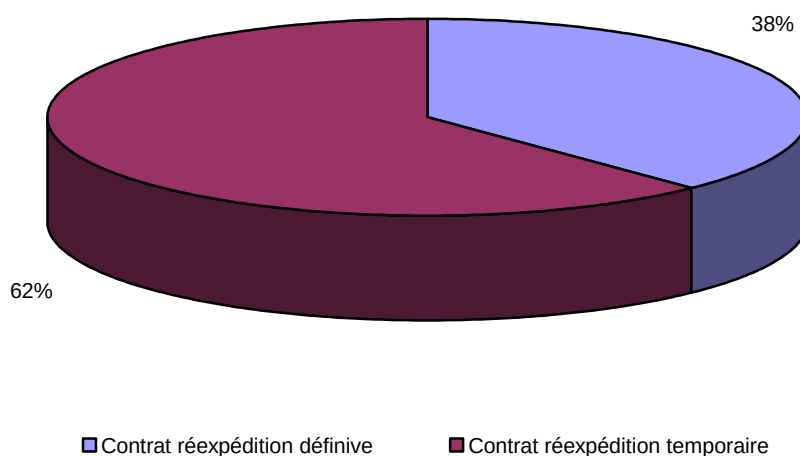
L'assurance offerte par La Poste demeure une source de malentendus assez fréquente avec les clients ; elle est au demeurant plafonnée à 458 euros, ce qui complique le recours à la prestation postale pour les particuliers désireux de faire transporter par La Poste des objets de valeur supérieure, comme c'est parfois le cas lors de l'expédition d'objets acquis sur les sites d'enchères publiques. Le médiateur a suggéré au Ministre en charge des postes ainsi qu'au Président de La Poste de modifier le système de limitation réglementaire de l'assurance forfaitaire du recommandé. Il rappelle ces propositions d'amendement au moment où s'achève le processus d'adoption de la loi de régulation des activités postales qui comprend un certain nombre de propositions sur l'évolution du service des recommandés.

D'une manière plus générale, la lettre recommandée pourrait intégrer les avantages offerts par la prestation colissimo recommandé.

L'envoi d'un recommandé international doit enfin faire l'objet d'une mise en garde encore plus précise. Conformément aux règles de l'Union Postale Universelle en vigueur, la valeur d'assurance des envois internationaux recommandés est forfaitairement plafonnée à 45,73 euros. Cet état de la réglementation est le plus souvent méconnu de la part des clients et entraîne certaines désillusions au moment de la formulation d'une demande d'indemnisation en cas de perte. Cette difficulté était aggravée par l'absence de garantie de suivi de l'objet expédié. Des progrès ont été réalisés par La Poste lors de l'exercice écoulé. Cette situation est particulièrement préjudiciable aux envois postaux effectués par les particuliers à l'intérieur de l'espace postal européen soumis aux règles de la directive postale.

Le médiateur appelle l'attention de La Poste et des autorités françaises sur ce dernier point qui mériterait de recevoir un traitement plus favorable aux clients des postes européennes compte-tenu des objectifs de qualité retenus par la directive et du haut niveau des prestations postales généralement atteint par les opérateurs postaux des États-membres. La prochaine révision du cadre réglementaire européen devrait comporter cette amélioration essentielle pour des clients de plus en plus mobiles dans un espace postal européen qui doit s'unifier encore.

RÉPARTITION DES SAISINES DE LA CATÉGORIE « RÉEXPÉDITION »

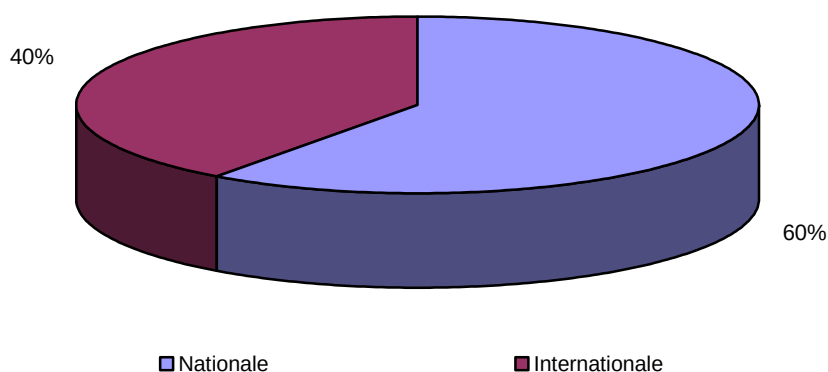


La famille de produits « réexpédition » représente 7 % des saisines reçues. Comme le montre le diagramme ci-dessus, les contrats de réexpédition dite temporaire représentent la part la plus importante des réclamations. L'instruction des dossiers portant sur ce produit postal a mis en évidence la difficulté à assurer une qualité de service optimale du fait même des contraintes et des diversités des situations des clients souscrivant à cette prestation (période de vacances, bénéficiaires multiples d'un même contrat, contrats de réexpédition croisés, etc).

L'analyse souligne surtout l'inadaptation des procédures de traitement de l'adresse actuellement utilisées par La Poste et la vulnérabilité du mode de traitement non automatisé des colis et courriers faisant l'objet d'un contrat de réexpédition. L'évolution des habitudes de vie contemporaines et la mobilité croissante des clients de La Poste rend nécessaire et urgente une réflexion sur l'organisation globale de cette prestation essentielle. Il appartient à La Poste d'intégrer ce travail dans le contexte d'automatisation croissante, non seulement du tri-acheminement, mais également du tri-distribution, et dans le cadre d'une véritable politique de l'adresse.

Il convient toutefois d'informer les clients de La Poste sur le caractère strictement contractuel de cette prestation qui fait l'objet d'un dispositif précis d'indemnisation par l'entreprise. Sans entrer dans le débat sur le contenu de ce dispositif, le médiateur souligne le très grand intérêt de cette approche commerciale qui permet au client de bénéficier d'une information écrite parfaitement claire sur la limitation de responsabilité proposée par La Poste et à l'entreprise d'actionner sans perte de temps des dispositifs d'indemnisation dès lors qu'elle reconnaît l'existence de dysfonctionnements. Les dossiers qui aboutissent néanmoins chez le médiateur font l'objet, grâce à ce fondement contractuel, d'un traitement rapide permettant au client de bénéficier sans restriction de la clause contractuelle rappelée ci-dessus.

RÉPARTITION DES SAISINES DE LA CATÉGORIE « VALEUR DÉCLARÉE »



Le graphique ci-dessus traduit mal le caractère très marginal (quelques unités) des saisines relatives à cette prestation qui constitue pourtant une catégorie spécifique du service universel défini par la loi. Deux raisons expliquent cette situation :

- En premier lieu, cette prestation est pratiquement inaccessible pour les particuliers. Cet état de fait est particulièrement regrettable dans la mesure où la valeur déclarée est la seule prestation de service universel permettant à un particulier d'accéder à une garantie financière au-delà du plafond de 458 euros qui constitue le maximum proposé par La Poste pour les envois recommandés et pour l'expédition de colis. La seule solution offerte aux clients hors contrat est constituée par la gamme de produits « express » qui s'établit à des niveaux tarifaires incompatibles avec les règles du service universel, sauf à recourir aux prestations offertes par certains concurrents.

Le médiateur a souvent appelé l'attention du Président de La Poste sur cette anomalie. Il a pris note de son engagement d'offrir, à l'avenir, à ses clients dans le réseau un accès effectif à cette prestation qui constitue un continuum parfait du point de vue de l'assurance des biens expédiés, car elle permet d'assurer les colis par tranche de valeur au-delà de 458 euros jusqu'à un montant de 5 000 euros.

- En second lieu, la définition contractuelle des engagements réciproques de La Poste et des clients professionnels qui recourent à cette prestation limite heureusement considérablement les motifs de contestation en cas d'incident. Le médiateur a toutefois été amené à proposer une indemnisation de 4 500 euros, dont les services de La Poste contestaient la justification, à l'occasion de l'envoi sous emballage spécial d'une tranche de météorite destinée à être exposée dans une manifestation publique. Il appartient en effet à La Poste de définir non seulement les modalités de sa prestation, mais également de fixer les conditions du transport pour des objets fragiles, sauf à indemniser ses clients en cas de détérioration de l'objet expédié pendant le transport.

Il est enfin intéressant de constater, comme le médiateur a pu le faire à propos de l'envoi par les adhérents de la Centrale de Règlement des Titres (CRT) des chèques et tickets restaurant, que la qualité de la prestation postale est fonction de la valeur ajoutée de la prestation. Ainsi le service client courrier a-t-il pu établir au titre de l'année 2003 que 100 % des objets expédiés à la CRT et faisant l'objet d'une réclamation pour perte sont retrouvés lorsqu'il s'agit d'un envoi en valeur déclarée ; le taux se situe entre 40 et 50 % pour les envois par lettre recommandée qui sont assurés mais non tracés, 12 % pour la lettre suivie (dont on rappelle qu'elle n'est ni assurée ni tracée) et 4 % seulement pour la simple lettre.

Il est donc fort logique que les envois en valeur déclarée ne fassent qu'exceptionnellement l'objet d'une réclamation auprès du service du médiateur. Celui-ci souligne donc le grand intérêt qu'il y a, tant pour La Poste que pour ses clients, à recourir à des prestations à valeur ajoutée présentant les meilleures garanties de qualité et de suivi ainsi qu'une couverture financière particulièrement adaptée aux risques inhérents à l'activité de transport et en complète cohérence avec la mission de La Poste de transporteur d'objets et de courriers et son savoir faire en matière de services financiers.

TROISIÈME PARTIE

« Les avancées liées à l'activité du médiateur »

1. Le suivi des propositions formulées dans le rapport 2003

Compléter le cadre juridique du service universel et le mettre en application

En 2003, le médiateur avait souligné l'importance et l'urgence de compléter le cadre juridique du service universel en adoptant les dispositifs d'application des textes législatifs et réglementaires entrés en vigueur entre 1999 et 2001 pour transposer la directive postale de 1997, faute de quoi certaines dispositions majeures de ces textes demeuraient inopérantes.

