

**Avis du Conseil de l'IBPT  
du 25 janvier 2022  
concernant  
le plan d'amélioration 2020 et le plan d'action 2021  
de bpost dans le cadre de l'enquête de satisfaction de la  
clientèle 2020**

**version non confidentielle**

## TABLE DES MATIÈRES

1. Introduction .....	3
2. Base légale.....	3
3. Méthode de mesure de la satisfaction de la clientèle .....	4
3.1. <i>Caractéristiques de l'enquête de satisfaction de la clientèle.....</i>	4
3.2. <i>Organisation de l'enquête.....</i>	5
3.3. <i>Échelle de l'enquête de satisfaction.....</i>	5
3.4. <i>Adaptations à la suite du contrôle de l'enquête annuelle de satisfaction de la clientèle de bpost.....</i>	6
4. Résultats de l'enquête de satisfaction de la clientèle en 2020 .....	7
4.1. <i>Satisfaction générale de la clientèle.....</i>	7
4.2. <i>Satisfaction de la clientèle sur des points spécifiques.....</i>	9
4.2.1. <i>Satisfaction quant au temps d'attente aux guichets et dans les points poste.....</i>	9
4.2.2. <i>Satisfaction quant aux heures d'ouverture des bureaux de poste et des points poste en dehors des heures normales de bureau.....</i>	10
4.2.3. <i>Satisfaction quant à l'accessibilité des bureaux de poste/points poste.....</i>	11
4.3. <i>Synthèse et conclusion de l'IBPT.....</i>	12
5. Le rapport concernant l'exécution du plan d'amélioration 2020 .....	13
5.1. <i>La voix du client.....</i>	14
5.2. <i>Les produits et processus.....</i>	14
5.2.1. <i>Distribution correcte du courrier.....</i>	14
5.2.2. <i>Distribution correcte des colis.....</i>	15
5.2.3. <i>Courrier recommandé.....</i>	15
5.2.4. <i>Le service de déménagement.....</i>	16
5.3. <i>Les clients.....</i>	16
5.3.1. <i>Bureaux de poste et points poste.....</i>	16
5.3.2. <i>Services clientèle.....</i>	17
5.3.3. <i>Informations.....</i>	18
5.4. <i>Le personnel et les changements.....</i>	18
5.5. <i>Avis de l'IBPT concernant le plan d'action 2020.....</i>	18
6. Plan d'action 2021 .....	19
6.1. <i>La voix du client.....</i>	19
6.2. <i>Les produits et processus.....</i>	19
6.3. <i>Les clients.....</i>	20
6.4. <i>Le personnel et le changement.....</i>	21
6.5. <i>Avis de l'IBPT.....</i>	21
7. Conclusion générale.....	25

## 1. Introduction

1. En vertu de l'article 38<sup>1</sup> du sixième contrat de gestion entre l'État et bpost, conclu le 1<sup>er</sup> septembre 2016, pour une période de 5 ans avec entrée en vigueur le 1<sup>er</sup> janvier 2016, chaque année l'IBPT doit :
  - contrôler la mesure effectuée par bpost de la satisfaction de sa clientèle ;
  - émettre un avis sur la façon dont le plan d'amélioration précédent a été exécuté ;
  - émettre un avis sur le plan d'action proposé par bpost pour améliorer ses performances dans le futur.
2. Le présent avis de l'IBPT se fonde sur différents documents, à savoir : la présentation de bpost concernant la satisfaction de la clientèle donnée à l'IBPT le 26 mai 2021, le document transmis le 10 août 2021 par bpost à l'IBPT contenant la mesure de la satisfaction en 2020, l'analyse des résultats du plan d'amélioration 2020 et le plan d'amélioration pour 2021.
3. Le 30 novembre 2021, le Conseil de l'IBPT a approuvé le présent avis et l'a transmis à bpost pour l'indication éventuelle de passages à considérer comme confidentiels. La période de consultation pour bpost s'est tenue du 2 décembre 2021 au 1<sup>er</sup> janvier 2022. bpost a réagi au projet d'avis le 21 décembre 2021.

## 2. Base légale

4. L'IBPT est chargé par l'article 14, § 1<sup>er</sup>, 6<sup>o</sup>, de la loi du 17 janvier 2003 relative au statut de l'IBPT d'une mission générale de contrôle du respect du sixième contrat de gestion entre l'État et bpost.<sup>2</sup>
5. Comme indiqué ci-dessus, l'article 38 du sixième contrat de gestion prévoit :
  - le contrôle par l'IBPT de la mesure de la satisfaction de la clientèle de bpost quant à la qualité des missions de service public fournies par bpost et la publication des résultats de cette enquête de satisfaction ;
  - un avis de l'IBPT relatif à l'exécution du plan d'amélioration 2020 et du plan d'action 2021.
6. Conformément à l'article 10.2 du sixième contrat de gestion, le réseau de détail de bpost comprend au moins 1 300 points de service postal.

---

<sup>1</sup> Article 38 du sixième contrat de gestion :

« bpost effectue régulièrement, et au moins une fois par an, sous le contrôle de l'IBPT, une mesure de la satisfaction de la clientèle concernant l'exécution de ses missions de service public. Les résultats de cette mesure sont soumis annuellement à l'IBPT. Cette évaluation comprend, entre autres, la satisfaction du client vis-à-vis des différents points de service postal, par rapport au temps d'attente au guichet, à la proximité, aux heures d'ouverture, à la vitesse du service au guichet. Tous les ans, bpost soumet à l'État un plan d'action portant sur les points qui, selon les résultats mesurés, sont susceptibles d'être améliorés. bpost soumettra également tous les ans à l'État un rapport sur l'exécution de ce plan. bpost soumet ces deux rapports pour avis à l'IBPT avant de les transmettre à l'État. Les obligations imposées à bpost dans le présent paragraphe portent sur des activités qui concernent le petit utilisateur. » Le sixième contrat de gestion (M.B. 12 septembre 2016) est d'application depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2016, et ce, jusqu'au 31 décembre 2020, sauf en ce qui concerne les parties non levées du cinquième contrat de gestion.

<sup>2</sup> Conformément à l'article 14, § 1<sup>er</sup>, alinéa 6, de la loi du 17 janvier 2003 relative au statut du régulateur des secteurs des postes et des télécommunications belges : « L'Institut est chargé de contrôler l'exécution de toutes les missions de service public qui sont attribuées par l'État dans le secteur postal et dans le secteur des communications électroniques. L'Institut informe tant le Ministre en charge du Secteur postal que le Ministre en charge des Entreprises publiques de l'exécution du contrat de gestion. »

7. Conformément à l'article 10.4 du sixième contrat de gestion, bpost garantira une présence postale d'au moins 650 bureaux de poste.
8. En outre, conformément à l'article 11.2 du sixième contrat de gestion, bpost s'assurera que les bureaux de poste sont ouverts au moins quelques heures par semaine en dehors des heures de bureau également. Les besoins des clients en termes d'heures d'ouverture feront partie de la mesure de la satisfaction de la clientèle prévue à l'article 38.
9. L'article 12 du sixième contrat de gestion prévoit qu'au minimum 95 % de la population doit avoir accès à un point de service postal offrant l'assortiment de base dans les 5 km et au minimum 98 % de la population dans les 10 km.
10. L'article 13 du sixième contrat de gestion oblige bpost à améliorer l'accessibilité de ses points de service postal (bureaux et points poste) pour les personnes handicapées. Le respect de cette obligation fera partie de l'enquête de satisfaction de la clientèle.
11. Conformément à l'article 13.1 du sixième contrat de gestion, bpost s'engage à améliorer l'accès aux bureaux de poste pour les moins valides afin de réduire la proportion de bureaux de poste difficilement accessibles à 10 % d'ici 2017.
12. L'article 18 du sixième contrat de gestion prévoit que bpost prendra les mesures appropriées afin de diminuer le temps d'attente aux guichets.
13. Conformément à l'article 18.2 du sixième contrat de gestion, le temps d'attente de 80 % à 90 % de la clientèle doit être inférieur à cinq minutes.
14. Art. 14, § 1<sup>er</sup>, 1<sup>o</sup>, de la loi du 17 janvier 2003 relative au statut du régulateur des secteurs des postes et des télécommunications belges.

[...]

1<sup>o</sup> la formulation d'avis d'initiative, dans les cas prévus par les lois et arrêtés ou à la demande du ministre ou de la Chambre des représentants.

### **3. Méthode de mesure de la satisfaction de la clientèle**

15. Depuis 2008, l'enquête de satisfaction de la clientèle est réalisée sur la base d'entretiens téléphoniques.
16. Les aspects relatifs à la qualité contenus dans le sixième contrat de gestion concernent essentiellement les utilisateurs particuliers et les petits utilisateurs professionnels, tels que les indépendants, les professions libérales et les entreprises de moins de cinq salariés. Ce sont les résultats obtenus auprès de ces groupes-cibles que l'on trouve dans le rapport de bpost.

#### **3.1. Caractéristiques de l'enquête de satisfaction de la clientèle**

17. L'enquête de satisfaction de la clientèle de bpost présente les caractéristiques suivantes :
  - les entretiens ont été réalisés par un bureau d'étude indépendant (Ipsos) ;
  - il s'agit d'une mesure continue d'environ 500 entretiens par mois tant pour les particuliers que les entreprises au sens large ;
  - à partir d'un échantillon aléatoire ;

- basée sur des entretiens téléphoniques par des professionnels selon la méthode « CATI » (Computer Assisted Telephone Interview) ;
- la méthodologie a été conservée.

### 3.2. Organisation de l'enquête

18. L'enquête mesure la satisfaction de deux groupes-cibles : d'une part, les particuliers (2 400 clients résidentiels interrogés en 2020) et, d'autre part, les clients non résidentiels au sens large (3 600 clients non résidentiels en 2020), parmi lesquels 1 200 indépendants, professions libérales et petites entreprises de moins de cinq salariés. Dans le présent avis concernant la mesure de satisfaction de la clientèle de bpost de 2020, il a été uniquement tenu compte des résultats des particuliers, des indépendants, des professions libérales et des petites entreprises de moins de cinq salariés.

