



CNAFC CONSOMMATEURS

Entraide et Vie quotidienne des familles

Réclamer à La Poste, ce n'est pas impossible. Voir résoudre le problème, c'est possible.

Réclamer à La Poste, ce n'est pas impossible.....	1
Voir résoudre le problème, c'est possible.....	1
1-Pourquoi cette fiche.	1
2-Réclamations	1
3-Courrier et Colis ("messagerie").	2
<i>Clients de La Poste.</i>	2
<i>Service Universel Postal (SUP) et Prestations réservées.</i>	2
<i>Courriers et colis ordinaires, et prestations spécifiques.</i>	2
4-Les services financiers de La Poste ("les CCP").	2
5-Les bureaux de poste et les points de contact – la distribution.	2
6- L'information préalable du client et le conseil du personnel doivent éviter les litiges.	3
7-Comment réclamer ?	3
a- Le client saisit d'abord l'interlocuteur de proximité (bureau de poste, SF, etc.).....	3
A noter qu'il existe une possibilité de "recours" ouverte aux Associations de Consommateurs, donc pour le compte de leurs adhérents (§8 ci-dessous).	3
b- La Médiation :.....	3
<i>si la réponse est insatisfaisante pour le consommateur</i> (entre autres, délai long sans lettre d'information sur les causes de délai, réponse non argumentée, etc.) le consommateur peut saisir un des Médiateurs, par l'envoi du dossier "enrichi" par les réponses reçues, vos arguments et demandes.	4
8-Rôle des Associations de consommateurs agréées (). Les instances de recours.	4

1-Pourquoi cette fiche.

La Poste est entrée dans le monde de la concurrence pour une grande partie de ses activités, et cette évolution va se poursuivre. C'est un grand changement culturel pour elle et pour ses clients. Les particuliers ont tout intérêt à ce que la qualité des services soit excellente, car si le trafic des grands clients passe à la concurrence, leur poids (seulement 20% des envois) ne permettra plus de leur assurer un service de qualité. Un service de qualité passe par la connaissance des dysfonctionnements, donc un traitement des réclamations.

Comme Association de consommateurs, nous le demandons depuis 12 ans environ, et un Protocole (1995) prévoit une mise en place dans les plus brefs délais. Le système est désormais opérationnel depuis octobre 2004. Cette fiche a pour objet de vous aider à en bénéficier

2-Réclamations

La Poste définit la réclamation comme "*une manifestation d'insatisfaction du client qui doit être traitée, que la réclamation paraisse justifiée ou non*". Le champ est donc large, et tient compte des intérêts des "clients" qui voient ainsi évoluer positivement leur statut "d'usagers". Les causes de réclamations sont donc multiples. Certaines sont banales, telle l'information préalable (généralement déficiente) sur les tarifs et les services, pourtant prévue par le Code de la Consommation (L.111-1 et L.113-3), ou le cadre du "service universel". Certaines sont plus préoccupantes, tels les "recommandés", les "valeurs déclarées", certains colis non arrivés, etc. Certaines sont difficiles à résoudre.

La démarche de la Poste est la suivante, en conformité avec la norme européenne ⁽¹⁾ :

- Les clients qui réclament sont accueillis et pris en charge où qu'ils se présentent par une personne. En cas de dépôt de la réclamation en face à face, la prise en charge du client réclamant se fait hors de la file d'attente, et là où cela est possible, dans un bureau à part.
- Un accusé de réception est remis ou envoyé systématiquement en cas de traitement différé.

