



Institut belge des services postaux
et des télécommunications

**Décision du Conseil de l'IBPT
du 26 janvier 2021
concernant
l'inventaire et la classification des produits et services
fournis par le prestataire du service universel pour
l'année 2019**

TABLE DES MATIÈRES

1. OBJET	3
2. RÉTROACTES	3
3. BASE JURIDIQUE	4
3.1. Comptabilité analytique	4
3.2. Classification des produits	4
4. ANALYSE DE LA LISTE DES PRODUITS ET DE LA CLASSIFICATION DE L'ANNÉE 2019	8
4.1. Philately Cards.....	8
4.2. Int Biz-China-PRI-Belg-FormatE-BusMail-TNT-COM	8
4.3. Int Biz - PRI - Belg - ParcelsTrakPak - USO.....	9
4.4. Int'l Out - Prior-Lim-Recommandé-MAF-Plein tarif, Int'l Out - Prior-ROE-Recommandé-MAF-Plein tarif en Int'l Out - Prior-ROW-Recommandé-MAF-Plein tarif.....	9
4.5. Int Out - PRI - ROE - Format E - Mini - LVS - USO.....	9
4.6. Int Out - PRI - ROE -ParcelsTrakPak - COM.....	10
4.7. Int Out - Retour - ROW - Format G - Direct Mail - NV	10
4.8. ENA - Combi-Pack	11
4.9. BPACK XL - XXL et BPACK XL - XXL unwanted.....	11
4.10. Format norm - Non prior - Cash Paid Label, Format non norm - Non prior - Cash Paid Label, Format non norm. - Plein tarif - NonPrior – Stamp et Format norm. - Plein tarif - NonPrior - Stamp ...	12
4.11. Lignes de produits supprimées.....	12
5. Conclusion.....	13
6. VOIES DE RECOURS.....	14

1. OBJET

1. La présente décision porte sur l'approbation de l'inventaire et de la classification des produits et services fournis par le prestataire du service universel pour l'année 2019. Cette tâche est réalisée dans le cadre de la déclaration de conformité du système de comptabilisation des coûts pour bpost pour 2019, sur la base des rapports établis par le Collège des Commissaires auprès de bpost et conformément à l'article 13 de l'arrêté royal du 25 avril 2014 relatif à la comptabilité analytique du prestataire du service universel postal.

2. RÉTROACTES

2. Le 22 avril 2020, bpost a transmis à l'IBPT la liste des produits pour 2019, ainsi que leur classification. Après avoir analysé la nouvelle liste des produits, l'IBPT a envoyé le 20 mai un courrier contenant des questions sur les 108 lignes de produits supprimées et sur les 16 nouvelles lignes de produits ajoutées pour 2019. Pour les 108 lignes de produits supprimées, l'IBPT a demandé une explication sur les raisons de leur suppression. Les raisons de cette suppression peuvent en effet être diverses, comme le fait que ces lignes de produits n'existent plus ou qu'elles ont été fusionnées. Pour les 16 nouvelles lignes de produits, l'IBPT souhaitait recevoir une description des produits, une explication concernant les codes utilisés et la raison de l'ajout de cette ligne de produits. Le 10 juin, bpost a transmis sa réponse. Le 28 octobre, l'IBPT a communiqué à bpost les imprécisions qui subsistaient quant à des lignes de produits spécifiques, concernant la description des lignes de produits, les raisons des suppressions et les effets sur le détail des futurs rapports. Une discussion concernant ces questions ouvertes a eu lieu le 9 novembre. Ensuite, les 10 novembre, 8 et 9 décembre 2020, bpost a également fourni des réponses et des corrections écrites plus approfondies.
3. Conformément à l'article 19 de la loi du 17 janvier 2003 relative au statut du régulateur des secteurs des postes et des télécommunications belges, qui dispose que « Le Conseil offre à toute personne directement et personnellement concernée par une décision la possibilité d'être entendue au préalable. » Les décisions du Conseil sont notifiées aux personnes directement et personnellement concernées et au ministre. », bpost a reçu la possibilité de formuler des remarques concernant le projet de décision jusqu'au 13 janvier 2021. Le 6 janvier 2021, bpost a ensuite fait savoir qu'elle n'avait aucun commentaire ou indication d'informations confidentielles.