### 3.3. Échelle de l'enquête de satisfaction

19. Les personnes interrogées ont répondu sur la base d'une échelle à 7 points :

- 7	très satisfait	} = <b>satisfait</b>
- 6	satisfait	
- 5	plutôt satisfait	
- 4	ni satisfait, ni insatisfait	} = <b>insatisfait</b>
- 3	plutôt insatisfait	
- 2	insatisfait	
- 1	très insatisfait	

20. Dans le contexte du calcul de la satisfaction<sup>3</sup> vis-à-vis de bpost, les clients attribuant un score de 6 ou 7 sont considérés comme des « clients satisfaits » (= TOP 2 %). Les « clients insatisfaits » comprennent les clients « plutôt insatisfaits », les clients « insatisfaits » et les clients « très insatisfaits » (= BOT 3 %). Les rapports de bpost jusqu'en 2017 inclus étaient basés sur le « top 3 % » (scores de 5, 6 ou 7). À partir des rapports de bpost pour l'année 2018, les clients satisfaits sont basés sur le « TOP 2 % » (scores de 6 ou 7).

21. Cet élément doit être pris en considération pour l'interprétation des résultats. Le score de satisfaction ne correspond en effet pas à la moyenne du score donné par chaque répondant pour chaque aspect du service postal, mais à la part des répondants ayant indiqué être « satisfaits » ou « très satisfaits ».

---

<sup>3</sup> La satisfaction se compose de la part de clients ayant indiqué être satisfaits ou très satisfaits. Il ne s'agit donc pas d'une moyenne arithmétique calculée sur la base des scores de répondants.

### 3.4. Adaptations à la suite du contrôle de l'enquête annuelle de satisfaction de la clientèle de bpost

22. En 2017 et 2018, PWC a réalisé pour le compte de l'IBPT un contrôle de l'enquête annuelle de satisfaction de la clientèle effectuée par bpost.<sup>4</sup> À la suite de ce contrôle, bpost a établi un plan d'action qui a été approuvé par l'IBPT le 15 juin 2018.

23. Le tableau ci-dessous contient les recommandations de PWC et les engagements de bpost à cet égard :

	Recommandation issue du contrôle	Priorité	Statut
1	Ajout de la question concernant la satisfaction relative à la rapidité du service au guichet dans les bureaux de poste et les points poste.	Élevée	Cette question a à nouveau été ajoutée en juillet 2018. Le présent avis contient les résultats sur une période de 12 mois.
2	Également scinder le graphique des résultats en matière de satisfaction générale entre les clients résidentiels et les petits clients professionnels.	Élevée	Cela a été appliqué dans le présent avis.
3	Lors de la définition des clients satisfaits, se limiter aux clients qui ont attribué un score de 6 ou 7.	Élevée	Cela a été appliqué dans le présent avis.
4	Intégrer à nouveau un certain nombre de questions concernant le traitement des plaintes et le service clientèle.	Moyenne	Ces questions ont à nouveau été ajoutées depuis janvier 2019.
5	Afficher les résultats de la satisfaction générale et de la satisfaction par produit pour tous les points de l'échelle.	Moyenne	La répartition des résultats entre trois catégories, à savoir : les clients satisfaits (scores de 6 ou 7), les clients insatisfaits (scores de 1, 2 ou 3) et la catégorie restante (scores de 4 ou 5) est appliquée dans le présent avis.
6	Donner des garanties supplémentaires concernant le traitement des données efficace et qualitatif d'Ipsos.	Moyenne	bpost a repris cette condition dans le RFP dans le cadre de la sélection effectuée.
7	Un contrôle de la qualité supplémentaire lors du traitement des données au sein de bpost.	Moyenne	Cela a été appliqué dans le présent avis.
8	Indiquer visuellement que les résultats sont moins fiables dans le cas d'échantillons où le minimum n'a pas été atteint.	Moyenne	Cela a été appliqué dans le présent avis.

<sup>4</sup> Communication du Conseil de l'IBPT du 20 avril 2018 concernant la réalisation d'un contrôle de l'enquête de satisfaction de la clientèle de bpost.

## 4. Résultats de l'enquête de satisfaction de la clientèle en 2020

24. Dans un premier temps, l'on mesure la satisfaction générale de la clientèle. L'on mesure ensuite la satisfaction plus spécifique de la clientèle (concernant le temps d'attente, les heures d'ouverture et l'accessibilité).

### 4.1. Satisfaction générale de la clientèle

25. La satisfaction est mesurée de façon globale selon un certain nombre de thèmes précis :

- la satisfaction générale ;
- l'envoi de courrier en Belgique ;
- le facteur ;
- l'envoi de colis en Belgique ;
- l'envoi de colis à l'étranger ;
- la livraison du journal à temps ;
- la communication d'informations ;
- le bureau de poste ;
- le point poste.

26. Le présent document utilise des codes de couleur pour les scores de satisfaction afin de maximiser la lisibilité. Les codes de couleur ont été attribués à l'aide des critères suivants :

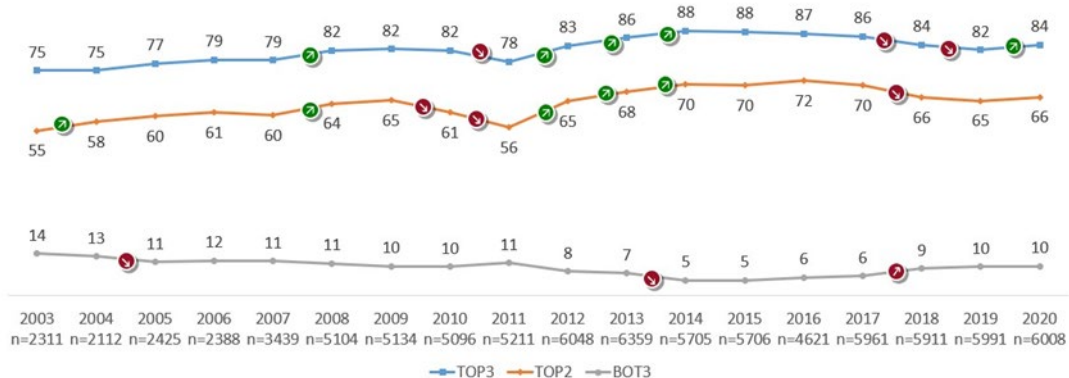
Score	Code de couleur
80 à 89	
70 à 79	
60 à 69	
50 à 59	
40 à 49	

**TABLEAU 1 : ENQUÊTE DE SATISFACTION GÉNÉRALE**

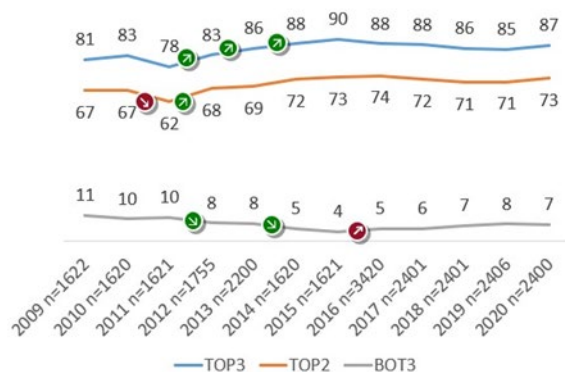
	Particuliers										Entreprises									
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
% satisfaction (score 6 - 7)																				
Satisfaction générale de la clientèle	62	68	69	72	73	74	72	71	71	73	55	67	68	71	70	69	73	67	63	65
L'envoi de courrier en Belgique	56	65	66	70	72	71	69	67	62	56	45	60	66	69	70	69	71	64	60	56
Le facteur	66	74	81	73	75	74	73	74	74	77	62	69	78	70	70	73	70	70	74	75
L'envoi de colis en Belgique	65	68	65	81	80	79	77	79	74	78	51	61	66	70	72	73	75	68	68	67
L'envoi de colis à l'étranger	61	62	64	70	72	69	68	72	67	64	39	54	49	64	65	74	66	60	59	54
La livraison du journal à temps		80	84	86	88	81	87	87	83	83		77	75	84	82	78	84	78	80	83
La communication d'informations	53	53	54	59	61	60	59	58	52	57	41	42	49	54	54	53	55	54	53	55
Le bureau de poste	66	76	81	77	78	78	78	78	78	79	50	67	74	71	68	71	71	72	70	74
Le point poste	64	74	79	77	79	80	76	81	77	78	63	69	76	72	68	69	79	77	75	74

27. Comme indiqué dans le tableau ci-dessus, nous constatons que la satisfaction générale (globale) en 2020 des particuliers et des petites entreprises a à chaque fois augmenté de deux points de pourcentage pour atteindre respectivement 73 % et 65 % en 2020. Concernant les particuliers, cinq sous-catégories ont connu une amélioration, deux se sont détériorées et une sous-catégorie est restée inchangée par rapport à 2019. Concernant les petites entreprises, quatre sous-catégories se sont améliorées et quatre se sont détériorées. Le score de la satisfaction générale (globale) de la clientèle est déterminé par la question qui a été posée au début de l'entretien, à savoir « Quel est votre degré de satisfaction général vis-à-vis de bpost ? ». Ensuite, d'autres questions relatives à la satisfaction sur différents thèmes sont posées dans le questionnaire. La satisfaction générale (globale) des particuliers est restée plutôt stable au cours de ces dernières années et le score de 73 % en 2020 est le deuxième meilleur score de ces dix dernières années. Le score de la satisfaction générale (globale) des petites entreprises de 65 % en 2020 est le troisième plus mauvais score de ces dix dernières années.
28. En ce qui concerne les particuliers, les principaux changements au niveau des sous-catégories relatives à la satisfaction de la clientèle en 2019 sont l'augmentation significative de cinq points de pourcentage pour la communication d'informations, une augmentation de quatre points de pourcentage pour l'envoi de colis en Belgique, une augmentation de trois points de pourcentage pour le facteur, une augmentation d'un point de pourcentage tant pour le bureau de poste que pour le point poste, une baisse significative de six points de pourcentage pour l'envoi de courrier en Belgique et la diminution de trois points de pourcentage pour l'envoi de colis à l'étranger. Pour les entreprises, l'on note principalement l'augmentation de quatre points de pourcentage pour le bureau de poste, une augmentation de trois points de pourcentage pour la livraison du journal à temps, une augmentation de deux points de pourcentage pour la communication d'informations, une augmentation d'un point de pourcentage pour le facteur, une diminution de cinq points de pourcentage pour l'envoi de colis à l'étranger, une baisse significative de quatre points de pourcentage pour l'envoi de courrier en Belgique et une diminution d'un point de pourcentage tant pour l'envoi de colis en Belgique que pour le point poste.
29. L'évolution de la satisfaction générale de la clientèle de bpost est illustrée dans le graphique 1. Entre 2003 et 2010, la satisfaction générale de la clientèle (en %) correspondait à l'indice de satisfaction des clients résidentiels, la mesure n'étant pas d'application pour les entreprises. Depuis 2010, la satisfaction générale de la clientèle (en %) correspond à la moyenne (50/50) de l'indice de satisfaction des clients résidentiels et de celui des clients non résidentiels faisant l'objet du présent rapport, à savoir les indépendants, les professions libérales et les entreprises de moins de cinq salariés.

