



**INSTITUT BELGE DES SERVICES POSTAUX  
ET DES TÉLÉCOMMUNICATIONS**

---

**SYNTHESE DES REACTIONS A LA CONSULTATION PUBLIQUE  
DU 12 NOVEMBRE 2009 CONCERNANT LES TARIFS SPECIAUX  
DE LA POSTE POUR LES SERVICES DESTINES A LA  
CLIENTELE NON RESIDENTIELLE, AUX EXPEDITEURS  
D'ENVOI EN NOMBRE OU AUX INTERMEDIAIRES**

## TABLE DES MATIERES

I. Introduction.....	3
II. Synthèse des contributions.....	3
1. Concernant le plan de tarification 2009 actuel.....	3
1.1 Statut.....	3
1.2. Besoins.....	4
1.3. Informations.....	4
1.4. Application pratique.....	5
1.5. Autres.....	6
2. Concernant le plan de tarification proposé pour 2010.....	6
2.1. Besoins.....	6
2.2. Informations.....	7
2.3. Application pratique.....	7
2.4. Impact.....	8
2.5. Autres.....	8
III. Commentaire .....	10

## **I. INTRODUCTION**

La Poste souhaite revoir les contrats avec ses clients directs et ses intermédiaires pour le dépôt de publipostage et d'envois administratifs pour l'année 2010.

L'Institut a organisé le 12 novembre 2009 une consultation pour comprendre la vision du secteur sur la tarification de l'accès aux tarifs concernés.

Au total, l'Institut a reçu 15 réactions des différentes parties intéressées dont 14 réactions effectives :

1. Client non résidentiel 1
2. Client non résidentiel 2 (confidentiel)
3. Association (a souligné la variété existant dans le secteur et souhaite examiner la problématique par type de partie intéressée. Ce type d'analyse n'a pas été fournie au cours de la consultation)
4. Client non résidentiel 3
5. Client non résidentiel 4
6. Client non résidentiel 5 (confidentiel)
7. Client non résidentiel 6
8. Client non résidentiel 7
9. Client non résidentiel 8
10. Client non résidentiel 9
11. Client non résidentiel 10
12. Client non résidentiel 11
13. Client non résidentiel 12 (confidentiel)
14. Client non résidentiel 13

## **II. SYNTHÈSE DES CONTRIBUTIONS**

### **1. Concernant le plan de tarification 2009 actuel**

**Le client non résidentiel 8** insiste d'abord sur les antécédents de ce dossier: en 2005 déjà, l'Institut avait émis une première fois un avis indiquant que les tarifs facturés aux intermédiaires et aux clients directs devaient respecter le principe de non-discrimination. De plus, il est souligné que pendant tout ce temps, La Poste communiquait de manière floue de sorte que les intermédiaires ne savaient que très peu de choses sur le "committed revenue contract" et ne pouvaient pas faire un choix judicieux à temps.

#### **1.1. Statut**

Le **client non résidentiel 1** utilise les tarifs conventionnels comme routeur.

Le **client non résidentiel 4** a signé un contrat comme client direct en 2009.

Le **client non résidentiel 6** travaille avec un deferred rebate contract.

Le **client non résidentiel 7** utilise d'une part des tarifs publics et fait d'autre part appel à un routeur qui bénéficie de tarifs conventionnels.

Le **client non résidentiel 8** a depuis mai 2009 un committed revenue contract et attire l'attention sur les démarches entreprises par La Poste pour l'envoyer plutôt dans la direction d'un contrat de type "deferred rebate".

Le **client non résidentiel 9** a un contrat comme client direct.

En tant que routeur, le **client non résidentiel 10** utilise les tarifs conventionnels du client.

Le **client non résidentiel 11** a pour le moment un "committed revenue" contract.

## 1.2. Besoins

Le **client non résidentiel 1** déclare que le plan 2009 répond à ses besoins :

- un routeur est traité comme un client final ;
- pas de discrimination sur la base du type de “client” ;
- un routeur peut continuer à gérer sa propre entreprise ;
- et répond ainsi à l'objectif de la libéralisation.

