



Institut belge des services postaux
et des télécommunications

**Communication du Conseil de l'IBPT
du 23 septembre 2024
concernant l'observatoire du marché des activités
postales en Belgique pour 2023**

TABLE DES MATIÈRES

1.	Synthèse.....	5
2.	Évolution trimestrielle depuis la pandémie.....	8
3.	Portée de l'observatoire et structure du marché postal en Belgique	11
3.1.	Structure du marché postal belge.....	11
3.2.	Opérateurs interrogés dans le cadre de l'observatoire	12
4.	Description du marché belge pour la fourniture de services postaux de 2010 à 2023	18
4.1.	Aperçu général du marché postal	18
4.1.1.	<i>Revenus</i>	18
4.1.2.	<i>Concentration du marché</i>	19
4.1.3.	<i>Importance des segments</i>	21
4.2.	Focus sur le segment de la poste aux lettres.....	23
4.2.1.	<i>Aperçu général</i>	23
4.2.1.1.	<i>Volumes</i>	23
4.2.1.2.	<i>Revenus</i>	24
4.2.2.	<i>Courrier transactionnel</i>	25
4.2.2.1.	<i>Volumes</i>	25
4.2.2.2.	<i>Revenus</i>	28
4.2.2.3.	<i>Tarifs pour les petits utilisateurs du prestataire du service universel</i>	30
4.2.3.	<i>Courrier publicitaire adressé</i>	36
4.2.3.1.	<i>Volumes</i>	36
4.2.3.2.	<i>Revenus</i>	37
4.2.4.	<i>Courrier international</i>	37
4.2.4.1.	<i>Volumes</i>	37
4.2.4.2.	<i>Revenus</i>	38
4.2.4.3.	<i>Tarifs pour les petits utilisateurs du prestataire du service universel</i>	39
4.3.	Focus sur le segment des colis et des envois express et sur l'e-commerce	41
4.3.1.	<i>Volume</i>	43
4.3.2.	<i>Revenus</i>	47
4.3.3.	<i>Parts de marché</i>	48
4.3.4.	<i>Tarif implicite</i>	51
4.3.5.	<i>Tarifs pour les petits utilisateurs</i>	52
4.4.	Focus sur le segment de la distribution de la presse aux abonnés.....	54
4.4.1.	<i>Volume</i>	54
4.4.2.	<i>Revenus</i>	55
5.	Investissements et emploi dans les activités postales	57
5.1.	Investissements dans le secteur postal	57
5.2.	Emploi dans le secteur postal	58
6.	Accès aux services postaux	61
6.1.	Aperçu sectoriel	61
6.1.1.	<i>Boîtes aux lettres pour l'expédition</i>	61
6.1.2.	<i>Points pourvus en personnel</i>	62
6.1.3.	<i>Distributeurs automatiques de colis</i>	63
6.2.	Prestataire du service universel postal (PSUP).....	66
6.2.1.	<i>Points d'accès aux services postaux</i>	66
6.2.2.	<i>Points de service postal</i>	68
7.	Qualité des services & empreinte écologique.....	70
7.1.	Satisfaction des utilisateurs de services postaux	70
7.2.	Délais d'acheminement des envois de correspondance.....	71
7.3.	Empreinte écologique.....	72

Liste des figures

Figure 1. Comparaison de l'évolution des volumes par trimestre de 2020 par rapport à 2019, de 2021 par rapport à 2020, de 2022 par rapport à 2021 et de 2023 par rapport à 2022 (YoY)	9
Figure 2. Segmentation des activités postales considérées dans le cadre de l'observatoire	11
Figure 3. Territoires géographiques au sein desquels les titulaires de licence pour la poste aux lettres sont actifs (2024)	16
Figure 4. Les principaux acteurs sur le marché belge pour la fourniture de services postaux (en 2024)	17
Figure 5. Évolution des revenus du secteur postal sur la période 2000-2023 (en millions d'euros)	18
Figure 6. Part de marché sur la base du chiffre d'affaires dans le secteur postal belge en 2023 (%)	19
Figure 7. Concentration horizontale sur la base du chiffre d'affaires au moyen des indices HHI et C4	20
Figure 8. Concentration horizontale sur la base des volumes au moyen des indices HH et C4	21
Figure 9. Part des différents segments dans le chiffre d'affaires de l'entièreté du secteur postal en 2010 par rapport à 2023 (%)	22
Figure 10. Volume de courrier par habitant (N)	23
Figure 11. Volume des envois de correspondance (%)	24
Figure 12. Revenus du segment des envois de correspondance (en millions d'euros)	24
Figure 13. Évolution des volumes de courrier transactionnel	25
Figure 14. Répartition des volumes de courrier transactionnel (%) (2023)	26
Figure 15. Évolution des volumes d'envois recommandés depuis 2010 (croissance cumulée)	27
Figure 16. Évolution des volumes de courrier administratif depuis 2010 (croissance cumulée)	27
Figure 17. Répartition des volumes de courrier transactionnel entre envois égrenés et envois en nombre (%) (2010, 2022, 2023)	28
Figure 18. Évolution des revenus pour le courrier transactionnel depuis 2010 (croissance cumulée) (%)	29
Figure 19. Répartition des revenus pour le courrier transactionnel (%) (2010, 2022, 2023)	30
Figure 20. Prix du service pour le timbre domestique prior et non prior (à l'unité) < 50 g (€)	31
Figure 21. Prix du service lettre domestique standard en Europe (€) (tarifs mentionnés de 2024)	33
Figure 22. Prix exprimés en parité du pouvoir d'achat (PPA) du service lettre domestique standard en Europe (€) (tarifs mentionnés de 2024)	35
Figure 23. Évolution des volumes de publicité adressée	36
Figure 24. Évolution des revenus de publicité (millions d'euros)	37
Figure 25. Évolution des volumes de courrier international	38
Figure 26. Évolution des revenus provenant du courrier international (millions d'euros)	39
Figure 27. Prix du service lettre standard intra-européen en Europe (en valeur nominale) (€) (Tarifs mentionnés de 2024)	40
Figure 28. Ratio entre colis et envois express en termes de volume et de chiffre d'affaires (2023)	41
Figure 29. Rapport B2X, C2X et retours en termes de volume et de chiffre d'affaires (2023)	42
Figure 30. Ratio de distribution à l'adresse, dans un point postal pourvu en personnel et au distributeur automatique de colis (2023)	43
Figure 31. Évolution du volume de services express et de colis au total (en millions d'unités) et par habitant (par unité) par an	44
Figure 32. Répartition du volume de services express et de colis par envois domestiques, internationaux sortants et internationaux entrants (2023)	45

Figure 33. Comparaison des volumes trimestriels nationaux, international outbound et international inbound de 2020 vs 2019, 2021 vs 2020, 2022 vs 2021 et 2023 vs 2022 (YoY).....	46
Figure 34. Répartition des colis et envois express entrants (inbound) selon les dix premiers pays (2023)	46
Figure 35. Répartition des colis et envois express sortants (outbound) selon les dix premiers pays (2023)	47
Figure 36. Évolution du chiffre d'affaires dans le segment des services express et des colis (millions d'euros) et par habitant (euros) par an.....	48
Figure 37. Parts de marché sur la base du chiffre d'affaires dans le segment des colis et des envois express (2023) (%).....	49
Figure 38. Part de marché sur la base du volume dans le segment des envois express et des colis (2023) (%)....	50
Figure 39. Part de marché sur la base du volume dans le segment des envois express et des colis intérieurs et internationaux entrants (2023) (%).....	51
Figure 40. Tarif implicite dans le segment des envois express et des colis (2010-2023) (€).....	52
Figure 41. Tarifs pour l'envoi d'un colis national de 2 kg (2024, en euros).....	53
Figure 42. Tarifs pour un colis de 2 kg vers les Pays-Bas (2024, en euros).....	53
Figure 43. Évolution des volumes sur le segment de la distribution de la presse aux abonnés (en millions d'unités)	55
Figure 44. Évolution des revenus sur le segment de la distribution de la presse aux abonnés (en millions d'euros)	56
Figure 45. Investissements dans le secteur postal (en millions d'euros)	57
Figure 46. Investissements par rapport au chiffre d'affaires dans le secteur postal (%)	58
Figure 47. Emploi salarié dans le secteur postal (N, ETP).....	59
Figure 48. Part du secteur postal dans l'emploi total (%)	60
Figure 49. Nombre moyen d'articles postaux par jour civil par ETP dans le secteur postal (N)	60
Figure 50. Densité du réseau de boîtes aux lettres (de bpost) pour l'envoi (2023)	62
Figure 51. Densité du réseau de points pourvus en personnel - sans les points (de quartier) d'Homerr (2023) ...	63
Figure 52. Évolution du nombre de distributeurs automatiques de colis en Belgique (2018-2023).....	65
Figure 53. Densité du réseau de distributeurs automatiques de colis (2023)	65
Figure 54. Nombre de points d'accès dans le cadre de la prestation du service universel.....	67
Figure 55. Nombre de points de service postal (PSUP uniquement)	68
Figure 56. Population moyenne (N) et superficie moyenne (km ²) desservies par point de service postal (PSUP uniquement).....	68
Figure 57. Répartition des points de service postal en 2022 (PSUP uniquement)	69
Figure 58. Nombre de plaintes recevables introduites au service de médiation par objet (2017-2023).....	70
Figure 59. Pourcentage de lettres prior et d'envois recommandés délivrés en J+1 et en J+3 (PSUP uniquement)	71

1. Synthèse

1. Depuis le début de l'année 2012, l'Institut belge des services postaux et des télécommunications (IBPT) tient à jour un observatoire du marché des activités postales en Belgique, désormais dans le cadre de la mission qui lui est attribuée par la loi du 26 janvier 2018 relative aux services postaux. Plus particulièrement, en vertu de l'article 26 b), l'IBPT peut demander de manière motivée et proportionnelle aux prestataires de services postaux toutes les informations nécessaires « pour poursuivre des objectifs statistiques précis, pour les analyses de marché et pour toutes les mesures qui peuvent contribuer à la transparence ».
2. Les indicateurs présents dans cet observatoire ont pour objectif de représenter la structure du marché à destination de l'ensemble des parties prenantes du secteur postal (expéditeurs, destinataires, opérateurs, acteurs intermédiaires divers, etc.). Ces indicateurs permettent d'appréhender le marché du point de vue de l'offre, l'évolution de l'activité du prestataire du service universel et de ses concurrents, ainsi que les résultats de l'activité postale en Belgique en termes de qualité de service et d'innovation pour les utilisateurs de ces services.
3. Cette édition, qui couvre une série chronologique allant de 2010 à 2023, reprend les indicateurs publiés dans l'édition précédente et met davantage l'accent sur le segment clé des colis et envois express ainsi que sur l'aspect de durabilité. L'impact de la pandémie sur le secteur postal était d'une telle ampleur que nous lui avons consacré depuis les deux éditions précédentes une section à part entière et nous avons traité la thématique dans les différentes sections. Nous pouvons entre-temps y ajouter l'impact de l'inflation élevée qui a suivi. Après deux années consécutives de croissance à deux chiffres, à savoir 10,4 % en 2021 et 16,3 % en 2020, ainsi qu'une année avec une croissance bien plus limitée, à savoir 0,6 % en 2022, la croissance du marché postal repart sur de belles bases, avec 4,1 % en 2023. Elle atteint ainsi 3,625 milliards d'euros. Cette croissance s'explique naturellement par le segment des colis et de l'express, qui prend de l'ampleur sur le marché postal en raison des progrès de l'e-commerce.
4. Malgré une diminution de la concentration, le marché postal belge reste fortement concentré en 2023. Bpost, qui est actif dans tous les segments postaux, possède une part de marché supérieure à 50 %. Un chiffre en baisse depuis 2010, lorsque la part de marché de bpost était encore supérieure à 70 %, en raison de la diminution de l'importance du segment des lettres. En termes de chiffre d'affaires, les quatre prestataires principaux (bpost, UPS, DPD et GLS) possèdent ensemble une part de marché encore élevée de 78 %. En 2010, cette part de marché s'élevait à 92 %.
5. Le segment des colis et des envois express représentait 68 % du chiffre d'affaires du secteur en 2023, contre 66 % en 2022 et 65 % en 2021. En 2010, il ne s'élevait encore qu'à 20 %. Les envois de correspondance, y compris les envois publicitaires adressés, ne représentaient plus que 30 % du chiffre d'affaires total au sein du secteur postal en 2023, contre 74 % en 2010. Le segment de la distribution de la presse au domicile des abonnés a généré environ 3 % des revenus.
6. Entre 2022 et 2023, le volume d'envois de correspondance par habitant a diminué de 10,2 %. Le volume d'envois de correspondance a atteint 83 unités par habitant sur une base annuelle et se situe depuis 2022 sous la barre des 100 envois par habitant par an. Le chiffre d'affaires correspondant a, quant à lui, enregistré une hausse de 1% par rapport à 2022. Le courrier transactionnel en représente encore la grande majorité (64 % en 2023), suivi par la publicité

adressée (27 %) et le courrier international (9 %). Le volume du courrier transactionnel a diminué de 8,5 % en 2023, les envois en nombre représentant la grande majorité de celui-ci, 82 % en 2023 contre 59 % en 2010. Parmi les différentes catégories qui composent le courrier transactionnel, la catégorie des envois en nombre représente le seul produit dont le chiffre d'affaires a augmenté par rapport à 2010. La tendance à la baisse sur base annuelle de la publicité adressée continue en 2023 puisqu'elle enregistre une baisse de ses volumes (-15,4 % ; -8,8 % en 2022) et de son chiffre d'affaires (-6,7 % ; -7,8 % en 2022). La chute des volumes au niveau du courrier international se poursuit également, avec -5%, alors que le chiffre d'affaires correspondant est resté stable (+0,0 %) par rapport à 2022. Le volume d'envois en nombre a diminué de 6 % en 2023, mais les revenus associés ont augmenté de 5,4 %.

7. En ce qui concerne le segment des envois express et de colis, le nombre d'envois a presque été multiplié par six entre 2010 et 2023 pour atteindre 381 millions d'unités. On a assisté en 2023 à une croissance de 5,3 %, alors qu'en 2022 il était question pour la première fois dans notre observatoire d'une baisse de volume, avec une croissance négative de -2,2 %. Cela contrastait fortement avec la croissance de 10,2 % en 2021 et, bien évidemment, encore plus avec la hausse record de pas moins de 44,5 % en 2020. Par habitant, un colis est désormais envoyé en moyenne tous les 12 jours environ. En 2023, 38 % du nombre total de services express et de colis avait trait aux envois nationaux. Dans 28% des cas, il s'agissait d'envois internationaux sortants. Les 34 % restants étaient des envois internationaux entrants. Ces colis internationaux ont pour destination ou origine principalement les pays voisins, à savoir les Pays-Bas, la France et l'Allemagne. Entre 2022 et 2023, les revenus dans le segment des colis et des envois express ont augmenté de 6,4 % pour atteindre un total de 2,26 milliards d'euros. Bpost possède également la plus grosse part de marché dans ce segment, et ce, tant en termes de chiffre d'affaires (20-30 %) que de volume (30-40 %). Sur la base des réponses de 12 opérateurs à notre enquête, nous constatons qu'environ 86 % du volume de colis et de services express a été envoyé par un utilisateur professionnel (B2X) en 2023. Dans environ 8 % des cas, le colis était envoyé par un particulier (C2X), et dans les autres cas (environ 6 %) il s'agissait de retours. En ce qui concerne les modalités de livraison, nous constatons en 2023 sur la base des réponses à notre enquête formulées par 12 opérateurs qu'environ 77 % de tous les colis envoyés et envois express sont distribués à domicile ou à une adresse donnée. Les points de service postal pourvus en personnel représentent environ 20 %, tandis que les distributeurs automatiques de colis captent environ 2 % du volume.
8. Le volume de presse distribué a de nouveau diminué en 2023, de 8,6 %, soit la plus forte baisse jamais constatée. La baisse était à nouveau plus prononcée pour les périodiques par rapport aux journaux, de sorte que, pour la première fois dans notre série chronologique, la part des journaux (50,7 %) a dépassé celle des périodiques (49,3 %) au sein de la presse distribuée. En 2010, le volume de presse distribuée était encore pourtant composé à 60,5 % de périodiques. Les revenus ont également diminué plus fortement qu'auparavant, de 6,2 % cette fois. Au total, il est tout de même question de plus de 354 millions de journaux et de périodiques distribués, et d'un chiffre d'affaires correspondant de 98 millions d'euros. La compensation payée par l'État à bpost pour la prestation de la distribution de la presse aux abonnés n'est pas comprise dans les revenus pris en compte.
9. Par rapport à 2022, le niveau des investissements en 2023 a diminué de 20,3 %, mais au total les investissements représentent tout de même 177 millions d'euros. Cela n'a toutefois rien d'étonnant, car nous avons constaté en 2021 et 2022 des pics absolus en dépenses d'investissement, et nous rejoignons aujourd'hui le niveau d'investissements de 2020. Par rapport à 2010, le niveau des investissements en 2023 reste tout de même supérieur de 100 millions d'euros. De nombreux opérateurs sont en train d'étendre ces dernières années leur capacité de tri et de distribution des colis, ainsi que leurs infrastructures comme les

distributeurs automatiques de colis. Nous observons en parallèle, pour la septième année consécutive, une augmentation de l'emploi dans le secteur postal de 0,7 % en 2023.

10. Quelques prestataires de services postaux ont déjà fourni leur input sur le volet environnemental. Sur la base des réponses reçues, il s'avère que 3,5 % de tous les colis et envois express étaient distribués par des véhicules électriques ou vélos (cargos), tandis que 96,5 % étaient encore distribués avec des véhicules à combustibles fossiles. Sont également mentionnées des émissions de 121 grammes à 269 grammes de CO₂ par colis alors que la baisse des émissions par rapport à l'année précédente a varié de -7 % à -22 %. À l'avenir, l'IBPT sera capable, sur la base de l'arrêté royal du 14 décembre 2023, de rapporter plus d'informations à cet égard.