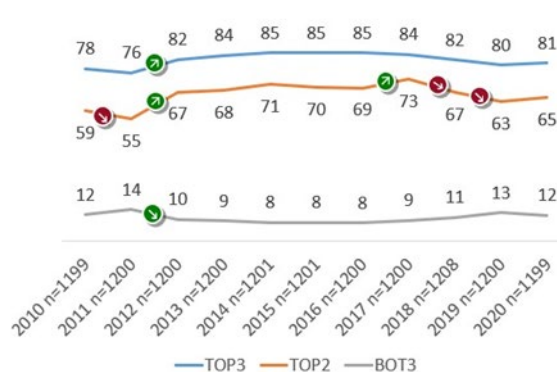
**FIGURE 1 : ÉVOLUTION DE LA SATISFACTION GÉNÉRALE DE LA CLIENTÈLE (EN %)**



### Satisfaction des particuliers :



### Satisfaction des petites entreprises :



30. La satisfaction générale de la clientèle (« TOP 2 % ») au niveau (1) des particuliers, (2) des petites entreprises et (3) des grandes entreprises ensemble a augmenté d'un point de pourcentage pour atteindre 66 % en 2020. En 2020, la satisfaction des particuliers et des entreprises a à chaque fois augmenté de deux points de pourcentage pour atteindre respectivement 73 % et 65 %. Le graphique supérieur de la figure 1 montre l'évolution historique des particuliers, des petites et des grandes entreprises pris ensemble. En 2020, l'insatisfaction générale (« BOT 3 % ») s'est améliorée d'un point de pourcentage tant auprès des particuliers que des petites entreprises.

## 4.2. Satisfaction de la clientèle sur des points spécifiques

31. Pour les points spécifiques (les heures d'ouverture des bureaux de poste, l'accessibilité aux personnes handicapées et le temps d'attente aux guichets) indiqués aux articles 11, 13 et 18 du sixième contrat de gestion, cette enquête générale a mesuré les éléments suivants :
- le temps d'attente aux guichets et dans les points poste (voir point 4.2.1) ;
  - les heures d'ouverture des bureaux de poste et des points poste en dehors des heures normales de bureau (voir point 4.2.2) ;
  - l'accessibilité des bureaux de poste et des points poste notamment aux personnes handicapées (voir point 4.2.3).

### 4.2.1. Satisfaction quant au temps d'attente aux guichets et dans les points poste

32. En 2020, la satisfaction quant au temps d'attente avant d'être servi dans le bureau de poste augmente de trois points de pourcentage pour atteindre 50 % auprès des petites entreprises et diminue d'un point de pourcentage auprès des particuliers pour atteindre 60 %. La satisfaction quant au temps d'attente avant d'être servi dans le point poste augmente de deux points de pourcentage jusqu'à 69 % chez les particuliers et baisse d'un point de pourcentage jusqu'à 65 % chez les entreprises. La satisfaction des entreprises concernant le temps d'attente en général est plus faible que celle des particuliers.

**TABLEAU 2 : SATISFACTION QUANT AUX TEMPS D'ATTENTE AUX GUICHETS POSTAUX ET DANS LES POINTS POSTE**

	Particuliers										Entreprises									
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
% satisfaction (score 6 - 7)																				
Temps d'attente avant d'être servi au bureau de poste	43	56	54	60	58	61	57	61	61	60	34	41	42	49	53	47	49	51	47	50
Temps d'attente avant d'être servi au point poste	50	60	64	63	61	69	63	72	67	69	54	51	66	63	64	59	69	66	66	65

33. Afin de diminuer le temps d'attente aux guichets, bpost a introduit en 2011 un système de mesure spécifique appelé « Waiting Queue » qui lui permet de mesurer les temps d'attente via un système de tickets. [CONFIDENTIEL]
34. Le tableau 3 reprend les résultats des mesures internes de bpost. Les résultats de bpost pour 2020 indiquent que dans 91,9 % des cas, les clients doivent attendre moins de 5 minutes tandis que, dans 2,1% des cas, les clients doivent attendre plus de 10 minutes. Le temps d'attente moyen dans les bureaux de poste s'est amélioré en 2020 pour les trois catégories différentes mesurées. Les scores concernant le temps d'attente dans le bureau de poste en 2020 sont les meilleurs de ces dix dernières années.

**TABLEAU 3 : TEMPS D'ATTENTE AUX GUICHETS POSTAUX<sup>5</sup>**

Délai moyen d'attente dans le bureau de poste	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
< 5'	84,30%	83,50%	84,40%	85,80%	85,40%	82,40%	85,20%	86,90%	89,20%	91,90%
5'-10'	10,30%	10,70%	10,30%	9,80%	10,40%	11,20%	10,10%	8,80%	7,80%	6,00%
> 10'	5,40%	5,90%	5,30%	4,40%	4,20%	6,40%	4,70%	4,30%	3,10%	2,10%

#### 4.2.2. Satisfaction quant aux heures d'ouverture des bureaux de poste et des points poste en dehors des heures normales de bureau

35. La satisfaction relative aux heures d'ouverture des bureaux de poste a augmenté en 2020 de six points de pourcentage pour les entreprises jusqu'à 53 % et de deux points de pourcentage pour les particuliers. La satisfaction relative aux heures d'ouverture des points poste a diminué en 2020 de deux points de pourcentage chez les particuliers jusqu'à 72 % et d'un point de pourcentage chez les petites entreprises jusqu'à 73 %. La satisfaction liée aux heures d'ouverture des points poste est considérablement plus élevée que celle liée aux heures d'ouverture des bureaux de poste, et ce tant pour les particuliers que pour les petites entreprises.

<sup>5</sup> Source bpost (données non vérifiées)

**TABEAU 4 : SATISFACTION QUANT AUX HEURES D'OUVERTURE DES BUREAUX DE POSTE ET DES POINTS POSTE EN DEHORS DES HEURES NORMALES DE BUREAU**

	Particuliers										Entreprises									
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
% satisfaction (score 6 - 7)																				
Heures d'ouverture des bureaux de poste	53	58	58	56	55	52	50	57	52	54	44	49	52	54	52	45	51	40	47	53
Heures d'ouverture des points poste	72	75	78	73	70	72	75	78	74	72	68	77	81	71	75	69	76	73	74	73

36. Le tableau 5 montre les heures d'ouverture par semaine, les heures d'ouverture après 17 heures et les heures d'ouverture le samedi des « points de service postal ».

**TABEAU 5 : NOMBRE TOTAL DE POINTS DE VENTE ET HEURES D'OUVERTURE<sup>6</sup>**

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Nombre de points de service postal et heures d'ouverture de ceux-ci										
Nombre total de points de service postal	1375	1340	1343	1344	1342	1337	1336	1335	1320	1311
Heures d'ouverture par semaine (total)	67500	65295	65417	65877	65478	63310	63953	64309	63418	62283
Nombre moyen d'heures d'ouverture par semaine	48,9	48,75	48,35	48,9	48,65	47,2	47,7	47,85	48,04	47,508
Nombre de points de service postal ouverts après 17h	899	869	901	898	1328	1315	1316	1309	1291	1268
Nombre de points de service postal ouverts le samedi	1162	1134	1143	1145	1142	1199	1200	1201	1186	1171

37. Le réseau de détail de bpost est constitué de « points de service postal » qui peuvent être un bureau de poste, une halte postale ou un magasin postal. Sur la base du tableau ci-dessus, l'on peut constater que le nombre de points de service postal a légèrement diminué depuis 2011.

38. En outre, il convient de souligner que la plupart des points de service postal en 2007 étaient des bureaux de poste, alors qu'aujourd'hui environ la moitié d'entre eux sont des points poste.<sup>7</sup> En 2020, 96,7 % des points de service postal étaient ouverts après 17h (contre 67 % en 2014) et 89,3 % étaient ouverts le samedi.

39. En 2020, le nombre d'heures d'ouverture par semaine a légèrement diminué de 1,8 % et la moyenne hebdomadaire des heures d'ouverture a diminué de 1,1 %.

#### 4.2.3. Satisfaction quant à l'accessibilité des bureaux de poste/points poste

<sup>6</sup> Source bpost (données non vérifiées)

<sup>7</sup> Voir également à ce sujet le tableau 7.

40. En 2020, la satisfaction des particuliers a considérablement augmenté de cinq points de pourcentage pour l'accessibilité pour atteindre 60 %, de trois points de pourcentage pour atteindre 72 % en ce qui concerne la proximité d'un bureau de poste et de deux points de pourcentage pour atteindre 76 % concernant la proximité d'un point poste. Concernant les petites entreprises en 2020, la satisfaction a baissé de deux points de pourcentage jusqu'à 72 % en ce qui concerne la proximité d'un point poste, a augmenté d'un point de pourcentage jusqu'à 67 % en ce qui concerne la proximité d'un bureau de poste et est restée inchangée à 53 % en ce qui concerne l'accessibilité.