Le schéma tarifaire 2009 répond seulement en partie aux besoins du **client non résidentiel 4** : pour certains clients, le client non résidentiel pouvait conclure un contrat pour DM+50. Toutefois, pendant l'année, une demande a été introduite pour d'autres contrats similaires mais elle a été refusée par La Poste car il n'y a qu'une date de début. Le client non résidentiel 4 en conclut que de ce fait, il subsiste toujours une différence de prix.

Le **client non résidentiel 6** estime que le système 2009 répond aux besoins tant des clients directs que des intermédiaires.

Le **client non résidentiel 7** déclare que le plan de 2009 a répondu à ses besoins: l'opérateur veille avec son client à ce que les envois répondent aux exigences techniques et souscrit un engagement avec la Poste belge au niveau du volume annuel qui permet d'obtenir des réductions basées sur le chiffre d'affaires réalisé.

Pour ce qui est des besoins des clients directs, le **client non résidentiel 8** souligne que les services de La Poste fournis aux clients directs et aux intermédiaires sont identiques et que la discrimination n'est donc pas justifiée. Selon le client non résidentiel 8, les tarifs vis-à-vis des clients directs sont peu à peu harmonisés, mais La Poste devrait faire appel à des filiales ou à des branches d'activité pour introduire le “one stop shopping” à des conditions “négociées” qui en réalité sont déloyales et entraînent des distorsions de la concurrence. Selon le client non résidentiel 8, le système tarifaire 2009 est logique pour les intermédiaires et répond aux besoins: ils peuvent choisir entre 2 contrats en fonction de leur stratégie commerciale. Le système de “committed revenue” permet également mieux à l'intermédiaire d'être indemnisé contre le risque bancaire qu'il court pour le client final.

Le **client non résidentiel 9** n'est pas satisfait du plan de 2009: il n'est pas suffisamment flexible (la livraison mixte doit être possible à l'aide d'un tarif spécifique).

Le **client non résidentiel 10** a répondu que le schéma tarifaire 2009 répond moins à ses besoins: en tant que petit acteur, il devrait à terme être obligé de rejoindre un groupe de consolidation.

Le plan 2009 répond aux besoins du **client non résidentiel 11**. Il n'est pas fait de distinction entre le chiffre d'affaires garanti d'un client final et d'un routeur.

## 1.3. Informations

Le **client non résidentiel 1** a été suffisamment informé par le chargé de clientèle.

Le **client non résidentiel 4** a déclaré avoir été suffisamment informé.

Le **client non résidentiel 6** déclare que le plan de tarification de 2009 réduit les écarts tarifaires entre les clients directs et les intermédiaires, c'est un pas dans la bonne direction.

Le **client non résidentiel 7** n'a pas été suffisamment informé, il ne l'a été qu'au premier trimestre de 2009 par l'intermédiaire d'autres acteurs du marché. Lorsque des renseignements ont été obtenus auprès de La Poste, il s'est avéré qu'il était trop tard pour conclure les contrats et par conséquent, le client non résidentiel 7 n'a pas pu offrir à ses clients les mêmes conditions d'accès au marché belge que ses concurrents. En définitive il a été opté pour un intermédiaire. Le client non résidentiel 7 souhaite un accès non-discriminatoire et transparent.

Le **client non résidentiel 8** dénonce le manque d'informations de La Poste: le principe était connu, mais pas les détails permettant de déterminer la stratégie commerciale. Ainsi, La Poste ne donne pas les tarifs qui correspondent à toutes les classes, mais uniquement quelques maximums. Le client non

résidentiel 8 a été poussé par La Poste dans la direction d'un deferred rebate contract. La conclusion définitive d'un committed revenue contract s'est faite tardivement suite à la transmission tardive des informations par La Poste. Le client non résidentiel 8 considère qu'il s'agit là d'une manoeuvre commerciale de La Poste: les contrats avec les clients directs sont conclus au début de l'année. Le client non résidentiel 8 fait également mention des tentatives de La Poste de résilier le committed revenue contract avec le client non résidentiel 8 et d'approches agressives par La Poste de clients du client non résidentiel 8.