2. Évolution trimestrielle depuis la pandémie

11. Dans les éditions précédentes de notre observatoire, nous avons pu mettre en exergue les différents changements qu'avait engendrés l'apparition du Covid-19 sur le marché postal belge, via une analyse des volumes d'envois postaux entre les différents trimestres de l'année 2019, 2020 et 2021. En effet, les différentes restrictions qui ont été adoptées par les autorités en 2020 et 2021 ont eu pour but de limiter la propagation du virus, notamment avec une réduction des interactions physiques et une fermeture temporaire des magasins physiques non essentiels¹. Le résultat de cette situation fut double.
12. Tout d'abord, le segment de la poste aux lettres qui a vu ses volumes décroître, notamment par la diminution importante des envois publicitaires. En effet, ces dernières n'avaient temporairement plus lieu d'être (et étaient même temporairement interdits²), avec la fermeture de certains magasins physiques. D'autre part, ces magasins ont dû s'adapter pour atteindre leurs clients, notamment via l'e-commerce, en établissant encore plus fréquemment une structure de vente en ligne. Du côté des consommateurs, non seulement davantage d'entre eux se sont tournés vers les achats en ligne, mais ceux qui achetaient déjà en ligne ont renforcé cette habitude. Les achats en ligne s'étendent également à de nouveaux types de produits de première nécessité (appelés « bien de consommation courante »), mais aussi à des articles de taille ou de poids inhabituels³. Tout cela a poussé McKinsey à déclarer que nous avons avancé d'une décennie en quelques jours dans l'adoption des achats en ligne, soit 10 ans en seulement 8 semaines⁴.
13. La figure 1, décrivant l'évolution trimestrielle entre 2019, 2020, 2021, 2022 et 2023, rappelle ces changements initiaux observés pour la première fois en 2020 et 2021 et illustre la situation dans laquelle se trouve le marché postal belge en 2023.
14. Entre 2019 et 2020, on a pu observer une augmentation des colis et envois express pour le premier trimestre (Q1) de 12,3 % ainsi qu'une diminution du volume des lettres de 10 %. Pour le Q2, nous constatons pleinement les effets du premier confinement (qui a débuté le 18 mars 2020 jusqu'à début juin 2020) avec une augmentation de 50,9 % des colis et services express par rapport à l'année précédente avec, en revanche, 15,5 % d'envois de correspondance en moins. Après un Q3 plus modéré, avec +38,1 % pour le volume de colis et de services express et -5,8 % pour les envois de correspondance, nous avons constaté un sursaut pendant le Q4 provoqué par le deuxième confinement (à partir du 30 octobre 2020). Notamment pour le volume des colis et des services express, qui a augmenté de pas moins de 58 % par rapport au quatrième trimestre de 2019. Il s'agit d'une évolution remarquable, surtout si l'on tient compte du fait que le quatrième trimestre de 2019 a également connu un volume élevé en raison de l'habituel pic de fin d'année.

¹ OCDE : Le commerce électronique au temps de la pandémie de COVID-19

<https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/le-commerce-electronique-au-temps-de-la-pandemie-de-covid-19-b0b1ce3e/> (visité le 16 décembre 2020)

² 19 mars 2020 : « Promotieacties worden verboden: corona gaat winkelen duurder maken » https://www.hbvl.be/cnt/dmf20200318_04894368

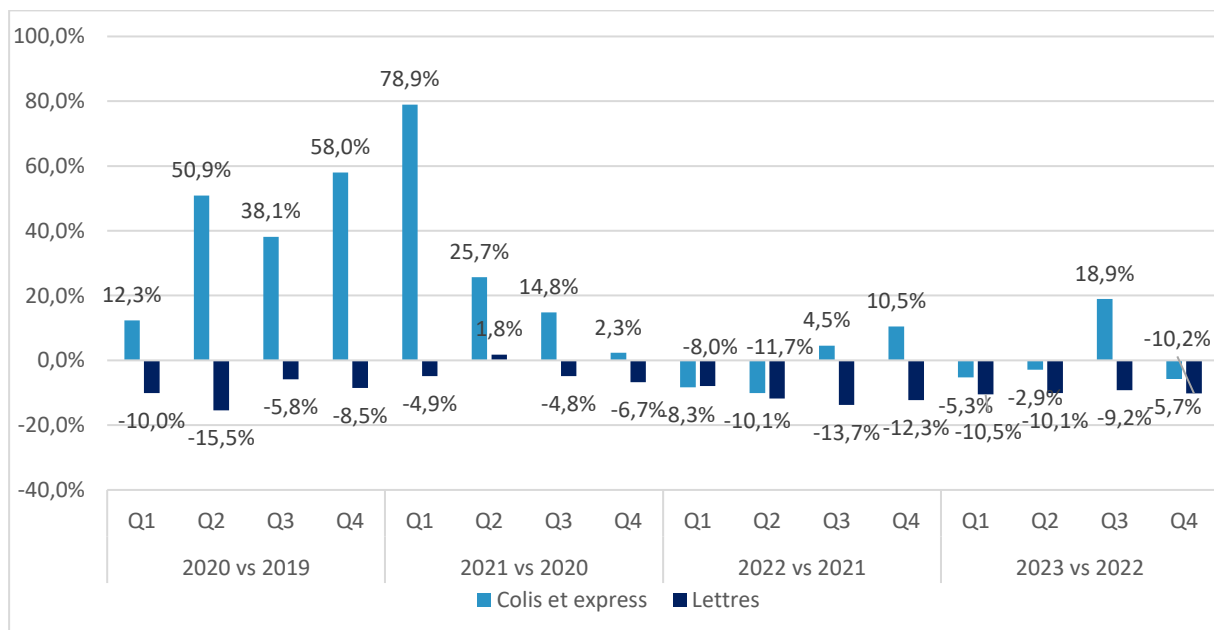
³ bpost, le prestataire de l'OSU en Belgique, a déclaré qu'il avait également livré des biens tels que du ciment pendant le premier confinement en Belgique.

De Standaard 4 mai 2020 : https://www.standaard.be/cnt/dmf20200430_04941196 (visité le 16 décembre 2020)

⁴ Hoe COVID-19 het consumentengedrag nu en voor altijd verandert https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/industries/retail/onze_inzichten/hoe-covid-19_het_consumentengedrag_nu_en_voor_altijd_verandert/how-covid-19-is-changing-consumer-behaviornow-and-forever.pdf (visité le 16 décembre 2020)

15. Ensuite, pour la comparaison trimestrielle entre 2020 et 2021, l'effet d'augmentation des colis pour le premier trimestre (Q1) est resté important ; il s'inscrit dans la lignée des augmentations des trois trimestres précédents. Ce n'est pas illogique puisqu'au premier trimestre 2020 (le trimestre de comparaison), le premier confinement (à partir du 18 mars 2020) n'a pratiquement pas eu d'effet. On peut donc constater une augmentation importante des colis par rapport au premier trimestre 2020 (78,9 %) et une baisse des envois de correspondance (-4,9 %). Les trois trimestres suivants font suite aux augmentations constatées pendant les premiers trimestres du COVID-19 et ont donc connu des changements plus modérés au niveau du segment des colis et des envois express, avec respectivement 25,7 % (Q2), 14,8 % (Q3) et 2,3 % (Q4). Le segment des lettres a, quant à lui, connu une légère hausse au Q2, avant d'être à nouveau en baisse au Q3 (-4,8 %) et au Q4 (-6,7 %).
16. En revanche, la comparaison trimestrielle entre 2021 et 2022 révèle des fluctuations plus limitées qu'en 2021. Les différents trimestres montrent néanmoins des diminutions pour les colis et envois express de respectivement 8,3 % et 10,1 % pour les deux premiers trimestres, suivies d'augmentations de 4,5 % (Q3) et 10,5 % (Q4) pour les deux trimestres suivants. Le niveau de la croissance annuelle au sein du segment des colis et des envois express affiche donc clairement un ralentissement par rapport aux augmentations des premiers trimestres de la pandémie. Le secteur des lettres poursuit sa baisse annuelle avec des variations trimestrielles au niveau du volume par rapport à 2021 de -8 % (Q1), -11,7 % (Q2), -13,7 % (Q3) et -12,3 % (Q4).
17. Enfin, la comparaison trimestrielle entre 2022 et 2023 montre également des fluctuations moins importantes que celles connues lors de la pandémie. En 2023, le segment des colis et des envois express enregistre 3 baisses de -5,3 % (Q1), -2,9 % (Q2) et -5,7 % (Q4) et une augmentation de 18,9 % (Q3) par rapport aux trimestres de l'année 2022. La tendance décroissante au niveau du segment des lettres est toujours présente en 2023, avec des baisses respectives de -10,5 % (Q1), -10,1 % (Q2), -9,2 % (Q3) et -10,2 % (Q4).

Figure 1. Comparaison de l'évolution des volumes par trimestre de 2020 par rapport à 2019, de 2021 par rapport à 2020, de 2022 par rapport à 2021 et de 2023 par rapport à 2022 (YoY)



Source : IBPT

18. Ainsi, les changements de comportement identifiés par l'OCDE⁵ concernant les achats en ligne semblent, pour le moins à court terme, confirmés lorsque nous observons les volumes de colis et d'envois express. Ils démontrent, lorsque nous comparons les trois derniers trimestres de 2020 et 2021 ainsi que les chiffres trimestriels de 2022 et 2023, que les « nouvelles » habitudes de consommation sont restées pratiquement inchangées comme les habitudes adoptées par les consommateurs lors des trois premiers trimestres de la pandémie.

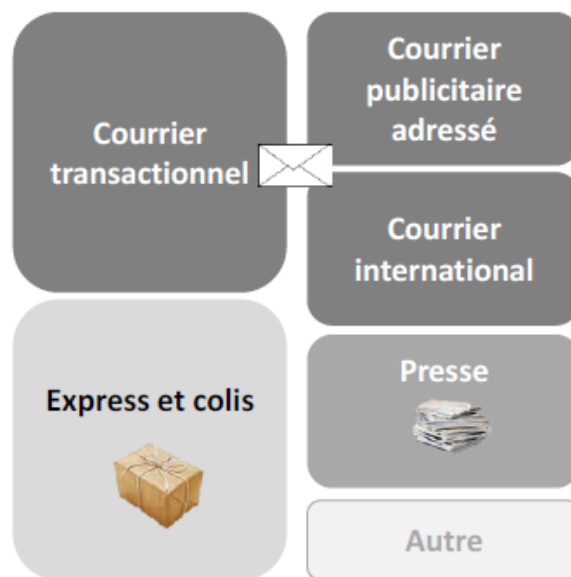
⁵ OCDE : Le commerce électronique au temps de la pandémie de COVID-19
<https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/le-commerce-electronique-au-temps-de-la-pandemie-de-covid-19-b0b1ce3e/> (visité le 16 décembre 2020)

3. Portée de l'observatoire et structure du marché postal en Belgique

3.1. Structure du marché postal belge

19. Le périmètre des activités postales prises en considération dans le cadre de cet observatoire peut être segmenté en six catégories, comme l'illustre la figure ci-dessous :

Figure 2. Segmentation des activités postales considérées dans le cadre de l'observatoire⁶



20. La catégorie « Autres » regroupe les services tels que la conservation temporaire de courrier, la réexpédition, l'affranchissement pour le client, la vente d'adresses, etc. qui ne peuvent pas directement être classés dans les autres catégories.
21. Comme elles ne sont pas proposées par les opérateurs postaux, les activités de routage ne sont pas considérées dans la portée du présent observatoire. Les activités relatives à la distribution de courrier publicitaire non adressé sont quant à elles reprises à la section 4.2.3. afin de fournir un aperçu global des volumes de publicité déposés directement dans les boîtes aux lettres. Les envois non adressés n'étant cependant pas considérés comme des envois postaux, ceux-ci ne sont pas pris en compte dans les revenus ou volumes mentionnés plus loin dans le présent observatoire.

⁶ Le contenu de la catégorie « courrier transactionnel » est décrit au point 4.2.2.

3.2. Opérateurs interrogés dans le cadre de l'observatoire

22. Dans ce contexte, nous avons essayé de dresser un tableau aussi précis que possible du secteur en utilisant l'ensemble le plus représentatif possible d'opérateurs. Au total, 25 entreprises ont été interrogées.
23. Outre l'opérateur postal historique, **bpost**, chargé de la prestation du service universel, et présent sur l'ensemble des segments, les quatre grands intégrateurs internationaux (**DHL**, **FedEx**, **TNT**⁷, **UPS**) sont également présents et actifs dans le secteur des colis et de l'express en Belgique. En ce qui concerne DHL, tant **DHL Express** que **DHL eCommerce Belgium**⁸, qui est actif sur le marché belge depuis 2014, font désormais partie du présent observatoire. UPS Access Point et UPS ont été réunis sous une seule appellation (UPS/UPS Access Point). Depuis mi-2016, UPS a réalisé l'intégration complète de l'ancien réseau Kiala.
24. Par ailleurs, les grandes entreprises postales des pays voisins sont également actives sur le marché belge. Ainsi, on constate dans certains segments du marché postal le développement actif de sociétés de courrier spécialisées, issues de grands groupes postaux européens.
25. Ainsi, **DPD** fait partie de Geopost⁹, une filiale du groupe français La Poste, avec le deuxième plus grand réseau pour les distributions de colis en Europe. DPD opère depuis 1 hub¹⁰ et 8 dépôts en Belgique et au Luxembourg.
26. **GLS**, filiale de l'opérateur historique britannique Royal Mail, est spécialisée dans la distribution de colis. GLS distribue chaque année environ 905 millions de colis, notamment en Europe, pour plus de 250 000 clients. Pour ce faire, l'entreprise s'appuie sur 120 hubs, 1 600 dépôts et plus de 23 000 employés.
27. **PostNL**, l'opérateur historique et le prestataire du service universel aux Pays-Bas, propose également des services de colis, dont des envois pharmaceutiques, en Belgique.
28. PostNL est également présent en Belgique via sa filiale **Mikropakket**, spécialisée dans la livraison de colis (de grande valeur) livrés dans les 24 heures et qui propose des services B2B et B2C dans le Benelux.
29. **G3 Worldwide**, qui appartenait également à PostNL et était présent dans le segment du courrier international pour les entreprises a été dissous dans le courant de 2021.
30. **Mondial Relay**, qui assure la distribution aux particuliers d'environ 140 millions de colis par an, allant de 0 à 150 kg, et qui possède un réseau de 58 000 points relais en Europe, dispose

⁷ L'acquisition de TNT par FedEx est totalement finalisée depuis le 1^{er} octobre 2022.

⁸ DHL eCommerce, anciennement DHL Parcel, a conclu un accord de coopération avec bpost pour la livraison de colis et l'utilisation de bureaux de poste et de Points Poste de bpost. Voir De Standaard du 1^{er} décembre 2016 : http://www.standaard.be/cnt/dmf20161201_02602980 Dans <https://www.dhlparcel.be/fr/particuliers/dhl-servicepoints>

En outre, bpost et DHL collaborent depuis 2018 dans le domaine de la livraison e-commerce dans le Benelux : http://corporate.bpost.be/media/press-releases/2018_2/2018-05-30?sc_lang=fr-FR

⁹ GeoPost/DPDgroup est devenu Geopost en 2023. <https://www.geopost.com/fr/entreprise/>

¹⁰ DPD renforce sa position internationale grâce à son nouveau hub à Vilvorde. <https://www.dpd.com/be/fr/news/dpd-renforce-sa-position-internationale-gr-ce-son-nouveau-hub-vilvorde/>

en Belgique d'un réseau de 1 400 points relais et 150 distributeurs automatiques de colis répartis sur le territoire. En 2021, il a été annoncé que l'opérateur polonais Inpost, connu pour ses distributeurs de colis dans divers pays européens, reprendrait Mondial Relay¹¹. Depuis lors, Mondial Relay propose également l'utilisation de ses propres distributeurs automatiques de colis en Belgique.

31. **Belgium Parcels Service** est, quant à lui, uniquement actif dans le segment des colis domestiques en Belgique.
32. Dans le segment des colis, **Homerr** est également actif en Belgique (Flandre et Brabant wallon) depuis le premier semestre 2021¹². Cet opérateur d'origine néerlandaise dispose également de nombreux points en Belgique désormais. Homerr s'appuie notamment sur les points de collecte et les itinéraires existants des prestataires de services logistiques afin de réduire les émissions de CO₂ par colis. Un élément distinctif de ce service est que ces points peuvent aussi être des particuliers, ce qui permet d'effectuer le retrait (bien) après les heures de bureau.
33. **Colis Privé**, une société historiquement active en France, a également inauguré son arrivée en Belgique en 2021 avec la construction d'un centre logistique à Willebroek¹³. Elle est donc désormais active dans la livraison de colis sur le territoire belge.
34. Budbee, un opérateur suédois (qui est ensuite devenu actif au Danemark, en Finlande et aux Pays-Bas), s'est également installé dans le courant de l'année 2021 dans notre pays. L'accent est placé sur la livraison de colis en B2C dans des distributeurs automatiques de colis, en Flandre et à Bruxelles. Fin octobre 2022, il a été annoncé que l'Autorité suédoise de la concurrence avait approuvé la demande de rapprochement entre Budbee et Instabox, à partir de laquelle une nouvelle société serait créée sous le nom d'**Instabee**¹⁴.
35. La plateforme de vente en ligne **Amazon**, qui s'est dotée d'un centre de tri à Anvers¹⁵ et qui a lancé une version belge de son site de vente en ligne¹⁶, fait aujourd'hui également partie du présent observatoire.
36. **Dynalogic**¹⁷ est une filiale de bpost spécialisée dans les livraisons flexibles et personnalisées de tout format. Ce format peut aller de très petit, tel qu'un passeport ou des médicaments à

¹¹ <https://www.property-forum.eu/news/inpost-acquires-mondial-relay-for-513-million/9234>

¹² 20 avril 2021 : « Homerr breidt uit naar Vlaanderen » :

<https://www.logistiekprofs.nl/nieuws/homerr-breidt-uit-naar-vlaanderen>

¹³ 22 octobre 2021 : « Franse pakjesdienst Colis Privé opent logistiek centrum in Willebroek » https://www.nieuwsblad.be/cnt/dmf20211021_95540971

¹⁴ <https://budbee.com/wp-content/uploads/2022/10/instabee-is-officieel-.pdf>

De plus, il a été annoncé le 10 novembre 2022 qu'Instabox Netherlands B.V., Red je Pakketje B.V. et leurs filiales mettraient un terme à leurs activités aux Pays-Bas.

<https://news.instabox.io/posts/news/instabox-discontinues-its-operations-in-the-n>

¹⁵ 17 février 2022 : « Amazon opent eerste bezorgcentrum van België in Antwerpen » <https://www.hln.be/binnenland/amazon-opent-eerste-bezorgcentrum-van-belgie-in-antwerpen-stadsbestuur-in-de-wolken-we-halen-eeen-echte-wereldspeler-in-huis~ad38a8ce/>

¹⁶ 18 octobre 2022 : « Amazon arriveert nu ook in België » <https://techpulse.be/nieuws/348403/amazon-arriveert-nu-ook-in-belgie/>

¹⁷ Le 12 décembre 2016, bpost et DynaGroup ont signé un accord concernant le rachat par bpost de 100 % des parts de DynaGroup.

un format 2XL, comme une machine à laver ou un canapé. Il est en outre possible de combiner une distribution avec un montage et une installation à domicile ou le retour des matériaux d'emballage et d'anciens produits. Dynalogic propose ses services aux Pays-Bas, en Belgique et au Luxembourg au départ de cinq hubs centraux.