3. BASE JURIDIQUE

3.1. Comptabilité analytique

4. Le prestataire du service universel tient une comptabilité analytique, conformément aux articles 20, 21, § 4, et 22, de la loi du 26 janvier 2018 relative aux services postaux (ci-après, la « loi postale »), et soumet chaque année à l'approbation de l'Institut la catégorie à laquelle appartient chacun des produits (« universel », « public » ou « commercial »). L'IBPT veille également à ce que cette comptabilité analytique interne soit vérifiée par le Collège des Commissaires et publie chaque année une déclaration de conformité.
5. Le contenu et les formalités qui doivent être respectés sont fixés par ailleurs à l'article 13 de l'arrêté royal du 25 avril 2014 relatif à la comptabilité analytique du prestataire du service universel postal.
6. Enfin, l'IBPT exerce, dans le cadre de l'article 14, 3°, de la loi du 17 janvier 2003 relative au statut du régulateur des secteurs des postes et des télécommunications belges (ci-après, la « loi statut »), le contrôle du respect de la loi postale et de ses arrêtés d'exécution, dont relève la comptabilité analytique interne.
7. En application de l'article 26 de la loi postale, l'IBPT demande de manière motivée et proportionnelle toutes les informations nécessaires pour garantir le respect de la réglementation postale et pour prendre toutes les mesures permettant de contribuer à la transparence. Conformément à cet article, les prestataires de services postaux fournissent ces informations immédiatement.

3.2. Classification des produits

8. Pour que l'offre de produits soit classée dans la bonne catégorie dans la comptabilité analytique, l'on peut se baser sur quelques dispositions légales qui décrivent ces catégories de manière plus détaillée.
9. Ainsi, la loi postale part du principe, à l'article 15, que le service universel comprend les produits suivants :
 - la levée, le tri, le transport et la distribution des envois postaux jusqu'à 2kg ;
 - la levée, le tri, le transport et la distribution des colis postaux prestés au tarif unitaire jusqu'à 10 kg ;
 - la distribution des colis postaux reçus d'autres États membres et pesant jusqu'à 20 kg ;
 - les services relatifs aux envois recommandés et aux envois à valeur déclarée ;

Le service postal universel comprend aussi bien les services nationaux que les services transfrontières.

10. Si bpost propose des produits qui appartiennent à ce service universel, elle doit ce faisant respecter, en ce qui concerne les tarifs de ces produits, les principes de l'article 17 de la loi postale. Ces principes sont les suivants : 1) le caractère abordable, 2) l'orientation sur les coûts, 3) l'uniformité sur toute l'étendue du territoire, 4) la transparence et 5) la non-discrimination. Si des tarifs spéciaux sont proposés pour les services aux entreprises, aux expéditeurs d'envois en nombre ou aux intermédiaires, les principes de transparence et de non-discrimination sont appliqués tant en ce qui concerne les tarifs que les conditions.