Il s'agissait notamment :

- du décret en Conseil d'État prévu par l'article L. 2 du Code des postes et des communications électroniques, relatif aux prestations faisant l'objet de dédommagement en cas de perte, de vol, de détérioration ou de non-respect des engagements de qualité du service,
- de l'arrêté prévu à l'article R. 1 du code des postes et des communications électroniques fixant la procédure de traitement des réclamations des usagers du service universel ainsi que la déclinaison concrète des prestations bénéficiant d'une indemnisation.

Aucune des dispositions juridiques mentionnées n'est entrée en vigueur depuis le précédent rapport. Le médiateur ne peut que réaffirmer sa conviction que leur adoption rapide permettant de créer un cadre cohérent, lisible et évolutif devrait plus que jamais constituer une priorité pour l'action de l'État, alors même qu'une nouvelle étape juridique se prépare avec l'adoption de la loi sur la régulation des activités postales.

Le médiateur avait également rappelé les obligations concrètes imposées par la Directive postale de 1997, le cahier des charges de La Poste et le contrat de plan entre l'État et La Poste, en matière de contrôle de la qualité du service universel et d'information sur les résultats de celui-ci :

- contrôle indépendant des performances en matière de qualité effectué au moins une fois par an par des organismes n'ayant aucun lien avec La Poste, dans des conditions normalisées, et publication au moins une fois par an de rapports regroupant les résultats, informations sur le nombre de réclamations et la façon dont elles ont été traitées (directive postale de 1997),
- contrôle périodique de la qualité de service et communication, chaque année, des résultats des mesures de qualité de service des indicateurs mentionnés en annexe au contrat de plan (cahier des charges et contrat de plan).

Le médiateur maintient intégralement les demandes formulées l'année précédente quant à l'accessibilité au public des résultats de ces contrôles et investigations.

Rénover l'« instruction générale »

En 2003, le médiateur avait suggéré une mise à plat de l'ensemble des dispositions présentées comme faisant partie de la réglementation postale, principalement regroupées au sein de l'« instruction générale sur le service de La Poste ».

La référence faite par les services de La Poste aux prescriptions de ce document, le plus souvent pour les opposer aux clients, alors même qu'il n'est pas accessible à ceux-ci, s'ajoutant au caractère empirique et souvent obsolète de certaines dispositions, militent en faveur d'une refonte d'ensemble. Il conviendrait de rendre ainsi accessible à tous les publics un document rénové et largement diffusé.

Le médiateur renouvelle les recommandations faites en 2003.

Améliorer le traitement des réclamations de ses clients par La Poste

Conformément à l'article R.1 du Code des postes et des communications électroniques et aux recommandations formulées par le médiateur du service universel postal, La Poste a entrepris une refonte complète de l'organisation du système de traitement des réclamations de ses clients. Après une phase d'expérimentation prolongée dans l'est de la France, l'entreprise a arrêté un certain nombre de principes d'organisation qui lui paraissent de nature à garantir une meilleure qualité du traitement des plaintes des usagers. Ces avancées représentent incontestablement un effort méritoire pour mieux mobiliser ses agents au service de leurs clients. L'attention s'est donc prioritairement portée jusqu'à présent vers l'intérieur de l'entreprise dans un souci de formation, d'explication et de meilleure articulation avec les services clients nationaux nombreux mis en place par La Poste (Courrier à Libourne, Colis à Saint Dié, International à Besançon,).

Le médiateur avait déjà noté la qualité de traitement du service courrier de Libourne qui, à de nombreuses reprises, a démontré son professionnalisme dans le cadre des procédures de recherche et d'indemnisation qui sont les siennes.

D'une manière générale, le système reste toutefois marqué par une très grande lourdeur des procédures et par un coût élevé pour les clients du traitement de la réclamation. Néanmoins le mouvement initié par La Poste s'inscrit dans la bonne direction. Il n'y a aucune raison pour que, dans le cadre d'un dialogue constructif avec les représentants des consommateurs d'une part et les professionnels de la vente à distance d'autre part, ce système ne bénéficie pas des améliorations substantielles que commandent le bon sens et l'intérêt commercial d'une poste de plus en plus confrontée à la concurrence.

Il reste sans doute à développer une véritable politique de communication vers les clients pour leur expliquer le fonctionnement du système mis en place ; la mention faite aujourd'hui du médiateur du Groupe La Poste, notamment sur le site internet de l'entreprise constitue également un progrès notable.

Dans ce domaine, le médiateur considère que ses recommandations initiales sont suivies de manière satisfaisante.

Réformer le régime de responsabilité de La Poste

Les recommandations adressées tant au Président de La Poste qu'au Ministre en charge des postes dès l'année 2003, ainsi que les avis exprimés par le médiateur du service universel auprès de la représentation nationale (Commission Supérieure des Postes et des Communications Électroniques) trouvent actuellement leur aboutissement dans une réforme profonde du droit de la responsabilité de La Poste. Cette évolution s'inscrit dans le cadre de la discussion du projet de loi de régulation des activités postales actuellement arrivé au terme de la procédure d'adoption par le Parlement.

En l'état actuel du projet, il apparaît clairement que La Poste sera désormais soumise à un principe de responsabilité de droit commun, quelles que soient les modifications ultimes qui seront apportées par le législateur. Le secteur postal s'inscrira donc, dans son ensemble, dans le cadre de l'un et/ou de l'autre des deux systèmes de référence actuellement applicables aux autres entreprises du secteur : le droit de la consommation et le droit du transport, indépendamment des évolutions récentes du droit du commerce électronique.

La Poste a fortement contribué à cette modification du cadre de sa responsabilité en participant activement à l'élaboration de nouvelles règles de droit et en infléchissant positivement, comme on l'a vu dans la première partie, sa pratique actuelle de l'indemnisation de ses clients. Ce sujet constitue incontestablement l'aspect le plus positif des retombées de l'activité du médiateur du service universel postal qui a d'ailleurs fait connaître ses propositions sur ce sujet aux rapporteurs du projet de loi dans les deux assemblées et au Ministre en charge des postes lors de la consultation publique lancée par ses services à l'été 2004.

Il convient toutefois de souligner que ses efforts n'ont pas été isolés. Ils s'appuyaient sur des orientations de principe exprimées par le Médiateur de la République depuis 1994 et qui avaient inspiré la position des autorités françaises lors de la négociation de la Directive postale de 1997. Le résultat qui se dessine aujourd'hui démontre la grande pertinence d'un système de médiation indépendant et transparent relayé par une communauté professionnelle et de consommateurs désireux d'établir des relations de confiance dans un secteur où le risque « naturel » de l'activité de transport et de distribution demeure, quelles que soient les garanties offertes et les procédures mises en place par les opérateurs.

Publier le rapport du médiateur du Groupe La Poste

Le médiateur avait à de nombreuses reprises suggéré à La Poste de mieux communiquer sur l'existence et la fonction de son médiateur interne. Des progrès incontestables ont été réalisés du point de vue de l'information préalable sur le site internet du Groupe. La nouveauté la plus remarquable a été la première publication de son rapport annuel à l'été 2004. Cette évolution s'inscrit parfaitement dans le cadre des orientations préconisées par le médiateur du service universel postal tant du point de vue du principe de transparence de son activité que de celui des relations organisées avec le médiateur de La Poste au travers du protocole signé en janvier 2003.

Cette inflexion souhaitée par la direction de La Poste a permis à son médiateur interne de participer à la signature de la charte des médiateurs du service public à la fin de l'année 2004 et de s'inscrire ainsi dans le cadre déontologique et de procédure auquel ont adhéré les médiateurs signataires appartenant aux grandes administrations et aux grandes entreprises de service public concernées. On trouvera en annexe la copie de cette charte.

2. **L'activité de juillet 2003 à décembre 2004 - Promotion du service universel et défense des utilisateurs**

Assurer le suivi de la qualité de service

L'article 16 de la Directive postale fixe les orientations imposées aux Etats-membres afin de promouvoir la qualité du service postal. Ses dispositions s'articulent autour de trois axes : *la fixation de normes de qualité par les Etats membres ; le contrôle indépendant de cette qualité ; la publication des rapports de contrôle au moins une fois par an.*

Le marché postal français n'obéit pas à des normes de qualité, *stricto sensu*, mais La Poste et l'État s'accordent sur les objectifs de qualité annexés au contrat de plan de l'entreprise. Le médiateur ne se prononce pas sur le niveau d'exigence ainsi recherché. Il constate néanmoins avec satisfaction l'extension du champ de ces objectifs à de nouvelles prestations telles que le colissimo d'une part ; ces objectifs sont par ailleurs déclinés de manière plus détaillée que dans les contrats précédents (voir document en annexe).

Le médiateur s'interroge toutefois sur le caractère indifférencié d'objectifs de qualité qui s'appliquent à toutes les liaisons postales sur l'ensemble du territoire, sans prise en compte des difficultés spécifiques d'acheminement et de distribution liées soit au lieu de destination, soit à la date d'envoi dans la semaine, soit enfin à la non standardisation des envois postaux. Il recommande à La Poste et aux services de l'État de mieux intégrer ces éléments à l'avenir et d'étudier la mise en place d'une information systématique permettant d'assurer une transparence plus fine de la qualité des prestations postales et du traitement des dysfonctionnements éventuels.

S'agissant du contrôle indépendant des performances, il n'est pas dans les attributions du médiateur de formuler une appréciation sur le respect des dispositions de la directive.

En revanche il constate qu'aucune publication régulière d'un véritable « rapport » relatif à la qualité n'est réalisée. Ce point, déjà souligné dans son précédent rapport, a toutefois fait l'objet d'une écoute constructive de la part de la direction de l'entreprise. On trouvera en annexe la copie des éléments de réponse que le Président de La Poste lui a adressés aux fins de publication dans le présent rapport. Cette contribution à l'information de ses clients constitue une première avancée constitutive d'une véritable ouverture dans ce domaine. Nul doute que La Poste ne soit déterminée à progresser dans la direction souhaitée par la directive quant à la transparence, seule garante du respect tant par l'opérateur que par les États-membres de leurs obligations respectives en matière de qualité de service.

