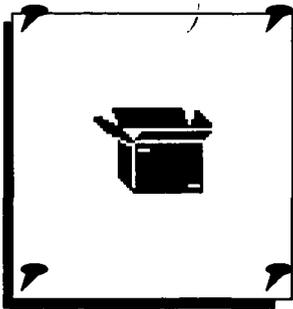


## L'ENQUÊTE MESSAGERIE

Richard DUHAUTOIS, André RÉMY



Les acheminements d'envois de messagerie comprennent plusieurs opérations aux caractéristiques nettement différentes (transport sur courte distance par petits véhicules, trajet sur longue distance par gros véhicules avec ou sans rupture de charge, tri, etc...). Ils sont donc difficiles à saisir à partir d'informations sur l'utilisation de véhicules comme en collecte l'enquête « Transport Routier de Marchandises ».

A la fin 1993, afin d'éclairer l'évolution de ces trafics et de ces marchés, l'OEST a lancé une enquête trimestrielle, dans le cadre d'un partenariat avec la Fédération Française des Organisateurs Commissionnaires de Transport (FFOCT).

Cette note de synthèse décrit la méthode suivie et présente les évolutions enregistrées depuis le 4<sup>ème</sup> trimestre 1993. Ces données feront désormais l'objet de publications régulières.

### Aspects méthodologiques

Les différents aspects méthodologiques de l'enquête se présentent comme suit:

#### CHAMP

Afin d'assurer la cohérence avec les autres enquêtes du système statistique public, la définition retenue pour l'activité de messagerie fait référence à la rubrique 63.4 A de la Nomenclature d'Activités Française (NAF) intitulée Messagerie, fret express. Celle-ci comprend notamment :

- La collecte d'envois multiples (groupage) de moins de 3 tonnes groupés sur les quais pour constituer des chargements complets aptes à remplir des véhicules de transport pour dégroupage au quai du centre réceptionnaire et livraison au domicile du destinataire ;
- Le fret express de marchandises.

Ainsi définie la messagerie-groupage exclut l'acheminement du courrier (activité 64.1A et 64.1B) et l'affrètement (activité 63.4B). L'enquête ne comprend donc pas le grand acteur public qu'est La Poste<sup>1</sup>.

#### UNITÉ STATISTIQUE

La messagerie étant une activité relativement concentrée, l'unité enquêtée est le groupe, ou plus précisément la « tête de groupe », et non la filiale ou l'agence<sup>2</sup>. Afin de suivre de façon rigoureuse les variations du périmètre de l'activité messagerie au cours du temps, les groupes interrogés communiquent la liste de leurs filiales ayant une activité dans le secteur. De plus, ils signalent l'acquisition ou la cession de telles filiales.

#### VARIABLES ÉTUDIÉES

L'enquête porte sur les expéditions<sup>3</sup> confiées par des clients (hors sous-traitance de confrères), les variables renseignées étant :

<sup>1</sup> Cependant, Chronopost, entreprise de messagerie express, fait partie de son champ.

<sup>2</sup> Dans une précédente enquête la FFCOT collectait les informations sur l'activité de 180 filiales ou agences par l'envoi de questionnaires à des représentants d'une trentaine d'entreprises ou groupes. Ces résultats sont à rapprocher de ceux de l'enquête annuelle d'entreprises qui montrent que plus de 80% des ventes du chiffre d'affaires de messagerie est réalisé par 150 entreprises, indépendantes ou non, occupant plus de 100 salariés.

<sup>3</sup> L'expédition, qui est définie comme un envoi donnant lieu à récipissé de transport, comprend généralement plusieurs colis.

## MESSAGERIE

- Le nombre d'expéditions ;
- Le tonnage expédié ;
- Les recettes correspondantes.

Avec la segmentation suivante :

- Messagerie nationale ;
- Messagerie express nationale ;
- Messagerie internationale (importations et exportations).

### ECHANTILLON ET REPRÉSENTATIVITÉ

L'échantillon interrogé comprend 40 groupes. Sa représentativité par rapport au chiffre d'affaires<sup>4</sup>, qui peut être appréciée grâce aux résultats donnés par l'enquête annuelle d'entreprises et d'autres sources, est de l'ordre de 55%<sup>5</sup> pour les activités nationales de messagerie et d'express.

### CALCUL DES RÉSULTATS ET PUBLICATIONS

A la suite de chaque vague trimestrielle d'enquête, un indicateur d'évolution pour chacune des variables mentionnées ci-dessus est calculé à partir d'un échantillon constant d'entreprises répondantes.