37. Un autre acteur pris en compte pour le segment des colis et de l'express dans le cadre de cet observatoire est **Euro Sprinters**, également une filiale de bpost, spécialisée dans l'express et la logistique.
38. En ce qui concerne le segment de la presse, bpost assurait encore jusqu'au 1er juillet 2024 le service public de distribution avancée des journaux (avant 7h30 la semaine et 10h le week-end). Cette distribution avancée concernait uniquement la distribution de quotidiens aux abonnés. Dans le cadre de ce même service public, bpost distribuait également des périodiques aux abonnés, mais via les tournées classiques. Malgré ce service de dernier recours, bpost avait et a encore une série de concurrents dans le segment de la distribution de la presse.
39. Le deuxième acteur après bpost dans ce segment est **PPP**. Cette entreprise, qui a quitté l'ancienne société mère Belgique Diffusion (BD) via un rachat de l'entreprise par les cadres, en 2015, est surtout active dans la distribution de journaux à Bruxelles, à Anvers et dans les deux provinces du Brabant.
40. **Belgique Diffusion** (BD) est quant à lui le leader du marché dans la communication toutes-boîtes (envois non adressés) et les expériences de promotion numérique avec l'application et le site Internet myShopi. Fin 2019, il a été annoncé que BD allait racheter **CityDepot** – qui offre une large gamme de solutions de livraison interurbaines – appartenant à bpost. Le rachat effectif a eu lieu au 1^{er} janvier 2020. Le Belgian Distribution Group (BD Group) a renommé ses deux entités **BD Media** et **BD Logistics**.
41. Au nord du pays, **Vlaamse Post** est également actif dans la distribution de courrier non adressé.
42. SPRL Net Express (connu sous l'appellation commerciale **TBC-Post**) a réintégré cet observatoire.¹⁸ TBC-Post était le premier acteur sous licence actif dans le segment des envois de correspondance, qui était auparavant réservé à bpost. L'entreprise avait toutefois cessé ses activités fin 2019, suite à quoi TBC-Post n'apparaissait plus jusqu'au lancement d'activités sous une nouvelle licence.
43. En revanche, au cours de l'année 2019, deux nouveaux acteurs locaux ont rejoint le segment des envois de correspondance, à savoir **Glejor** et **Span Diffusion**. Depuis 2020, ces opérateurs sont donc présents avec des données couvrant l'ensemble de l'année.
44. **Glejor**, une société initialement spécialisée dans la distribution de dépliants publicitaires non adressés, a obtenu une licence pour distribuer des envois de correspondance. L'entreprise

Le rachat a pour but de renforcer la division colis de bpost avec de nouvelles connaissances logistiques complémentaires et de développer plus rapidement encore la plateforme de croissance de DynaGroup (au niveau international). <http://www.dynalogic.eu/en/company/news/bpost-and-dynagroup-join-forces-and-combine-their-logistical-expertise>

¹⁸ Depuis le 10 novembre 2020, il y a certes une licence pour SPRL Net Express (qui opère sous le nom commercial « TBC Post »).

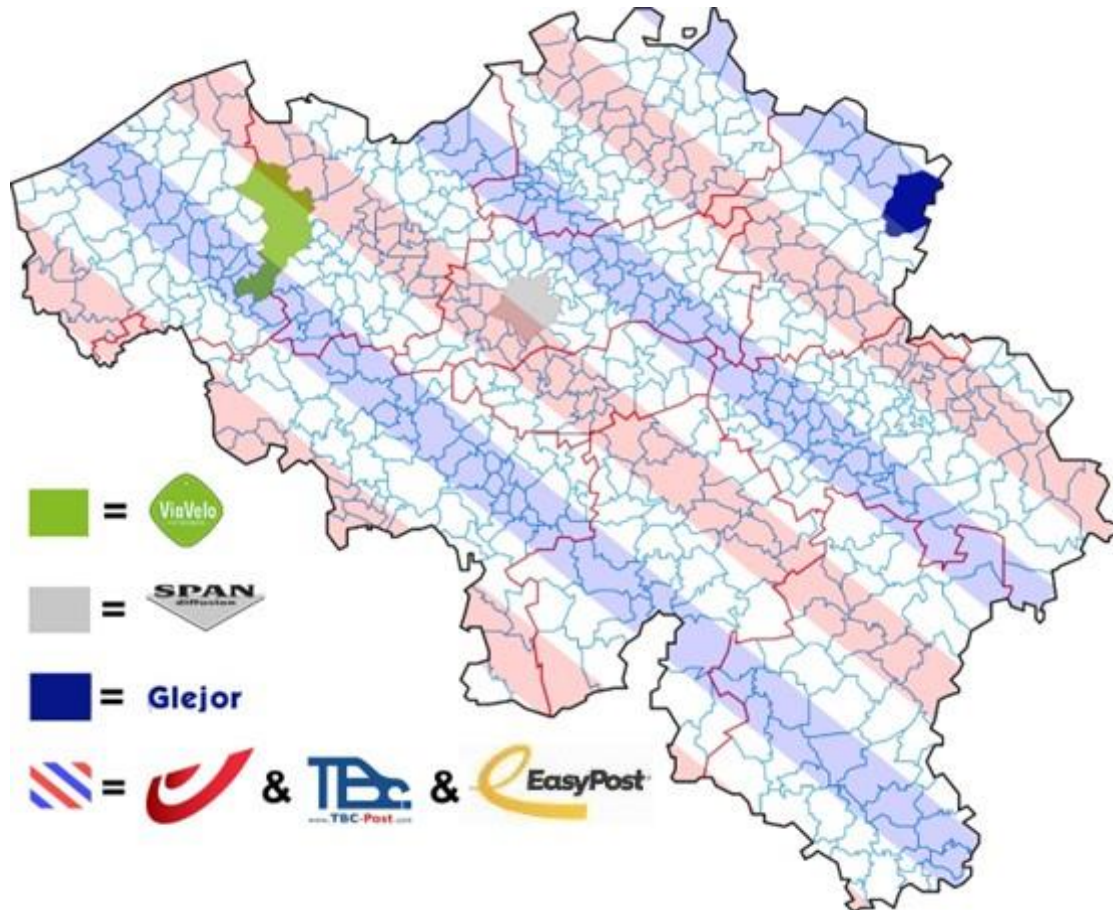
prévoit de limiter dans un premier temps sa distribution au Limbourg et plus particulièrement aux communes de Dilsen-Stokkem (code postal 3650) et de Maaseik (code postal 3680)¹⁹.

45. **Span Diffusion**, qui a obtenu une licence pour distribuer de la publicité adressée, se limite à la livraison de publicité au sens large (adressée et non adressée) à Bruxelles.
46. En 2023, un cinquième opérateur a reçu une licence postale de l'IBPT²⁰. Il s'agit de Dimitri Ornelis, actif sous l'appellation commerciale **ViaVelo**. Toutefois, cette entreprise limite ses services de distribution du courrier au territoire des communes de Deinze, Zulte, Aalter et Waregem.
47. Postalia Belgium Logistics, qui opère sous l'appellation commerciale « **EasyPost** », avec une licence pour les services de poste aux lettres (incluant les envois enregistrés), a également été ajouté en 2024. Easypost était déjà actif au sein du secteur en tant que spécialiste en enlèvement et traitement de courrier. Le volume d'envois de courrier adressé distribué par Easypost sera ajouté dans l'observatoire suivant concernant l'année 2024.
48. Les domaines géographiques au sein desquels ces titulaires de licence pour la poste aux lettres sont actifs sont indiqués dans la figure 3 ci-dessous.

¹⁹ Communication concernant la liste des prestataires de services postaux titulaires d'une licence individuelle <https://www.ibpt.be/operateurs/publication/communication-concernant-la-liste-des-prestataires-de-services-postaux-titulaires-dune-licence-individuelle-2024>

²⁰ Idem.

Figure 3. Territoires géographiques au sein desquels les titulaires de licence pour la poste aux lettres sont actifs (2024)



Source : IBPT

49. Seuls les acteurs énumérés ici ont été retenus dans le périmètre d'étude pour le présent observatoire. Il y a encore quelques autres acteurs intéressants et importants sur le marché, comme ON TIME logistics, par exemple, qui offrent une solution globale comprenant aussi bien des missions urbaines, le traitement du courrier et des envois express que des acheminements vers les quais. Toutefois, dans ces cas, des « sous-traitants » sont couramment utilisés, ce qui entraînerait des doubles comptages.

Figure 4. Les principaux acteurs sur le marché belge pour la fourniture de services postaux (en 2024)

	Courrier adressé	Colis/Envois express	Courrier publicitaire	Presse	Courrier international	Autres
Amazon Transport Belgium						
BD Media*						
BD Logistics						
Belgium Parcels Service						
bpost						
CityDepot						
Colis Privé						
DHL Express						
DHL eCommerce Belgium						
DPD (Belgium) N.V.						
Dynalogic						
Euro Sprinters						
FedEx Belgium						
Glejor						
GLS Belgium N.V.						
Homerr						
Instabee						
Mikropakket						
Mondial Relay						
PostNL						
PPP						
Span Diffusion						
TBC-Post						
UPS/UPS Access Point						
Vlaamse Post*						

* Le chiffre d'affaires réalisé pour la publicité non adressée n'est pas inclus dans le chiffre d'affaires postal total. Vlaamse Post et BD Media ne sont actifs que dans la publicité non adressée.

4. Description du marché belge pour la fourniture de services postaux de 2010 à 2023

4.1. Aperçu général du marché postal

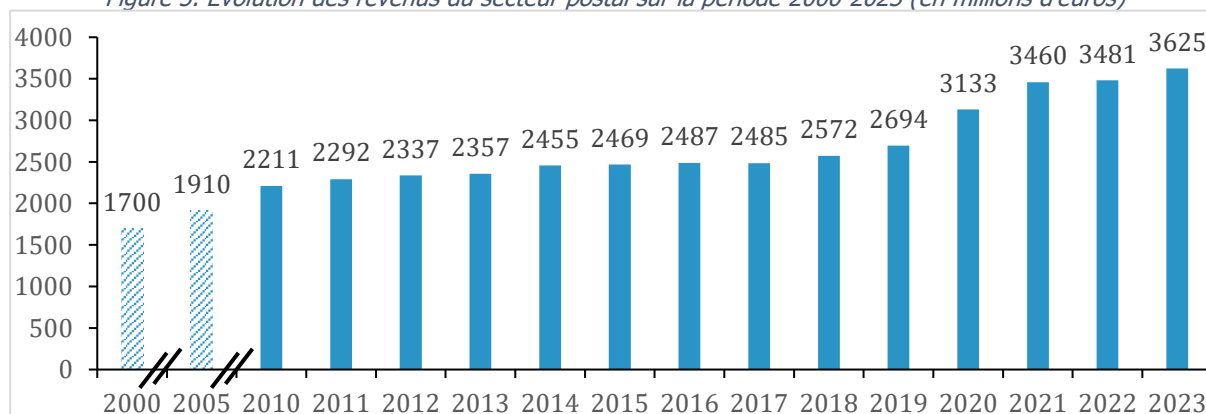
4.1.1. Revenus

50. L'évolution des revenus²¹ générés par le secteur postal belge est présentée dans la figure 5. Entre 2010 et 2023, elle est basée sur les résultats de l'enquête. Les colonnes hachurées concernant les années 2000 et 2005 sont des rétroprojections réalisées sur la base des données du secteur de la Banque nationale de Belgique²².

51. Les opérateurs postaux considérés représentaient, en 2023, un total de 3,625 milliards d'euros de chiffre d'affaires. Cela représente une augmentation de 4,1 % par rapport à l'année précédente. Après les augmentations sur base annuelle les plus importantes que le secteur postal belge a connu en 2020 (+16,3 % par rapport à 2019) et 2021 (+10,4 % par rapport à 2020) et un ralentissement connu en 2022 (+0,6 % par rapport à 2021), le marché, en 2023, connaît à nouveau une augmentation relativement importante, de l'ordre de celles connues en 2018-2019. L'augmentation du chiffre d'affaires du secteur par rapport à 2010 est de 63,9 %, ce qui équivaut à une croissance annuelle moyenne (CAGR²³) de 3,9 %.

52. Les chiffres d'affaires des différents sous-segments, à savoir les envois de correspondance, les envois express, les colis et la distribution de la presse, seront examinés plus en détail au fil des chapitres du présent rapport.

Figure 5. Évolution des revenus du secteur postal sur la période 2000-2023 (en millions d'euros)



Sources : BNB et IBPT

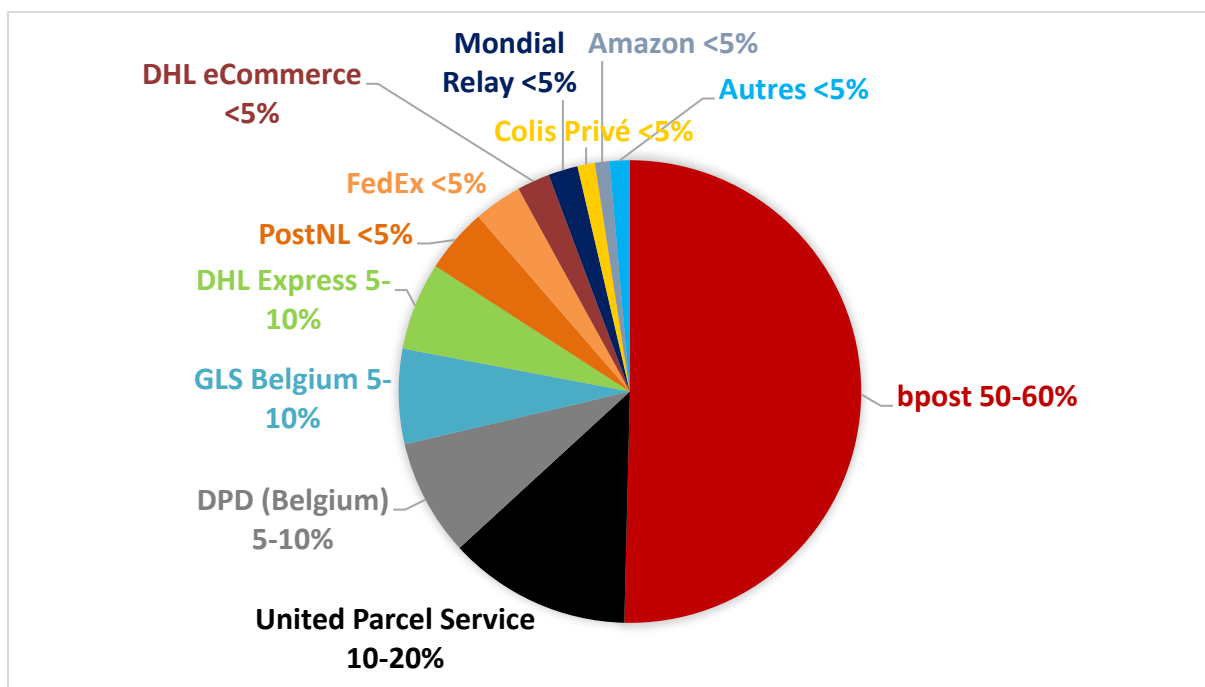
²¹ Incluant (pour cette figure) le transit et les services à valeur ajoutée tels que la collecte à domicile, l'affranchissement pour le client, la conservation temporaire du courrier, la vente d'adresses, etc. Les services spécifiquement offerts par les routeurs et les groupeurs dépassent le périmètre de cet observatoire. Ainsi, seul le chiffre d'affaires lié aux activités postales, à l'exclusion de la compensation des services d'intérêt économique général, est inclus pour bpost.

²² Le rapport moyen sur la période 2010-2017 entre le chiffre d'affaires du secteur pour les activités postales obtenu via l'enquête réalisée par l'IBPT et le chiffre d'affaires du secteur enregistré auprès de la BNB a été appliqué au chiffre d'affaires du secteur donné par la BNB pour les années 2000 et 2005. L'objectif était d'obtenir des ordres de grandeur comparables.

²³ « Compound annual growth rate », aussi appelé taux de croissance annuel moyen.

53. La figure 6 représente les parts de marché des principaux acteurs en termes de chiffre d'affaires. Ces acteurs possèdent chacun au moins 1 % des parts de marché du secteur en 2023. La plus large part du chiffre d'affaires du secteur est détenue par bpost (50-60 %). Bien entendu, d'autres acteurs sont présents et se différencient les uns des autres, surtout dans le segment des colis et de l'express qui contient davantage de sous-segments : envois domestiques, envois internationaux, B2B, B2C, C2X²⁴. Ainsi, UPS est le 2^e plus grand acteur avec entre 10 et 20 % des parts du marché du secteur. DPD, GLS et DHL express détiennent 5 à 10% des parts de marché. Les autres acteurs représentés (PostNL, DHL eCommerce, FedEx, Mondial Relay, Colis Privé et Amazon) ainsi que tous les autres acteurs restants représentent chacun moins de 5 % de parts de marché du secteur.
54. En 2023, il y a 11 entreprises qui figurent parmi les entreprises avec au moins 1 % du chiffre d'affaires. À titre de comparaison, il n'y avait que 6 entreprises en 2010 qui, chacune, possédaient au moins 1 % du chiffre d'affaires total du secteur. Même encore en 2022, il n'y avait que 9 opérateurs avec au moins 1% des part de marché total.