Traiter les réclamations des utilisateurs

L'article 19 de la directive postale fixe les obligations des Etats membres relatives aux procédures de traitement des réclamations des utilisateurs.

L'alinéa premier leur impose de veiller à ce que des procédures transparentes, simples et peu onéreuses soient mises en place. Bien que les Autorités Françaises n'aient toujours pas adopté l'arrêté prévu par l'article R1 du Code des postes et communications électroniques, l'opérateur postal s'est engagé dans l'expérimentation d'un nouveau système de traitement des réclamations de ses clients. Comme le souligne le Président de La Poste dans son courrier du 28 février 2005 joint en annexe, le prestataire de service universel a commencé la mise en place d'un « nouveau processus de traitement et de suivi des réclamations » au cours de l'année 2004.

En première analyse, les orientations retenues par La Poste devraient assurer à ses clients le respect des principes de simplicité et d'économie fixés par la directive. Cette appréciation doit toutefois être tempérée pour ce qui concerne les réclamations relatives aux colis dont la lourdeur et le coût pour les acteurs économiques, y compris La Poste, demeurent importants. Une des explications réside sans doute dans le fait que le destinataire n'est toujours pas autorisé à porter directement réclamation, ce qui est source de complexité et de coût pour l'ensemble du système de traitement alors même que les systèmes d'information de l'opérateur lui permettent un suivi relativement satisfaisant pour tous les produits de la gamme du service universel, et a fortiori pour leur déclinaison à valeur ajoutée (colissimo et emballage colissimo notamment).

L'alinéa deux et l'alinéa trois imposent aux Etats membres deux types de mesures. En premier lieu, ils doivent garantir que les procédures existantes permettent de régler équitablement et rapidement les litiges avec, quand cela se justifie, un système de remboursement ou de dédommagement. En dépit de la carence rappelée ci-dessus, le médiateur considère que les dispositifs mis en place par La Poste sur ces différents points, s'ils demeurent perfectibles, répondent aux obligations de la directive.

Lorsqu'il existe, le dispositif de dédommagement demeure lourd, coûteux et parfois très pénalisant pour le client destinataire. Ce constat est particulièrement vrai en matière de colis, notamment dans le cas de la vente à distance. L'obligation pour ce client d'obtenir l'accord de l'expéditeur, avant toute action en réclamation, se heurte à deux types de difficultés : le refus pur et simple d'agir ou l'impossibilité de joindre l'expéditeur (ce phénomène est parfois aggravé par l'absence d'identification de service de réclamation du vendeur à distance ou par l'usage systématique et très onéreux des numéros d'appel payants) ; l'impossibilité d'obtenir de sites de vente à distance localisés à l'étranger d'émettre une réclamation à destination de La Poste française. Le médiateur a déjà appelé la vigilance de l'ensemble des acteurs du e-commerce sur ces dysfonctionnements qu'il est de leur intérêt même de contribuer à éliminer.

Enfin, si les données communiquées par le Président de La Poste constituent une avancée appréciable en terme d'information des clients sur l'activité des services clients nationaux de La Poste, peu d'éléments sont accessibles sur le traitement des réclamations au premier niveau que ce soit en nombre, en montant ou en indemnisation.

En second lieu les Etats membres veillent à ce que les utilisateurs puissent soumettre à l'autorité nationale compétente les cas où leurs réclamations auprès du prestataire du service universel n'ont pas abouti d'une façon satisfaisante. Conformément à cette obligation, les autorités françaises ont mis en place, avec la création du médiateur du service universel, un dispositif répondant aux exigences de la directive.

Le décret du 28 décembre 2001 instaure, en effet, un cadre assurant le respect par l'opérateur de délais de traitement adaptés dans la mesure où les utilisateurs peuvent saisir le médiateur en l'absence de réponse du prestataire dans un délai de deux mois.

L'équité est notamment assurée par le médiateur du service universel, à la fois de manière directe et indirecte.

Les méthodes de travail mises en œuvre par les services du médiateur permettent de défendre équitablement les intérêts de tout utilisateur qui a subi un préjudice avéré du fait du prestataire du service universel.

C'est classiquement le cas lorsque les prescriptions réglementaires de l'opérateur ne sont pas appliquées (contrat de réexpédition), s'avèrent inapplicables (valeur déclarée pour les particuliers), inadaptées (impossibilité d'assurer correctement les objets expédiés en raison du plafonnement à 458 euros pour les envois recommandés ou les produits de la gamme colissimo ainsi que pour les envois internationaux dont la responsabilité est limitée à un montant forfaitaire de 45,73 euros y compris pour les expéditions à l'intérieur de l'Union Européenne), inexécutées (défaut de conseil) et, d'une manière plus générale, du fait du non respect par La Poste du droit de la consommation auquel elle est pourtant soumise.

C'est encore le cas lorsque l'opérateur se trouve dans l'incapacité d'apporter la preuve, ou un commencement de preuve, de l'effectivité de sa prestation pour des produits associés à des services tels que la remise de colis au destinataire, le recommandé, le recommandé international, etc.

Dans son domaine d'activité propre, le médiateur du service universel ne s'interdit pas de rechercher les voies d'un règlement alternatif amiable du conflit potentiel entre La Poste et ses clients. Cette attitude suscite parfois les réserves de l'opérateur ; elle permet néanmoins de régler bon nombre de contestations dans l'esprit de sa fonction sans se limiter à des interprétations par trop étroites de son « champ de compétence » et au bénéfice, le plus souvent reconnu par La Poste elle-même, de son image auprès de ses clients.

La traduction concrète de cette attitude consiste, indépendamment de l'émission d'une recommandation formelle, à adresser à l'entreprise de simples suggestions de geste commercial en faveur du plaignant ou à proposer aux parties une véritable intervention de médiation civile. Cette dernière option, bien que plus exceptionnelle, s'est avérée très productive et a permis d'aboutir, sous son égide, à une solution transactionnelle du conflit entre les parties. Dans tous les cas, ces développements de son activité ont recueilli l'accord préalable des deux parties. La Poste n'a refusé qu'une fois la proposition de médiation qui lui était faite dans un dossier dont l'enjeu financier (environ 30 000 €) justifiait en tout état de cause le déclenchement d'une procédure contentieuse.

En revanche, le médiateur s'est fixé pour ligne de conduite de recommander l'application stricte des dispositions contractuelles lorsque le client avait été en mesure d'y souscrire dans la clarté. Tel est le cas de toutes les contestations relatives aux contrats de réexpédition proposés par La Poste. La contestation de ces documents, certes toujours possible en droit français, relève en effet d'autres instances.

Le médiateur assure également une responsabilité dans la surveillance du traitement des réclamations par les services de La Poste. Cette fonction revêt plusieurs formes :

- dans la relation avec les établissements directement concernés par le premier niveau de réclamation, le médiateur a développé une politique de renvoi à ces instances aussi systématique que possible afin de permettre un règlement aussi rapide qu'adapté aux contraintes locales entre le service compétent et son client. Le règlement de ces dossiers s'effectue naturellement sous le contrôle de la direction de l'entreprise qui est systématiquement informée de la mise en œuvre de cette procédure et qui peut à tout moment participer à l'élaboration d'une solution équitable ;

- avec les différents services nationaux de traitement des réclamations ou de recherche, appelés « services clients », l'action du médiateur prend la forme d'un dialogue permanent. Il convient d'ailleurs de souligner qu'avec des moyens et des procédures inégalement appropriés, ces services adhèrent sans réserve à ce mode de relation qui leur permet également d'éclairer, voire d'instruire le médiateur sur leurs méthodes de règlement de conflits ;
- la relation avec le médiateur du groupe s'inscrit complètement dans le cadre du protocole qui régit leurs relations au bénéfice des clients. Dans les cas les plus délicats, ce protocole oblige les deux médiateurs à évoquer ensemble les voies de traitement les plus appropriées de la réclamation afin de mieux prendre en compte, en équité, les attentes du client. Ce dispositif a permis d'améliorer l'indemnisation du client dans deux cas très particuliers : redressement d'une erreur matérielle de calcul de l'indemnisation ; indemnisation en équité au-delà du strict respect des spécifications contractuelles d'une prestation recommandée.

L'alinéa quatre de l'article 19 de la directive impose enfin aux Etats membres, conformément à l'article 16, relatif au contrôle de la qualité de service, de veiller à la publication par les prestataires du service universel d'informations sur le nombre de réclamation et la façon dont elles ont été traitées.

L'information donnée par le Président de La Poste sur ce point constitue un élément encourageant dans cette direction. Le médiateur se félicite de cette évolution qui s'inscrit en effet dans l'esprit du plan d'entreprise « performance et convergence » de La Poste. Les autorités françaises devront néanmoins s'attacher à exercer à l'avenir cette surveillance qu'elles ont jusqu'à présent négligée.

3. Les autres activités du médiateur

La consultation par les entreprises du secteur postal

Le décret du 28 décembre 2001 instaure deux autres procédures de saisine du médiateur.

- La procédure établie par l'article R1-10, qui permet la saisine du médiateur sur tout projet de contrat ou de modification d'un contrat existant, n'a jamais été formellement utilisée. Toutefois les entreprises clientes de La Poste ont à plusieurs reprises souhaité rencontrer le médiateur directement ou par l'intermédiaire de leur conseil afin d'évoquer avec lui les termes de leur relation commerciale avec l'opérateur postal.

Dans l'exercice de cette activité, le médiateur s'est naturellement limité à rappeler leurs droits aux clients de La Poste sans intervenir dans leur relation commerciale avec l'entreprise dans la mesure où aucune saisine formelle n'avait été adressée.

Cette fonction a toutefois permis aux entreprises clientes de s'entendre confirmer les termes de la réglementation postale en vigueur alors même que, faute de transposition par les autorités françaises, la situation juridique dans laquelle elles pouvaient se trouver vis-à-vis de La Poste, soit en tant que client, soit en tant que concurrent, méritait d'être précisée. Cette activité a même débouché dans deux cas sur la confirmation formelle de la situation juridique opposable à La Poste ou à des tiers intéressés compte tenu de l'état du droit créé par la directive postale.