Le **client non résidentiel 10** estime être suffisamment informé.

Le **client non résidentiel 11** a été suffisamment informé.

#### 1.4. Application pratique

Le **client non résidentiel 1** déclare que la durée d'un an laisse une marge de manoeuvre suffisante à La Poste pour proposer chaque année un plan complètement différent, ce qui rend le management à long terme impossible pour un routeur. Pas de commentaires dignes d'être mentionnés pour les modalités – égalité de traitement, il est cependant renvoyé aux contrats du passé selon un autre modèle.

Le **client non résidentiel 4** ne rencontre aucun problème avec la durée d'un an mais estime que les différentes dates de début non flexibles sont problématiques. Les modalités contractuelles ont été imposées unilatéralement par La Poste et sont indiscutables selon le client non résidentiel 4 (ex. peu de clauses d'amende commerciale). Les conditions opérationnelles ne posent pas problème au client non résidentiel 4. Le client non résidentiel 4 déclare que le choix de la forme du contrat était libre, certains ont opté pour le deferred rebate pour ne pas avoir d'obligations TVA sur le coût de distribution, d'autres n'ont pas ressenti ce besoin.

Le **client non résidentiel 6** est en faveur d'une durée de contrat de 12 mois. La durée de traitement se fait cependant souvent attendre mais ce n'est pas considéré comme de la malveillance. Pour cette entreprise, le committed revenue ne fait pas partie des possibilités en raison de la dépendance des clients. Il est suggéré d'appliquer des exceptions pour les gros clients "committed revenue".

Le **client non résidentiel 7** souligne que la durée d'un an à partir du 1<sup>er</sup> février ne correspond pas toujours aux besoins et aux habitudes des clients internationaux. La conclusion d'un contrat adapté (committed revenue) était problématique: pas d'informations préalables sur les conditions, la période durant laquelle un contrat peut être conclu est courte, pas d'infos concernant les différents tarifs en fonction des engagements. Aucune différence au niveau des conditions opérationnelles n'a été observée entre les 2 types de contrats. L'attention est fixée sur la grande diversité des conditions d'accès au marché postal belge, ce qui plaide en faveur d'une transparence réelle.

Le **client non résidentiel 8** estime que la durée d'un contrat doit être de minimum 2 ans, d'autant plus que le contrat conclu en 2009 prévoyait également des amendes pour 2010. L'on dénonce également le fait que le contrat prévoit une pénalité en cas de résiliation prématurée et que seule La Poste répartit le pro rata lorsqu'il lui revient. Il est également renvoyé au monopole de fait et au monopole légal de La Poste. Les conditions opérationnelles sont considérées comme acceptables par le client non résidentiel 8, mais l'accès à mail-ID n'est pas facile (conditions modifiées).

Le **client non résidentiel 9** constate que la livraison mixte avec tarif spécifique n'est toujours pas possible.

Le **client non résidentiel 10** ne rencontre aucun problème avec la durée de contrat et le renouvellement de contrats avec La Poste s'est toujours déroulé sans encombre. Le client non résidentiel 10 est cependant opposé à la possibilité de consolidation dans le cadre de laquelle des réductions sont (partiellement) répercutées sur les clients finals car en fait, les plus petits acteurs sont obligés de rejoindre un groupe de consolidation.

Le **client non résidentiel 11** attire l'attention sur les durées différentes d'un committed revenue contract d'un client direct de La Poste (du 1/1/2009 au 1/1/2010) et d'un routeur (du 1/2/2009 au 1/2/2010). Avant janvier, le client ne peut pas s'adresser au routeur pour un committed revenue contract et il doit conclure lui-même un committed revenue contract avec La Poste. Les modalités sont claires, les contrats sont accessibles aux clients directs et aux routeurs.