**TABLEAU 6 : ACCESSIBILITÉ DES BUREAUX DE POSTE/POINTS POSTE**

	Particuliers										Entreprises									
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
% satisfaction (score de 6 ou 7)																				
Accessibilité (notamment aux personnes handicapées)	57	57	61	57	56	62	61	60	55	60	48	56	56	59	57	56	59	50	53	53
La proximité d'un bureau de poste	58	65	69	66	68	67	69	68	69	72	51	62	67	61	64	63	66	66	66	67
La proximité d'un point poste	65	71	74	77	71	75	77	77	74	76	61	71	76	66	69	71	78	76	74	72

41. Les détails concernant le nombre de « points de service postal » ainsi que la répartition en nombre de bureaux de poste et de points poste figurent dans le tableau ci-après. En 2020, le nombre de bureaux de poste a diminué d'une unité et le nombre de points poste a diminué de huit unités par rapport à 2019. Le réseau de détail est composé de 1 311 points de service postal en 2020. L'exigence minimale de 1 300 points de service postal prévue à l'article 10.2 du sixième contrat de gestion est respectée.

**TABLEAU 7 : ÉVOLUTION ET RÉPARTITION DES « POINTS DE SERVICE POSTAL »**

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Bureaux de poste	676	670	669	669	664	662	662	661	658	657
Points poste	699	670	674	675	678	675	674	674	662	654
Total	1375	1340	1343	1344	1342	1337	1336	1335	1320	1311

### 4.3. Synthèse et conclusion de l'IBPT

42. Conformément aux dispositions de l'article 38, et des articles 11.2, 12, 13 et 18 du sixième contrat de gestion, l'IBPT constate que bpost a bien procédé en 2020 à la mesure de quatre indices de satisfaction, à savoir un indice de satisfaction générale, un indice concernant le temps d'attente aux guichets, un indice pour les heures d'ouverture des bureaux et des points poste et un indice concernant l'accessibilité des bureaux et points poste pour les personnes handicapées.

43. Les résultats de la mesure de la satisfaction générale de la clientèle de 2020 réalisée par bpost ont augmenté de deux points de pourcentage, tant pour les particuliers que pour les petites entreprises pour atteindre respectivement 73 % et 65 %. L'évolution négative de 10 points de pourcentage de la satisfaction générale de la clientèle chez les petites entreprises en 2019 par rapport à 2017 a été inversée en une tendance à la hausse de deux points de pourcentage en 2020. Le score de 65 % en 2020 est le deuxième score le plus bas de ces dix dernières années en ce qui concerne la satisfaction générale de la clientèle chez les petites entreprises.

44. En 2020, l'évolution négative du segment BOT 3 % des clients les moins satisfaits (à savoir : un doublement de l'insatisfaction des clients au cours de la période 2015-2019 de 4 % à 8 % chez les particuliers et une augmentation de 62,5 % de l'insatisfaction des clients au cours de la période 2016-2019 chez les petites entreprises de 8 % à 13 %) s'est inversée en une amélioration d'un point de pourcentage chez les particuliers et les petites entreprises, pour atteindre respectivement 7 % et 12 %.
45. Selon les mesures internes de bpost, les temps d'attente aux guichets se sont améliorés en 2020 pour les trois différentes catégories mesurées. Les scores concernant les temps d'attente en 2020 sont les meilleurs de ces dix dernières années. Le nombre moyen d'heures d'ouverture par semaine des points de service postal s'élève à 47,5 en 2020. La satisfaction relative aux heures d'ouverture des points poste tant chez les particuliers (en moyenne environ 15 points de pourcentage de plus) que chez les petites entreprises (en moyenne environ 20 points de pourcentage de plus) est systématiquement beaucoup plus élevée que la satisfaction relative aux heures d'ouverture des bureaux de poste pour la période de 2011 à 2020 inclus.
46. Le nombre d'heures d'ouverture par semaine des points de service postal a légèrement diminué de 1,8 % en 2020.
47. La satisfaction relative à la communication d'informations en 2020 s'est considérablement améliorée de cinq points de pourcentage jusqu'à 57 % chez les particuliers et de deux points de pourcentage jusqu'à 55 % chez les petites entreprises.
48. À partir de 2019, la satisfaction relative au service clientèle a de nouveau été analysée après l'absence de cet élément au cours des années 2017 et 2018. En 2020, la satisfaction concernant le service clientèle a baissé de quatre points de points de pourcentage jusqu'à 52 % chez les particuliers et a augmenté de cinq points de pourcentage jusqu'à 48 % chez les petites entreprises. L'insatisfaction (BOT 3 %) concernant le service clientèle en 2020 s'est améliorée de sept points de pourcentage, passant de 25 % en 2019 à 18 % en 2020 chez les particuliers, et est restée à 29 % en 2020 chez les petites entreprises. La satisfaction relativement faible (TOP 2 %) et l'insatisfaction très élevée (BOT 3 %) concernant le service clientèle combinées donnent le plus mauvais score de tous les éléments analysés en matière de satisfaction de la clientèle. Dans ses rapports annuels de 2018 (pages 34 à 37 incluse), de 2019 (page 39) et de 2020 (pages 39 et 40), le Service de médiation pour le secteur postal a également explicitement mentionné l'inaccessibilité du service à la clientèle de bpost parce que les clients n'ont pas pu introduire leur plainte par le biais des procédures prévues par bpost. L'IBPT conseille à bpost de prendre à cet effet des initiatives d'amélioration appropriées.
49. Le plan d'action de bpost établi à la suite du contrôle de l'enquête de satisfaction de la clientèle réalisé par bpost a été mis en œuvre.

## **5. Le rapport concernant l'exécution du plan d'amélioration 2020**

50. Depuis 2012, bpost a décidé de restructurer son approche afin d'améliorer la satisfaction générale du consommateur. Cette restructuration se fait depuis lors, de manière inchangée, selon les quatre mêmes axes :
1. la voix du client ;
  2. les produits et processus ;

3. les clients ;
4. le personnel et le changement.

51. L'évaluation par l'IBPT de l'exécution du plan d'amélioration 2020 est reprise ci-après.

## **5.1. La voix du client**

52. La voix du client est recueillie par bpost via : (i) la mesure de la satisfaction générale, (ii) les études de satisfaction transactionnelles (par ex. : e-shop, le service de déménagement, le service clientèle, les bureaux de poste), (iii) les demandes d'informations et les plaintes déposées par le client (par ex. : service clientèle, forum en ligne, chatbot) et (iv) les réseaux sociaux. En 2020, la direction de bpost a été régulièrement informée des informations relatives à la voix du client. Les collaborateurs de bpost ont également été informés de la satisfaction du client. Depuis quelques années, la satisfaction du client a également un impact sur la rémunération variable de tous les collaborateurs de bpost.

## **5.2. Les produits et processus**

53. Dans la rubrique « Produits et processus », bpost a centré son approche sur quatre domaines prioritaires :

1. la livraison correcte ;
2. la distribution correcte des colis ;
3. le courrier recommandé ;
4. le service de déménagement, qui organise le suivi du courrier d'une personne qui déménage à sa nouvelle adresse.

### **5.2.1. Distribution correcte du courrier**

54. En raison de changements opérationnels permanents, des efforts ont été consentis par bpost pour améliorer le processus de distribution. En 2020, le niveau de détail de la plainte par produit et par processus (par ex. le développement de formulaires en ligne pour le dépôt de plaintes liées aux facteurs, l'introduction d'un « contrat d'amélioration » pour les facteurs sujets de plaintes fréquentes, le soutien supplémentaire dans les bureaux bruxellois en fin d'année pour analyser ou répondre aux plaintes) a été développé plus avant. La part des clients les plus satisfaits (TOP 2 %) en ce qui concerne la distribution correcte en 2020 s'est améliorée chez les particuliers de trois points de pourcentage jusqu'à 61 % et s'est détériorée d'un point de pourcentage jusqu'à 53 % chez les entreprises. En 2020, la part des clients les moins satisfaits (BOT 3 %) concernant la distribution correcte s'est améliorée d'un point de pourcentage jusqu'à 8 % chez les particuliers et s'est détériorée de deux points de pourcentage jusqu'à 13 % chez les petites entreprises (le plus mauvais score de ces douze dernières années). La satisfaction à l'égard de la livraison à temps en 2020 a diminué de sept points de pourcentage pour atteindre 49 % chez les particuliers et a diminué de deux points de pourcentage pour atteindre 47 % chez les petites entreprises.

**TABLEAU 8 : SATISFACTION EN MATIÈRE DE QUALITÉ DE LA DISTRIBUTION**

	Particuliers										Entreprises									
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
% satisfaction (score de 6 ou 7)																				
Distribution correcte par le facteur	66	74	81	73	75	74	73	74	74	77	62	69	78	70	70	73	70	70	74	75
Réception des journaux et périodiques		80	84	86	88	81	87	87	83	83		77	75	84	82	78	84	78	80	83

En 2020, on note une amélioration de la satisfaction clientèle chez les particuliers les plus satisfaits (TOP 2 %) en ce qui concerne le facteur de trois points de pourcentage jusqu'à 77 %, une amélioration d'un point de pourcentage jusqu'à 75 % concernant le facteur chez les petites entreprises, une amélioration de la réception des journaux et périodiques de trois points de pourcentage jusqu'à 83 % chez les petites entreprises et un score inchangé de 83 % chez les particuliers en ce qui concerne la réception des journaux et périodiques.

### 5.2.2. Distribution correcte des colis

55. En 2020, bpost a lancé plusieurs initiatives pour améliorer la satisfaction vis-à-vis des colis : une révision de l'outil d'expédition pour les colis afin d'améliorer l'expérience utilisateur, y compris une révision du flux pour la création d'étiquettes, une nouvelle application mybpost avec des performances améliorées, l'intégration (du réseau Kariboo) et l'extension des points colis du réseau PUDO, des distributeurs automatiques de colis supplémentaires, un projet pilote « Ecozone » à Malines, un projet pilote pour le « fashion bag » avec un emballage plus écologique et ensuite le déploiement dans les bureaux de poste et les points poste à partir d'octobre.
56. En 2020, la satisfaction concernant l'envoi de colis en Belgique a augmenté de quatre points de pourcentage jusqu'à 78 % chez les particuliers et a diminué d'un point de pourcentage jusqu'à 67 % chez les petites entreprises. La satisfaction à l'égard de l'envoi de colis à l'étranger en 2020 a diminué de trois points de pourcentage jusqu'à 64 % chez les particuliers et a diminué de cinq points de pourcentage jusqu'à 54 % chez les petites entreprises. La satisfaction concernant la réception de colis s'élevait à 77 % chez les particuliers et à 68 % chez les petites entreprises en 2020.