11. En ce qui concerne l'obligation de proposer un tarif public réduit, comme le prévoit l'article 17, § 2, de la loi postale, cela vaut toutefois seulement pour les envois de correspondance compris dans le service universel. Il n'y a pas d'obligation pour bpost de proposer un tarif public réduit dans le cadre des colis appartenant au service universel.
12. Par conséquent, la formulation de l'article 15 de la loi postale implique qu'un produit ou un service proposé ne peuvent échapper aux principes de l'article 17 de la loi postale que s'ils ne relèvent pas du champ d'application de l'article 15 de la loi postale, par exemple en raison de leur poids ou parce que certains services postaux et envois postaux ont une valeur ajoutée par rapport aux services qui font partie du service universel et ne relèvent dès lors pas de ce service universel, selon l'article 15, § 3 de la loi postale.
13. Dans le cadre de l'actuelle loi postale, le Roi peut, par arrêté délibéré en Conseil des ministres, définir les critères sur la base desquels ces services et ces envois à valeur ajoutée peuvent être distingués des envois et des services faisant partie du service universel et quelles sont les exigences minimales auxquelles les services standard doivent répondre. Auparavant, en application de la loi du 21 mars 1991, les critères étaient fixés à l'article 148sexies de la loi du 21 mars 1991. Cet article avait une double fonction : préciser la portée de l'obligation de licence (sont entre autres exclus les « *envois postaux qui sont clairement distincts du service universel* ») et indiquer les conditions qui doivent être remplies pour qu'un envoi postal ne relève pas du service universel.¹
14. L'exposé des motifs de l'article 15 précise déjà que les services express se distinguent substantiellement du service postal universel, tant en ce qui concerne les envois de correspondance que les colis, qu'il s'agisse de services égrenés ou non.² En outre, l'exposé des motifs indique que l'insertion de la faculté pour le Roi, par arrêté délibéré en Conseil des ministres, de définir les caractéristiques des services à valeur ajoutée (mis à part les services express déjà mentionnés) est nécessaire pour instaurer la flexibilité nécessaire dans la loi pour adapter le service universel aux besoins en évolution des utilisateurs et à la demande décroissante de services postaux.
15. Le Roi n'a pas encore adopté un tel arrêté royal et il existe donc actuellement un vide juridique en ce qui concerne les services proposés au titre de l'article 148bis de la loi du 21 mars 1991 portant réforme de certaines entreprises publiques économiques (abrogée par la nouvelle loi postale). Cependant, la volonté du législateur n'est pas de laisser certains services postaux sans aucun cadre légal. Par conséquent, afin de rester cohérent dans son application, l'IBPT continuera d'appliquer les principes énoncés au premier alinéa de l'article 148bis, §4, de la loi du 21 mars 1991 comme dans les décisions précédentes en la matière, jusqu'à l'adoption d'un arrêté royal déterminant les caractéristiques des services à valeur ajoutée précités ainsi que les exigences standard.
16. Ainsi, le premier alinéa du paragraphe 4 de l'article 148sexies de la loi du 21 mars 1991 indique :
*« Les services postaux suivants sont exclus de l'obligation de licence visée au § 1^{er} :
a) la levée, le tri, l'acheminement et la distribution d'envois postaux qui sont clairement distincts*

¹ Non seulement la lecture du paragraphe 4 de l'article même, mais aussi l'exposé des motifs à ce sujet indiquent que l'objectif de ce paragraphe 4 est d'expliquer « *ce qu'il faut comprendre par des envois postaux qui ne relèvent pas du service universel et qui ne sont par conséquent pas soumis aux obligations de la licence et aux conditions y relatives.* »

² Exposé des motifs du projet de loi relative aux services postaux, *Doc. Parl.*, Chambre 2017-2018, n° 54, 2694/001, 17.

du service universel et qui dès lors ne relèvent pas du service universel. Ils répondent au moins aux caractéristiques suivantes :

- l'individualisation³ de l'envoi postal et qui consiste en l'obligation pour le prestataire de services postaux d'enregistrer chaque envoi postal à partir du moment où il est traité au moment de la levée et de le suivre de manière individualisée pendant tout le trajet et - faire l'objet d'une convention spéciale entre l'expéditeur et le prestataire du service postal fixant au moins des arrangements sur le moment de levée et de distribution, le tarif, la garantie de distribution, le suivi individualisé de l'envoi postal et la responsabilité civile.

Le Roi peut, par un arrêté délibéré en Conseil des Ministres, préciser les caractéristiques des services postaux et des envois postaux qui ne font pas partie du service universel et ne relèvent dès lors pas du service universel ;

b) le service limité au transport d'envois postaux ;

c) les activités de routage telles que définies à l'article 131, 25°, de la présente loi. »

17. Ci-après, les produits en question seront évalués sur la base des critères légaux. Afin de pouvoir réaliser l'évaluation, il convient au préalable d'expliquer comment l'IBPT interprète les différentes conditions légales :

- | | |
|--|--|
| - Individualisation : | Le prestataire de services postaux enregistre chaque envoi postal à partir du moment où il est traité au moment de la levée et le suit de manière individualisée pendant tout le trajet ; |
| - Arrangement concernant le moment de levée : | Le client détermine dans la convention l'heure exacte à laquelle l'envoi est levé. Cela suppose également un arrangement concernant le lieu de levée ; |
| - Arrangement concernant le moment de distribution : | Le client détermine dans la convention l'heure exacte de la distribution (et ce faisant aussi le lieu de distribution) ; |
| - Arrangement concernant le tarif : | Le client négocie le tarif qui vaut pour cette convention. Ce tarif couvre tous les arrangements spéciaux qui ont été pris ; |
| - Arrangement concernant la garantie de distribution : | Il s'agit ici de dispositions spécifiques, en plus de la responsabilité civile, au cas où la distribution n'est pas respectée ; |
| - Arrangement concernant le suivi individualisé : | Le prestataire du service postal garantit le fait que la distribution se déroulera comme convenu, en d'autres termes à l'heure et à l'endroit définis par le client. Si la distribution n'est pas conforme (distribution tardive), le client pourra obtenir une compensation ; |