Confédération Nationale des Associations Familiales Catholiques

- Un délai de réponse est indiqué au client et une information sur les modalités de traitement lui est communiquée au moment de la remise de l'accusé de réception.
- Pour les Services Financiers, une lettre d'information sur son dossier est systématiquement envoyée au client au bout de 10 jours au cas où sa réclamation ne serait pas encore résolue.
- Toutes les réclamations sont enregistrées.
- Les réclamations qui ne peuvent être traitées localement sont transférées immédiatement vers des centres de traitement des réclamations dédiés dans chacun des métiers.
- Pour faciliter le dépôt des réclamations des consommateurs par téléphone, un centre d'appels a été créé pour les réclamations des clients grand public portant sur les produits courrier "suivis" ("Distingo", "prêt à recommander" et "lettre suivie") ⁽ⁱⁱ⁾. Pour les Services Financiers, un N° de téléphone est indiqué directement sur les chèquiers et permet aux clients CCP de déposer leurs réclamations par téléphone auprès des équipes qui gèrent leur compte.
- Les possibilités de déposer des réclamations par Internet sont développées. Une cellule nationale de traitement des mails de réclamations prend en charge les réclamations déposées par tous clients sur les sites www.laposte.fr et www.laposte.net, (rubrique « contactez-nous »). Côté Service Financiers, une cellule dédiée permet d'orienter les mails de réclamations déposés sur www.lapostefinance.fr directement vers le centre financier qui gère le compte.

3-Courrier et Colis ("messagerie").

Clients de La Poste

Le client de La Poste est d'abord l'expéditeur. C'est donc lui qui doit réclamer dans la plupart des cas (les entreprises et collectivités représentent 80% du trafic), mais souvent le destinataire (en général un particulier) est la victime. Il est donc fondé à réclamer, mais dans de nombreux cas, il doit d'abord alerter l'expéditeur. Pourtant, il ne sait pas toujours qu'un envoi lui a été adressé.

Ceci peut poser un véritable problème au destinataire qui sait qu'une erreur a été commise, mais doit en informer l'expéditeur pour que la réclamation soit déposée. Par exemple avec les Colissimo, ou en cas d'envoi par VPC, où le dédommagement sera adressé à l'expéditeur, à charge pour lui de rembourser le destinataire.

Service Universel Postal (SUP) et Prestations réservées.

Le "service universel" rassemble un nombre important de prestations de base de ces "métiers" de "messagerie" ⁽ⁱⁱⁱ⁾. Un certain nombre de prestations sont encore réservées au monopole de La Poste, mais la liste se réduit régulièrement et il doit disparaître progressivement. En pratique, il est à peine plus important que celle du SUP

Courriers et colis ordinaires, et prestations spécifiques.

Les objets ordinaires ne font l'objet d'aucun suivi ; en cas de perte, une recherche peut être demandée, mais les chances de succès sont faibles, car La Poste n'a qu'une obligation de moyens, et il faudrait prouver qu'elle ne l'a pas remplie. D'autre part, les règlements définissent les interdictions de contenu (périssables, espèces, etc.) et divers points à respecter.

Il est donc important pour l'expéditeur de respecter les règles, et connaître les différents moyens correspondant à la sécurité de traitement en fonction de l'expédition (ordinaire, Eco, valeur déclarée, recommandé R1, R2, R3, objet suivi, etc.). La difficulté est que La Poste communique peu, ou peu clairement, sur ces domaines (cf. ci-après "Comment s'informer").

A l'arrivée, il n'est pas inutile de "prendre des réserves" en cas de détérioration apparente, ou de non-respect d'un engagement de La Poste.

4-Les services financiers de La Poste ("les CCP").

Il s'agit en fait d'une "banque postale" dont le champ d'activité est limité, mais devrait être étendu en 2005. Les SF relèvent du droit monétaire et financier. Les SF ont 2 points de contact avec leurs clients : les bureaux de poste (guichetiers et conseillers), et les Centres financiers.

Les uns et les autres peuvent être à la source de difficultés, et de réclamations.

5-Les bureaux de poste et les points de contact – la distribution.

Tout le monde est client de ces services, et les familles et particuliers constituent le plus grand nombre de personnes concernées, quel que soit le service (courrier, colis, financier, etc.). Le champ des incidents est vaste, et il est riche de possibilités.

Chacun aime son facteur, surtout en zone rurale ou peu urbanisée, mais peut conter des anecdotes où un courrier (distribution, reroutage, recommandé, etc.) n'a pas été correctement traité. L'expérience laisse à penser que les services "amont" ont des responsabilités dans le traitement avant distribution, mais que les causes sont plus larges. L'information en bureau de poste, le conseil, l'accueil, la remise de certains recommandés, etc. laissent à désirer plus souvent qu'on ne le souhaiterait.