### 5.2.3. Courrier recommandé

57. En 2020, bpost a continué le suivi du produit « Quickstamp » permettant aux petites entreprises d'envoyer un courrier recommandé sans devoir se rendre au bureau de poste. L'amélioration de l'expérience utilisateur de « Quickstamp » a été repoussée à 2021 en raison du Covid-19. En 2020, un projet pilote « Sign for me » où un destinataire peut recevoir un courrier recommandé via le dépôt dans la boîte aux lettres si un mandat à cet effet a été donné à bpost a été étendu de 4 à 20 villes. Ce projet sera lancé à l'échelle nationale en juillet 2021.
58. La satisfaction à l'égard de l'envoi de courrier recommandé en 2020 a diminué de quatre points de pourcentage jusqu'à 63 % chez les particuliers et a diminué de deux points de pourcentage jusqu'à 57 % chez les petites entreprises. La satisfaction à l'égard de la réception d'envois recommandés en 2020 a considérablement augmenté de sept points de pourcentage pour atteindre 54 % chez les particuliers et a augmenté de deux points de pourcentage pour atteindre 52 % pour les petites entreprises.

**TABEAU 9 : SATISFACTION CONCERNANT LE COURRIER RECOMMANDÉ**

	Particuliers										Entreprises									
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
% satisfaction (score de 6 ou 7)																				
La facilité de recevoir des envois recommandés	41	47	46	48	48	52	50	48	47	54	33	34	40	48	48	47	48	49	50	52
La facilité d'envoyer des envois recommandés	53	63	59	63	62	65	65	66	67	63	47	49	55	63	62	63	63	58	59	57

### 5.2.4. Le service de déménagement

59. En 2020, bpost a poursuivi les actions des années précédentes, à savoir : l'étude transactionnelle sur le processus et le service lui-même avec l'adaptation du questionnaire afin de mieux cerner les besoins des utilisateurs, l'adaptation des pages Internet commerciales pour conclure un contrat, une amélioration des FAQ, du chatbot et de la brochure et la mise sur pied d'une connexion avec l'outil MyPreference pour les colis afin de que le client puisse modifier les préférences concernant la nouvelle adresse.

## 5.3. Les clients

60. En 2020, des initiatives ont été prises concernant les bureaux de poste, les points poste, le service clientèle et la communication d'informations aux clients.

### 5.3.1. Bureaux de poste et points poste

61. En 2020, de l'attention a été portée en permanence sur la convivialité et la serviabilité selon les paramètres BRASMA (bonjour / regard / aider / sourire / merci / au revoir). Via le mystery shopping, des actions ont été entreprises sur la base des informations collectées et BRASMA a été suivi tout au long de l'année sauf lors des trois premiers mois du confinement. Des études transactionnelles ont été effectuées afin de mesurer la satisfaction dans les bureaux de poste ainsi qu'une analyse du NPS (Netto Promotor Score) lors de la réception de colis pour obtenir plus d'informations. Dans le cadre du projet « boost professional image », des bureaux de poste ont été transformés, ce qui a permis d'améliorer la communication, d'accroître l'efficacité en ajoutant des boîtes et/ou guichets et en introduisant des caisses rapides dans des « fast zones ». L'image professionnelle a continué de faire l'objet d'une certaine attention avec les guichets PME. Un certain nombre de bureaux de poste importants (Bruxelles Nord, Gand centre, Bruxelles De Brouckère) ont déménagé et ont été rénovés avec des adaptations comme des totems avec des informations pour les clients, des kiosques dans la rangée de guichets pour l'envoi de colis, un kiosque au meuble Check & Send pour scanner et déposer des colis (retours). L'accessibilité a été améliorée jusqu'à 91 %. Les heures d'ouverture de bureaux spécifiques ont été adaptées sur la base des besoins locaux. En 2020, la vitesse du service et le temps d'attente ont également été mesurés. Les temps d'attente dans les bureaux de poste se sont à nouveau améliorés en 2020 : 91,2 % des clients ont été servis dans les 5 minutes. En 2020, 60 bureaux de poste ont été équipés de manière permanente d'une application pour la réception de colis et d'envois recommandés sans enregistrement au guichet. D'autres bureaux en seront équipés afin de faire

face au pic de fin d'année. Un projet pilote avec des kiosques a été mis sur pied à Anvers et à Bruxelles et une version améliorée a été installée à Gand et à Bruxelles. En 2020, 4 896 visites ont eu lieu dans le cadre du mystery shopping (2 473 dans des bureaux de poste et 2 423 dans des points poste) afin d'analyser la rapidité et la qualité de la visite. En 2020, le principe BRASMA a été davantage suivi dans les points poste. Des conseils ont été donnés aux points poste en matière d'optimisation des processus (par ex. concernant le nombre croissant de colis).

62. La satisfaction à l'égard du temps d'attente dans le bureau de poste en 2020 a diminué d'un point de pourcentage à 60 % chez les particuliers et a augmenté de 3 points de pourcentage à 50 % chez les petites entreprises. La satisfaction à l'égard du temps d'attente dans les points poste en 2020 a augmenté de deux points de pourcentage pour atteindre 69 % chez les particuliers et a diminué d'un point de pourcentage pour atteindre 65 % chez les petites entreprises. La satisfaction à l'égard du bureau de poste en 2020 a augmenté d'un point de pourcentage pour atteindre 79 % chez les particuliers et a augmenté de quatre points de pourcentage pour atteindre 74 % chez les petites entreprises. La satisfaction à l'égard du point poste en 2020 a augmenté d'un point de pourcentage pour atteindre 78 % chez les particuliers et a diminué d'un point de pourcentage pour atteindre 74 % pour les petites entreprises. La satisfaction des particuliers en 2020 a augmenté de deux points de pourcentage pour atteindre 54 % concernant les heures d'ouverture des bureaux de poste et a baissé de deux points de pourcentage pour atteindre 72 % concernant les heures d'ouverture des points poste. La satisfaction des petites entreprises en 2020 a augmenté de six points de pourcentage pour atteindre 53 % concernant les heures d'ouverture des bureaux de poste et a baissé d'un point de pourcentage pour atteindre 73 % concernant les heures d'ouverture des points poste. La satisfaction des particuliers à l'égard de l'accessibilité des bureaux de poste en 2020 a augmenté de 5 points de pourcentage pour atteindre 60 %, tandis que celle des petites entreprises est restée inchangée avec 53 %. La satisfaction concernant la proximité d'un point poste en 2020 a augmenté de deux points de pourcentage chez les particuliers pour atteindre 76 % et a baissé de 2 points de pourcentage chez les petites entreprises pour atteindre 72 %.

### **5.3.2. Services clientèle**

63. Le service clientèle est suivi de différentes manières, notamment via une étude de satisfaction transactionnelle via un questionnaire en cas de contact avec le service clientèle (tant front-office que back-office), via le traitement de plaintes via un projet pilote pour les clients professionnels en matière de suivi des plaintes, via le développement de fonctionnalités supplémentaires en fonction du feedback des clients et via des agents du contact center en instaurant un paiement automatique d'une compensation afin d'accélérer le processus et l'utilisation de modèles pour l'utilisation de scripts dans les médias sociaux au lieu de la formation en « written care ».
64. Cependant, la satisfaction à l'égard du service clientèle en 2020 est restée faible malgré ces actions, à savoir une diminution de quatre points de pourcentage jusqu'à 52 % chez les particuliers et une amélioration de cinq points de pourcentage jusqu'à 48 % chez les petites entreprises. En 2020, l'insatisfaction des clients les moins satisfaits (BOT 3 %) s'est améliorée de sept points de pourcentage et s'élève à 18 % chez les particuliers et est restée inchangée avec 29 % chez les petites entreprises. L'insatisfaction à l'égard du service clientèle fait partie des scores les plus médiocres de tous les éléments individuels examinés dans l'enquête de satisfaction de la clientèle de bpost.

### 5.3.3. Informations

65. En 2020, bpost a cherché à améliorer l'information au client par le biais des brochures, de formulaires en ligne, du site Internet, de l'application, dans les bureaux de poste ou sur le site Internet Track & Trace. Un nouveau site Internet a été lancé, le chatbot a été davantage développé (jusqu'à 75 000 sessions de chat via le chatbot par mois), les solutions self-service ont été rendues plus faciles, augmentant ainsi l'accessibilité, avec pour résultat 25 % de formulaires en ligne en plus si l'on compare le Q1 2021 avec le Q1 2020.
66. En 2020, la satisfaction générale concernant les informations a considérablement augmenté de cinq points de points de pourcentage jusqu'à 57 % chez les particuliers et a augmenté de deux points de pourcentage jusqu'à 55 % pour les petites entreprises. En 2020, la satisfaction concernant le site Internet a augmenté de quatre points de pourcentage jusqu'à 63 % chez les particuliers et est restée à 57 % chez les petites entreprises. En 2020, l'insatisfaction concernant le site Internet a considérablement augmenté de 4 points de pourcentage jusqu'à 10 % pour les petites entreprises. La satisfaction concernant l'application en 2020 est élevée et s'élève respectivement à 75 % chez les particuliers et 83 % chez les petites entreprises.

### 5.4. Le personnel et les changements

67. En 2020, une communication a été envoyée au moins une fois par trimestre à tous les niveaux de l'entreprise bpost afin de maintenir l'accent sur l'orientation client. En 2020, bpost a davantage développé l'index des clients qui repose sur quatre piliers, à savoir la satisfaction générale de la clientèle résidentielle, le score NPS des clients professionnels, la distribution à temps de la poste aux lettres et la distribution qualitative des colis. L'atteinte des objectifs de l'index a un impact sur les bonus non récurrents et les rémunérations variables de tous les collaborateurs de bpost.