Figure 6. Part de marché sur la base du chiffre d'affaires dans le secteur postal belge en 2023 (%)



Source : IBPT

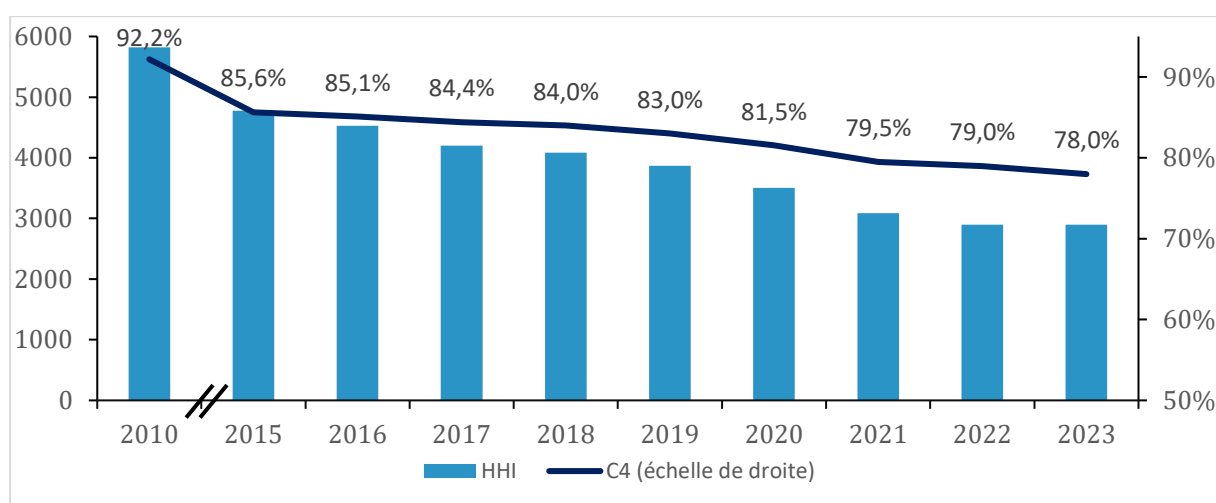
4.1.2. Concentration du marché

55. Un marché est concentré lorsque peu d'acteurs détiennent beaucoup de parts de marché. Or, on pouvait déjà facilement remarquer dans la figure précédente que le marché postal belge était très concentré, tout comme le sont la plupart des marchés postaux d'Europe de l'Ouest.

²⁴ B2B, B2C et C2X représentent respectivement « business to business » ou les relations commerciales entre entreprises, « business to consumer » ou les relations commerciales d'une entreprise avec un consommateur et « consumer to any other party » ou les relations commerciales démarrant d'un consommateur.

56. La figure 7 décrit l'évolution de la concentration du marché entre 2010 et 2023 à l'aide des indices C4 et Herfindahl-Hirschman (HHI). Ces deux indices permettent de mesurer, chacun à leur manière, la concentration du marché. Ainsi, l'indice C4 représente la part de marché cumulée en termes de chiffre d'affaires des quatre principaux prestataires et l'indice HHI se base sur la somme des carrés des parts de marché de tous les acteurs du marché. Ce dernier indice est donc égal à 10 000 dans une situation monopolistique et il a tendance à baisser lorsque le nombre d'acteurs augmente et que la variance dans les parts de marché diminue²⁵.
57. On peut remarquer une diminution importante des deux indices entre 2010 et 2023 (de 92,2 % en 2010 à 78 % en 2023 pour l'indice C4 et diminuant jusqu'à moins de 3000 en 2022 et 2023 pour l'indice HHI). Malgré cela, le marché postal belge reste fortement concentré en 2023.

Figure 7. Concentration horizontale sur la base du chiffre d'affaires au moyen des indices HHI et C4

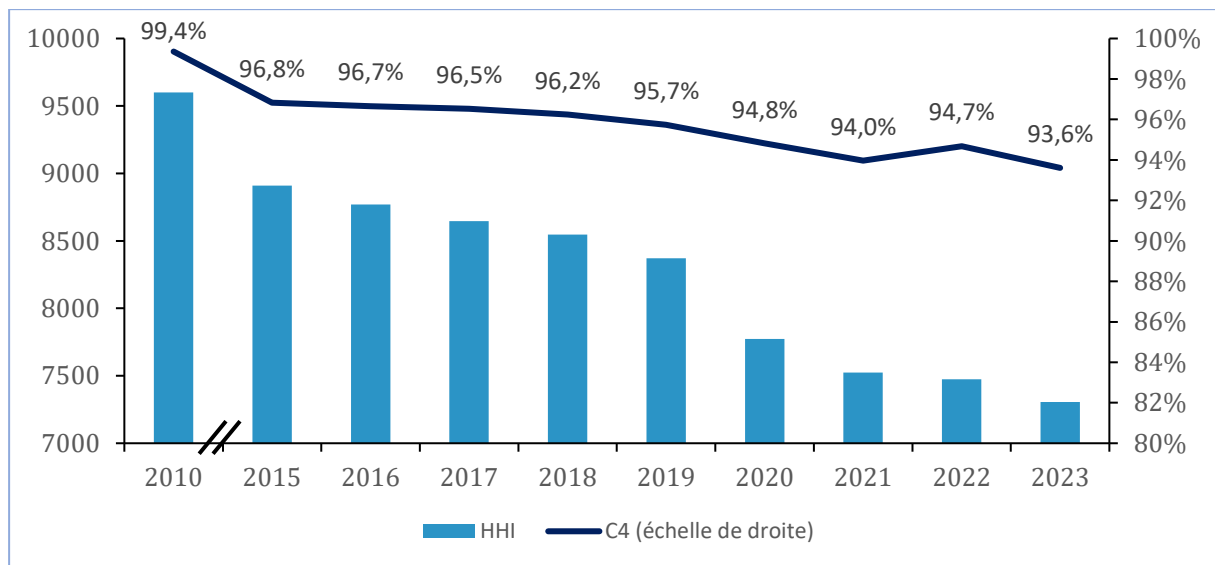


Source : IBPT

58. Lorsque l'on s'attarde sur les volumes, on constate que la situation est encore plus critique. Cette constatation vient du fait que bpost possède des parts de marché importantes dans des segments avec des volumes plus élevés et un prix unitaire plus faible (la poste aux lettres et la distribution de la presse). Or, ces deux segments représentent l'essentiel des volumes.
59. Les 4 plus grands acteurs détiennent donc 93,6% des parts de marché en termes de volume en 2023, ce qui représente 5,8 points de pourcentage en moins qu'il y a 13 ans et 1,1 point de pourcentage en moins que l'année précédente. L'indice HHI, quant à lui et malgré sa diminution au cours des années, reste très élevé et décrit un marché très concentré. En observant les volumes, l'on constate qu'aucun concurrent de bpost ne dispose de plus de 4 % de parts de marché en Belgique.

²⁵ On considère un marché très concentré lorsque l'indice dépasse 2500. Entre 1500 et 2500, il est seulement « moyennement concentré ». C'est seulement en dessous de 1500 qu'un marché est considéré comme concurrentiel.

Figure 8. Concentration horizontale sur la base des volumes au moyen des indices HH et C4

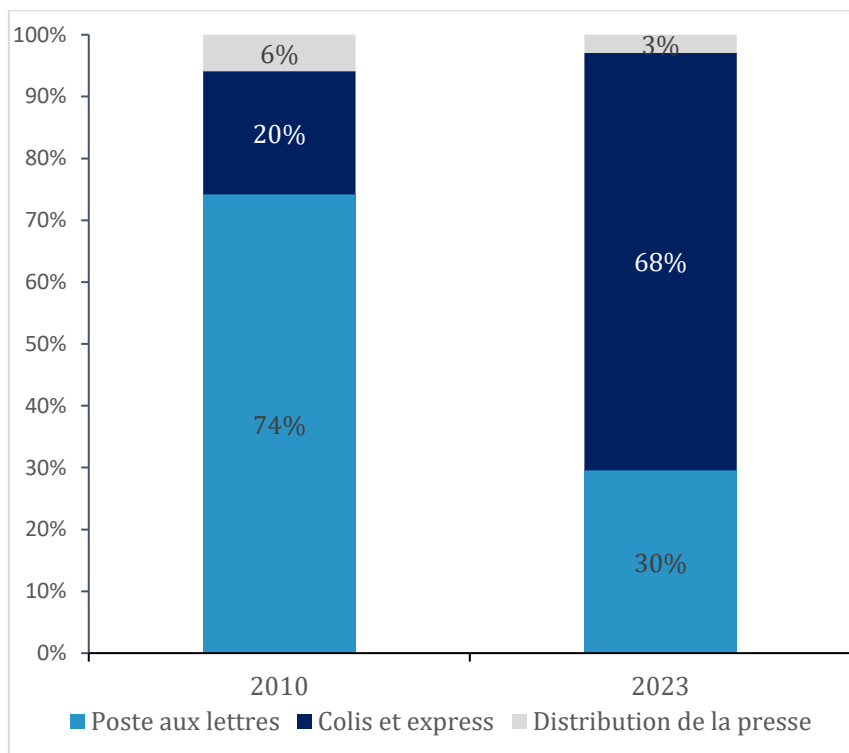


Source : IBPT

4.1.3. Importance des segments

60. Le secteur postal se divise en différents segments : la poste aux lettres, les colis et envois express ainsi que la distribution de la presse aux abonnés.
61. La figure 9 présente l'évolution de la répartition (en termes de chiffre d'affaires) de ces différents segments entre 2010 et 2023. Ainsi, en 2023, la poste aux lettres (qui comprend aussi le courrier publicitaire adressé) représente 30 % des revenus du secteur. Elle est largement dépassée par le segment des colis et services express, qui représente 68 % des revenus. Enfin, le segment de la distribution de la presse aux abonnés ne représente que 3 % du revenu généré. La compensation payée par l'État à bpost pour la prestation de la distribution de la presse aux abonnés n'est pas comprise dans les revenus considérés.
62. Par rapport à 2010, on peut constater que le segment de la distribution de la presse aux abonnés a diminué (-3 points de pourcentage). De plus, il y a une nette différence quant à la répartition des revenus du secteur, avec pas moins de 44 points de pourcentage en moins concernant la poste aux lettres. Le segment des colis et services express a capturé les différences des deux autres segments (+48 points de pourcentage).
63. Tous ces segments du marché postal sont détaillés dans la suite du présent rapport.

Figure 9. Part des différents segments dans le chiffre d'affaires de l'entière du secteur postal en 2010 par rapport à 2023 (%)



Source : IBPT

4.2. Focus sur le segment de la poste aux lettres

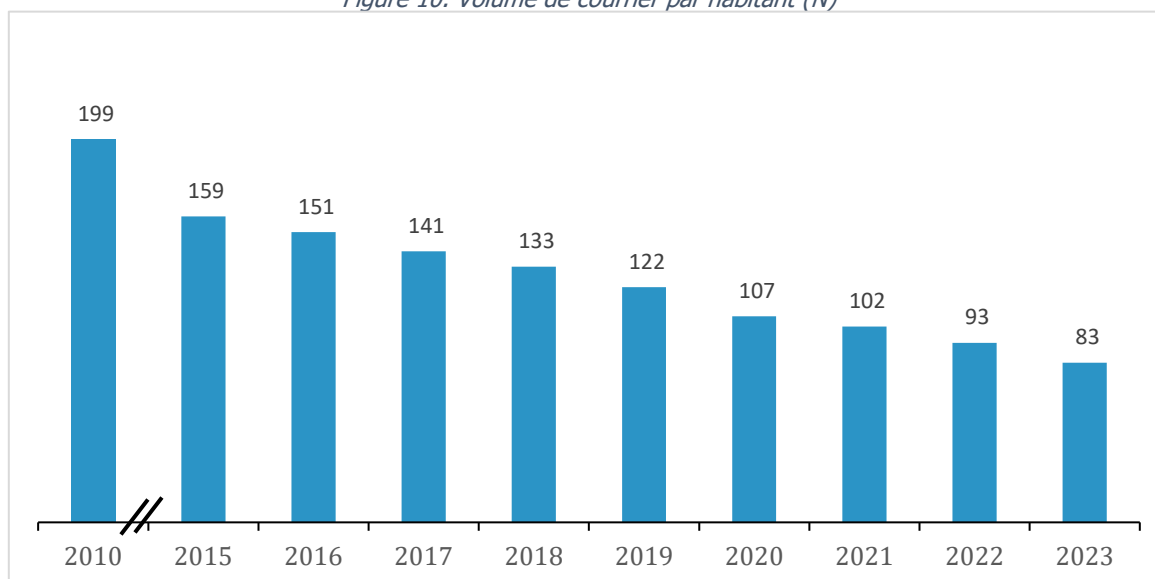
4.2.1. Aperçu général

64. Dans le cadre de cet observatoire, le segment de la poste aux lettres regroupe les catégories de courrier transactionnel, courrier publicitaire et courrier international²⁶. Ce segment fait donc référence aux envois de correspondance de tout type, excepté les colis et la presse qui ne sont pas considérés en tant que tel. Ceux-ci seront exposés dans des sections qui leur sont consacrées (voir 4.3 et 4.4).

4.2.1.1. Volumes

65. Depuis 2010, nous constatons un déclin de l'utilisation des produits sur le marché de la poste aux lettres. Ainsi, entre 2010 et 2023, le volume de courrier par habitant a diminué de 6,5% en moyenne (CAGR) par an pour atteindre, en 2023, moins de la moitié du nombre de courrier par habitant de 2010, soit 83 articles postaux par habitant sur une base annuelle. En effet, en 2010, ce nombre s'élevait encore à 199 unités.

Figure 10. Volume de courrier par habitant (N)

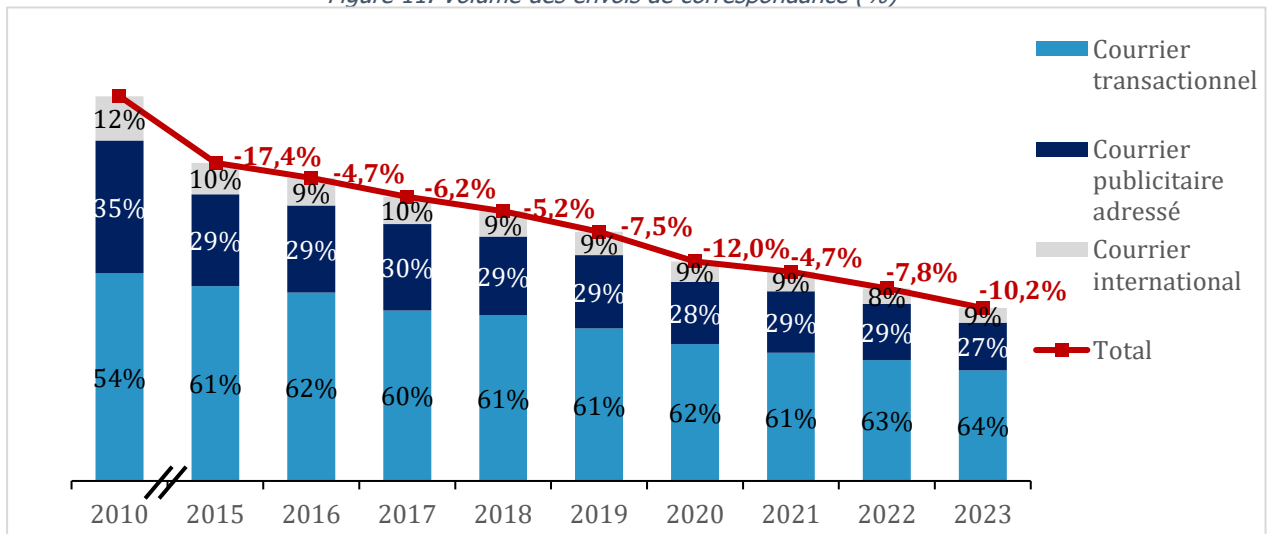


Source : IBPT

66. Si nous observons plus attentivement la composition des différents volumes, nous constatons que le courrier transactionnel tend à devenir de plus en plus la partie la plus prépondérante du segment de la poste aux lettres (de 54% en 2010 à 64% en 2023). Quant aux catégories de courrier publicitaire adressé et de courrier international, elles représentent respectivement 27% et 9% du total des envois de correspondance en 2023. Après une chute record en 2020 (12%) et une baisse annuelle plus modérée en 2021 (4,7%), la baisse s'intensifie à nouveau en 2022 et en 2023, avec respectivement -7,8% et -10,2%.

²⁶ Ces catégories seront détaillées dans les sections 4.2.2, 4.2.3 et 4.2.4.

Figure 11. Volume des envois de correspondance (%)

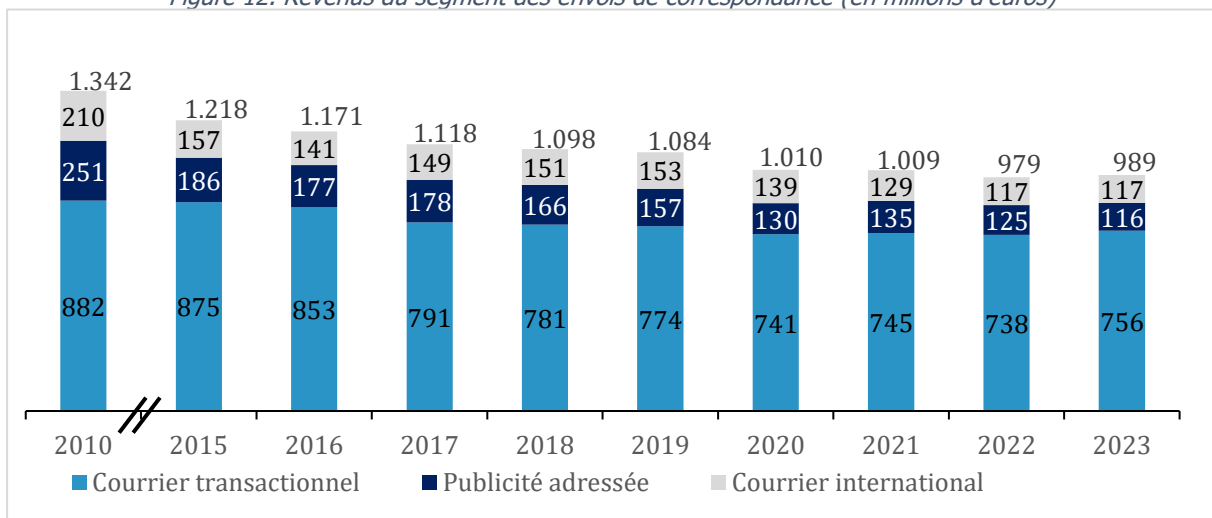


Source : IBPT

4.2.1.2. Revenus

67. La baisse annuelle enregistrée dans le chiffre d'affaires est moins importante que celle enregistrée dans les volumes. En 2023, on assiste d'ailleurs pour la première fois depuis 2010 à une légère augmentation du chiffre d'affaires sur base annuelle, avec 989 millions d'euro (+1%). Cette augmentation est exclusivement portée par les revenus du courrier transactionnel (+2,4% par rapport à 2022), alors que la publicité adressée enregistre une baisse annuelle de 6,7%. La dernière composante de la poste aux lettres, le courrier international, a, quant à lui, enregistré des revenus stables par rapport à l'année précédente (+0%). C'est également toujours le courrier transactionnel la partie la plus importante des revenus de la poste aux lettres. Il représente 76,4% du revenu total en 2023 (+0.1 point de pourcentage par rapport à 2022), suivi par le courrier international (11,8% - identique à 2022) et la publicité adressée (11,7% ; -0,1 point de pourcentage par rapport à 2022).