³ L'exposé des motifs explicite l'individualisation de la manière suivante : « *Le règlement pour ce qui concerne les conditions d'exclusion du service universel vise essentiellement des services à valeur ajoutée pour lesquels l'individualisation de l'envoi est une caractéristique obligatoire. Ceci implique que le traitement de l'envoi est spécifique et ne fait pas partie d'un traitement en masse.* »

- Arrangement concernant la responsabilité civile : En cas de vol, de perte ou de détérioration, le client peut prétendre à une compensation.

18. La vérification de ces conditions du § 4 de l'article 148sexies de la loi du 21 mars 1991 ne se limite pas aux envois de correspondance. En effet, le § 4, a), porte explicitement sur les « envois postaux », lesquels englobent aussi les colis. La mention d'activités de routage et de transport pures l'indique aussi largement (ces activités ne se limitent pas uniquement aux envois de correspondance, mais peuvent également concerner d'autres envois postaux, comme les colis).
19. Les conditions d'exclusion du service universel du § 4, a), de l'article 148sexies de la loi du 21 mars 1991 décrivent la valeur ajoutée que doit avoir un produit pour ne pas relever du service postal universel. Cette valeur ajoutée est définie en comparant le service postal au produit standard qui doit être fourni dans le cadre du service universel, et doit avoir une plus-value par rapport à celui-ci. Les services postaux sont décrits à l'article 131, 1°, de la loi de 1991 comme des « services qui consistent en la levée, le tri, l'acheminement et la distribution des envois postaux ». En bref, cela signifie que la valeur ajoutée se situe au niveau du produit (la taille, la qualité, etc.) en soi et aussi au niveau des activités postales susmentionnées (la levée, le tri, l'acheminement et la distribution).
20. Un service personnalisé, consistant en un accompagnement par le service clientèle, des visites d'un représentant ou d'un « key account manager », un espace de réception VIP pour les grands volumes, le paiement en différé par la facturation, ne représente pas un exemple de valeur ajoutée au service postal ou au produit en soi dans cette évaluation. Autrement dit, l'envoi ne sera de ce fait pas enlevé plus rapidement ou livré à l'heure convenue, l'envoi ne pourra pas être suivi ou rappelé. La valeur ajoutée se traduit par les deux critères du paragraphe 4 de l'article 148sexies de la loi du 21 mars 1991, à savoir l'individualisation (traçabilité et recall) et la convention particulière.
21. En fait, il est clair que ces critères du § 4, a), de l'article 148sexies de la loi du 21 mars 1991 sont cumulatifs. Dès qu'une des conditions n'est pas remplie (y compris les sous-conditions reprises dans le critère de la convention particulière), les critères ne sont en d'autres termes pas respectés et l'on considère que le service postal concernant cet envoi postal fait partie du service universel.

4. ANALYSE DE LA LISTE DES PRODUITS ET DE LA CLASSIFICATION DE L'ANNÉE 2019

22. Le présent exercice consiste à attribuer les différents produits et services à la bonne catégorie de produits et de services. Ce n'est que dans le cas où les produits et/ou services ne répondent pas à la définition du service universel et remplissent les conditions d'exception au service universel que ceux-ci peuvent être qualifiés de commerciaux. Quelques mots d'explications sont donnés ci-dessous concernant une série de produits et de services apparaissant pour la première fois dans la liste de produits, ayant changé de classification ou dont la classification dans telle ou telle catégorie nécessitait un examen supplémentaire. Ainsi, par produit ou par service, l'on donnera dans un premier temps une brève description du produit, suivie par l'analyse et enfin la conclusion de l'IBPT.

4.1. Philately Cards

Description du produit

23. Pour le collectionneur, il existe des cartes spécifiques qui comportent également des timbres spécifiques. Ce produit commercial n'est pas nouveau en soi, mais en raison d'un problème technique, un nouveau code de produit lui a été attribué pour 2019. Un produit appelé « Philately Cards » a donc ainsi également disparu en 2019.