### 5.5. Avis de l'IBPT concernant le plan d'action 2020

68. En 2020, la satisfaction générale des particuliers s'est améliorée de deux points de pourcentage jusqu'à 73 % et celle des petites entreprises a également augmenté de deux points de pourcentage jusqu'à 65 %. L'évolution négative de la satisfaction clientèle des petites entreprises tant en 2018 qu'en 2019 s'est inversée en 2020. Le score de 65 % pour la satisfaction générale des petites entreprises est le deuxième plus mauvais score de ces neuf dernières années.
69. Pour les huit sous-catégories mentionnées au tableau 1, cinq se sont améliorées, 2 se sont détériorées et une est restée inchangée chez les particuliers en 2020. Pour les petites entreprises, parmi les huit sous-catégories mentionnées au tableau 1, quatre se sont améliorées et quatre se sont détériorées. L'IBPT conseille à bpost de réaliser une analyse approfondie en 2022 des actions à entreprendre à l'avenir concernant les causes à l'origine de l'absence d'amélioration de la satisfaction de la clientèle en 2020, en particulier concernant les actions visant à améliorer la satisfaction à l'égard de l'envoi de poste aux lettres en Belgique dont le score en 2020 s'élève à 56 % tant chez les particuliers que chez les petites entreprises et est à chaque fois le deuxième plus mauvais score de ces dix dernières années. Les heures d'ouverture des bureaux de poste, les temps d'attente des petites entreprises dans les bureaux de poste, la livraison dans les temps, le service clientèle, la communication d'informations et la satisfaction des petites entreprises concernant l'envoi de colis à l'étranger nécessitent également des actions ciblées afin d'améliorer la satisfaction clientèle.

70. Les mesures internes de bpost indiquent en outre que l'accessibilité des bureaux de poste pour les personnes moins valides a atteint 91 % en 2020. Conformément à l'article 13.1 (a) du sixième contrat de gestion, bpost s'est engagée à améliorer l'accès aux bureaux de poste pour les moins valides afin de réduire la proportion de bureaux de poste difficilement accessibles à 10 % en 2017. L'objectif du sixième contrat de gestion concernant l'accessibilité pour les moins valides a ainsi été atteint.

## **6. Plan d'action 2021**

En 2021, le plan d'action de bpost reposait à nouveau sur les 4 mêmes piliers, à savoir : la voix du client, les produits et processus, les points de contact avec le client, ainsi que le personnel et l'engagement. En 2020, la pandémie causée par le COVID-19 a eu un impact considérable qui a inévitablement eu des conséquences imprévisibles sur l'exécution du plan d'action 2021. Les mesures de distanciation sociale et le confinement ont eu un impact sur la livraison, notamment en raison de la forte augmentation du volume des colis. Cela affectera également l'année 2021.

### **6.1. La voix du client**

71. bpost opte pour la continuité. bpost est continuellement à l'écoute de ses clients par le biais de différents canaux tels que : les mesures de la satisfaction, les études de satisfaction transactionnelles de différents produits et canaux, les demandes d'informations des clients, les plaintes et les médias sociaux. Des recommandations sont soumises chaque année à l'équipe dirigeante afin d'améliorer la satisfaction générale à l'égard de bpost.

### **6.2. Les produits et processus**

72. En ce qui concerne la livraison correcte, les résultats étaient faibles malgré les efforts fournis. En 2021, le monitoring se poursuivra et il y a un nouvel appel d'offres pour Belex et ENA-ZZA. Un projet a également été lancé pour un meilleur suivi des biens perdus et volés. Des rapports ont également été développés pour le suivi de flux, centres de tri et envois spécifiques. Afin d'améliorer la fiabilité du processus, bpost travaille à l'amélioration du transport afin que les conteneurs contenant la poste aux lettres et les colis soient remis dans les bons bureaux de poste. L'on vérifie également avec les clients importants les volumes attendus afin de pouvoir améliorer le planning du personnel et l'application Mobi est davantage développée pour les distributeurs afin de réduire les erreurs de processus et d'améliorer l'expérience client. Dans le cadre de l'acheminement de chaque plainte vers le facteur concerné, un coaching spécifique a

été instauré pour les plaintes du type « le facteur ne sonne/n'attend pas » pour les colis et les envois recommandés. Il y a une connexion automatique entre le code-barres et le facteur afin de traiter les plaintes. Des caméras sont utilisées dans le cadre du projet « biens volés et perdus ». Une plus grande sécurité est prévue pour le track & trace ainsi que des améliorations dans le cadre des obligations RGPD. Les informations relatives aux préférences liées au track & trace sont améliorées. Au niveau des préférences de distribution, différents points de dépôt sont proposés (bureau de poste, point poste, point colis, distributeur automatique de colis). L'on note également l'intégration de Ping, un nouveau système afin d'identifier le client sur la plateforme pour les préférences de distribution. En ce qui concerne les colis, les initiatives suivantes ont été déployées : la possibilité de créer des étiquettes numériques, le lancement d'un nouveau flux pour la création d'étiquettes pour les colis internationaux, l'intégration de Ping dans la plateforme de l'outil d'expédition pour les colis (shipping manager), le paiement des droits d'importation via l'application, chatter via l'application, l'amélioration des notifications push via l'application et l'intégration avec Ping afin de permettre l'identification sur l'application. En ce qui concerne les distributeurs automatiques de colis, des actions ont été prévues pour améliorer l'expérience et la convivialité avec la possibilité de remettre plusieurs colis en une seule fois, l'indication de distributeurs en back-up dans les préférences, le soutien via le chatbot, la visualisation de l'offre de distributeurs disponibles, une assurance pour les colis internationaux, le lancement d'un nouvel emballage durable pour les consommateurs, l'élargissement des flux chatbot et l'introduction d'une fonction de chat en direct. En juillet 2021 a lieu le déploiement national de « Sign for me », de sorte que l'envoi recommandé est déposé dans la boîte aux lettres après que le destinataire a donné un mandat à bpost dans tous les bureaux de poste et points poste. L'application peut également être utilisée à cet effet. L'application permet de réaliser le travail préparatoire avant l'envoi du courrier recommandé et une nouvelle plateforme Quickstamp verra le jour. En 2021, l'étude de satisfaction transactionnelle du service déménagement s'est poursuivie et le flux en ligne pour s'enregistrer a été adapté afin de l'harmoniser avec l'expérience dans l'application de bpost.

### 6.3. Les clients

73. En 2021, le mystery shopping continue, l'analyse textuelle du feedback des clients est utilisée, il y a des mesures Covid-19 spécifiques, l'on travaille à éviter l'agressivité des clients, le traitement des plaintes est modifié avec enregistrement au guichet plutôt que le renvoi vers le service clientèle, les logiciels et le matériel sont remplacés pour les deux prochaines années, l'utilisation des tablettes est introduite, des solutions flexibles sont introduites afin de faire face au pic de fin d'année de réception et d'envoi de colis, de nouvelles solutions sont introduites pour faciliter le dépôt et le retrait de colis et de nouvelles boîtes plus solides, plus écologiques et réutilisables verront le jour. En 2021, un chat en direct a été introduit en rapport avec le service clientèle, la vitesse de réaction via les médias sociaux est améliorée, une adaptation du processus « le facteur n'a pas sonné » a été réalisée début en septembre, une « first day reaction » avec une réaction personnelle de bpost dans les 24 heures en cas de plainte est instaurée, un processus concernant les plaintes sensibles est mis en œuvre, les nouvelles règles de l'Union européenne en matière de droits d'importation et de TVA sont mises en œuvre. Dans le cadre des informations, le site Internet fait l'objet d'améliorations continues et un chat en direct a été développé pour le site internet. Pour les applications, des sessions de « user experience testing » ont été prévues afin de confirmer et d'approuver de nouveaux flux et designs pour l'envoi et la réception de colis et d'envois de correspondance.

## 6.4. Le personnel et le changement

74. L'index des clients est resté inchangé en 2021 et se compose de : (1) la satisfaction générale des clients résidentiels, (2) le score NPS (Netto Promotor Score) des clients professionnels, (3) la livraison dans les temps des envois de correspondance, (4) la distribution qualitative des colis, et (5) le score NPS des destinataires résidentiels de colis. Les bonus non récurrents et les rémunérations variables de tous les collaborateurs sont influencés par l'index des clients.

## 6.5. Avis de l'IBPT

75. L'IBPT constate que le nombre d'éléments individuels dont le score de satisfaction client est inférieur à 60 % a diminué en 2020 par rapport à 2019 pour les particuliers de deux unités (de 8 à 6) et a augmenté pour les petites entreprises d'une unité (de 12 à 13). L'IBPT note également que bpost a pris ces dernières années plusieurs initiatives dans différents domaines afin d'améliorer la satisfaction de la clientèle, comme le montrent les avis concernant la satisfaction des clients de ces dernières années. En 2020, les efforts de bpost ont entraîné une amélioration des scores de satisfaction générale de la clientèle chez les petites entreprises (soit une augmentation de deux points de pourcentage) et les particuliers (soit une augmentation de deux points de pourcentage) après les scores plus faibles de 2019. En 2020, on constate une amélioration claire du nombre d'aspects étudiés individuellement dans l'enquête de satisfaction de la clientèle chez les particuliers (de 67 % en 2019 à 77 % en 2020) et en comparaison avec les scores inférieurs de 2019. En ce qui concerne les petites entreprises, il n'y a pas d'amélioration relative du nombre d'aspects étudiés individuellement dans l'enquête de satisfaction de la clientèle en 2020 par rapport à 2019 (statu quo de 50 % tant en 2019 qu'en 2020).

- - En 2017, pour les particuliers et les petites entreprises, il y avait respectivement 81 % et 67 % d'aspects étudiés individuellement ayant un score de satisfaction client de 60 % ou plus.
- - En 2020, pour les particuliers et les petites entreprises, il y avait respectivement 77 % et 50 % d'aspects étudiés individuellement ayant un score de satisfaction client de 60 % ou plus.