Figure 12. Revenus du segment des envois de correspondance (en millions d'euros)



Source : IBPT

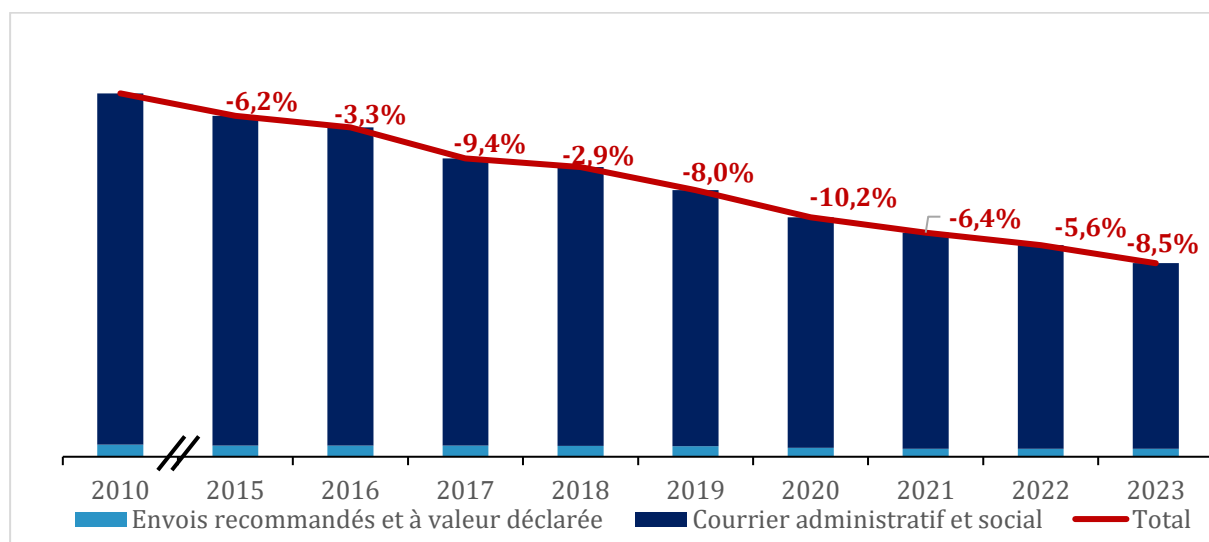
4.2.2. Courrier transactionnel

68. La notion de courrier transactionnel utilisée dans le cadre de cet observatoire désigne les envois de correspondance expédiés sous la forme de lettres et contenant une communication personnelle. Ces envois de correspondance peuvent être aussi bien de nature administrative (par ex. factures, fiches de paie, etc.) que de nature plus « sociale » (par ex. cartes de vœux, cartes postales, correspondance privée, etc.).
69. Les envois enregistrés (recommandés et à valeur déclarée) sont également considérés comme faisant partie du courrier transactionnel, ce qui n'est en revanche pas le cas des envois de publipostage (publicité adressée). Les correspondances internationales ne sont pas non plus reprises dans cette sous-section, car elles font l'objet d'un point séparé (voir 4.2.4).
70. Le courrier transactionnel peut faire l'objet soit d'une expédition à l'unité (via les boîtes aux lettres rouges, les bureaux de poste ou les magasins postaux), dans ce cas il est qualifié d'égrené, soit d'une massification des volumes lors du dépôt auprès de l'opérateur postal pour expédition, dans ce cas on parlera d'envois en nombre.

4.2.2.1. Volumes

71. Sous l'effet de l'e-substitution (alternatives électroniques, notamment au courrier transactionnel, présentes sous diverses formes), les volumes de courrier transactionnel sont en déclin continu. En 2023, la baisse des volumes de courrier transactionnel enregistrée était de -8,5%. Cette baisse annuelle avait connu un record en 2020, avec -10,2%, suivie par deux baisses plus modérées en 2021 (-6,4%) et 2022 (-5,6%). Depuis la pandémie, le déclin semble s'être davantage accéléré. En effet, le CAGR entre 2010 et 2019 est de -3,4% alors qu'il atteint -6,8% entre 2020 et 2023.

Figure 13. Évolution des volumes de courrier transactionnel²⁷

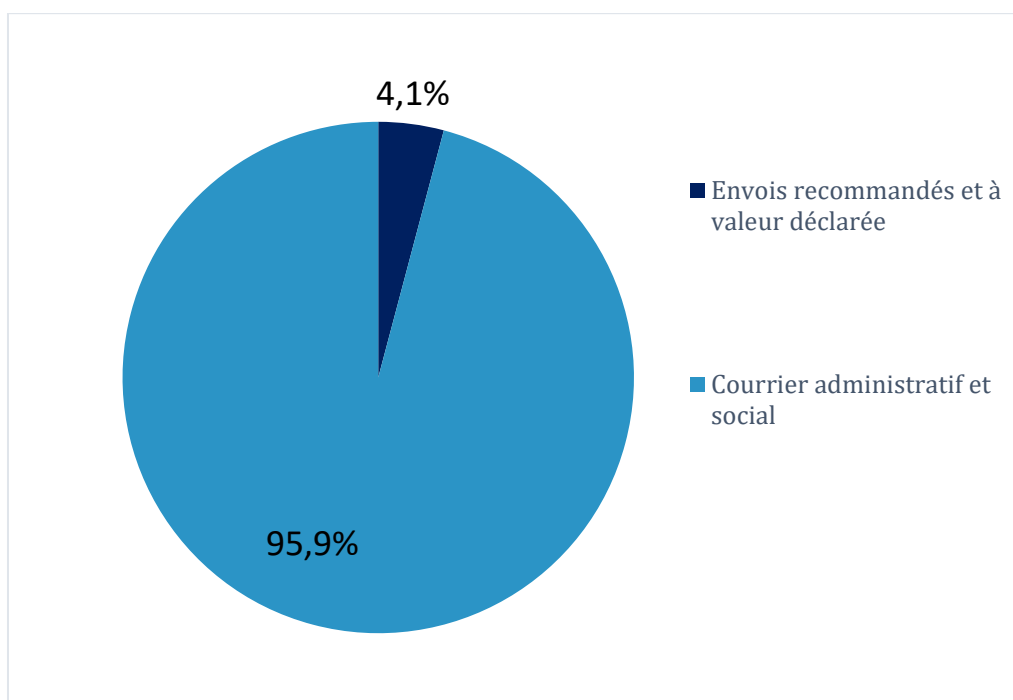


Source : IBPT

²⁷ Les figures 13 à 16 ne font pas de distinction entre envois égrenés et envois en nombre et reprennent donc tous les volumes de courrier transactionnel sans distinction.

72. Parmi le courrier transactionnel, la répartition des envois recommandés et à valeur déclarée ainsi que du courrier administratif et social pour 2023 est respectivement de 4,1% et 95,9%. Depuis 2017, la proportion des envois recommandés et à valeur déclarée affiche des proportions proches, avec des valeurs comprises entre 3,6% et 4,1% concernant les envois recommandés et entre 95,9% et 96,4% pour le courrier administratif et social.

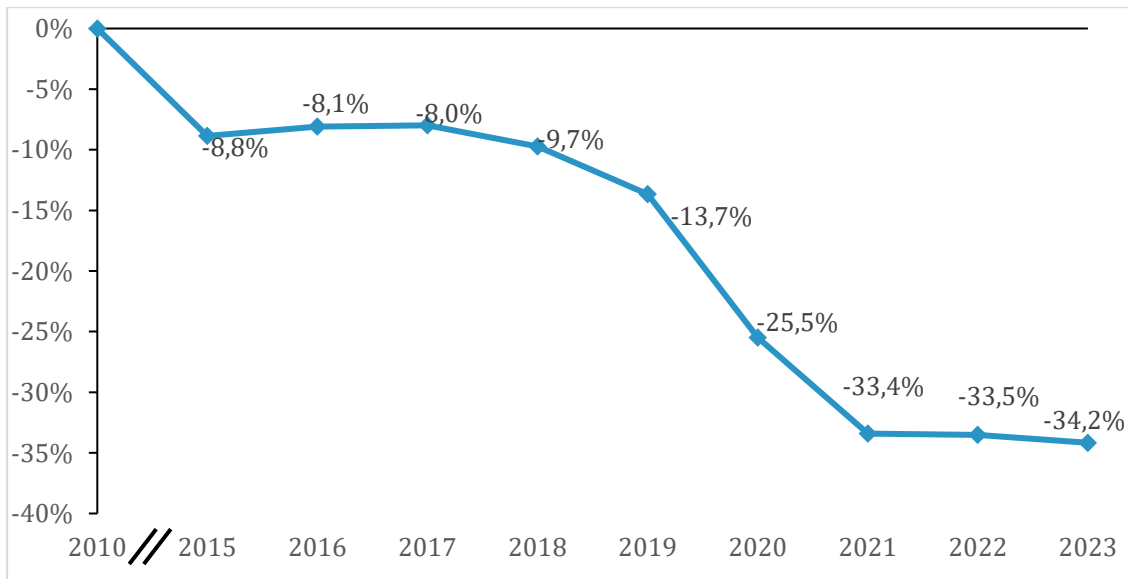
Figure 14. Répartition des volumes de courrier transactionnel (%) (2023)



Source : IBPT

73. Lorsqu'on compare le volume des envois recommandés par rapport à l'année de référence (2010), on voit que ce volume a rapidement connu un plateau (entre -8% et -9,7%) pendant les années 2015 à 2018. Il est reparti légèrement à la baisse en 2019 pour s'effondrer en 2020 et 2021, atteignant un déficit de volume de -33,4% par rapport à 2010. Depuis 2021 cependant, la tendance à la baisse tend à se stabiliser, avec -33,5% en 2022 et -34,2% en 2023 par rapport aux volumes de 2010.

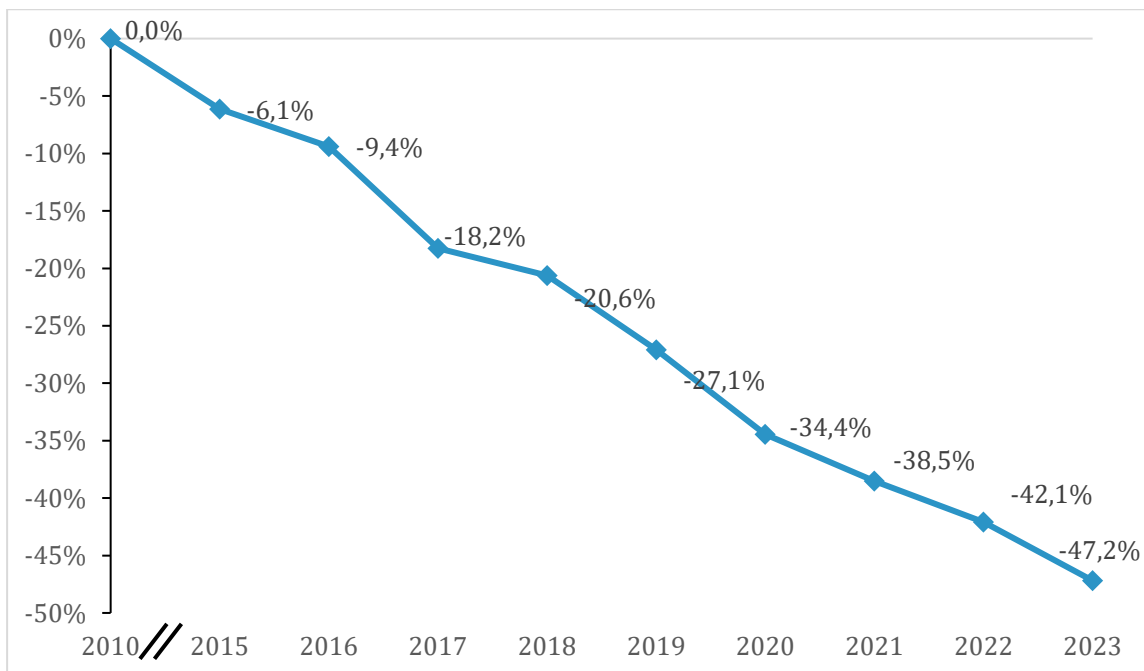
Figure 15. Évolution des volumes d'envois recommandés depuis 2010 (croissance cumulée)



Source : IBPT

74. Depuis 2015, le volume de courrier administratif a chuté annuellement, pour atteindre en 2023 une baisse de -47,2 % par rapport à 2010.

Figure 16. Évolution des volumes de courrier administratif depuis 2010 (croissance cumulée)

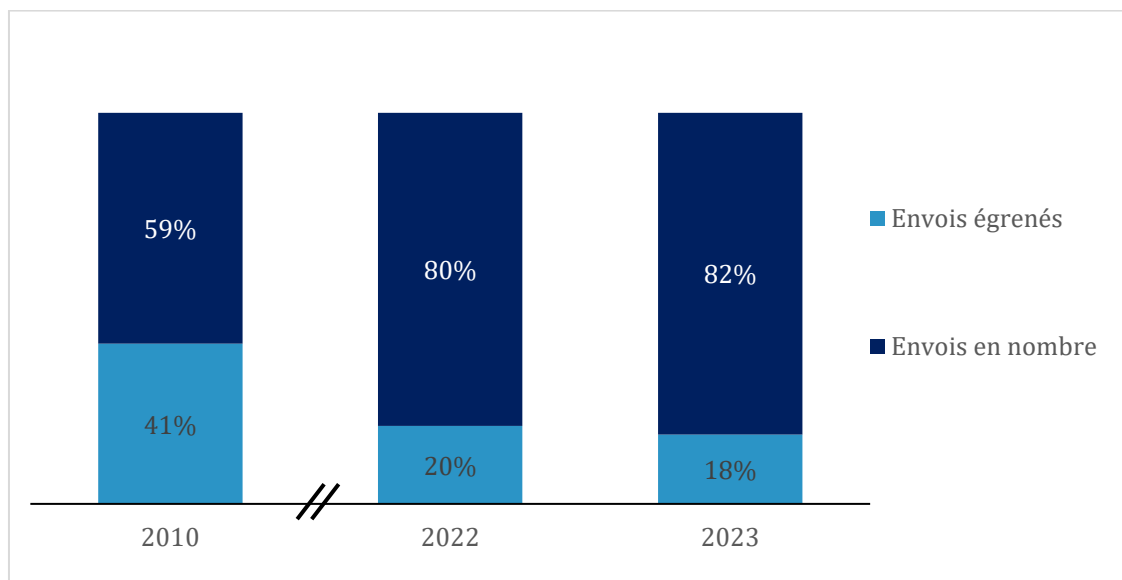


Source : IBPT

75. Les répartitions entre les volumes d'envois égrenés et d'envois en nombre concernant le courrier transactionnel ont fortement évolué depuis plus d'une décennie. Ainsi, en 2023, plus

de 4 envois sur 5 sont des envois en nombre, contre presque 3 sur 5 en 2010. La part relative du courrier égrené, par rapport aux envois en nombre, continue de baisser depuis 2010.

Figure 17. Répartition des volumes de courrier transactionnel entre envois égrenés et envois en nombre (%) (2010, 2022, 2023)



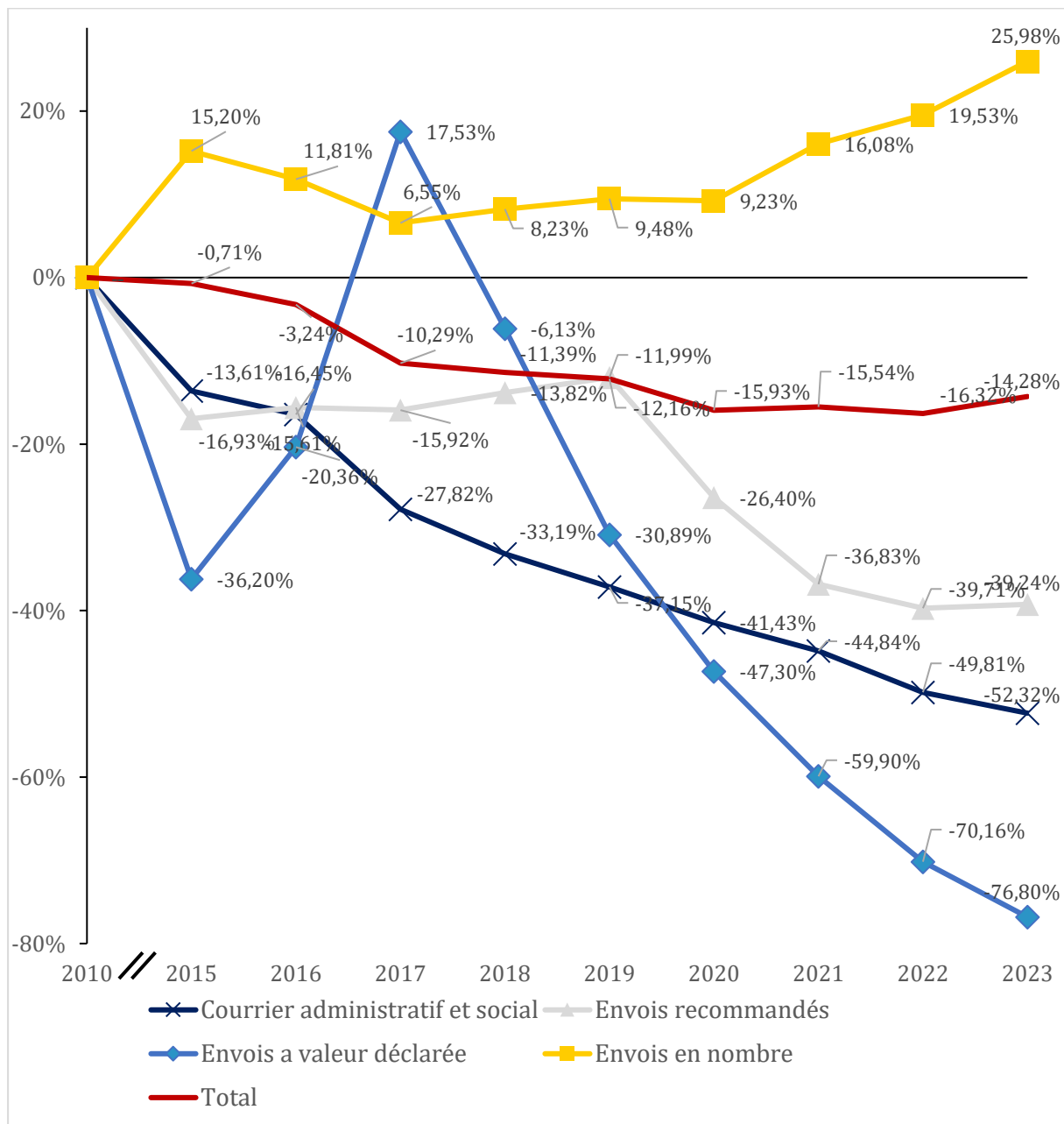
Source : IBPT

4.2.2.2. Revenus

76. La figure 18 décrit l'évolution des revenus des différents segments dans le courrier transactionnel. Les revenus totaux ont diminué de 14,3% entre 2010 et 2023, dont 7 points de pourcentage entre 2016 et 2017 et 5 points de pourcentage entre 2019 et 2020. Depuis 2020, c'est la première fois que le total remonte par rapport à l'année précédente (+2 points de pourcentage).
77. Parmi les différents produits composant le courrier transactionnel, les revenus des envois à valeur déclarée sont en chute (de +17,5% en 2017 à -76,8% en 2023) et représentent en termes de pourcentage la baisse la plus importante en 2023, tout cela par rapport à l'année de référence 2010.
78. Le courrier administratif et social est le second produit avec le niveau le plus bas en 2023. La tendance baissière qui existe depuis 2013 se poursuit. Ainsi, la baisse atteint 52,3% en 2023.
79. Les envois recommandés sont, quant à eux, connaissent le plus de variation : après de légères augmentations entre 2015 et 2019, remontant à -12%, ils plongent lourdement avec une perte et cumulent une perte de près de 27 points de pourcentage entre 2019 et 2023 pour atteindre -39,2%.