- La procédure de l'article R1-9 permet à tout co-contractant de La Poste de saisir le médiateur en cas « de désaccord sur l'exécution des contrats comportant des clauses particulières par rapport aux conditions générales de l'offre du service universel postal ».

Lors de la première année d'activité, le médiateur a eu à régler une réclamation importante qui a été largement exposée dans son premier rapport et à propos de laquelle La Poste a adopté une attitude extrêmement constructive en suivant la recommandation émise. Ce dossier, s'il conserve valeur d'exemple, n'a pas été suivi d'autres saisines formelles au titre de la procédure de l'article R1-9. En revanche, un certain nombre de consultations informelles ont eu lieu, comme pour l'article R1-10, qui ont permis aux clients de régler eux-mêmes les difficultés qu'ils estimaient rencontrer dans leur relation avec La Poste.

Dans ce domaine, comme dans le précédent, l'existence du médiateur a contribué au rapprochement des parties directement intéressées et au règlement de leur différend sans avoir à recourir ni au contentieux, ni même à la saisine formelle du médiateur dont on sait qu'elle risque de figer les positions des acteurs.

La médiation hors du champ du service universel

Comme le montrent les graphiques relatifs aux saisines du médiateur, celui-ci a été saisi à de nombreuses reprises par des clients lui soumettant le règlement d'un différend en dehors du champ du service universel postal.

L'ensemble des réclamations présentées par des clients au titre des services financiers de La Poste a été transmis au médiateur du groupe afin qu'il puisse leur assurer le traitement le plus approprié par les services de La Poste. S'agissant de réclamations émises à propos de prestations « hors champ », comme par exemple la publicité non adressée, ou de saisines réalisées à propos de prestations dont La Poste contestait l'appartenance au champ du service universel postal, comme l'envoi de colis sous la forme « d'emballage colissimo », le médiateur a adopté une attitude très pragmatique, conformément à la lettre et à l'esprit du protocole signé en janvier 2003 avec le médiateur du Groupe La Poste.

La quasi totalité des réclamations relatives à la publicité non adressée qui émanaient le plus souvent d'associations culturelles ou sportives ont été transmises au médiateur du Groupe La Poste. Les réclamations relatives aux emballages colissimo ont fait l'objet d'une analyse par le service du médiateur au titre de la jurisprudence sur la recevabilité des plaintes évoquée plus haut à propos des réclamations dans le domaine du colis ; les propositions faites par le médiateur ont presque toujours été suivies d'une proposition d'indemnisation des clients par La Poste sur une base purement commerciale.

Deux cas de figure ont amené le médiateur à proposer une véritable activité de « médiation civile » :

- En premier lieu, dans un dossier mettant en jeu l'envoi de valeurs totalisant 30 000 € et pour lesquelles à deux reprises, et dans des conditions similaires, des emballages colissimo n'étaient pas arrivés à destination alors même que le destinataire bénéficiait d'une tournée de distribution d'entreprise dédiée, le médiateur a offert aux parties une véritable médiation dans un dossier particulièrement délicat pour lequel La Poste contestait l'appartenance de la prestation au service universel postal. La Poste a refusé la médiation dans cette affaire à propos de laquelle le client n'a plus d'autre solution que la voie contentieuse.

- En second lieu, deux dossiers mettant en cause la prestation de publicité non adressée offerte par La Poste et pour lesquels une situation de blocage - et pour l'un d'entre eux un environnement contentieux - avait rendu impossible toute chance de dénouement amiable malgré l'importance des sommes en jeu, ont pu faire l'objet d'une médiation avec l'accord des deux parties.

Le premier dossier a permis de dénouer un blocage commercial et financier préjudiciable au client mais également susceptible d'entraîner La Poste dans des suites contentieuses incertaines. L'accord des parties a été obtenu en dépit d'un lourd contentieux en cours sur un autre dossier, démontrant par là même que la médiation civile pouvait réduire le périmètre d'un conflit client-fournisseur, même dans la situation où certains aspects ne pouvaient plus trouver de règlement que devant le juge.

La seconde affaire mettait en cause la qualité de la distribution d'un « mailing » d'information politique diffusé par un parlementaire à l'occasion de la campagne qu'il menait lors des dernières élections cantonales. Dans cette affaire, les deux parties qui campaient sur leurs positions depuis plusieurs mois ont accepté l'ouverture d'une médiation sous l'égide du médiateur. Le règlement de cette affaire, à la fin de l'année 2004, a permis au client d'obtenir, sur une base amiable, une indemnisation quatre fois supérieure à la proposition initiale de La Poste.

Ces deux médiations réalisées apportent une démonstration très convaincante de la pertinence du recours, dans certains cas, aux outils des « modes alternatifs de règlement de conflit » tels qu'ils sont définis par les orientations des travaux de la Commission européenne. Cette procédure offre aux parties, si elles le souhaitent, une confidentialité et un contrôle absolu des termes de leur arrangement et souligne la pertinence, dans certains cas, de l'intervention d'une tierce partie au conflit.

La formulation de recommandations par le médiateur

Dans le cadre des procédures de saisine définies par le décret du 28 décembre 2001, le « médiateur du service universel postal formule une recommandation motivée au prestataire du service universel postal » ; « à défaut de réponse du prestataire du service universel postal faisant droit à la recommandation dans le délai qu'il a fixé, le médiateur informe le ministre chargé des postes ». Conformément à un engagement pris par les autorités françaises vis-à-vis de la Commission européenne dans le cadre du contrôle de la transposition de la directive postale de 1997, l'ensemble de ses recommandations font l'objet d'une publication. Celles-ci sont en effet publiées sur le site du médiateur du service postal hébergé sur le site du ministère www.minefi.gouv.fr. On en trouvera la copie en annexe.

Cette activité appelle deux types de remarques :

- l'ensemble des recommandations adressées au Président de La Poste a fait l'objet d'une application totale ou partielle par le prestataire, fut-ce au prix parfois d'une relance ;
- le nombre de recommandations émises par le médiateur apparaît somme toute limité (une soixantaine de recommandations pour environ cinq cents dossiers traités par les services du médiateur). Cela résulte de la volonté délibérée du médiateur de ne recourir à la recommandation qu'en tout dernier ressort.

De plus, dans la quasi totalité des autres réclamations reçues par le médiateur, les services de La Poste en charge de la relation client ont pu trouver une solution amiable, à la demande du médiateur, en s'appuyant parfois sur l'expertise et les avis techniques ou juridiques émis par les services du médiateur du service universel postal.

Cette pratique fortement encouragée par le siège de La Poste a non seulement permis le règlement des différends au plus près des clients, mais a également considérablement bénéficié à l'image de l'entreprise tout en rétablissant la confiance des usagers dans le service universel postal.

QUATRIÈME PARTIE

« Quelques thèmes de réflexions »

1. Définition et contenu de la lettre

Le médiateur a reçu plusieurs saisines de clients de La Poste qui ont utilisé la simple prestation lettre de La Poste pour expédier des objets de petite dimension, notamment des composants informatiques, des disquettes, des CD roms, des DVD ou encore des clefs.

Les envois sont parvenus au destinataire, ou ont été retournés à l'expéditeur, mais sont arrivés vides de leur contenu. L'enveloppe porte souvent des traces de déchirures importantes. Elle est accompagnée d'indications du centre courrier constatant le dysfonctionnement. Les clients mettent souvent en cause la probité des postiers et demandent sur cette base l'indemnisation de la valeur du contenu, parfois élevée, même lorsque l'envoi n'était ni recommandé ni à valeur déclarée, en invoquant l'existence d'une faute lourde.

Le médiateur a conclu dans la majorité des cas à la détérioration de l'envoi pour des raisons techniques et non à une spoliation. Ses recommandations d'indemnisation ont été fondées, lorsque cela a été possible, sur des éléments du contexte de la prestation, notamment sur l'existence et la nature des conseils donnés lors de la remise de l'objet à La Poste au guichet.

En réalité la majorité de ces incidents tient probablement aux difficultés techniques que rencontre le système de tri automatisé de La Poste pour les lettres contenant des objets comme ceux mentionnés ci-dessus.

Cette question renvoie en fait le médiateur à une question fondamentale pour l'activité postale : qu'est-ce qu'une lettre ?

Aucune définition juridique de la « lettre » n'est directement accessible et une jurisprudence fournie s'est développée pour pallier cette carence : caractère clos ou non de l'envoi, notion de correspondance actuelle et personnelle, pli adressé ...

Au cas présent, ce corpus n'apparaît pas opérant : il ne s'agit pas de définir ce qu'est une lettre mais d'apprécier les caractéristiques de la prestation d'acheminement « lettre », produit de La Poste, offerte par elle au titre du service universel. Il convient plus précisément d'établir si cette prestation comporte la prohibition explicite de certains contenus - que ce soit au plan de la réglementation ou que cela résulte des conditions générales de vente - et spécifique par rapport aux prohibitions générales des articles L. 29 et R. 5 (matières dangereuses) du code des postes et des communications électroniques.

Dans la réglementation, seul l'article D 9 du code des postes et des communications électroniques évoque le contenu des lettres :

« Dans le régime intérieur sont considérés comme « lettres » pour l'application du tarif postal : 1° les envois présentés sous forme de plis à découvert ou sous enveloppe, close, ou non, et constitués essentiellement par de la correspondance ou des papiers en tenant lieu, ... ».

Il est clair que cet article ancien visait, non à prohiber des contenus, mais à s'assurer que le tarif des lettres, alors nettement plus élevé que celui des colis, était appliqué à tout envoi comprenant une correspondance même si celle-ci ne constituait qu'une partie seulement de l'envoi global. L'article D 89 du code participe du même souci financier, taxer au tarif lettre tout envoi contenant « une lettre ou une note ayant le caractère de correspondance actuelle et personnelle ».

En tout état de cause, ces dispositions réglementaires ne prohibent pas l'insertion de marchandises dans une lettre, pour autant que le tarif lettre soit respecté.

Il convient donc de s'intéresser aux conditions générales de ventes du produit par La Poste.