Analyse

24. Le produit « Philately Cards » s'est de nouveau vu attribuer la classification « C » car il s'agit toujours de cartes et il ne relève donc pas du service universel. Pour rappel, en ce qui concerne les produits de philatélie, l'IBPT (dans sa décision du 26 septembre 2017 concernant la liste des produits de 2016) n'a pas approuvé la qualification globale des produits destinés aux philatélistes comme « U ». En ce qui concerne les timbres philatéliques, l'IBPT a demandé d'établir une distinction afin de classer la partie qui correspond à un timbre régulier comme « U » et la valeur ajoutée comme « C ».

4.2. Int Biz-China-PRI-Belg-FormatE-BusMail-TNT-COM

Description du produit

25. Le produit « Int Biz-China-PRI-Belg-FormatE-BusMail-TNT-COM » est un colis international Prior avec suivi Track & Trace au format E qui est en transit. Le produit « Busmail » fait référence au fait qu'il s'agit du type de client « business client ». Cette désignation spécifique du type de client se retrouve tant pour les envois de correspondance que pour les colis (comme c'est le cas ici). Il ne faut pas confondre « BusMail » avec le suffixe « Bus », ce dernier indiquant qu'un colis est suffisamment petit pour être déposé dans une boîte aux lettres. Compte tenu des envois en transit, ce produit est désigné comme « C ».

Analyse

26. Les produits de transit concernent en l'occurrence des envois en provenance de l'étranger qui sont transportés via le territoire belge vers une autre destination internationale (et donc pas en vue d'une distribution en Belgique). Les produits de transit sont toujours classés comme des produits commerciaux. L'IBPT marque dès lors son accord sur la classification « C ».

4.3. Int Biz - PRI - Belg - ParcelsTrakPak - USO

Description du produit

27. Le produit « Int Biz - PRI - Belg - ParcelsTrakPak - USO » est un colis national Prior qui fait partie du « TrakPak », il a en outre un poids maximum de 10 kg, de sorte que ce produit est identifié comme « U ». Les « TrakPak » sont des envois MaxiPak vendus par Landmark Global.

Analyse

28. La classification « U » est correcte puisqu'elle relève de la catégorie de poids (car ne dépassant pas 10 kg) pour les colis nationaux et qu'il ne s'agit pas non plus d'un envoi contractuel.

4.4. Int'l Out - Prior-Lim-Recommandé-MAF-Plein tarif, Int'l Out - Prior-ROE-Recommandé-MAF-Plein tarif en Int'l Out - Prior-ROW-Recommandé-MAF-Plein tarif

Description du produit

29. Les produits « Int'l Out - Prior-Lim-Recommandé-MAF-Plein tarif », « Int'l Out - Prior-ROE-Recommandé-MAF-Plein tarif » et « Int'l Out - Prior-ROW-Recommandé-MAF-Plein tarif » sont des envois recommandés internationaux sortants affranchis par une machine à affranchir (« MAF »). Dans le premier cas, la destination est un pays voisin (parce que « Lim » ou « limitrophe »), dans le deuxième cas, la destination est une autre destination européenne (parce que « ROE » ou « Rest Of Europe ») et dans le troisième cas, c'est une destination hors Europe (parce que « ROW » ou « Rest Of World »). Ces envois recommandés sont identifiés comme « U ».

Analyse

30. La classification « U » est correcte puisque cela concerne des envois recommandés.

4.5. Int Out - PRI - ROE - Format E - Mini - LVS - USO

Description du produit

31. Le produit « Int Out - PRI - ROE - Format E - Mini - LVS - USO » concerne des petits colis internationaux Prior sortants envoyés vers une destination européenne en dehors des pays voisins (parce que « ROE » ou « Rest Of Europe »). Ces colis sortants ont en outre un poids inférieur à 10 kg, de sorte que ce produit est identifié comme « U ».

Analyse

32. La classification « U » est correcte puisqu'elle relève de la catégorie de poids (car ne dépassant pas 10 kg) pour les colis sortants.

4.6. Int Out - PRI - ROE -ParcelsTrakPak - COM

Description du produit

33. Le produit « Int Out - PRI - ROE -ParcelsTrakPak - COM » concerne des colis Prior en transit vers une destination européenne en dehors des pays voisins (parce que « ROE » ou « Rest Of Europe »). Les « TrakPak » sont des envois MaxiPak vendus par Landmark Global. Étant donné qu'il s'agit d'un envoi en transit, ce produit est identifié comme « C ».