80. Enfin, les envois en nombre²⁸ constituent le seul segment qui se situe en positif tout au long de la décennie, avec son point le plus élevé en 2023 (+26%).

Figure 18. Évolution des revenus pour le courrier transactionnel depuis 2010 (croissance cumulée) (%)



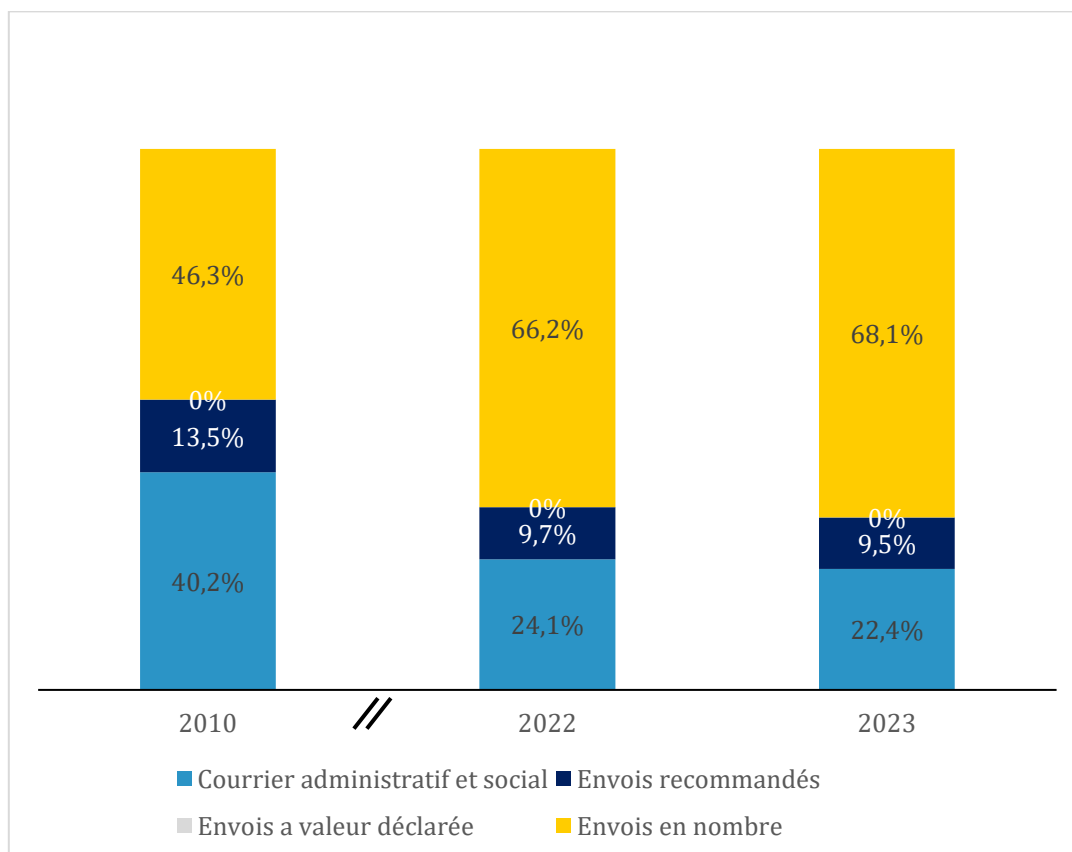
Source : IBPT

81. En observant davantage la composition des revenus issus du traitement du courrier transactionnel, on remarque que la majorité des revenus (68,1%) sont constitués par les envois en nombre en 2023. Les envois égrenés, constitués d'envois recommandés (9,5%), d'envois à valeur déclarée (proche de 0%) et de courriers administratifs et sociaux (22,4%),

²⁸ Les envois en nombre comprennent aussi bien le courrier administratif que les envois recommandés.

forment donc la part restante (31,9%). Parmi ces catégories, les envois transactionnels en nombre constituent une part de plus en plus importante des revenus (près de 22 points de pourcentage supplémentaires entre 2010 et 2023). Au contraire, dans ce même intervalle de temps, les envois recommandés (-4 points de pourcentage) et les envois administratifs et sociaux (-17,8 points de pourcentage) constituent une partie de moins en moins importante des revenus du courrier transactionnel.

Figure 19. Répartition des revenus pour le courrier transactionnel (%) (2010, 2022, 2023)



Source : IBPT

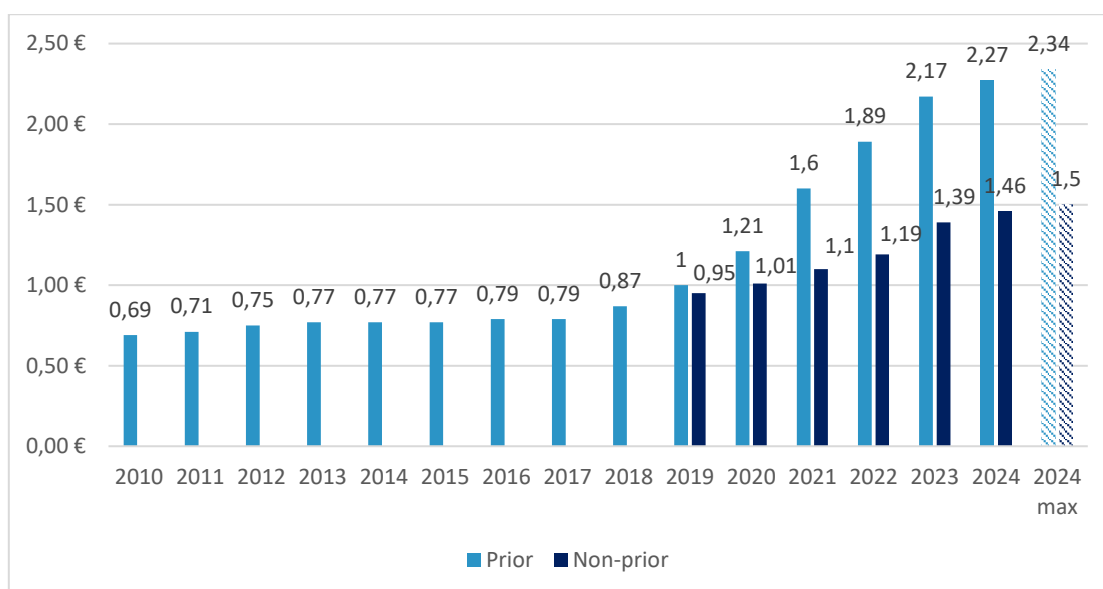
4.2.2.3. Tarifs pour les petits utilisateurs du prestataire du service universel

82. Le tarif nominal pour une lettre domestique non prior (distribution dans les trois jours ouvrables) et une lettre domestique prior (distribution le jour ouvrable suivant) de moins de 50 grammes en Belgique a enregistré une croissance significative ces dernières années.
83. En observant la tendance depuis 2010, nous constatons que le prix unitaire du timbre prior a connu une augmentation de 229 %. Pour le prix par 10 timbres, le phénomène est encore plus marqué : l'augmentation cumulée est de 280 %. Comparativement, l'inflation cumulée (IPCH)²⁹ en Belgique entre 2010 et 2023 s'élève à 36,9 %.

²⁹ Indice des prix à la consommation harmonisé.

84. On peut constater une nette augmentation sous la nouvelle loi relative aux services postaux du 26 janvier 2018 et sa formule de price cap. Ainsi, la croissance annuelle moyenne (CAGR) du timbre à l'unité est passée de 1,9 % sur la période 2010-2017 à 16,3 % sur la période 2017-2024.
85. Nous constatons également des hausses tarifaires importantes pour le timbre non prior, introduit en 2019, plus particulièrement une augmentation de 53,7 %, de 0,95 euro en 2019 à 1,46 euro en 2024.
86. Pour 2024, en fonction d'un nouveau dépassement de l'indice pivot, bpost peut appliquer une augmentation supplémentaire jusqu'à 2,34 euros pour le timbre prior et 1,5 euro pour le timbre non prior (tous deux au tarif unitaire).

Figure 20. Prix du service pour le timbre domestique prior et non prior (à l'unité) < 50 g (€)



Source : IBPT

87. La figure 21 ci-dessous montre les prix les plus bas des différents services de prestation d'acheminement et de distribution de lettres au format standard des 27 États membres de l'Union Européenne et du Royaume-Uni pour une livraison au jour ouvrable suivant (J+1)³⁰.
88. En 2024, la médiane européenne³¹ pour l'affranchissement d'une lettre domestique est de 1,27 €, le Danemark affichant les prestations les plus coûteuses (4,69 €) et Malte les plus abordables (0,38 €). Au Danemark, la valeur aberrante de 4,69 euros s'explique en partie par le fait que le prior a été supprimé du service universel, ce qui signifie également que le tarif

³⁰ L'Espagne n'a pas de courrier prior J+1. Il s'agit donc du tarif du service non prior qui est repris dans le tableau (J+3). C'est également le prix du service non prior qui est repris dans ce tableau pour la Finlande pour l'année 2024 car le nouveau service prior n'est plus comparable avec le service que l'on a connu avant.

La première catégorie de poids disponible pour l'envoi des lettres peut également différer d'un pays à l'autre (20 g – 50 g – 100 g).

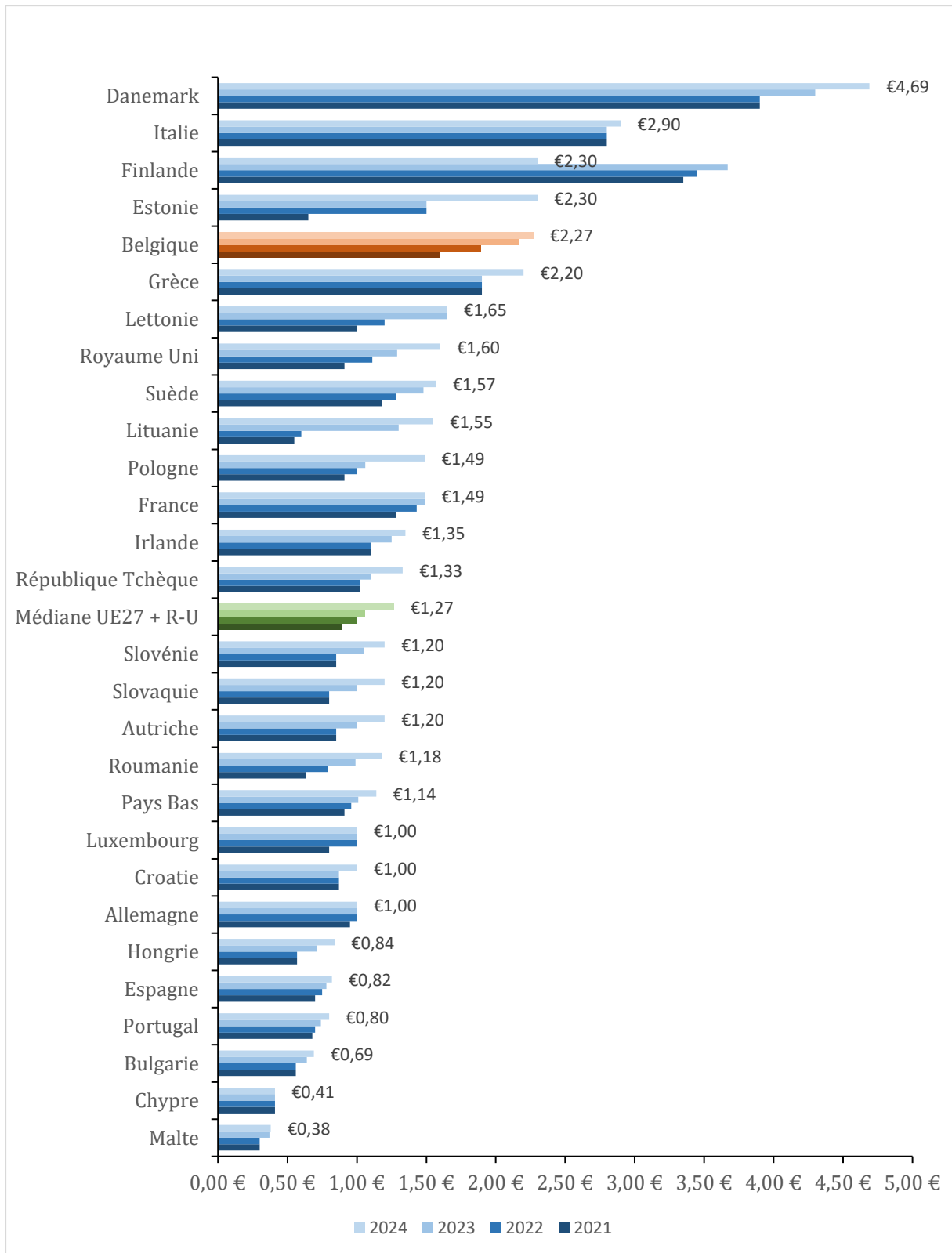
³¹ L'utilisation de la médiane est liée à la présence de valeurs extrêmes (Danemark et Italie) qui affecteraient trop fortement la moyenne.

inclut la TVA (s'élevant à 25 %³²). La Belgique occupe la 5^e place (1 euro au-dessus de la médiane) des pays les plus chers. Elle était encore troisième un an auparavant. Une étude comparative précédente à l'échelle européenne réalisée par l'IBPT³³ soulignait également cette problématique, et ce sur la base d'un modèle de régression qui permet de prédire les tarifs sur la base des caractéristiques d'un pays (comme le volume par habitant, la superficie du pays, la densité de population, les coûts salariaux, etc.). Il ressort du résultat, vu les paramètres de la Belgique, que l'on pourrait s'attendre à un tarif du timbre prior significativement plus bas. En ce qui concerne le timbre non prior, il y a également une différence, mais pas encore considérable, entre le tarif attendu et le tarif réel.

³² 0,94 euro du tarif de 4,69 euros est donc de la TVA.

³³ Communication du 21 mai 2024 concernant une étude comparative des prix sur les tarifs unitaires 2020-2023 pour le courrier postal prior et non prior ainsi que les colis de 2 kg offerts par le prestataire du service universel | IBPT

Figure 21. Prix du service lettre domestique standard en Europe (€) (tarifs mentionnés de 2024)



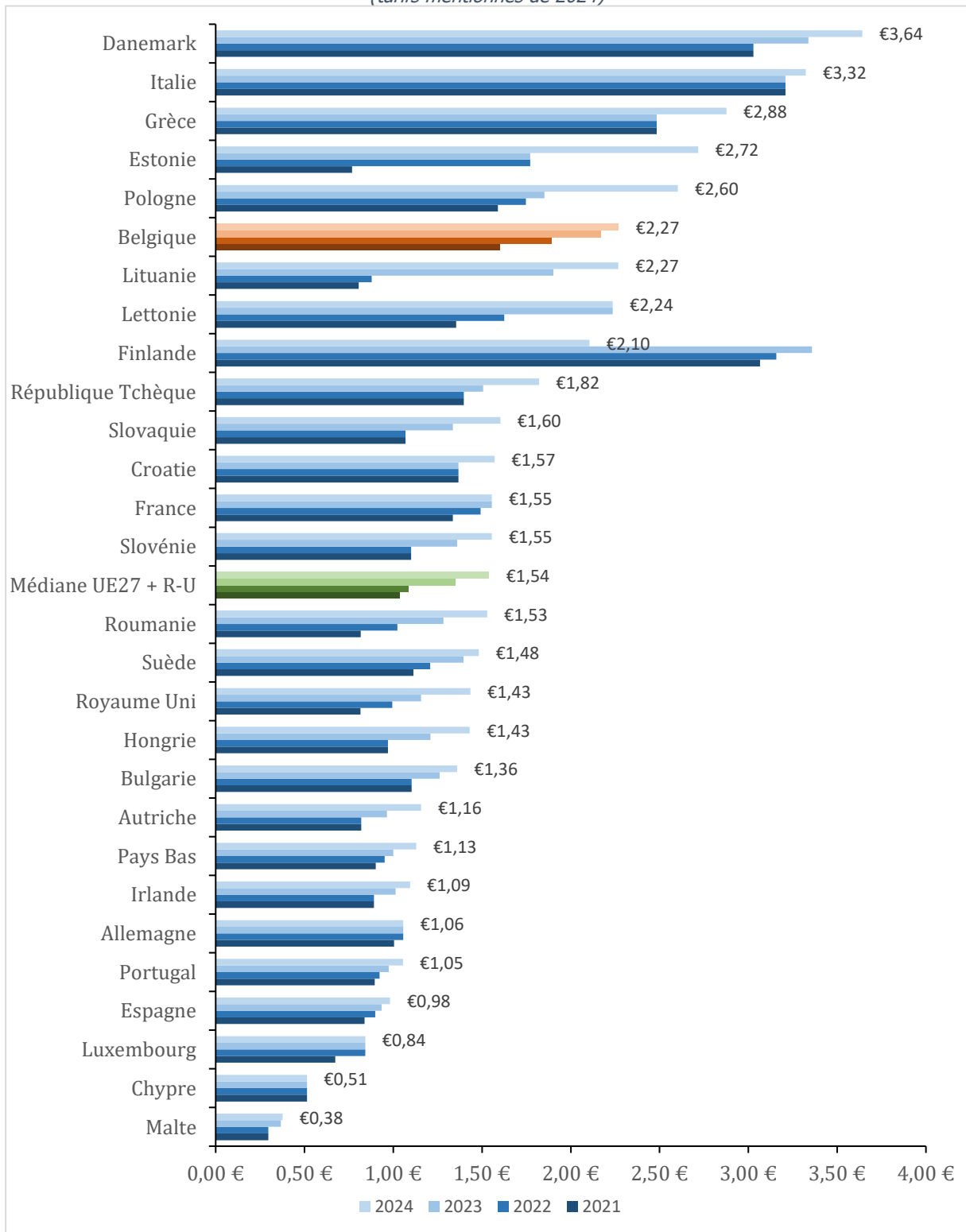
Source : IBPT

89. Une comparaison similaire peut être effectuée pour les prix de la prestation d'acheminement et de distribution de la lettre au format standard en exprimant les tarifs des différents pays en parité de pouvoir d'achat (PPA)³⁴. Il s'agit d'une mesure permettant de neutraliser les écarts de niveau de vie entre les pays.