Elles ne sont pas disponibles en tant que telles. Il est cependant possible de les reconstituer à partir des éléments disponibles ; la consultation du site de La Poste, rubriques « Service universel » et « envois courrier des particuliers » permet notamment de mieux connaître le produit « lettre » de La Poste. Comme toute prestation, celle-ci est caractérisée par :

- un contenu (« envoi de correspondance » ou « envoi de courrier, qu'il s'agisse d'un courrier personnel ou d'un courrier plus « administratif »),
- un niveau de qualité de service (« délai d'acheminement indicatif J+1/J+2 »),
- des dimensions minimales (« une face 14 x 9 cm ») et surtout maximales (« $L+l+H = 100\text{ cm}$, $L \leq 60\text{ cm}$ »),
- une prohibition de contenu (« rouleaux non acceptés »),
- un poids maximal, 3 kg (2 kg pour la partie Service universel),
- et une grille tarifaire établie par tranches de poids.

Ces « caractéristiques » de la prestation « lettre » mentionnent certes un contenu – « envoi de correspondance » ou « envoi de courrier, qu'il s'agisse d'un courrier personnel ou d'un courrier plus « administratif » - mais la notion de « courrier » demeure imprécise.

En toute hypothèse, ces indications assimilables à des conditions générales de vente ne prohibent pas formellement l'acheminement de marchandises par une prestation « lettre ».

Au renfort de ce constat, il convient de noter que La Poste prescrit des prohibitions claires pour certains de ses produits, en particulier en ce qui concerne les envois de messagerie. Elles figurent ainsi de manière détaillée dans les conditions de vente de chaque produit de la gamme messagerie et sont rappelées sur certaines preuves de dépôt des objets conservées par les clients. Il y est même fait référence lorsque la place manque pour en donner le détail : « la liste des marchandises non autorisées est disponible sur demande » indique par exemple le site de La Poste, rubrique « service universel ». Ces indications sont fournies alors même qu'elles reprennent, ou découlent pour leur plus grande part, des dispositions des articles L 29 et R 5 du code.

En conclusion, dans les cas qui lui ont été soumis, force a été de conclure à l'issue de l'analyse menée que les clients n'ont contrevenu à aucune disposition dont ils auraient pu avoir connaissance en choisissant d'acheminer des marchandises comme par exemple des composants informatiques par une prestation « lettre ».

La clarification par La Poste des conditions de vente de la prestation « lettre » s'impose, d'autant qu'il s'agit de la composante majeure du service universel.

Le développement du produit passe par son adaptabilité aux nouvelles techniques et technologies et donc, en pratique, par la suppression de toute entrave au traitement automatisé. En contrepartie de cette qualité de service confortée, pour un coût maintenu voire réduit, l'obligation pour le consommateur de respecter des prohibitions quant au contenu ou à la présentation des envois lorsqu'il a recours à la prestation « lettres » se justifierait pleinement.

Le médiateur propose à La Poste d'étudier une définition des conditions générales de vente de la prestation « lettre » et notamment de communiquer au public les prohibitions de contenu de celle-ci justifiées par les contraintes techniques liées à l'automatisation du tri.

2. L'envoi d'objets fragiles ou de valeur

Le médiateur a été saisi en 2004 de plusieurs réclamations concernant des marchandises fragiles confiées aux services postaux et endommagées au cours de leur transport.

Ces réclamations constituent des dossiers d'autant plus sensibles qu'elles concernent souvent des marchandises de valeur élevée. C'est par exemple le cas pour le transport de matériel informatique.

Si La Poste a développé plusieurs prestations incluant des emballages renforcés, ceux-ci ont été conçus dans la majorité des cas pour l'envoi d'objets spécifiques.

Il n'existe cependant pas de traitement spécifique, de circuit postal dédié, adapté aux objets fragiles. Dans ces circonstances, un tel type d'envoi implique que le client de La Poste prenne certaines précautions qui lui permettront d'éviter un dommage et un éventuel litige. Deux paramètres doivent à ce titre être pris en considération pour l'envoi d'un objet fragile : la sécurité physique de l'envoi et les conditions d'indemnisation en cas d'incident.

Les produits de la gamme postale dédiés à la sécurisation physique de certains envois

Des emballages protecteurs mais non assurés

La gamme des produits postaux comprend des emballages plus résistants que les emballages classiques - pour lesquels La Poste n'encourt aucune responsabilité en cas d'absence ou d'insuffisance de conditionnement ou d'emballage - et destinés à l'acheminement d'objets spécifiques. Toutefois, si ces emballages renforcés permettent de sécuriser physiquement l'envoi, ils n'incluent pas systématiquement un dédommagement en cas de dysfonctionnement au cours de l'acheminement du colis.

Ainsi le « Poste-livre » et le « Distingo suivi », deux produits susceptibles de protéger physiquement leur contenu, relèvent-ils de la « correspondance ordinaire » évoquée dans l'article L7 du code des postes et des communications électroniques. A ce titre, ils n'ouvrent pas droit au versement d'une indemnité en cas de perte, spoliation ou détérioration.

Le médiateur a ainsi reçu plusieurs réclamations concernant des marchandises fragiles, telles qu'un flacon de parfum, expédié dans un « Poste-Livre » et perdu au cours de son acheminement. Dans cette affaire, en application des clauses contractuelles liant La Poste à ses clients pour cette prestation, la plaignante s'est initialement vue refuser toute forme d'indemnisation et c'est sur la base d'un défaut de conseil avéré au guichet que la direction de La Poste a accepté de verser à la plaignante, à titre exceptionnel et sur une base commerciale, la somme de 31 euros.

Le médiateur souligne que le Distingo et le Poste-Livre, prestations non assurées de la gamme Courrier, ne conviennent qu'à des objets de faible volume, d'un poids peu élevé et de faible valeur, ce qui limite sensiblement, pour les particuliers, le champ des objets transportables par ces moyens.

Le médiateur recommande à La Poste d'étudier la possibilité d'offrir au particulier une option d'assurance qui permette de compléter les qualités physiques de protection de ces produits par une couverture financière des incidents qui pourraient en affecter l'acheminement. Une telle orientation devrait intégrer le souci d'harmoniser l'offre de transport d'objets par La Poste, que celui-ci soit assuré dans la gamme des Colis ou dans celle du Courrier.

Des emballages renforcés incluant la possibilité d'assurer optionnellement les envois jusqu'à 458 euros

D'autres prestations dédiées, qui garantissent un transport physiquement encore plus sécurisé, intègrent, en complément, le versement à l'expéditeur d'une indemnité en cas de perte, détérioration ou spoliation de l'envoi.

C'est le cas de l'ensemble des emballages Colissimo et notamment des trois formats de la gamme « Colissimo bouteilles », qui permettent d'expédier respectivement une, deux ou trois bouteilles, dans un emballage rigide, en carton ondulé « adapté aux conditions de transport de La Poste » (www.laposte.fr).

La Poste inclut dans ce produit, comme pour tous les emballages Colissimo, une assurance forfaitaire de 31 euros pour les envois nationaux, en cas de perte, détérioration ou spoliation, qu'il s'agisse d'un emballage contenant une, deux ou trois bouteilles. Dans l'offre de base, les emballages colissimo n'offrent donc qu'une couverture financière limitée. Pour les envois de valeur, une assurance peut être souscrite jusqu'à 153 ou 458 euros, par l'achat d'un ou deux timbres d'assurance optionnels au prix de 1,22 euro par timbre.

Sous réserve du plafonnement de l'assurance à 458 euros pour les particuliers, cette offre est particulièrement recommandée par le médiateur pour tout envoi d'objet fragile ou de valeur.

Les produits assurés

Si le client souhaite privilégier une offre d'assurance simplifiée, il peut recourir au recommandé. Cette prestation prévoit en effet le versement d'une indemnité forfaitaire pouvant atteindre 458 euros, dans le cas d'une recommandation au taux maximal R3, si la responsabilité postale est mise en jeu, notamment dans le cas d'une détérioration du contenu du colis.

Paradoxalement, si le principe de l'assurance est prévu sans surcoût, la sécurisation physique du contenu incombe ici au client et « La Poste n'encourt aucune responsabilité en cas d'absence ou d'insuffisance de conditionnement ou d'emballage » (www.laposte.fr).

Dans cette même logique, La Poste s'est engagée en 2004 à mettre effectivement à la disposition des particuliers la valeur déclarée. Présentée comme un service d'acheminement sécurisé pour les envois d'objets de valeurs avec emballage obligatoire dans une enveloppe agréée par La Poste, elle offre « *une garantie minimale d'indemnisation pouvant aller jusqu'à 600 euros incluse dans le tarif de la prestation de base. Au-dessus de 600 € de valeur assurée, complément d'assurance à 0,50 € par tranche de 100 € ou par fraction de 100 €* »¹.

Cette prestation, qui nécessite que la valeur du bien acheminé puisse être attestée est, au sein du service universel postal, la seule à même d'assurer un envoi au-delà du plafond de 458 euros, prévu pour le recommandé R3 mais laisse au client la responsabilité de la sécurisation de son envoi.

Cette prestation reste toutefois encore limitée dans son champ d'utilisation, les envois en valeur déclarée nationale étant limités aux objets de moins de 5 kg.

Le constat de détérioration, élément clé de l'indemnisation

La réglementation postale ne prévoit l'octroi d'une indemnité que dans la mesure où des réserves ont été émises par le destinataire au moment de la réception. Ce point a été, dans plusieurs dossiers transmis au médiateur, soulevé par les services postaux pour refuser initialement toute indemnisation. On peut néanmoins s'interroger sur la compatibilité de cette prescription avec les règles applicables dans le secteur du transport et celles qui ont pour objet de défendre les consommateurs.

Ainsi, après la réception d'une machine à coudre expédiée en Colissimo ordinaire, sans garantie de valeur, et détériorée au cours de son transport, La Poste a refusé toute indemnisation des plaignants, au motif « *qu'aucune réserve [n'avait] été émise par le client puisque l'emballage était resté intact* ». Au cas précis, en réponse à l'intervention du médiateur, La Poste a accepté de verser 100 € aux plaignants aux fins de réparation de la pièce défectueuse mais cette décision du Président de La Poste a été prise à titre « purement commercial » et ne saurait faire jurisprudence.