Analyse

34. Les produits de transit concernent en l'occurrence des envois en provenance de l'étranger qui sont transportés via le territoire belge vers une autre destination internationale (et donc pas en vue d'une distribution en Belgique). Les produits de transit sont toujours classés comme des produits commerciaux. L'IBPT marque dès lors son accord sur la classification « C ».

4.7. Int Out - Retour - ROW - Format G - Direct Mail - NV

Description du produit

35. Le produit « Int Out - Retour - ROW - Format G - Direct Mail – NV » est un envoi publicitaire adressé par publipostage (Direct Mail) en transit (en dehors de l'UE parce que « ROW » ou « Rest Of World »). Étant donné qu'il s'agit d'un envoi en transit, ce produit est identifié comme « C ».

Analyse

36. Les produits de transit concernent en l'occurrence des envois en provenance de l'étranger qui sont transportés via le territoire belge vers une autre destination internationale (et donc pas en vue d'une distribution en Belgique). Les produits de transit sont toujours classés comme des produits commerciaux. L'IBPT marque dès lors son accord sur la classification « C ».

4.8. ENA - Combi-Pack

Description du produit

37. Le produit « ENA - Combi-Pack » concerne la préparation (y compris l'impression) des envois non adressés (parce que « ENA » ou « envoi non adressé »). Il ne s'agit pas d'un nouveau produit, mais d'une attribution plus correcte puisque ce produit relevait auparavant de la catégorie « Global Sustaining »⁴. Ce travail préparatoire s'est vu attribuer la classification « C ».

Analyse

38. Les envois non adressés ne relèvent en soi déjà pas du service universel, et ces services préparatoires sont également entièrement distincts du service universel. L'IBPT marque dès lors son accord sur la classification « C ».

4.9. BPACK XL - XXL et BPACK XL - XXL unwanted

Description du produit

39. Les produits « BPACK XL - XXL » et « BPACK XL - XXL unwanted » constituent un nouveau service de colis bpack de bpost. Il s'agit de très gros envois, d'une longueur maximale de 3,5 mètres, d'un poids maximal de 170 kg et d'un volume maximal de 1,5 m³. Pour « BPACK XL - XXL », l'expéditeur a communiqué au préalable que le colis en question a un format et/ou un poids exceptionnels. Pour « BPACK XL - XXL unwanted », cette communication n'a pas été faite et bpost s'est initialement basée sur un format et/ou un poids normalisés. Compte tenu de ce format exceptionnel, ces colis se sont vus attribuer la classification « C ».

Analyse

40. La classification « C » est correcte étant donné que ces colis se situent (largement) en dehors de la catégorie de poids (car plus de 10 kg) des colis domestiques universels.

⁴ Utilisé pour les coûts qui ne sont pas directement imputables aux « Business Units », « Service Units » ou aux produits de bpost.

4.10. Format norm - Non prior - Cash Paid Label, Format non norm - Non prior - Cash Paid Label, Format non norm. - Plein tarif - NonPrior – Stamp et Format norm. - Plein tarif - NonPrior - Stamp

Description du produit

41. En 2019, l'offre d'envois de correspondance non Prior dans le panier des petits utilisateurs a été élargie.⁵ Cela a également conduit à l'introduction des lignes de produits « Format norm - Non prior - Cash Paid Label », « Format non norm - Non prior - Cash Paid Label », « Format non norm. - Plein tarif - NonPrior – Stamp » et « Format norm. - Plein tarif - NonPrior - Stamp ». Cette catégorie non Prior a donc été divisée en quatre lignes de produits, à savoir le format normalisé et non normalisé⁶ et, en termes de méthode d'affranchissement, en timbre et vignette d'affranchissement.⁷

Analyse

42. La classification « U » est correcte car elle concerne les envois de correspondance qui, par définition, font partie du service universel.

4.11. Lignes de produits supprimées

43. En 2019, 108 lignes de produits ont disparu. Cela a incité l'IBPT à examiner de plus près ces lignes supprimées. Il y a eu 37 lignes de produits supprimées concernant la Chine. bpost vient justement d'ajouter récemment beaucoup de détails à la liste des produits concernant la Chine, qui disparaîtra donc à nouveau en partie en 2019. Selon la réponse de bpost du 10 novembre, la création de lignes supplémentaires est souvent une exigence d'entreprise, lorsque certains produits spécifiques ou nouveaux services nécessitent un suivi détaillé temporaire pour des raisons budgétaires. Après quelques années, il peut être mis fin à ce suivi détaillé et les lignes de produits peuvent être fusionnées. Ces services existent donc toujours, mais sont agrégés à un niveau supérieur.