6- L'information préalable du client et le conseil du personnel doivent éviter les litiges.

La Poste est actuellement très en retard sur ce point, qui s'il était bien traité éviterait bien des difficultés et des réclamations. Ne pas pouvoir obtenir d'information est une cause de réclamation qui doit être utilisée.

Une bonne information du client devrait réduire ses difficultés pour lui permettre de choisir au mieux les moyens d'envoi, les tarifs, respecter les règles, gérer ses problèmes financiers, etc. et éviter les litiges et réclamations. Sur ce point, La Poste est très peu efficace, quel que soit le support utilisé mis à la disposition du public. Pourtant, le droit de la consommation impose le principe général d'information préalable et notamment l'information sur les prix, dont la jurisprudence a rappelé qu'il s'appliquait aux services publics marchands.

Le client devrait pouvoir s'informer seul et agir seul pour les cas simples pour lui. Certaines solutions techniques (affichage, internet, etc.) devraient être complètes et facilement accessibles, soit dans les bureaux, soit à domicile. On réduirait ainsi les files d'attente.

On constate pourtant dans les bureaux que les affiches les plus nombreuses sont les affiches commerciales et financières, que les tarifs "messenger" sont partiels, qu'il n'existe aucun dépliant "tarif", voire que les distributeurs d'autocollants indispensables sont vides, et que si on prend la file d'attente, l'employé, quelle que soit sa bonne volonté, soit n'a pas l'information, soit ne sait pas où la trouver (intranet?), et on constate sur le site internet que les informations aisément accessibles traitent de sujets commerciaux, plutôt que d'informations "basiques" complètes (tarifs complets, taille et poids d'une lettre, etc.).

7-Comment réclamer ?

Le processus est "écrit".

Une procédure en 2 étapes successives (iv). Chacune fait l'objet d'un accusé de réception écrit de l'interlocuteur et d'une réponse écrite.

a- ***Le client saisit d'abord l'interlocuteur de proximité*** (bureau de poste, SF, etc.).

Toutes les réclamations peuvent être déposées au bureau de poste qui fera suivre, ou envoyées au service concerné. Au bureau de poste, le client peut déposer une réclamation écrite ou verbale, si le cas est simple. Il reçoit toujours un accusé de réception écrit.

Nous conseillons de toujours utiliser un processus écrit pour exposer clairement l'objet du problème, la chronologie des événements, et la demande, en conservant les photocopies des envois. En cas de courriel (bien que ce moyen soit peu probant et pas toujours efficace, et que nous le déconseillons), celui-ci doit être imprimé et conservé. Le consommateur dispose ainsi d'un début de dossier.

Dans tous les cas, il doit recevoir un accusé de réception écrit (document standard de La Poste).même si l'affaire est résolue immédiatement (v). Par contre, dès lors que l'interlocuteur n'est pas physiquement présent (Centre financier, courrier, etc.) l'écrit s'impose pour éviter les erreurs. Sauf exception (cas très simple au guichet, réponse acceptée), la réponse doit être écrite, argumentée, et reçue dans un délai raisonnable

C'est une opération écrite. Le dossier envoyé doit comporter une lettre exposant pourquoi la réponse n'est pas satisfaisante (arguments), les nouveaux arguments, et copie des éléments précédents (saisine, accusé de réception, réponse).

Une réponse écrite est donnée dans un délai raisonnable.

Nous demandons que cette réponse doit être argumentée et précise, en fonction des arguments avancés par le consommateur.

A noter qu'il existe une possibilité de "recours" ouverte aux Associations de Consommateurs, donc pour le compte de leurs adhérents (§8 ci-dessous).

b- La Médiation :

si la réponse est insatisfaisante pour le consommateur (entre autres, délai long sans lettre d'information sur les causes de délai, réponse non argumentée, etc.) le consommateur peut saisir un des Médiateurs, par l'envoi du dossier "enrichi" par les réponses reçues, vos arguments et demandes.

c.1- pour ce qui concerne les Services Financiers, le Médiateur est le médiateur défini par la loi "MURCEF". Il peut être saisi directement. La fonction est assurée par le Médiateur de La Poste.

c.2- pour ce qui concerne les prestations du "Service Universel Postal", le Médiateur à saisir est le Médiateur du Service Universel Postal (MedSup).^(vi) ^(vii) Il ne peut être saisi qu'après au moins une réponse de La Poste, ou sans réponse de celle-ci après 2 mois. Un Protocole entre le MedSup et La Poste a été établi pour éviter les doubles traitements.

c.3- pour ce qui concerne les autres services de La Poste, le "Médiateur de La Poste" peut être actuellement (Trimestre 1 -2005) saisi par l'intermédiaire d'une association de consommateurs agréée.