## 1.5. Autres

Le **client non résidentiel 1** a estimé que le plan pour 2009 n'était clairement pas discriminatoire au niveau de la libéralisation.

Le **client non résidentiel 6** insiste sur le fait que les réductions opérationnelles rémunèrent les prestations et le savoir-faire des intermédiaires. La méthode visant à représenter ces réductions opérationnelles comme réductions commerciales aux clients directs pour stimuler le volume est remise en question.

Le **client non résidentiel 13** déclare que pour les routeurs et les autres entreprises postales, sauf La Poste, il est non seulement désavantageux de ne pas pouvoir conclure d'arrangements intéressants pour les expéditeurs d'envois en nombre mais que ce système n'offre pas non plus de possibilité de consolider le courrier professionnel alors que, selon le client non résidentiel 13, l'ancien Exbo le ferait.

## 2. Concernant le plan de tarification proposé pour 2010

Le **client non résidentiel 8** souligne tout d'abord dans la présentation qu'il a reçue de La Poste que les intermédiaires ne pourront plus accéder qu'à la classe 1 à 6.

### 2.1. Besoins

Le **client non résidentiel 1** estime que la proposition ne répond pas aux besoins: une discrimination en fonction du type de client – un routeur doit continuer à appliquer la gestion d'entreprise imposée par La Poste – ne répond pas à l'objectif de la libéralisation et des plans de tarification d'autres services postaux européens.

Le **client non résidentiel 4** déclare que cela ne répond pas à ses besoins: l'accès demandé aux classes supérieures a été refusé par La Poste. Le client non résidentiel 4 estime que celui qui est en mesure de répondre aux mêmes conditions doit recevoir un seul et même accès. Bien que les 2 types de contrats soient considérés comme favorables pour les routeurs, l'attention est attirée sur un problème de cash-flow vu que les routeurs ne bénéficient de la réduction qu'à la fin de l'année.

Le **client non résidentiel 6** estime que la proposition est une véritable gifle pour les fidèles partenaires de La Poste.

Le **client non résidentiel 7** estime que la proposition ne répond pas à ses besoins. Il n'a pas d'objection de principe contre la structure tarifaire, mais tient à s'assurer que les conditions de concurrence soient équitables: les écarts tellement importants entre les réductions peuvent entraîner une distorsion de la concurrence et semblent disproportionnés comparé aux coûts indiqués. De plus, il est souligné que pour un contrat client direct, le rabais est immédiatement accordé.

Le **client non résidentiel 8** déclare que la proposition 2010 répond simplement au besoin de La Poste de se protéger en vue de la libéralisation. En principe, rien ne change pour les clients directs, mais ils ne bénéficieront plus des tarifs parfois inférieurs proposés par les consolidateurs. Pour ce qui est des intermédiaires, le client non résidentiel 8 déclare que seuls les petits intermédiaires sont favorisés mais que ses activités sont mises en péril.

Le **client non résidentiel 10** déclare que cela répond à ses besoins comme routeur car la proposition empêche qu'à long terme, il doive néanmoins contracter une consolidation pour offrir des tarifs concurrentiels, ce qui lui permet donc de conserver son indépendance. Il considère la limitation des réductions et des hausses de prix qui en résultent comme positive pour le secteur car ils font l'objet d'une pression importante et qu'il doit plutôt tirer ses revenus de ses propres activités plutôt qu'après d'une partie externe.

Le **client non résidentiel 11** dénonce le fait que la proposition ne permet plus de conclure un "committed revenue" contract. La Poste fait une distinction entre un "client" et un "routeur", elle offre deux tarifs de port différents.

Le **client non résidentiel 13** dénonce le manque de possibilités de consolidation et souligne que cela exclut pour un opérateur postal de conclure un contrat pour le courrier local dans le but d'obtenir de meilleurs tarifs.

## 2.2. Informations

Le **client non résidentiel 1** a prétendu n'avoir pas été suffisamment informé et l'avoir été tardivement, les informations ont été obtenues par le biais du site de l'IBPT et de collègues.