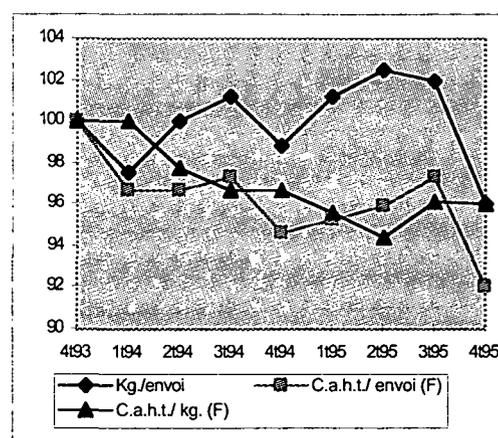
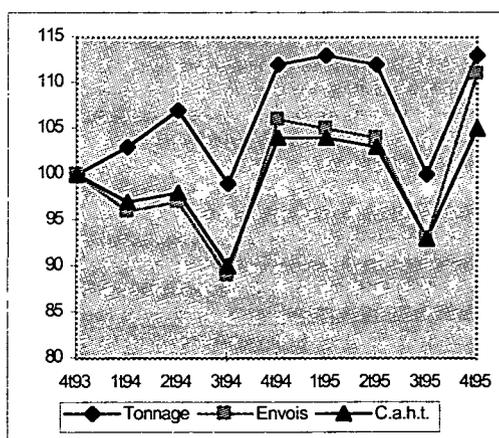
### Evolutions 1993-1995

La demande de messagerie s'est accrue fortement ces dernières années, en particulier du fait de politiques de réduction des stocks des entreprises de distribution qui conduisent à une augmentation des fréquences de livraison et à une diminution de la taille des lots. Cette tendance a également été accentuée par l'externalisation de certaines fonctions favorisant la demande de transport. Au niveau du service, une certaine diversification est apparue, en termes de qualité et de rapidité. C'est ainsi que les clients peuvent arbitrer entre qualité et prix pour établir leur demande, faisant appel soit à la simple messagerie, soit à l'express.

Par ailleurs, on a assisté à la naissance d'une messagerie « intermédiaire » (rapide) qui a su améliorer les délais de livraison tout en gardant une politique tarifaire intéressante. Cela a notamment été possible par la constitution de réseaux étoilés ou *Hub and Spokes* qui permettent, dans certains cas, la rationalisation des déplacements.

### Messagerie nationale

Graphiques 1 et 2 : la messagerie (indice = 100 : 4:193)



<sup>4</sup> Les chiffres d'affaires globaux de ces activités sont estimés à 20 milliards de francs pour la messagerie nationale (hors La Poste) et à 8 milliards de francs pour l'express.

<sup>5</sup> Du fait de l'insuffisance des sources, ce calcul est malheureusement impossible pour l'international.

## MESSAGERIE

Depuis deux ans que l'enquête existe, le tonnage par envoi de la messagerie traditionnelle a oscillé faiblement (entre les indices 98 et 102).

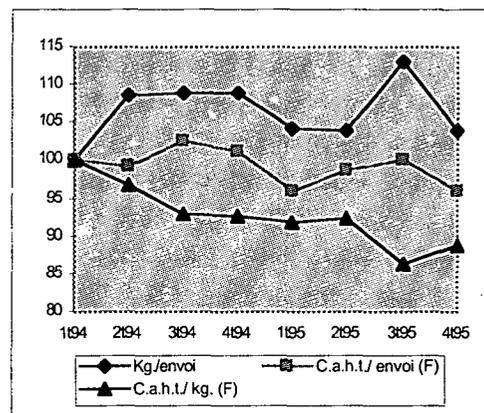
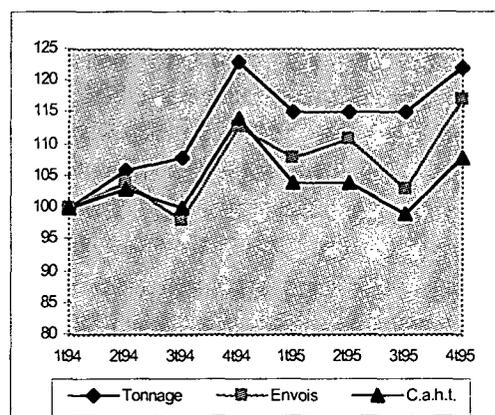
Ce n'est qu'à la fin de l'année 1995 que cet indicateur a enregistré une baisse importante (-4 %). La conjoncture économique défavorable à ce moment explique cette évolution. La diminution du poids moyen s'est naturellement répercutée sur le chiffre d'affaires par envoi.