	2017	2018	2019	2020		2017	2018	2019	2020
Nombre d'aspects étudiés	21	23	24	26		21	23	24	26
RES (60 % ou plus)	17	19	16	20		80,95%	82,61%	66,67%	76,92%
RES (jusqu'à 59 %)	4	4	8	6		19,05%	17,39%	33,33%	23,08%
BUS (60 % ou plus)	14	13	12	13		66,67%	56,52%	50,00%	50,00%
BUS (jusqu'à 59 %)	7	10	12	13		33,33%	43,48%	50,00%	50,00%

L'IBPT conseille à bpost d'analyser plus en profondeur la raison pour laquelle la satisfaction de la clientèle chez les petites entreprises ne s'est pas améliorée en 2020 malgré les plans d'action déjà mis en œuvre par bpost dans le passé. Dans les plans d'action soumis par bpost à l'IBPT, par exemple pour 2020, il n'est pas toujours très clair si les actions sont précisément ciblées sur les problèmes de l'année précédente. Les points d'action de bpost semblent plutôt s'inscrire dans le prolongement les uns des autres année après année sans réelle amélioration de la satisfaction. Il est donc difficile d'indiquer avec certitude dans quelle mesure les actions entreprises en 2020 sont axées sur les moins bons résultats et se traduiront cette fois effectivement par une amélioration du niveau de satisfaction chez bpost, comme expliqué ci-dessous :

- En ce qui concerne la distribution dans les temps par le facteur, bpost n'a prévu dans le plan d'action 2021 aucune mesure spécifique en dehors d'une amélioration du transport afin que les conteneurs contenant la poste aux lettres et les colis soient remis dans les bons bureaux de poste et de discussions avec les gros clients concernant les volumes attendus afin d'améliorer le planning du personnel. L'IBPT conseille à bpost d'aller plus loin, par exemple en effectuant une analyse approfondie des plaintes par facteur, comme expliqué au point 78.

- En ce qui concerne la distribution correcte, bpost a prévu dans le plan d'action 2021 diverses initiatives qui sont commentées au paragraphe 72. L'IBPT conseille à bpost d'aller plus loin, par exemple en effectuant une analyse approfondie des plaintes par facteur, comme expliqué au point 78.

- En ce qui concerne la satisfaction générale à l'égard de la distribution nationale du courrier, il est conseillé que bpost analyse la baisse de la satisfaction de la clientèle en 2019 et 2020 et fournisse des explications à cet égard (les causes sous-jacentes exactes) dans le rapport de satisfaction de la clientèle 2021.

- En ce qui concerne la satisfaction relative aux colis, bpost a prévu dans le plan d'action 2020 diverses initiatives commentées au paragraphe 72. L'IBPT souhaite faire remarquer qu'aucune initiative spécifique n'a été prévue par bpost en 2021 afin d'améliorer la distribution dans les temps ainsi que la distribution correcte de colis, en dehors d'une amélioration du transport afin que les conteneurs contenant la poste aux lettres et les colis soient remis dans les bons bureaux de poste et de discussions avec les gros clients concernant les volumes attendus afin d'améliorer le planning du personnel. L'IBPT renvoie également à cet égard aux résultats des délais de livraison des colis postaux égrenés dans la décision du 20 août 2020 concernant les délais d'acheminement pour l'année 2019 et la décision du 14 décembre 2021 concernant les délais d'acheminement pour l'année 2020. L'IBPT conseille à bpost d'examiner explicitement dans quelle mesure la livraison tardive et/ou incorrecte des colis influence négativement la satisfaction de la clientèle à l'égard de la distribution dans les temps par le facteur et la distribution correcte par le facteur. L'IBPT renvoie également à ce sujet au point 78.

- La satisfaction à l'égard des heures d'ouverture des bureaux de poste est faible. Dans le plan d'action 2021, bpost a prévu des solutions flexibles sous la forme de pop-ups afin de gérer le pic de fin d'année concernant les colis. L'IBPT souhaite conseiller à bpost d'analyser les raisons précises du faible niveau de satisfaction des clients de bpost en ce qui concerne les heures d'ouverture : s'agit-il principalement des heures d'ouverture du soir ou du week-end, par exemple ? Où s'agit-il d'heures d'ouverture (supplémentaires) trop limitées lors de périodes de pic comme en fin d'année, etc. ? Des précisions supplémentaires et plus étendues concernant le nombre de bureaux de poste concernés semblent également appropriées en la matière.

- En ce qui concerne les temps d'attente dans les bureaux de poste pour les petites entreprises aucune action n'est prévue dans le plan d'action 2021, malgré le fait que la satisfaction à cet égard était faible au cours de ces dix dernières années (le score le plus élevé de ces dix dernières années n'est que de 53 %).

- En ce qui concerne le service clientèle, bpost a prévu dans le plan d'action 2021 diverses initiatives qui sont commentées au paragraphe 73. L'IBPT renvoie à la problématique de l'inaccessibilité du service clientèle qui est abordée plus avant ci-dessous (paragraphe 76).

- En ce qui concerne la communication d'informations, bpost a prévu dans le plan d'action 2021 diverses initiatives qui sont commentées au paragraphe 73. L'IBPT ne voit pas clairement dans quelle mesure le nouveau site Internet diffère fondamentalement du précédent. Il serait intéressant que bpost explique en détail dans le rapport 2021 sur la satisfaction de la clientèle les changements apportés en 2020 et 2021 au site Internet de bpost.

En résumé, l'IBPT conseille à bpost d'expliquer plus précisément, dans le prochain rapport sur la satisfaction de la clientèle 2021, les causes des moins bons résultats et les actions entreprises concernant les points spécifiques pour lesquels les chiffres de satisfaction sont insuffisants. Pour un certain nombre de questions, l'IBPT essaie d'ores et déjà de formuler quelques suggestions qui sont expliquées ci-dessous.

76. Le mauvais score du service clientèle de bpost (les scores du TOP 2 % pour les particuliers et les petites entreprises en 2020 sont respectivement de 52 % et 48 % et les scores du BOT 3 % pour les particuliers et les petites entreprises en 2019 sont respectivement de 18 % et 29 % ; combinés, il s'agit du pire score de tous les éléments de satisfaction de la clientèle examinés) dans l'enquête de satisfaction de la clientèle de 2020 semble confirmer, entre autres, le problème de l'accessibilité difficile du service clientèle de bpost dont il a également été fait mention dans les rapports annuels de 2018, 2019 et 2020 du Service de médiation pour le secteur postal. L'IBPT note diverses initiatives de bpost concernant le fonctionnement du service clientèle, telles qu'un outil en ligne permettant au client professionnel de suivre le statut d'une demande ou d'une plainte, une formation sur les compétences rédactionnelles des agents, un outil de coaching pour harmoniser les normes de coaching et un module de calcul automatique pour calculer le montant à compenser pour les colis. L'Institut renvoie également aux initiatives mentionnées au paragraphe 73.

En 2020, 5 506 demandes irrecevables ont été soumises au Service de médiation pour le secteur postal. Selon le Service de médiation pour le secteur postal, cela est dû en grande partie à l'inaccessibilité du service clientèle de bpost et d'autres opérateurs postaux. L'IBPT conseille à bpost d'améliorer l'accessibilité de son service clientèle de manière à ce que le nombre de demandes irrecevables soumises au Service de médiation pour le secteur postal diminue de manière durable, étant donné que certains clients mécontents contactent directement le Service de médiation pour le secteur postal sans s'adresser d'abord au service clientèle de bpost. L'IBPT conseille à bpost de consulter le Service de médiation pour le secteur postal afin d'axer les futurs plans d'action sur les plaintes concernant le service clientèle. L'IBPT conseille également à bpost d'apporter les modifications nécessaires :

- (i) aux menus de sélection pour le dépôt d'une plainte par voie électronique afin qu'il soit possible pour tous les plaignants de trouver la bonne rubrique dans les menus de sélection et
- (ii) améliorer l'accessibilité du service clientèle de bpost afin de permettre aux plaignants d'accéder effectivement au service clientèle de bpost.

L'IBPT conseille :

- (a) d'analyser également en profondeur le problème de l'accessibilité du service clientèle de bpost (comme expliqué au paragraphe 48) et de développer des actions appropriées pour l'améliorer afin de réduire la frustration de l'appelant par une réponse automatique ou par un renvoi vers le site Internet de bpost où certains plaignants ont du mal à s'y retrouver.
- (b) d'apporter des améliorations à l'outil de dépôt de plaintes en ligne afin de réduire le nombre de plaintes qui se retrouvent dans une impasse en raison du fait que certains menus de sélection en ligne sont incomplets.
- (c) d'améliorer le fonctionnement opérationnel du service clientèle de bpost : (i) en augmentant et en accélérant l'accessibilité, (ii) en réduisant la fourniture d'informations incorrectes ou incomplètes, (iii) en réduisant les solutions inadéquates au problème, (iv) en réduisant les réponses automatisées ou standard, (v) en évitant de ne pas informer le client du traitement d'une plainte malgré une promesse faite en ce sens.
- (d) à bpost de fournir des explications supplémentaires dans le prochain rapport sur la satisfaction de la clientèle de bpost 2021 concernant l'amélioration de l'accessibilité du service clientèle de bpost et la manière dont bpost a procédé aux adaptations des cinq suggestions mentionnées au point (c) ci-dessus afin d'améliorer la satisfaction de la clientèle.