Le **client non résidentiel 4** a estimé que les informations fournies étaient claires, sauf qu'elles n'étaient pas conformes aux attentes et qu'elles étaient unilatérales (pas discutables).

Le **client non résidentiel 6** dénonce le fait qu'il a simplement été informé, sans avoir voix au chapitre ou sans être consulté.

Au moment de la consultation, le **client non résidentiel 7** ne disposait pas de suffisamment d'informations de la part de La Poste belge pour apporter les adaptations nécessaires pour ses clients (ex. pas de définition détaillée et écrite d'"expéditeur", pas de conditions de contrat précises) et pour choisir la meilleure option.

Le **client non résidentiel 8** renvoie à la présentation qu'elle a reçu à cet égard de la part de La Poste, mais dénonce le fait qu'elle se trouve en "projet" et qu'il ne dispose d'aucun élément concret permettant de clarifier les choses vis-à-vis des clients du client non résidentiel 8. Entre-temps, La Poste conclut déjà des contrats avec les clients directs prévoyant une indemnité de résiliation. A la date de la clôture de la consultation, le client non résidentiel 8 ne disposait pas de tarifs détaillés ou de projets de convention.

Le **client non résidentiel 10** estime avoir été suffisamment informé.

Le **client non résidentiel 11** a bien été informé mais des incertitudes subsistent (notions de "client" et "intermédiaire").

Le **client non résidentiel 13** déclare ne pas être suffisamment informé sur la proposition de La Poste pour l'année 2010.

## 2.3. Application pratique

Le **client non résidentiel 1** souligne la difficulté de planifier une gestion d'entreprise à plus long terme avec un contrat d'un an – au moment de la consultation, il n'avait toujours pas de proposition de contrat complète – les conditions de mise à jour des données clients sont consommatrices de main-d'œuvre, font augmenter les coûts pour le routeur et sont discriminatoires.

La durée de contrat d'un an ne pose pas problème au **client non résidentiel 4**, mais celui-ci déclare que les dates de début devraient être identiques. Il est dénoncé que l'accès au contrat de client direct soit limité et que le marché n'ait pas été consulté à cet effet. Dans le contrat tripartite, le fait que le mandant et le mandataire soient inconditionnellement responsables est dénoncé. L'on se demande ce qui se passera en 2011. Le client non résidentiel 4 souligne que les possibilités disponibles en 2009 ne le sont plus maintenant et insiste sur les conséquences financières qui en découlent pour l'entreprise et indique également que cela a un impact sur le budget marketing des clients finals, ce qui influencera le nombre de quantités envoyées.

La durée du contrat ne pose pas problème au **client non résidentiel 6**. Les modalités de conclusion et de résiliation sont conformes aux années précédentes. Selon le client non résidentiel 6, le plan de tarification 2010 amplifiera les écarts tarifaires.

Au moment de la consultation, le **client non résidentiel 7** n'avait pas encore reçu de proposition de contrat, bien qu'il lui avait été demandé de faire un choix pour le 31/12/2009. La durée du contrat et les modalités opérationnelles semblent inchangées comparé à 2009 mais les conditions de paiement des réductions semblent très différentes dans un contrat routeur (versement a posteriori) et un contrat client direct (réduction directe), ce qui donne lieu pour le client non résidentiel 7 et ses clients à un décalage au niveau des moyens liquides en faveur de La Poste.

Le **client non résidentiel 8** se plaint du fait qu'il ne dispose pas encore d'une proposition contractuelle concrète. Il insiste sur le fait qu'il s'agit de la 5<sup>ème</sup> grande modification stratégique en 8 ans, le client non résidentiel 8 n'est pas en mesure de dire quelle sera la durée du contrat ou quelles seront les implications des modalités restantes. Pour ce qui est des conditions opérationnelles, la garantie de la confidentialité de La Poste concernant les informations fournies par les intermédiaires est mise en question et il est insisté sur le manque de clarté entre autres concernant l'indemnité perçue par l'intermédiaire pour la gestion du portefeuille clients.