90. Lorsque les écarts de niveau de vie sont neutralisés, la médiane européenne se retrouve alors à 1,54 €. La Belgique reste largement au-dessus du niveau de cette médiane (2,27 €) avec une 6^e place (partagée avec la Lituanie) par rapport à la 5^e place en 2023, la 6^e place en 2022 et la 7^e place avant cela. Le Danemark reste le pays le plus cher (3,64 €) et Malte le moins cher (0,38 €).

³⁴ Pour réaliser cette figure, l'IBPT s'est basé sur les valeurs nominales présentes à la figure précédente, ainsi que les données d'Eurostat (<https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/tec00120/default/table?lang=en>) de 2022 et a pris la Belgique comme point d'étalonnage.

Figure 22. Prix exprimés en parité du pouvoir d'achat (PPA) du service lettre domestique standard en Europe (€) (tarifs mentionnés de 2024)



Source : IBPT

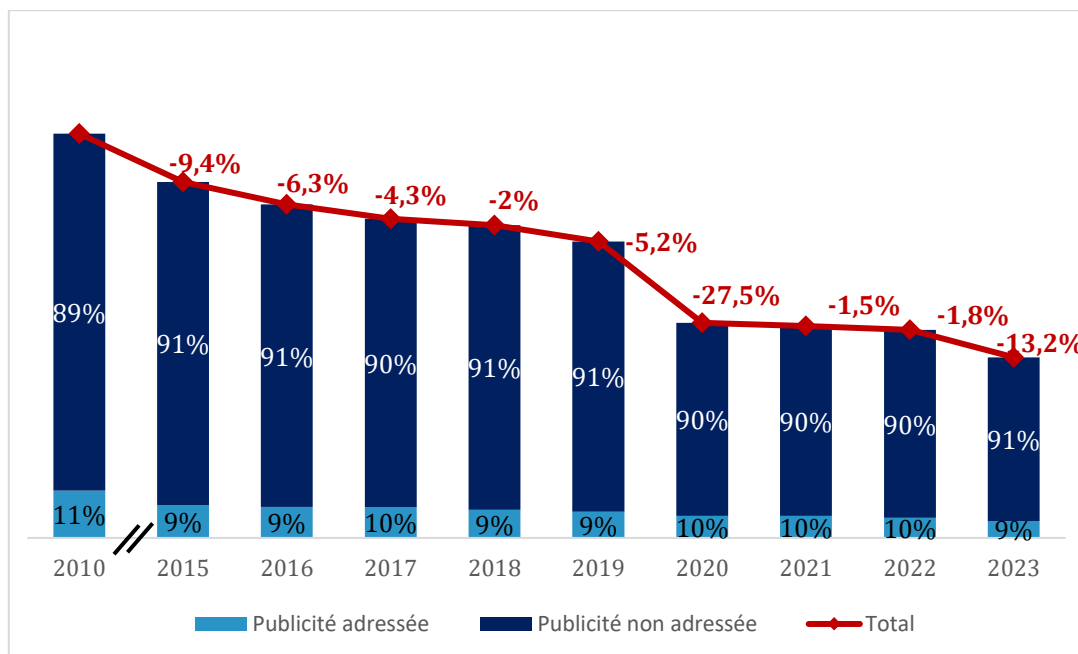
4.2.3. Courrier publicitaire adressé

91. Le courrier publicitaire adressé fait, au même titre que le courrier transactionnel, partie du segment de la poste aux lettres. Le courrier publicitaire non adressé n'en fait en revanche pas partie dans la mesure où la distribution d'envois non adressés ne constitue pas un service postal. Néanmoins, il est pris en compte dans le cadre de cette partie afin d'avoir une vue d'ensemble de l'évolution concernant la publicité papier (adressée ou toutes-boîtes) que le citoyen retrouve régulièrement dans sa boîte aux lettres. En ce qui concerne ces publicités non adressées, de plus en plus de livreurs s'inquiètent dans le cadre de notre enquête de la diversité de taxes communales appliquées à cette forme de publicité. Il s'agit d'une taxe locale sur la distribution d'imprimés non adressés. Non seulement le montant varie considérablement, et dépasse même largement le coût de la distribution dans certaines communes, mais la manière dont il est perçu diffère également. Certaines communes facturent cette taxe au distributeur (sur base annuelle) au lieu de l'expéditeur. Le distributeur doit alors récupérer ce montant par la suite auprès de son client, à savoir l'expéditeur. Les distributeurs de publicités non adressées interrogés sont par conséquent demandeurs d'une uniformité sur l'ensemble du territoire national.

4.2.3.1. Volumes

92. Le volume de la publicité papier connaît depuis 2010 une diminution continue. Cela s'est particulièrement accentué en 2020, avec une baisse de 27,6% par rapport à 2019 (ce résultat est évidemment encore lié à la pandémie puisque les promotions ont été temporairement interdites pendant le confinement). Cependant, la baisse a été relativement modérée en 2021 et 2022, avec respectivement -1,3% et -1,8% sur base annuelle, mais était à nouveau importante en 2023, avec -13,2%. La répartition des volumes reste pratiquement identique depuis 2010, avec environ 10% pour le courrier adressé et 90% pour le volume de courrier non adressé.

Figure 23. Évolution des volumes de publicité adressée

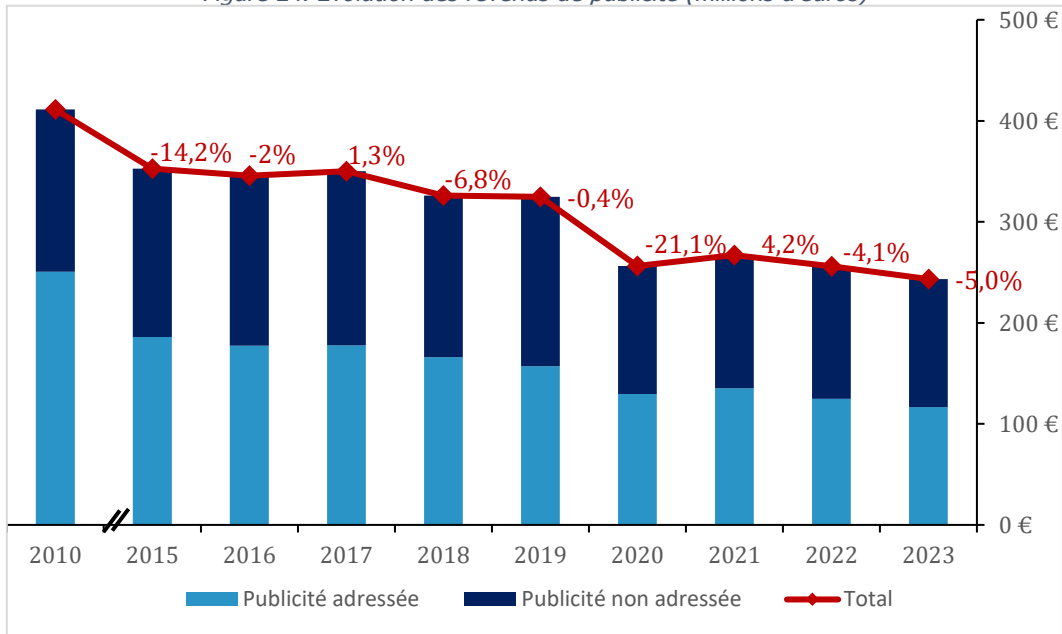


Source : IBPT

4.2.3.2. Revenus

93. Les revenus de la publicité adressée et non adressée ont connu également de nombreuses diminutions dans la période 2010-2023, même si elles sont en général plus limitées que les pertes annuelles de volumes. La baisse sur base annuelle la plus importante est survenue en 2020 (21,2%). Seules les années 2018 (1,3%) et 2021 (4,2%) ont connu une augmentation sur base annuelle. En 2023, la baisse des revenus par rapport à 2022 est de 5%.

Figure 24. Évolution des revenus de publicité (millions d'euros)



Source : IBPT

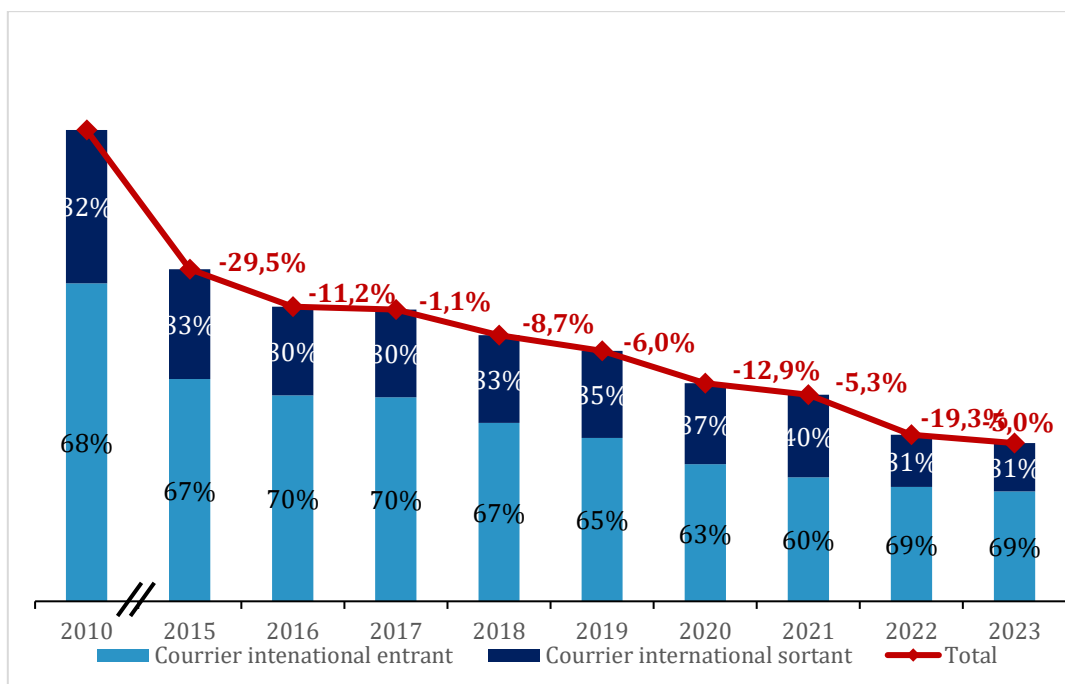
4.2.4. Courrier international

94. En plus des envois postaux transactionnels et des envois publicitaires adressés, la poste aux lettres est également composée d'une troisième et dernière catégorie de courrier, à savoir le courrier international. Le courrier international renvoie aux flux d'envois de correspondance de moins de 2 kg échangés entre la Belgique et l'étranger. Ces flux peuvent aussi bien être entrants (« international inbound »), le courrier concerné devant être distribué en Belgique, que sortants (« international outbound »). Dans le cas du courrier international sortant, il s'agit du courrier expédié depuis la Belgique à destination d'autres pays.

4.2.4.1. Volumes

95. La figure 25 décrit l'évolution des volumes des courriers internationaux entrants et sortants depuis 2010. Elle permet notamment d'identifier la variation de la proportion des deux types de courriers d'une année à l'autre. On se retrouve en 2023 avec une proportion de 31% pour le courrier international sortant et 69% pour le courrier international entrant. Cependant, le volume global d'envois de correspondances internationales entrants et sortants a constamment diminué. L'année 2023 ne fait pas exception puisqu'on y enregistre une baisse annuelle des volumes de 5%.

Figure 25. Évolution des volumes de courrier international



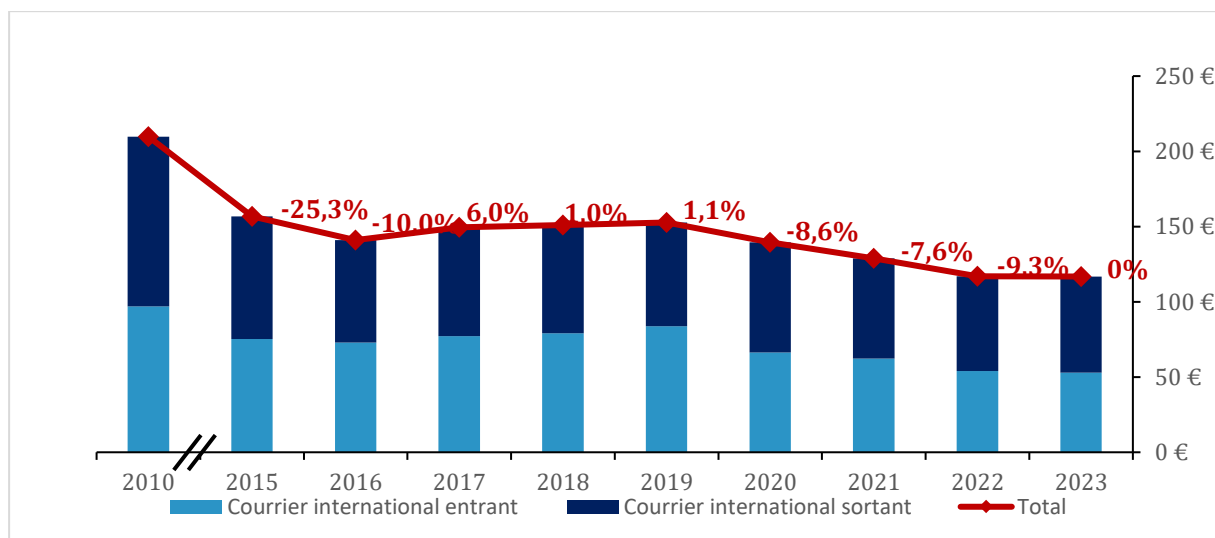
Source : IBPT

4.2.4.2. Revenus

96. Les revenus de la poste aux lettres en provenance ou à destination de l'étranger sont relativement variables depuis 2010. On enregistre d'importantes baisses, tout d'abord entre 2010 et 2015 (-25,3% sur 5 ans) et en 2016 (-10%). Les années 2017, 2018 et 2019 connaissent, quant à elles, des augmentations modérées (respectivement 6%, 1% et 1,1%). Enfin, les années 2020, 2021 et 2022 connaissent trois baisses importantes (respectivement -8,6%, -7,6% et -9,3%³⁵). L'année 2023 connaît un *statu quo* par rapport à 2022 (+0%). Les pourcentages de baisses et de hausses liés aux volumes et aux revenus contrastent largement : les revenus ont des pourcentages moins importants, probablement liés à des prix plus élevés ou un mélange de produits différents (plus grands formats, destinations plus lointaines).

³⁵ Pour 2022, ce chiffre s'explique notamment par le retrait de G3 Worldwide de notre observatoire, qui enregistrait des volumes et revenus d'envois de correspondance sortants.

Figure 26. Évolution des revenus provenant du courrier international (millions d'euros)

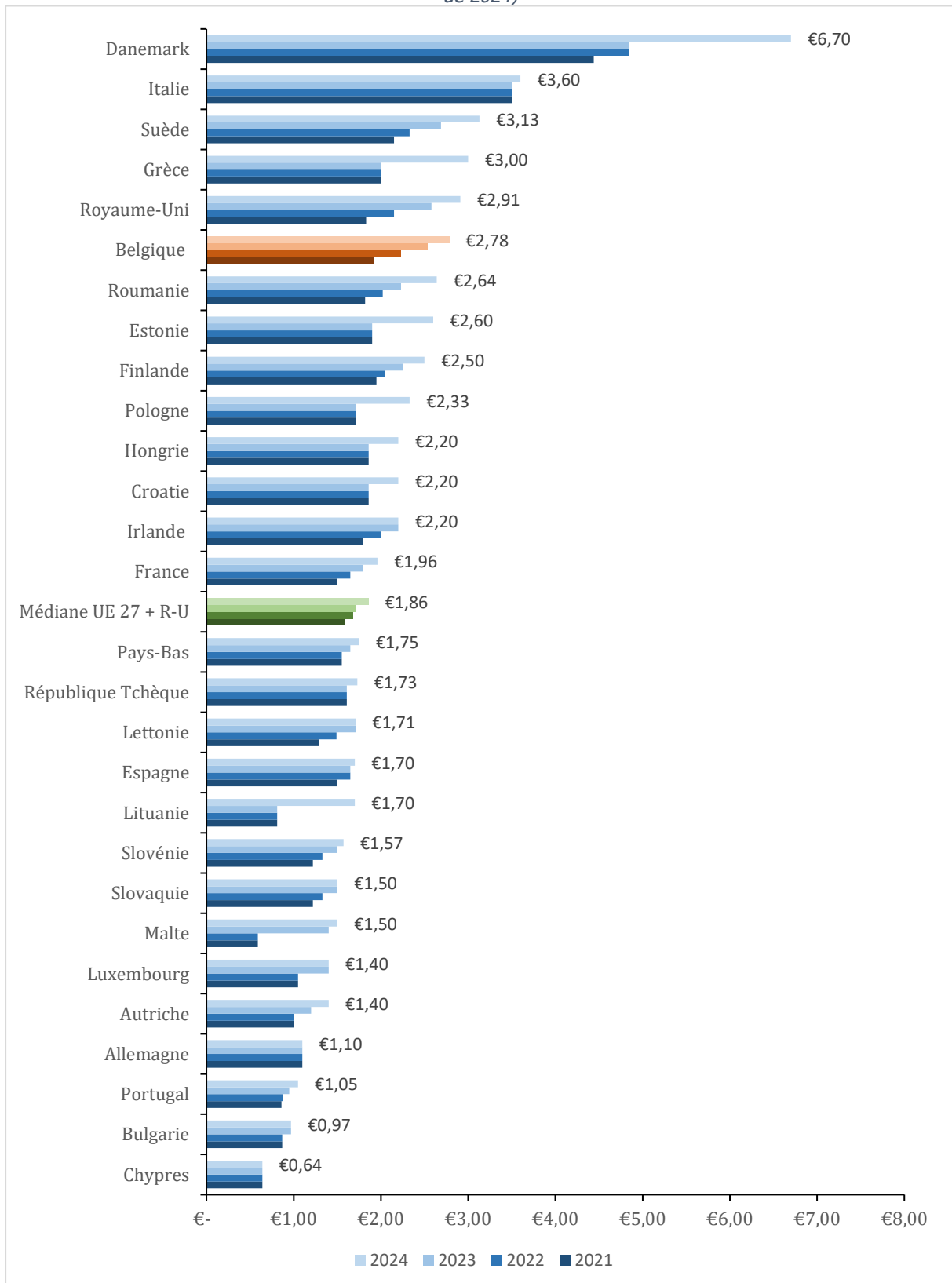


Source : IBPT

4.2.4.3. Tarifs pour les petits utilisateurs du prestataire du service universel

97. Lorsqu'on compare les prix des différents prestataires du service universel en Europe en ce qui concerne le service des lettres standard intra-UE, on constate que la Belgique est au-dessus de la médiane européenne (respectivement 2,78 € et 1,86 €). La Belgique occupe aujourd'hui la 6^e place du classement, tandis qu'elle occupait la 5^e place une année auparavant. Elle était encore 12^e de ce classement en 2020. Le pays le plus cher à ce niveau reste le Danemark (6,70 €) et le pays avec le service international le plus abordable est aujourd'hui Chypre (0,64 €).