Le Médiateur examine le dossier et rend un "Avis" envoyé aux parties.

8-Rôle des Associations de consommateurs agréées ^(viii). Les instances de recours.

Nos associations sont à la disposition de leurs adhérents pour les assister, les conseiller, rechercher des solutions amiables, aux différentes étapes, et être leur truchement auprès de La Poste et des Médiateurs.

En outre, La Poste a créé des instances de "recours" ouvertes actuellement aux seules Associations de Consommateurs agréées. Il en existe une par "métier". Elles permettent d'analyser un dossier ayant fait l'objet d'une réponse dont le consommateur n'est pas satisfait, pour rechercher une solution avant de saisir éventuellement le Médiateur.

Nous avons également besoin de dossiers clairs pour les analyser et les compléter, notamment après la première étape. Nous pouvons présenter directement un dossier à l'instance de recours (Étape 2), mais nous pouvons aussi préférer de nous rapprocher des responsables du service initial. Le passage par une association nationale agréée est nécessaire pour saisir le "Médiateur de La Poste" (cf. ci-dessus). Les associations peuvent conseiller dans l'établissement d'un dossier à l'intention des médiateurs (MediaSup, MURCEF) qu'elles peuvent saisir pour le compte du consommateur.

Note : Nous regrettons que les instances de recours ne soient pas encore directement accessibles aux particuliers, comme c'est le cas pour le Médiateur.

ⁱ A partir des informations données par La Poste.

ⁱⁱ Un objet "suivi" n'est pas un objet "recommandé" et sa valeur juridique n'est pas la même..

ⁱⁱⁱ Les principaux domaines du SUP concernant les particuliers sont :

- Lettre, Ecopli, envois internationaux prioritaire et prioritaire recommandé, et économique.
- Colissimo et Colissimo recommandé, Colis Outre-mer Prioritaire et Prioritaire recommandé – Colis Postal International Prioritaire
- Suivi
- Valeur déclarée nationale– Valeur déclarée internationale
- Les services : Réexpédition nationale- Réexpédition internationale- Services de proximité - Offres spécifiques hors du service universel et utilisant un produit du service universel

Aussi curieux que cela paraisse, on trouve actuellement cette information sur l'accueil de <La Poste.fr> sous la rubrique "journalistes" et non celle destinée aux "particuliers".

Pour les détails et autres services, voir

<http://www.laposte.fr/IMG/pdf/liste_des_produits_SU_version_02_novembre_2004.pdf>

Ce document indique également les tarifs applicables, les tailles des objets acceptés, et les normes de qualité engageant La Poste.

^{iv} Evidemment, tout au long de ce cycle, le consommateur conserve la liberté de saisir la justice.

^v La notion de "solution" est relative. Par exemple, si un guichetier ne peut pas donner une information au prétexte qu'il ne l'a pas reçue, ou ne sait pas où la trouver, cet argument n'est pas une solution, mais un problème. De même si il a fallu faire la queue pour avoir un autocollant "Prioritaire" absent du distributeur car celui-ci n'a pas été rechargé. Ce sont donc des sources de réclamations.

^{vi} rapport du MédiaSup <http://www.industrie.gouv.fr/poste/actu/rapmediateur.pdf>

^{vii} Médiateur du Service Universel Postal,
MediaSup , Tour Gamma A,
193 rue de Bercy, 75572 Paris Cedex 12

^{viii} Toutes les associations ne sont pas agréées pour la défense des consommateurs par la Chancellerie et le Ministère de l'Economie. Voir liste sur <www.conso.net> ou sur "60Millions de consommateurs".