Le rapport chiffre d'affaires par kilo, qu'on peut assimiler à un prix unitaire, baisse entre le premier trimestre 1994 et le deuxième trimestre 1995 (-6 %), ceci résulte directement de la concurrence que se livrent les entreprises du secteur.

Toutefois, l'affrontement commercial s'orientant plus particulièrement vers d'autres créneaux, tels le colis unique ou l'express, les tarifs semblent être remontés légèrement au second semestre 1995 sur ce segment d'activité (+ 2 points).

### Messagerie Express

Graphiques 3 et 4 : la messagerie Express (indice = 100 : 1194)



En niveau, plus que la messagerie traditionnelle, l'express a bénéficié de la croissance du secteur, tant en tonnage qu'en envois sur les deux années précédentes. Seul, le chiffre d'affaires global marque le pas à la fin de l'année 1995 (en tenant compte de la saisonnalité).

La banalisation de l'express a entraîné une augmentation du tonnage par envoi mais la concurrence exacerbée sur ce marché a provoqué une baisse des prix. Au total, le coût par envoi est resté stable.

Le ralentissement de l'activité au quatrième trimestre 1995 semble avoir joué un rôle négatif sur le tonnage par envoi (-8 points par rapport au trimestre précédent), malgré le léger redressement de la recette unitaire (+ 2 points par rapport au trimestre précédent).

### Messagerie Internationale Européenne

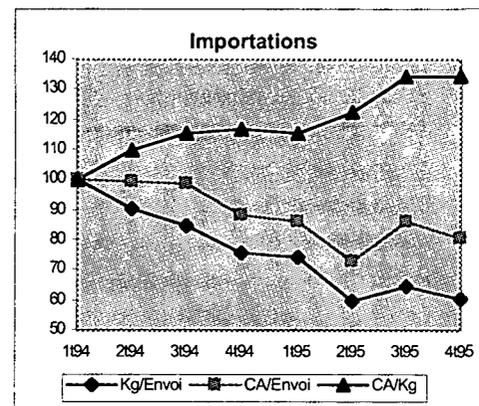
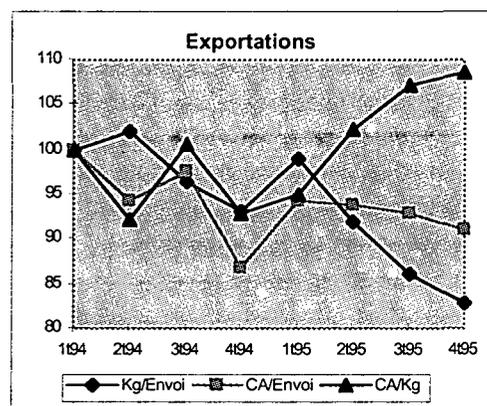
La suppression des frontières européennes en 1993 a bouleversé le marché de la messagerie internationale. Pénétré quelques années auparavant par les intégrateurs américains, le marché européen s'est ouvert aux entreprises françaises. Ces dernières se sont créées des réseaux de partenaires européens afin de contrecarrer la forte présence de ces « géants » américains.

## MESSAGERIE

Tableau 1 : évolution des volumes et chiffres d'affaires (indice 100 = 1194)

	Exportations			Importations		
	Tonnage	Envois	CAHT	Tonnage	Envois	CAHT
1er trimestre 94	100	100	100	100	100	100
2e trimestre 94	111	108	102	100	111	111
3e trimestre 94	97	99	98	83	96	97
4e trimestre 94	111	118	103	94	122	109
1er trimestre 95	116	116	110	99	131	115
2e trimestre 95	117	112	114	96	132	119
3e trimestre 95	97	107	101	82	119	109
4e trimestre 95	106	122	112	89	138	118

Graphiques 5 et 6 : la messagerie internationale (indice = 100 : 1194)



Dans l'enquête, le nombre d'entreprises agissant sur le marché européen est relativement faible mais il semble que l'on peut, malgré tout, en extraire une tendance.

Contrairement à la messagerie nationale, qu'elle soit traditionnelle ou express, le chiffre d'affaires au kilo évolue fortement depuis deux ans, mais beaucoup plus à l'importation (+36 % du premier trimestre 1994 au quatrième trimestre 1995) qu'à l'exportation (+9 % sur la même période). L'augmentation de cet indicateur est principalement liée à la décroissance importante du poids par envoi (-40 % pour les importations, -17 % pour les exportations). En effet, plus la quantité envoyée est importante, plus la tarification est avantageuse. ■