¹ www.laposte.fr

La notion de « réserves » peut revêtir plusieurs formes allant du refus pur et simple du colis, au constat de détérioration contradictoire, qui doit être établi en présence du préposé.

Un emballage abîmé, des angles enfoncés, sont autant d'indices d'un choc au cours du transport et d'un risque d'impact sur les biens transportés. L'absence de réserves rend donc délicate l'indemnisation de l'expéditeur ou de son mandataire. Celle-ci ne peut plus dès lors être acceptée que sur une base commerciale et oblige le plaignant à apporter d'une part des éléments probants de la responsabilité de La Poste dans les dommages causés, d'autre part des explications précises sur l'impossibilité de les détecter à réception du colis, qui seule éclaire l'absence de réserves.

L'envoi d'un objet fragile implique donc de prendre en considération deux paramètres. En premier lieu, il convient de le sécuriser physiquement en choisissant un des produits postaux dédiés aux envois fragiles, ou en confectionnant soi-même un emballage sécurisé. En second lieu, il importe de s'assurer d'avoir choisi un produit de la gamme postale offrant une assurance en rapport avec la valeur de l'objet expédié.

Il convient donc de souligner que La Poste a procédé au cours de l'année écoulée à des améliorations sensibles de sa gamme de prestations (assurance forfaitaire incluse dans l'offre de base du colissimo) et présente, dans sa gamme de colis, une offre transparente et dont les conditions sont en général portées à la connaissance des clients sur le document qu'il conserve et qui constitue la preuve de remise de l'objet à La Poste.

3. Les envois de titres restaurants, de chèques-vacances et de chèques cadeaux

L'objet des saisines

Le médiateur du service universel postal a été saisi à de nombreuses reprises par des expéditeurs de titres-restaurants, de chèques-vacances ou de chèques-cadeaux, dont les envois ne sont pas parvenus à destination.

Les montants en jeu sont toujours importants, au minimum de l'ordre de plusieurs centaines d'euros, parfois nettement plus, pour atteindre dans quelques cas des montants très importants, 10 000 et 20 000 euros.

Ces contenus, des « quasi-valeurs », posent des problèmes identiques, mais les expéditeurs, les modalités et les fréquences d'expédition sont différents. Pour les titres restaurants, ce sont des envois de professionnels de la restauration, adressant de manière régulière les titres reçus en paiement pour remboursement à un seul site.

Pour les chèques-vacances et les chèques cadeaux, ce sont des envois de particuliers, épisodiques et adressés à des destinataires très variés, entreprises de VPC, mais aussi agences de voyages, notamment, disséminés sur l'ensemble du territoire national.

Ces différences conduisent à distinguer les analyses.

1. Le contexte

Les titres restaurants sont expédiés par des restaurateurs individuels ou des chaînes de restauration nationales à la Centrale de remboursement des Titres (CRT), implantée à Bagnolet, pour que celle-ci opère à leur profit le remboursement de ces titres remis aux salariés des entreprises.

La CRT compte quelques 160 000 affiliés. Les flux de titres annuels s'élèvent à près de 460 millions de titres pour une valeur de 3 milliards d'euros.

En principe, les titres en retour, d'une valeur nominale de 6 à 10 euros, n'ont pas de valeur pour un tiers puisqu'ils doivent porter le cachet du restaurant qui les a reçus en paiement : inutilisables dans un autre restaurant, ils ne peuvent être payés qu'à l'expéditeur, lié par contrat à la CRT. Toutefois des possibilités de fraude semblent exister qui expliquent des disparitions pour lesquelles l'aléa technique semble exclu.

Pour se faire rembourser les titres auprès de la CRT, les restaurateurs peuvent les déposer directement à la CRT, se rendre dans un des lieux de collecte fixes du réseau mis en place par la CRT, utiliser la prestation « Colissimo suivi retour » customisée CRT ou les expédier par une prestation postale classique.

De 7 000 à 8 000 dépôts quotidiens, représentant 2 millions de titres (250 titres en moyenne par envoi) sont opérés, dont un peu plus d'un quart via la formule « Colissimo suivi retour » CRT : cette dernière représente au total quelques 300 000 envois de cette nature par an. Environ 1 000 envois opérés via cette formule sont perdus chaque année. Après enquête, ils sont quasiment tous intégralement remboursés à l'expéditeur par la CRT, l'assurance incluse dans la prestation offerte par la CRT est extérieure à la prestation postale, limitée au seul acheminement, et le médiateur n'a donc pas eu à connaître de ces cas.

Les saisines du médiateur portent sur les cas où le restaurateur n'a pas eu recours à la prestation spécifique CRT. Les prestations postales utilisées sont alors très diverses : lettre ordinaire, lettre recommandée, emballage Colissimo S.

Des garanties optionnelles sont parfois prises par le client, notamment par le choix du taux de recommandation le plus élevé R 3 ou de l'assurance maximale pour les emballages Colissimo. Même dans ces cas, le montant de l'indemnité forfaitaire, 458 euros, demeure le plus souvent très éloigné de la valeur des titres disparus.

Pour sa part, s'agissant des prestations postales classiques, le Service client Courrier de Libourne enregistre annuellement environ 250 réclamations portant sur des envois destinés à la CRT. Les 4/5 concernent des lettres, la moitié (120) sont des lettres recommandées essentiellement R1 (50), et R3 (70). Près de 50 % des envois recommandés sont retrouvés au cours de l'enquête, les autres sont indemnisés au taux choisi. Les statistiques équivalentes relatives aux produits de la gamme colis classique de La Poste ne sont pas connues à ce jour.

Tous produits confondus, l'écart entre les indemnisations demandées, près de 200 000 euros au total et les indemnisations opérées, 22 000 euros, est majeur, et demeure très significatif s'agissant des recommandés qui constituent pourtant l'essentiel des indemnisations (100 000 / 16 000). Seules 5 valeurs déclarées (contenant au total près de 15 000 euros) ont fait l'objet de réclamations : toutes ont été retrouvées.

2. Les problèmes posés

Le premier problème porte sur l'information des clients mais aussi des personnels de La Poste sur la prohibition d'insertion des titres restaurant dans les envois postaux classiques, que ces prohibitions résultent de l'application des dispositions de l'article R 3 du Code, ou des conditions générales de ventes des produits (Colissimo). L'information des agents sur ces prohibitions lorsqu'ils interfèrent dans le dépôt des objets et qu'ils ont connaissance du destinataire (produits recommandés) semble également devoir être renforcée.

Les titres restaurants, pour autant qu'ils soient assimilables à des valeurs au porteur après qu'ils aient été marqués par le restaurateur, entrent dans le cadre des prohibitions du 1° de l'article R 3 du code des postes et communications électroniques relatives aux envois (lettres) ordinaires ou simplement recommandés :

« sera punie de l'amende prévue pour les contraventions de 5^{ème} classe :

1° l'insertion de billet de banques français ou étrangers ou d'autres valeurs au porteur dans les envois ordinaires ou simplement recommandés. ... »

S'agissant des prestations « Colissimo », les conditions générales de vente des prestations prohibent explicitement l'insertion de « titres échangeables du type tickets restaurants » ou de « chèques restaurants ».

Dans la totalité des cas soumis au médiateur, seules la prestation spécifique de la CRT et la prestation « valeur déclarée » de La Poste étaient susceptibles de garantir la totalité du montant des titres contenus. Les limites de garanties de ces prestations, 2 750 euros et 5 000 euros maximum, auraient pour les envois les plus importants imposé une division des envois.

3. La réponse du médiateur

Dans le traitement des cas dont il a été saisi, le médiateur a certes tenu compte de la nature de la prestation postale utilisée, de la conformité du contenu au cadre juridique et de la fréquence des envois, mais il a constamment apprécié ces éléments au regard de la qualité de professionnel des plaignants, habitués à prendre connaissance des conditions de ventes faites par leurs fournisseurs et à choisir des services adaptés en fonction des caractéristiques de leurs offres.

Ainsi, lorsque la prestation utilisée offre une garantie optionnelle mais que celle-ci n'a pas été utilisée, que les conditions générales de ventes sont disponibles sur la preuve de dépôt de l'envoi à La Poste conservée par l'expéditeur, que le coût de la prestation est très significativement inférieur, parfois dans la proportion de un à trois, au coût de la prestation Colissimo-CRT ou de la valeur déclarée et que les envois sont fréquents, le médiateur n'a pas recommandé d'indemnisation autre que contractuelle.

Indépendamment de la question de la prohibition du contenu de l'envoi, le choix opéré par le restaurateur semble en effet participer d'une analyse rationnelle : les économies réalisées sur les frais postaux à chaque expédition couvrent après un nombre déterminé d'envois la valeur moyenne, le plus souvent stable, du contenu perdu, dans une logique d'auto-assurance qui implique que les conséquences de la réalisation du risque de perte, au demeurant exceptionnelle, soient assumées.

Les chèques vacances et les chèques cadeaux

Les saisines portent sur des envois faits par des particuliers, de manière le plus souvent unique ou très peu fréquente dans l'année : paiement par chèques-vacances de voyages ou de séjours estivaux auprès d'agence de voyages, ou commandes réglées par chèques cadeaux auprès d'entreprises de ventes par correspondance. Les montants en cause varient de 200 à 2 000 euros.

Les envois sont le plus souvent faits en recommandé, à l'initiative de l'expéditeur. Celui-ci indique avoir délibérément opté pour la prestation considérée comme « la plus sécurisée » à laquelle le particulier puisse avoir accès. A cet égard, le médiateur ne peut que rappeler son souhait que la prestation de valeur déclarée soit effectivement accessible à tous dans une très large partie des points de contact du réseau postal.

Dans la majorité des cas, tous les éléments matériels utiles ont pu être produits par le plaignant à l'appui de sa saisine : preuve de dépôt de l'envoi au bureau de poste, facture d'achat ou plan de financement et descriptif des chèques vacances ou des chèques cadeaux, réclamation formulée auprès de La Poste et lettre du Service client courrier concluant à la perte de l'objet à l'issue des recherches, saisine de l'ANCV (Association nationale des chèques vacances) pour connaître l'utilisation et réponse de celle-ci, dépôt de plainte auprès des services de police en cas d'utilisation frauduleuse avérée.