77. L'IBPT conseille également à bpost d'examiner en particulier les raisons de la relativement faible satisfaction client des particuliers et des petites entreprises en 2020, tant au niveau des informations en général que du site Internet. L'IBPT conseille à bpost d'examiner dans quelle mesure, et éventuellement pourquoi, il existe un lien de causalité entre la faible satisfaction en 2020 concernant le site Internet et les informations. L'IBPT souhaite que bpost fournisse des explications supplémentaires dans son prochain rapport à l'IBPT concernant la satisfaction de la clientèle de bpost en 2021 sur le problème de la relativement faible satisfaction clientèle par rapport au site Internet et aux informations ainsi que sur les causes de cela.
78. L'IBPT conseille à bpost d'examiner les facteurs à l'origine de la baisse de la satisfaction et des scores faibles tant chez les particuliers (49 % en 2020) que chez les petites entreprises (47 % en 2020) concernant la distribution à temps. Les scores concernant la livraison correcte sont également relativement faibles en 2020. L'IBPT conseille à bpost de faire également le rapprochement entre les différentes raisons de la baisse de satisfaction des particuliers tant en matière de livraison dans les temps que de livraison correcte (notamment : erreurs de livraison, disparition, retard, etc.) et des éléments liés au personnel (notamment : absentéisme, rotation du personnel sur les tournées de distribution, maturité, etc.) Grâce à une analyse approfondie, des améliorations peuvent être générées afin d'accroître la satisfaction de la clientèle quant à la livraison dans les temps et la livraison correcte. Pour toutes les plaintes déposées auprès du Service de médiation pour le secteur postal concernant la disparition de colis lors de la distribution par bpost, il est conseillé à bpost d'examiner où la disparition des colis s'est produite exactement (c'est-à-dire à quel stade : à la collecte, au centre de tri, au centre de distribution, à la distribution par le facteur, etc.). La part relative du nombre de plaintes recevables soumises tant pour la catégorie colis que pour la catégorie relation client par rapport au volume traité pour le compte de bpost auprès du Service de médiation pour le secteur postal est beaucoup plus importante pour bpost que pour ses concurrents. L'IBPT conseille à bpost, dans le prochain rapport sur la satisfaction de la clientèle 2021, de tenir compte de ces éléments et effectuer des analyses à ce sujet et d'entreprendre des actions potentielles d'amélioration.
79. En 2020, 10 044 plaintes recevables ont été introduites auprès du Service de médiation pour le secteur postal. L'IBPT recommande à bpost de se fixer comme objectif de réduire effectivement et substantiellement le nombre de plaintes recevables dans les années à venir.

80. L'enquête relative à la satisfaction des clients à l'égard de bpost est menée en continu tout au long de l'année. L'IBPT souhaite recevoir des rapports intermédiaires (via les rapports trimestriels) de bpost contenant les informations suivantes :
- (i) Information (l'IBPT se réfère par exemple à l'information mensuelle sur la qualité du courrier égrené prioritaire et non prioritaire, du courrier recommandé égrené et des colis postaux égrenés que bpost fournit à l'IBPT via le rapport d'un prestataire de services externe de bpost et via un rapport interne dans Power BI de bpost) sur la satisfaction de la clientèle du trimestre écoulé. Les informations trimestrielles concernent uniquement les scores et le nombre de répondants par score des 26 éléments individuels du service qui font l'objet de l'enquête relative à la satisfaction de la clientèle ;
  - (ii) À quel moment certaines nouvelles initiatives de bpost dans le plan d'action annoncé auront été mises en œuvre ;
  - (iii) Si les initiatives introduites dans le plan d'action proposé entraînent une amélioration de la satisfaction de la clientèle à l'égard du service de bpost ;
  - (iv) Les adaptations éventuelles que bpost effectuera au cours de l'année si l'évaluation continue tout au long de l'année montre qu'il n'y a pas d'amélioration de la satisfaction de la clientèle suite au plan d'action en cours.

En résumé, l'IBPT souhaite que lors du prochain rapport sur la satisfaction de la clientèle 2021, bpost fournisse des explications supplémentaires sur le suivi continu de bpost tout au long de l'année et sur les adaptations éventuelles qu'elle a effectuées si une amélioration insuffisante a été observée pendant l'année en cours sur la base des quatre aspects précités.

81. L'IBPT suppose que la mise en œuvre du plan d'action 2021 peut se heurter à des difficultés en raison de la pandémie de Covid-19 et des mesures gouvernementales imposées (distanciation sociale) combinées à une forte croissance du volume des colis, ce qui peut avoir un impact sur certains aspects de la satisfaction de la clientèle (par ex. : livraison tardive des colis). À cet égard, l'IBPT souhaiterait être informé dans un rapport ultérieur de la manière dont bpost a adapté son plan d'action pour la satisfaction 2021 dans ce contexte afin d'optimiser l'impact sur la satisfaction des clients.

## 7. Conclusion générale

82. Sur la base des informations dont il dispose, l'IBPT constate que des mesures ont été réalisées par bpost pour évaluer le niveau de satisfaction de ses clients en 2020.
83. Le rapportage dans le présent avis a été modifié depuis 2018 par rapport aux années précédentes : TOP 2 % (score de 6 ou 7) à partir de 2018 au lieu de TOP 3 % (score de 5, 6 ou 7) pour la période jusqu'à 2017 inclus pour les clients satisfaits et l'ajout du BOT 3 % (score de 1, 2 ou 3) pour les clients les moins satisfaits sur une échelle de sept points. Le présent rapport reprend également pour 2018 tous les scores pour le TOP 2 %, le BOT 3 % et les clients neutres (score de 4 ou 5). Cette méthode permet d'observer les évolutions sur une plus longue période étant donné que la base de calcul est restée identique au fil des ans.
84. L'IBPT conseille à bpost de procéder à une évaluation interne de l'efficacité de ses plans d'action pour les années 2018, 2019 et 2020 pour le segment des petites entreprises et de son plan d'action 2019 pour le segment des particuliers à la suite de la tendance à la baisse chez les utilisateurs pour les segments de clientèle lors de ces périodes.

85. Selon bpost, il ressort de la mesure de la satisfaction de la clientèle de 2020 réalisée par bpost que la satisfaction générale de la clientèle en 2020 tant chez les particuliers que chez les petites entreprises a connu une légère hausse. Selon bpost, il y a eu en 2020 une amélioration significative de la satisfaction (TOP 2%) relative à l'accessibilité des bureaux de poste, à la proximité des bureaux de poste, à la réception des envois recommandés et à l'information pour le segment des particuliers, ainsi que de la satisfaction générale concernant les bureaux de poste et la rapidité du service dans les bureaux de poste pour le segment des petites entreprises. Selon bpost, il y a eu une dégradation significative de la satisfaction (TOP 2%) concernant la distribution des lettres tant chez les particuliers que chez les petites entreprises, ainsi que concernant la livraison dans les temps par le facteur. Selon bpost, en 2020, les éléments suivants ont un pourcentage d'insatisfaction de plus de 10 % : l'accessibilité des bureaux de poste (tant pour les particuliers que pour les petites entreprises), les heures d'ouverture des bureaux de poste (tant pour les particuliers que pour les petites entreprises), la distribution correcte et la distribution à temps du courrier par le facteur (pour les petites entreprises), la réception de courrier recommandé (tant pour les particuliers que pour les petites entreprises), les colis internationaux (pour les petites entreprises) et le site Internet (pour les petites entreprises).
86. En 2021, bpost développera notamment les initiatives suivantes :
- le déploiement du projet destiné aux particuliers leur permettant de donner un mandat à bpost afin que le courrier recommandé soit déposé en cas d'absence à partir de juillet 2021 ;
  - une transmission plus rapide des plaintes jusqu'au facteur en cas d'irrégularités et un outil pour le suivi du statut d'une plainte ou question posée au service clientèle ainsi que l'association d'une plainte au produit ou service en question ;
  - la poursuite du développement de l'application avec des flux améliorés et des possibilités supplémentaires pour l'utilisateur ;
  - le projet pilote Ecozone à Malines afin de réduire l'impact du transport et de la distribution de colis et de lettres sur la mobilité et le climat ;
  - en ce qui concerne les colis et les envois recommandés, un coaching sera mis en place concernant les plaintes liées au thème « le facteur ne sonne pas/n'attend pas » en combinaison avec une sensibilisation des clients relative à l'accessibilité et au fait d'avoir une sonnette de porte correcte ;
  - la possibilité de choisir plusieurs points de dépôt (bureau de poste, point poste, point colis, distributeur automatique de colis) en tant que point de « reroutage », même en dehors de la ronde de distribution du facteur.
87. L'IBPT encourage également bpost à développer des actions ciblées pour améliorer la satisfaction des clients après avoir analysé les causes de la détérioration des scores.
88. L'IBPT attire l'attention sur les très mauvais résultats obtenus par bpost en matière de service clientèle et conseille à bpost de développer des initiatives appropriées pour améliorer ce dernier.
89. L'IBPT suggère à bpost d'améliorer prioritairement les indices affichant un score inférieur à 60 % en 2020 pour le TOP 2 %, à savoir :
- pour la clientèle professionnelle :
- |   |        |
|---|--------|
| - satisfaction générale relative à la distribution internationale du courrier | (59 %) |
| - satisfaction relative à l'envoi de courrier recommandé                      | (57 %) |
| - satisfaction relative au site Internet                                      | (57 %) |
| - satisfaction générale relative à la distribution nationale du courrier      | (56 %) |
| - satisfaction relative à l'information                                       | (55 %) |
| - envoi bpack world   | (54 %) |
| - heures d'ouverture des bureaux de poste                                     | (53 %) |
| - distribution correcte des envois  | (53 %) |

- accessibilité des bureaux de poste (53 %)
- satisfaction relative à la réception d'envois recommandés (52 %)
- temps d'attente avant d'être servi dans le bureau de poste (50 %)
- satisfaction relative au service clientèle (48 %)
- distribution à temps de la correspondance (47 %)

pour la clientèle résidentielle :

- satisfaction relative à l'information (57 %)
- satisfaction générale relative à la distribution nationale du courrier (56 %)
- heures d'ouverture des bureaux de poste (54 %)
- satisfaction relative à la réception d'envois recommandés (54 %)
- satisfaction relative au service clientèle (52 %)
- livraison à temps (49 %)

Axel Desmedt  
Membre du Conseil

Bernardo Herman  
Membre du Conseil

Luc Vanfleteren  
Membre du Conseil

Michel Van Bellinghen  
Président du Conseil

## **ANNEXES :**

Annexe 1 : Aperçu et classement des éléments de la prestation de services

Aperçu des éléments de la prestation de services – TOP 2 % [CONFIDENTIEL]

Aperçu des éléments de la prestation de services – BOT 3 % [CONFIDENTIEL]

Aperçu des éléments de la prestation de services – Clients neutres (score de 4 ou 5 sur 7)  
[CONFIDENTIEL]

Classements des éléments de la prestation de services – TOP 2 % [CONFIDENTIEL]

Classements des éléments de la prestation de services – BOT 3 % [CONFIDENTIEL]