Le **client non résidentiel 10** est satisfait de la durée du contrat et de ses modalités mais aborde le fait que La Poste peut modifier chaque année la tarification et les commissions. Les conditions opérationnelles sont estimées bonnes. En tant qu'acteur petit à moyen, le client non résidentiel 10 considère le plan de tarification 2010 positif.

Le **client non résidentiel 11** attire l'attention sur les différentes périodes de début des contrats. Les modalités n'ont pas encore été communiquées et les conditions opérationnelles ne sont pas claires – le fait qu'il ne soit plus possible de conclure un committed revenue contract n'est pas conforme à la situation existante.

La durée du contrat ne pose pas problème au **client non résidentiel 13**, mais celui-ci insiste sur le fait que les consolidateurs et les PME seront dupés par la proposition car ils n'auront aucune marge de manoeuvre pour bénéficier de meilleurs tarifs.

#### 2.4. Impact

Le **client non résidentiel 1** craint un impact important sur le secteur des intermédiaires.

Le **client non résidentiel 4** insiste sur les conséquences financières pour l'entreprise même et sur un impact direct sur le marché en raison de la réduction des activités de publipostage des clients, les conséquences pour l'emploi dans le secteur au niveau des activités opérationnelles et une baisse du chiffre d'affaires dans le secteur.

Le **client non résidentiel 6** craint que cela va entre autres entraîner plus de remailing et que la proposition se fera au détriment des routeurs.

Le **client non résidentiel 7** souligne qu'il s'agit là du troisième revirement radical en 3 ans.

Le **client non résidentiel 8** déclare que certains intermédiaires seront satisfaits et d'autres pas, particulièrement pour ce qui concerne le client non résidentiel 8, cela entraînera l'arrêt de ses activités.

Le **client non résidentiel 10** souligne l'effet positif à long terme pour le secteur et l'effet négatif à court terme pour quelques gros routeurs et propose une période de transition. Le rôle d'intermédiaires en tant que "agences de publicité ou entreprises de coordination de production" est remis en question.

Le **client non résidentiel 11** déclare que l'impact sera important: perte de revenus pour le routeur et tarifs supérieurs pour le client final qui réduira ses mailings en fonction du budget disponible.

Le **client non résidentiel 13** déclare que l'impact dépend de la politique menée par les intermédiaires.

#### 2.5. Autres

Le **client non résidentiel 1** estime que la proposition a un effet monopolisant et discriminatoire et ne tient pas compte de la libéralisation et de la transparence du marché postal européen.

Le **client non résidentiel 3** n'a pas de convention mais aborde néanmoins les points suivants :

- il est renvoyé au jugement de la Cour de Justice du 6 mars 2008 qui stipule que le prestataire du service universel désigné ne peut pas refuser les tarifs de la clientèle non résidentielle pour des consolidateurs ;
- l'annulation de la possibilité de consolidation n'est pas conforme à la directive postale et aux principes belges (il est fait référence au communiqué de presse du Ministre Van Quickenborne) ;
- orientation sur les coûts et transparence : important pour les réductions et les sanctions ;

- autres flux postaux/clientèle non résidentielle importante: il est fait référence aux autres flux postaux "subventionnés" comme les journaux, les périodiques... Ces plans tarifaires devraient également être communiqués dans le cadre de la transparence et de la non-discrimination.

Le **client non résidentiel 4** attire l'attention sur les points suivants:

- Approbation – nouvelles du marché : La Poste aurait notifié au marché que la proposition est approuvée par l'IBPT et que le client non résidentiel 4 ne peut plus faire d'offres ;
- Soutien : La Poste aurait également déclaré que les acteurs sur le marché et surtout les routeurs adhèrent complètement au nouveau concept. Le client non résidentiel 4 s'interroge à cet égard et souligne qu'il y a également des clients directs qui aimeraient voir un projet de consolidation. Le client non résidentiel 4 n'est cependant pas opposé à un contrat option 3, il comprend que certains routeurs le préfèrent car ils peuvent alors bénéficier de l'exonération de TVA ;
- Consolidation : Le client non résidentiel 4 souligne l'adaptation de la directive postale en 2009: plus aucune discrimination n'est autorisée entre les consolidateurs et les clients directs. De plus, un certain nombre de clients ont renoncé à leur contrat direct avec La Poste pour opérer par l'entremise d'un consolidateur. Certains clients utilisent les montants économisés pour de nouvelles ou de plus grandes actions de publipostage. De plus, certains routeurs veulent également utiliser cette option pendant l'année, mais celle-ci a été bloquée car il n'est possible de souscrire qu'en début d'année. L'attention est également attirée sur les conséquences de la libéralisation postale : étant donné qu'il est impossible de souscrire un contrat direct, cela limite les possibilités pour une société de distribution qui démarre de faire distribuer le courrier qui lui reste par La Poste ;
- Notification : elle permet à La Poste de parfaitement connaître qui envoie quoi, où et à quels tarifs ou réductions. Ce qui lui confère une très forte position en préparation de la libéralisation ;
- Client: Le client non résidentiel 4, avec son siège en Belgique, n'est pas considéré comme un client de La Poste. Bien que le client non résidentiel 4 assume toutes les responsabilités, La Poste utilise une autre règle pour considérer une entreprise comme client ;
- Procuration: Pour le contrat de procuration, il y a une exigence claire de signer avec les 3 parties, ce qui implique que le mandant et le mandataire sont tous deux responsables en indivision. Le client non résidentiel 4 considère que c'est inacceptable dans le contexte économique actuel ;
- Informations : Le client non résidentiel 4 déclare que – du fait qu'il ne reçoit pas de contrat direct – il ne connaît pas d'autres informations et détails sur les prix et les exigences contractuelles. Il n'est pas possible non plus de vérifier la similitude des prix. Les structures des prix ne sont pas limpides vis-à-vis du public ;
- Demi année : vu que les réductions sont calculées par client individuel par routeur, le client n'est pas libre de changer de routeur/contrat pendant l'année sans recevoir une amende financière à cet effet ;
- Souscription: souscrire en cours d'année n'est pas possible. Le client non résidentiel 4 propose un calcul au pro rata ;
- Amendes : floues dans la proposition de contrat de 2010 ;
- Clients : Le client non résidentiel 4 a pour le moment un certain nombre de clients pour lesquels il intervient entre autres en tant que courtier. Ces clients ne veulent plus traiter directement avec La Poste. Pour ces clients, il n'y a pas de solution, à moins de prendre en compte l'option de considérer le client non résidentiel 4 comme client direct ;
- Période: les contrats avec les clients directs doivent être conclus dans les prochaines semaines car la date de début est le 01.01.2010. Le client non résidentiel 4 doit donc pouvoir réagir rapidement, il craint que sinon les clients seront obligés de choisir l'autre option (client direct de La Poste).

Le **client non résidentiel 7** souligne que la proposition semble s'inspirer de modèles existant chez d'autres opérateurs européens, mais l'importance et le caractère progressif des réductions en fonction du chiffre d'affaires (critère unique) et l'hypothèse d'un seul et même niveau de préparation (niveau identique de coûts évités), sont propres à la proposition de La Poste et peuvent entraîner une distorsion de la concurrence.

Le **client non résidentiel 8** parle d'abus de position dominante et s'interroge sur l'application de ces tarifs en cas de courrier transfrontière et le statut de Belgian Post International à ce niveau.

### **III. COMMENTAIRE**

A la demande de certaines entreprises du secteur, l'IBPT réfléchit pour le moment aux conséquences de cette nouvelle approche tarifaire de La Poste sur ses clients. Un complément d'informations a été demandé à La Poste.

Dans sa décision éventuelle, l'Institut tiendra scrupuleusement compte des remarques formulées par le secteur.

A. Desmedt  
Membre du Conseil

C. Cuvelliez  
Membre du Conseil

C. Rutten  
Membre du Conseil

L. Hindryckx  
Président du Conseil