Dans plusieurs cas, des éléments supplémentaires éclairent le dossier, en particulier les conditions de la remise au guichet du bureau de poste.

L'orientation des recommandations du médiateur est le plus souvent favorable à l'indemnisation intégrale du préjudice financier subi (valeur d'achat et non nominale des chèques) lorsqu'un dysfonctionnement est avéré : c'est par exemple le cas lorsque aucune des trois cases R1, R2 ou R3 correspondant au choix du taux de recommandation n'a été cochée. Cette lacune montre à l'évidence l'absence de tout dialogue avec le client, et *a fortiori* de tout conseil, alors même qu'un élément manifeste le rendait nécessaire.

Le médiateur constate que, dans de nombreux cas, le choix du taux R3 de recommandation, garantissant le versement d'une indemnisation forfaitaire de 458 euros en cas de perte ou de spoliation, aurait été suffisant pour sécuriser l'acheminement et permettre une indemnisation de droit et relativement rapide en cas de perte. Au plan juridique, il convient d'ailleurs de souligner que le Code des postes et des communications électroniques tolère l'insertion de valeurs dans les envois recommandés pour autant que leur montant n'excède pas l'indemnisation forfaitaire choisie.



RAPPORT

DU

MEDIATEUR DU SERVICE UNIVERSEL POSTAL

2004

ANNEXE

AVRIL 2005

SOMMAIRE

1. Lettre du Président de La Poste.....	1
2. Charte des médiateurs du service public	5

Lettre du Président de La Poste



Le Président

Monsieur Le Médiateur
du Service Universel Postal
Tour Gamma A
193-195 rue de Bercy
75572 PARIS CEDEX 12

Paris, le 28 FEV. 2005

Monsieur le Médiateur,

Dans le cadre de la rédaction de votre rapport annuel, vous m'avez demandé de vous communiquer des données relatives au traitement des réclamations et à la qualité de l'acheminement postal. Vous voudrez bien trouver ces données annexées au présent courrier.

Je souhaite toutefois éclairer les informations qui vous sont communiquées par les commentaires suivants.

En ce qui concerne la qualité de service pour l'année 2003, la réorganisation de la chaîne d'acheminement rendue nécessaire du fait de la réduction sensible du nombre des créneaux pour les vols de nuit à Roissy ainsi que le conflit social du printemps sur les retraites ont pesé de façon importante sur les résultats.

Les chiffres de l'année 2004 montrent ainsi une augmentation très sensible de notre qualité de service.

Ces données permettent donc d'être confiant dans la capacité qu'aura La Poste à atteindre, à l'avenir, les objectifs définis dans le Contrat « Performances et Convergences » signé avec l'État.

.../...

44 boulevard de Vaugirard
Case Postale F 601
75757 PARIS CEDEX 15
Tél. : 01 55 44 00 00
Fax : 01 55 44 01 25

Par ailleurs, le dépôt d'une réclamation est toujours considéré par La Poste comme la manifestation grave d'une insatisfaction née de l'utilisation des services postaux. Par conséquent, et afin de limiter dans la mesure du possible les désagréments pour nos clients, des efforts importants sont actuellement consentis afin d'en améliorer le traitement.

L'année 2004 constitue à cet égard une étape importante dans la mise en œuvre du nouveau processus de traitement et de suivi des réclamations. Son déploiement devrait intervenir de façon ininterrompue jusqu'à la fin de l'année 2007 et permettra par exemple à nos clients de déposer une réclamation en tout point du réseau postal et selon plusieurs modalités.

Restant naturellement, ainsi que mes services, à votre disposition pour tout renseignement complémentaire, je vous prie de croire, Monsieur le Médiateur, à l'assurance de ma considération distinguée.

Bien Cordialement,


Jean-Paul BAILLY

Résultats obtenus en 2003 et en 2004 en matière de délais d'acheminement
pour les prestations du service universel

<i>Flux</i>	<i>2003 (%)</i>
<i>Lettre prioritaire j+1 bout en bout</i>	<i>65,7</i>
<i>Courrier import j+3</i>	<i>92,6</i>
<i>Courrier import j+5</i>	<i>98,6</i>
<i>Courrier export j+3</i>	<i>93,4</i>
<i>Courrier export j+5</i>	<i>98,6</i>
<i>Colissimo</i>	<i>76,8</i>

<i>Flux</i>	<i>2004 (%)</i>
<i>Lettre prioritaire j+1 bout en bout</i>	<i>75,7</i>
<i>Courrier import j+3</i>	<i>94,5</i>
<i>Courrier import j+5</i>	<i>98,9</i>
<i>Courrier export j+3</i>	<i>91,1</i>
<i>Courrier export j+5</i>	<i>97,8</i>
<i>Colissimo</i>	<i>83,1</i>

**Bilan des réclamations portant sur les prestations du service
universel et ayant fait l'objet d'un traitement par un centre
national
Juillet 2003-juillet 2004**

Nombre total de réclamations

	<i>nombre total de réclamations</i>	<i>nombre total d'indemnisations</i>
<i>courrier</i>	152 240	89 808
<i>colis</i>	112 519	75 986

Dont réclamations pour détériorations et spoliations

	<i>détériorations/ spoliations</i>	<i>nombre d'indemnisations</i>
<i>courrier</i>	34 970	840
<i>colis</i>	5 079	3 702

Dont réclamations pour pertes

	<i>pertes</i>	<i>nombre d'indemnisations</i>
<i>courrier</i>	114 630	28 839
<i>colis</i>	46 017	12 158

Dont réclamations pour retards

	<i>retards</i>	<i>nombre d'indemnisations</i>	<i>nombre de bons de dédommagements</i>
<i>courrier</i>	918	155	
<i>colis</i>	60 214	59 423	59158

Dont autres motifs de réclamations

	<i>autres</i>	<i>nombre d'indemnisations</i>
<i>courrier</i>	1722	706
<i>colis</i>	1209	703

**Le Club
des Médiateurs
du Service Public**



Le Médiateur
DE LA FÉDÉRATION FRANÇAISE DES SOCIÉTÉS D'ASSURANCES



**PRESENTATION
DE LA CHARTE
DES MÉDIATEURS DU SERVICE PUBLIC**

Petit déjeuner de presse
le 9 décembre 2004

Contact presse : Jérôme Girard 01 42 76 49 61 / jerome.girard@paris.fr

CHARTRE DES MEDIATEURS DU SERVICE PUBLIC

Les signataires de cette charte sont des médiateurs, des administrations, des entreprises, des institutions et collectivités en charge d'un service au public. Ils seront dans la suite du texte désignés par « les Médiateurs du service public ».

Ils ont en commun une conception du service aux citoyens, aux clients et aux usagers qui privilégie l'écoute, le dialogue et le règlement amiable des différends.

Les médiateurs du service public ont décidé de rédiger cette charte qui servira de cadre de référence à leur action, dans le respect des règles en vigueur pour chacun d'eux.

Ils font connaître largement auprès de leurs institutions et de leurs publics, en toute transparence, les valeurs qui sous-tendent leur action, leur rôle largement préventif, les garanties d'impartialité et d'efficacité attachées à leur statut et les procédures qu'ils s'engagent à respecter.

Les médiateurs du service public se rencontrent régulièrement afin d'échanger sur leurs expériences et leurs bonnes pratiques. Ce texte est le résultat de leurs réflexions et travaux.

« Déclaration du Médiateur de la République »

Le Médiateur de la République est une Autorité Indépendante créée en 1973. Inamovible, irrévocable, à l'instar de ses collègues étrangers, il a vocation à faire des recommandations, notamment sur le fondement de l'équité, afin de régler à l'amiable les litiges survenant entre toute personne physique ou morale et tout organisme investi d'une mission de service public.

L'évolution de notre société, le souci de chaque service public d'améliorer ses relations avec ses usagers a conduit à la création des instances de médiation dans plusieurs secteurs d'activité.

Le Médiateur de la République et les médiateurs des différents services publics affirment leur volonté d'œuvrer de concert, afin d'accroître l'efficacité et la réactivité avec lesquelles il convient de répondre aux demandes de nos concitoyens.

Le Médiateur de la République approuve les principes de la présente Charte visant à préciser les bonnes pratiques de la médiation institutionnelle afin d'éviter la banalisation de ce terme.

Handwritten signatures and initials: BL, JCA, HLA, G, EC, S, I, A.

PREAMBULE :

La médiation institutionnelle

La médiation institutionnelle est un « Mode alternatif de règlement des litiges » Comme la médiation conventionnelle, elle peut être mise en œuvre pour tenter d'éviter une action en justice et pour régler des litiges spécifiques et individuels entre les personnes physiques ou morales et les institutions ou les entreprises : litiges de consommation, commerciaux, entre administrations et usagers, voire litiges de personnel.

Elle est gratuite, rapide, d'accès libre - direct ou indirect-, et intervient lorsque les autres recours internes sont épuisés.

Elle est mise en œuvre par des médiateurs à statuts variés mais partageant une déontologie et des valeurs communes faites d'écoute et de respect de l'autre.

Les médiateurs institutionnels

De grandes institutions et entreprises françaises dont l'objectif est d'offrir une meilleure qualité d'écoute et de service au public ont pris l'initiative de mettre en place depuis les dix dernières années des médiateurs.

Ces médiateurs sont des personnes qui ont un rôle clé non seulement dans le règlement des différends entre l'institution et son public mais également un rôle préventif et catalyseur de changement au sein des institutions ou des entreprises.

C'est ainsi qu'ont été mis en place notamment les médiateurs de la Caisse des dépôts, d'Electricité de France, de l'Education nationale, de France 2, de France 3, de Gaz de France, de la Poste, de la Mairie de Paris, du Ministère de l'Economie, des Finances et de l'Industrie, de la RATP, du Service universel postal, de la SNCF, de la Fédération française des sociétés d'Assurance...