44. De nombreuses lignes de produits ont également disparu dans le cas des colis domestiques. Là encore, bpost a veillé à ce que ces produits continuent d'exister et qu'il n'y ait qu'une agrégation au niveau supérieur. Ainsi, les lignes de produits « Basic Insurance », « Additional Insurance » et « 2ème présentation automatique » ont été regroupées sous « BPACK Contract VAS Delivery ». D'autre part, il y avait souvent des combinaisons spécifiques de caractéristiques, comme par exemple des lignes de produits spécifiques concernant le « Cash on delivery » ou les envois contre remboursement, qui, chacune séparément, généraient très peu de chiffre d'affaires et ont donc été regroupées sous des lignes de produits globales (ici « Cash on delivery »).

⁵ <https://www.ibpt.be/operateurs/publication/decision-du-conseil-de-libpt-du-23-novembre-2018-concernant-lanalyse-des-augmentations-des-tarifs-unitaires-de-bpost-pour-lannee-2019>

⁶ Sur son site Internet, bpost fournit des informations concernant les dimensions maximales d'un envoi normalisé :

<https://www.bpost.be/fr/faq/peut-envoyer-des-lettres-de-nimporte-quelle-forme>

⁷ Auparavant, la machine à affranchir existait déjà pour les envois non Prior.

45. « BPACK WORLD outside EU » a également été fusionné avec « BPACK WORLD within EU ». Cela a soulevé des questions au sein de l'IBPT, notamment en ce qui concerne la possibilité de reportage dans le cadre du règlement européen relatif aux services de livraison transfrontière de colis⁸. Selon bpost, cette modification n'a pas d'incidence sur sa capacité à fournir des informations dans le cadre du règlement relatif aux services de livraison transfrontière de colis. Il s'agit de produits qui sont introduits dans le réseau de détail et qui sont traités en même temps que, par exemple, les envois de correspondance en nombre provenant des centres MassPost⁹. Il est toujours possible de déterminer les coûts par destination, tels que les coûts de transport spécifiques et les frais terminaux (pour les opérateurs du pays de destination). Cependant, selon bpost, ce qui n'est pas possible, c'est la répartition par type de canal (tel que retail vs MassPost) et par type de catégorie de poids.

5. Conclusion

46. L'IBPT approuve pour 2019 les modifications concernant la liste des produits et la classification des produits du prestataire du service universel.

⁸ <https://www.ibpt.be/operateurs/publication/communication-concernant-levaluation-des-tarifs-de-bpost-retenus-dans-le-cadre-du-reglement-europeen-relatif-aux-services-de-livraison-transfrontiere-de-colis>

⁹ <https://www.bpost.be/fr/masspost>

6. VOIES DE RECOURS

48. Conformément à l'article 2, § 1^{er}, de la loi du 17 janvier 2003 concernant les recours et le traitement des litiges à l'occasion de la loi du 17 janvier 2003 relative au statut du régulateur des secteurs des postes et télécommunications belges, vous avez la possibilité d'introduire un recours contre cette décision devant la Cour des marchés, Place Poelaert 1, B-1000 Bruxelles. Les recours sont formés, à peine de nullité prononcée d'office, par requête signée et déposée au greffe de la cour d'appel de Bruxelles dans un délai de soixante jours à partir de la notification de la décision ou à défaut de notification, après la publication de la décision ou à défaut de publication, après la prise de connaissance de la décision.
49. La requête contient, à peine de nullité, les mentions requises par l'article 2, § 2, de la loi du 17 janvier 2003 concernant les recours et le traitement des litiges à l'occasion de la loi du 17 janvier 2003 relative au statut du régulateur des secteurs des postes et des télécommunications belges. Si la requête contient des éléments que vous considérez comme confidentiels, vous devez l'indiquer de manière explicite et déposer, à peine de nullité, une version non confidentielle de celle-ci. L'Institut publie sur son site Internet la requête notifiée par le greffe de la juridiction. Toute partie intéressée peut intervenir à la cause dans les trente jours qui suivent cette publication.

Axel Desmedt
Membre du Conseil

Jack Hamande
Membre du Conseil

Luc Vanfleteren
Membre du Conseil

Michel Van Bellinghen
Président du Conseil