Ces médiateurs facilitent le règlement des différends dans un esprit et avec les pratiques de la médiation : écoute et explication, équité, impartialité vis à vis de l'institution et de l'utilisateur ou client, ré-instruction complète du litige, voire conduite de conciliation entre les parties.

Par leur positionnement, leur expérience, leur autorité, morale et professionnelle, et par l'indépendance dont ils disposent au sein de l'institution ces médiateurs sont amenés à aller plus loin que ne pourrait le faire préalablement un service consommateur, un service clientèle, un service de réclamations ou une instance d'appel interne.

Ils ont aussi une vision globale des problèmes détectés ce qui les aide à mieux cerner les dysfonctionnements de l'institution et leur permet de proposer des évolutions.

Les médiateurs institutionnels ont un rôle singulier : non seulement ils favorisent le règlement des différends entre les institutions et leurs publics mais ils contribuent également à les prévenir. Ce rôle préventif les distingue clairement des médiateurs conventionnels qui interviennent ponctuellement dans le règlement de conflits.

BL
Y
d/A
re
15
JCA
2
V
A
S

1. LE SERVICE AUX CITOYENS , AUX USAGERS et AUX CLIENTS

La médiation est un nouveau mode de dialogue entre l'administration et les usagers (mais aussi parfois ses personnels) ainsi qu'entre les entreprises de service public et leurs clients. Elle est un lieu d'écoute de tous les partenaires de l'institution ou entreprise. Son objectif est l'amélioration de la qualité du service et de la satisfaction des usagers ou clients.

Les médiateurs du service public offrent aux usagers ou clients un service facilitant le règlement des différends :

- Personnalisé,
- Facile d'accès,
- Gratuit,
- Indifférencié quelle que soit l'importance financière du litige,
- Rapide,
- Efficace, notamment en raison de la bonne connaissance des institutions ou entreprises et des métiers : l'instruction des différends en est facilitée de même que l'identification des interlocuteurs et des dysfonctionnements à l'origine des problèmes.

Le rôle du médiateur va bien au delà du règlement des différends ; il joue un rôle important qui le situe dans la boucle d'amélioration du service au client ou à l'usager :

- Il propose des réformes de textes, procédures et pratiques allant dans le sens d'une amélioration du service rendu,
- Il sensibilise l'institution ou l'entreprise sur le traitement des réclamations et tout particulièrement les services clientèle ou consommateurs qui sont les partenaires essentiels des médiateurs,
- Il a un rôle pédagogique pour développer l'esprit de médiation et l'écoute du client ou de l'usager,
- Il est attentif au respect des engagements pris par l'institution envers ses partenaires externes,
- Il est aussi un observatoire neutre par son écoute de tous les partenaires et par son rôle de détecteur des problématiques et des signaux faibles de l'institution.

La bonne connaissance de l'institution, de ses hommes et de ses pratiques ainsi que le positionnement dans l'institution ou l'entreprise permettent aux médiateurs institutionnels de jouer ce rôle préventif et créateur de lien.

La personnalisation de la fonction et son positionnement au cœur de l'institution permet au médiateur de réduire la distance entre un citoyen et l'institution, entre un client et une entreprise et de placer ainsi les parties sur un même plan afin d'établir un dialogue équilibré.

Handwritten notes and signatures in blue ink, including "BL", "JCA", "G", "41", "15", "5", "3", "RC", and a large signature.

2. LES VALEURS ET LA DEONTOLOGIE

Les médiateurs du service public veillent en tout premier lieu au respect des règles de droit et ils s'appuient sur les valeurs intrinsèques de la médiation :

- L'écoute équilibrée, disponible et attentive des parties : le médiateur fait de l'écoute un devoir,
- Le respect scrupuleux des personnes (usagers, citoyens, clients), de leurs opinions et positions,
- La volonté de faciliter la recherche de solutions amiables aux différends,
- L'équité : le médiateur peut émettre des recommandations en équité ; en effet si une règle ou une pratique peuvent être adaptées à la grande masse des utilisateurs, elles peuvent être insupportables pour un cas particulier,
- L'impartialité par rapport au plaignant, à l'entreprise, à l'administration,
- Le respect du principe du contradictoire : le médiateur veille à ce que les parties aient la possibilité de faire connaître leur point de vue et de prendre connaissance de toutes les positions et de tous les faits avancés par l'autre partie,
- La transparence de l'activité ; le médiateur a un devoir d'information sur son rôle, ses pratiques, son activité . Il l'exerce notamment au travers de son rapport annuel qu'il rend public. Ses recommandations d'ordre général ou voies de progrès sont rendues publiques,
- La confidentialité : le médiateur est tenu à la confidentialité en ce qui concerne le nom des parties, les informations obtenues lors de l'instruction du litige et les faits dont il a eu connaissance dans le cadre de sa fonction. Les exemples cités dans le rapport annuel doivent être présentés sous forme anonyme.

Les protocoles d'accord négociés entre les parties avec l'aide du médiateur ne peuvent être portés à la connaissance de tiers au différend sauf accord des parties.

3. LE POSITIONNEMENT DU MEDiateur

Le statut particulier des médiateurs institutionnels est une garantie de leur impartialité dans le règlement des litiges.

Ils sont indépendants par rapport aux structures de l'institution ou entreprise.

Ils sont nommés ou désignés

- par le responsable de l'organisation en charge du service public (Ministre, Président de l'entreprise, Elu,...) qui garantit leur indépendance de toute structure interne de l'institution ou entreprise,
- en « fonction de leur capacité, compétence et expérience ».

BL  6
EC
ALA ys 15 4 5
JCA AE

Ils ne sont pas révocables pendant la durée de leur mandat, cette durée étant suffisante pour assurer l'efficacité de leur action.

Ils ont les moyens nécessaires pour exercer leur action (budget, pouvoirs notamment de proposer des solutions..)

Leur légitimité au sein de l'institution leur permet de proposer des solutions ou d'émettre des recommandations pour régler les litiges, de conduire des conciliations, de s'assurer que les solutions amiables retenues dans le cadre de la médiation sont bien mises en œuvre par l'institution ou l'entreprise .

Enfin leur positionnement doit leur permettre d'être en veille sur les actions entreprises au sein de l'institution en réponse aux recommandations d'ordre général ou aux actions de progrès proposées dans le rapport annuel du médiateur.

Ils rendent compte de leur activité selon les formes adaptées à l'activité :
présentation aux associations de consommateurs concernées, publicité du rapport annuel....

4. LES GARANTIES DE PROCEDURE POUR LES DEMANDEURS

Saisine et recevabilité de la demande

- Le demandeur doit facilement avoir accès au médiateur soit en le saisissant directement soit via une association de consommateur.
- Le médiateur doit immédiatement informer le demandeur de la recevabilité de sa demande : demande irrecevable lorsque le litige est hors du champ de sa compétence et en principe si une action en justice ou en arbitrage est engagée ; demande prématurée lorsque les démarches préalables auprès des services concernés n'ont pas été effectuées . Dans ce dernier cas le médiateur réoriente immédiatement la demande vers le service concerné .

Instruction du litige et médiation

- Les échanges entre le médiateur et les parties se font en principe par écrit mais le médiateur peut également souhaiter entendre et/ou recevoir personnellement les deux parties. Dans les litiges les plus complexes il peut proposer aux deux parties une réunion de conciliation avec l'appui si elles le désirent de leurs conseils juridiques,
- Les parties doivent fournir au médiateur tous les éléments d'information lui permettant d'instruire le litige,
- Si la complexité de l'affaire le rend nécessaire le médiateur peut faire appel à un expert y compris une institution de contrôle qu'il choisit librement compte tenu de ses compétences (commerciales, juridiques, techniques,...) dans le domaine d'activité concerné.

BL JP GJP
YD IS TC. Ae
SCA S HLA

Recommandations particulières du médiateur ou protocole d'accord

- La recommandation du médiateur doit aborder l'ensemble des questions exprimées par le demandeur et être motivée,
- Le médiateur s'emploie à rechercher une solution qui convient aux deux parties,
- Le demandeur doit être informé des délais de prescription spécifiques au domaine en cause afin de ne pas perdre ses droits d'ester en justice,
- La saisine du médiateur d'entreprise peut dans certains cas suspendre temporairement les délais de recours internes, ce qui est exclu pour les conflits avec une collectivité,
- La recommandation particulière du médiateur ou le protocole d'accord sont confidentiels ; les parties ne peuvent pas, sauf accord entre elles, les produire dans le cadre d'une action en justice ou en arbitrage,
- le médiateur suit de façon appropriée la mise en œuvre de sa recommandation ou l'exécution du protocole d'accord par l'institution ou l'entreprise.

Fait à PARIS
Le 16 septembre 2004

Signataires

ÉLECTRICITÉ DE FRANCE

LE MÉDIATEUR

Brédier

[Signature]

[Signature]

[Signature]

Le Médiateur de l'éducation nationale

[Signature]
Jacky SIMON

JC Delauré

Pierre Signa

[Signature]
Marie Laure Aupiais

Le Médiateur du service universel postal

[Signature]
Yvan PETEL

Mme FRÉDÉRIQUE ALANDRA
Adj. Chef de Mission
Conseiller de l'arrondissement

Antoine Cachien

Blanc

LISTE DES MEDIATEURS DU SERVICE PUBLIC SIGNATAIRES DE LA CHARTE
--

CAISSE DES DEPOTS

Antoine COUTIERE

EDF

Noëlle BORDINAT

EDUCATION NATIONALE

Jacky SIMON

FFSA (Fédération Française des Sociétés d'Assurance)

Francis FRIZON

FRANCE 2

Jean Claude ALLANIC

FRANCE 3

Marie-Laure AUGRY

GAZ DE FRANCE

Michel PRZYDROZNY

LA POSTE

Pierre SEGURA

MAIRIE DE PARIS

Frédérique CALANDRA

MINISTERE DE L'ECONOMIE, DES FINANCES ET DE
L'INDUSTRIE

Emmanuel CONSTANS

RATP

Cyrille de LA FAYE

SERVICE UNIVERSEL POSTAL

Yann PETEL

SNCF

Bertrand LABRUSSE