Figure 27. Prix du service lettre standard intra-européen en Europe (en valeur nominale) (€) (Tarifs mentionnés de 2024)

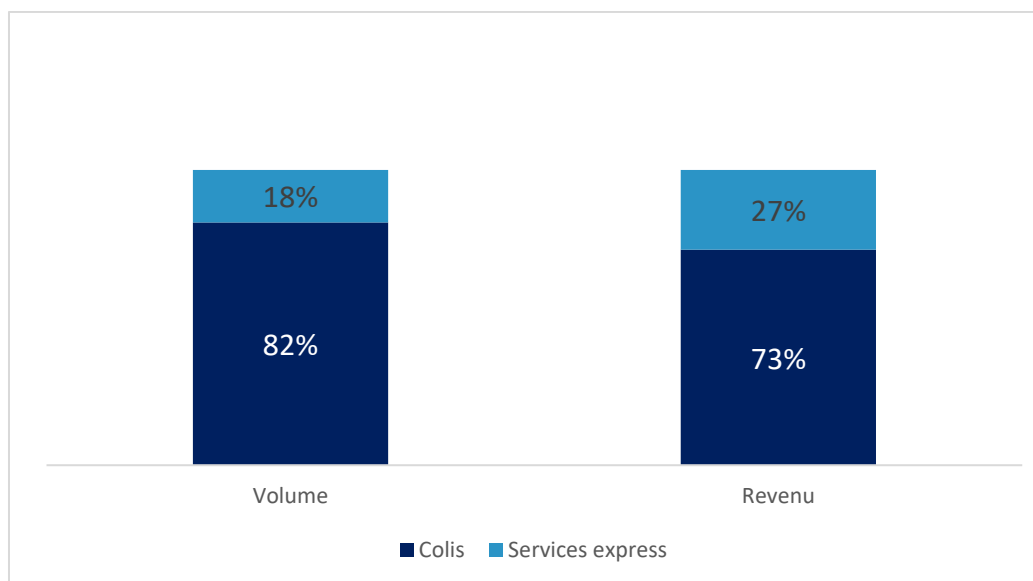


Source : IBPT

4.3. Focus sur le segment des colis et des envois express et sur l'e-commerce

98. La croissance de l'e-commerce en Belgique et ailleurs fait que le segment des colis et des envois express prend toujours plus d'importance sur le marché postal. Comme déjà indiqué précédemment dans le graphique sur l'importance des différents segments (voir 4.1.3), nous constatons depuis 2017 que le segment des colis et des services express est devenu le plus important. Aujourd'hui, ce segment est déjà deux fois plus grand que le segment des envois de correspondance en termes de chiffre d'affaires.
99. Ce chapitre abordera tant l'évolution du marché des colis que celle du marché des services express³⁶ ; ils seront donc analysés conjointement. Toutefois, la proportion est clairement à l'avantage des colis, avec 82 % en ce qui concerne les volumes, contre 18 % pour les envois express, et 73 % en termes de revenus, contre 27 % pour les envois express (cette plus grande part en termes de revenus, comparé au volume, est naturellement dû au fait que les envois express sont naturellement souvent plus chers).

Figure 28. Ratio entre colis et envois express en termes de volume et de chiffre d'affaires (2023)



Source : IBPT

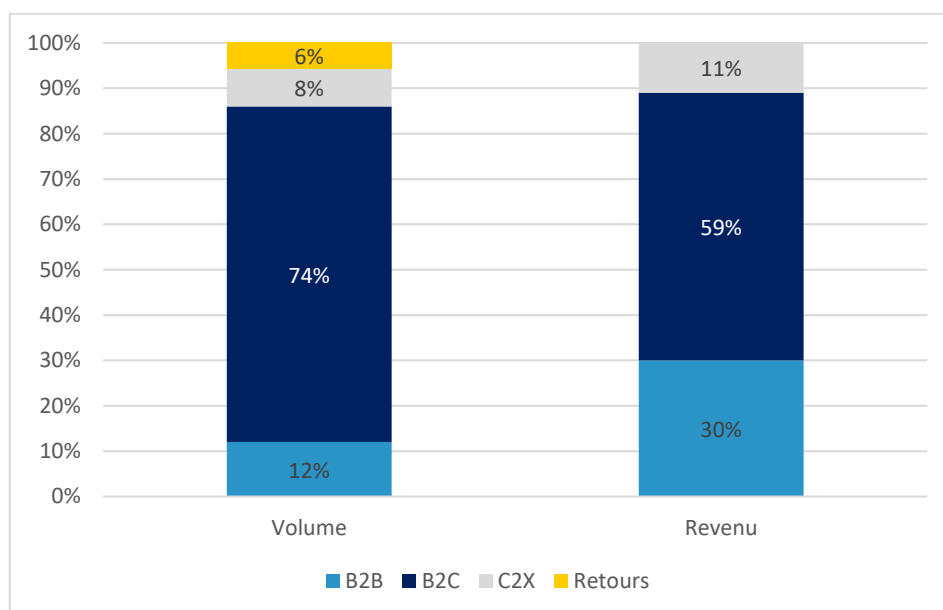
100. Bien que certains acteurs soient actifs dans des segments spécifiques (B2B, B2C, C2X), le type de destinataire reste difficile à identifier avec certitude pour l'opérateur. Sur la base des réponses de 12 opérateurs à notre enquête, nous avons toutefois pu déjà avoir une indication. Ainsi, l'on constate qu'environ 74 % du volume des colis et services express en 2023 a été envoyé par un utilisateur professionnel à un particulier (donc B2C). Environ 12 % concernait deux parties professionnelles, impliquant probablement des envois groupés (ainsi que des palettes de plus de 31,5 kg qui ne relèvent pas de la portée de la législation postale et donc

³⁶ Dans le cadre de l'observatoire, on entend par « envois express » les envois très sensibles au facteur temps et qui doivent être distribués avant une heure précise, choisie par l'expéditeur, et ce, souvent directement, sans passer par une tournée de distribution qui concerne également d'autres envois. Par exemple, par le biais d'une garantie de livraison, comme la garantie de livraison avant 9h, 10h ou 12h le jour suivant. En revanche, les colis standard, comme ils font partie d'une tournée de distribution régulière, sont souvent distribués en J+1 (pour les envois nationaux).

de cet observatoire). Dans environ 8 % des cas, le colis était envoyé par un particulier (C2X), et dans les autres cas (environ 6 %) il s'agissait de retours. Même dans ce contexte (postal), le segment B2B représente 30 % du chiffre d'affaires, contre néanmoins 59 % pour le B2C, les 11 % restants étant attribuables au C2X.

101. Le segment C2X semble gagner en importance, grâce, entre autres, à des sites web tels que Zememain.be et des applications telles que Vinted. En 2022, nos résultats montraient qu'environ 7 % du chiffre d'affaires était imputable aux envois par des particuliers.

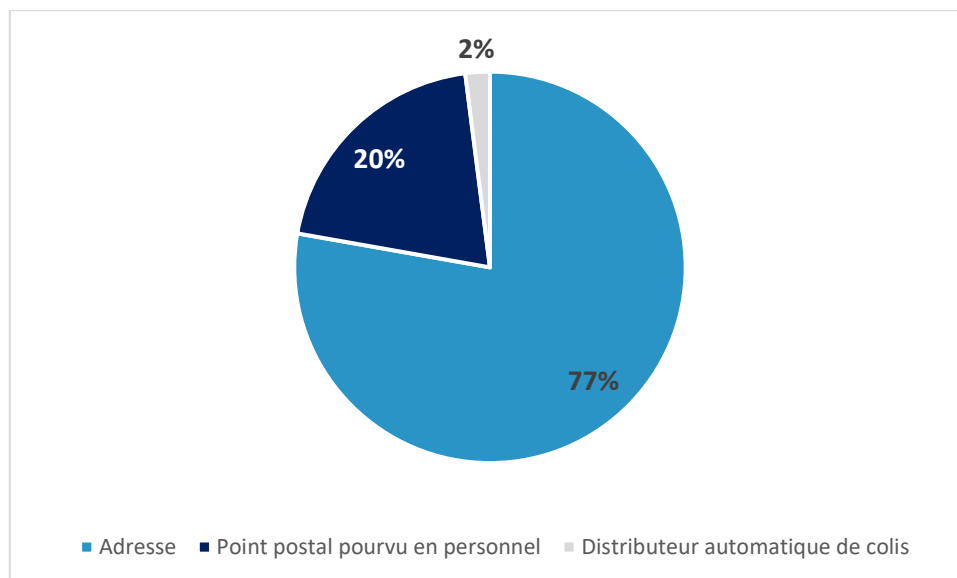
Figure 29. Rapport B2X, C2X et retours en termes de volume et de chiffre d'affaires (2023)



Source : IBPT

102. En ce qui concerne les modalités de livraison, nous constatons en 2023 sur la base des réponses de 12 opérateurs à notre enquête, qu'environ 77 % de tous les colis et envois express expédiés sont livrés à domicile (à des adresses données et non à des points de collecte). Les points de service postal pourvus en personnel reçoivent environ 20 %, tandis que les distributeurs automatiques de colis captent 2 % du volume. Ces proportions sont restées relativement constantes ces dernières années, la livraison à domicile restant l'option la plus populaire, bien que nous constatons une augmentation progressive de l'utilisation (relative) de distributeurs automatiques de colis. Nous abordons le réseau des opérateurs de manière détaillée à la section 6.

Figure 30. Ratio de distribution à l'adresse, dans un point postal pourvu en personnel et au distributeur automatique de colis (2023)



Source : IBPT

4.3.1. Volume

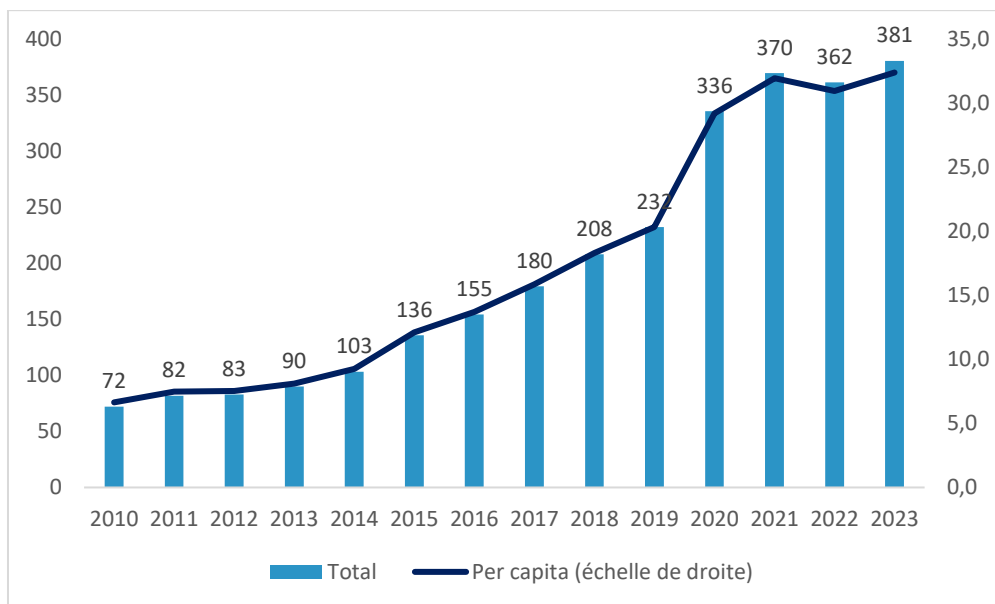
103. Le segment des colis et des envois express est celui qui a connu la plus grande évolution ces dernières années. Il a même profité en 2020 de la crise du coronavirus, lorsque les magasins physiques ont dû fermer leurs portes pour lutter contre la propagation du virus. Les consommateurs sont dès lors passés à d'autres solutions pour répondre à leurs besoins. Cela a entraîné une augmentation record en un an : +44,5 % entre 2019 et 2020. En 2021, la progression était déjà plus limitée : avec 10,2 %, elle est même inférieure au taux de croissance annuel moyen (CAGR) de 16 % mesuré sur la période 2010-2022. Pour 2022, nous avons constaté un plus grand renversement de tendance, vers même une croissance négative (-2,2 %). Pour la première fois depuis le début de l'observatoire, nous constatons une contraction du volume des colis et des envois express. L'inflation élevée qui a freiné les dépenses des consommateurs³⁷ n'y est naturellement pas étrangère. En 2023, on constate toutefois à nouveau une croissance, de 5,3 % à 381 millions d'unités. Il s'agit du plus haut niveau jamais mesuré.
104. Le nombre de colis postaux par habitant a évidemment suivi cette tendance ces 10 dernières années et a presque quintuplé, passant de 6,6 colis en moyenne à 32,4 colis par habitant sur une base annuelle. Dès lors, un colis ou un envoi express est envoyé tous les 12 jours (que le destinataire soit un consommateur ou non). Cependant, la Belgique est encore loin des pays où l'on enregistre le plus grand nombre de colis par habitant en Europe : comme l'Allemagne et les Pays-Bas qui affichent respectivement 53 et 54 colis par habitant en 2022³⁸. Pour plus d'informations et des comparaisons européennes plus approfondies concernant l'e-commerce, veuillez consulter l'étude de l'IBPT à ce sujet de 2023³⁹.

³⁷ <https://www.kbc.com/fr/economics/publications/l-inflation-freine-la-croissance-de-la-consommation-belge-mais-de-combien.html?zone=topnav>

³⁸ ERGP Report on Postal Core Indicator, 29 février 2024.

³⁹ <https://www.ibpt.be/consommateurs/publication/aspects-postaux-de-l-e-commerce>

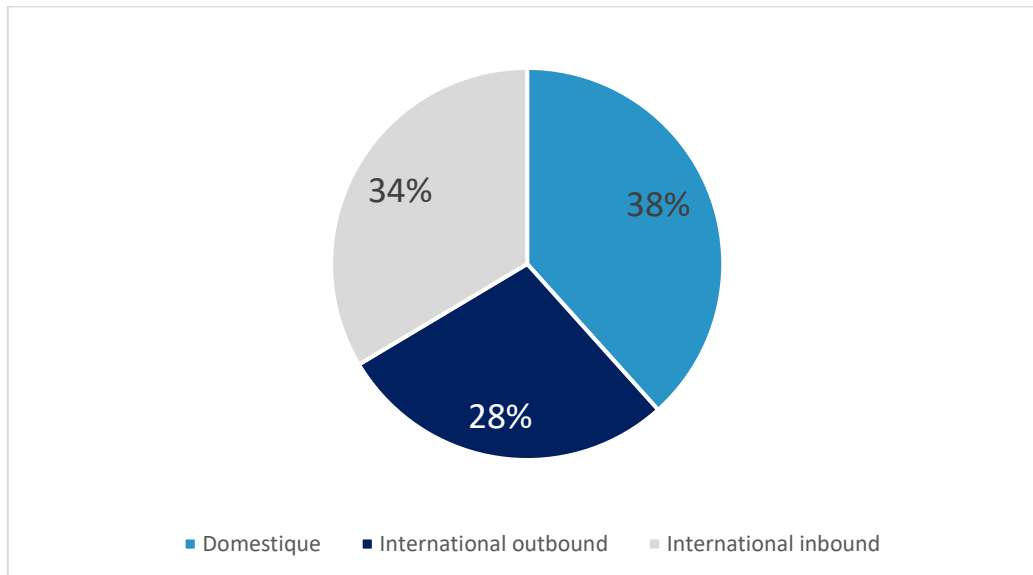
Figure 31. Évolution du volume de services express et de colis au total (en millions d'unités) et par habitant (par unité) par an



Source : IBPT

105. La figure suivante montre la répartition des colis et des envois express selon leur origine et leur destination. Ainsi, 38 % des envois de colis ou des envois express en 2023 sont des envois domestiques. Ils n'ont donc pas quitté le territoire national. L'article est allé d'une entité belge à une autre (personne physique ou entreprise). La part des envois internationaux entrants est de 34 %, celle des envois internationaux sortants est de 28 %. Ces rapports sont restés quasi constants au cours de ces dernières années. En Belgique, plus de colis sont donc importés qu'exportés. Dans la figure ci-dessous, nous devons encore constater que ceux-ci ne proviennent évidemment pas seulement de l'e-commerce, à savoir le B2C, mais évidemment également de l'important segment B2B et du (plus petit) C2X. Au sein de l'UE, nous voyons d'ailleurs, sur la base du rapport ERGP Core Indicators précité, que seule une poignée de pays ont plus de colis sortants qu'entrants (appelés « exportateurs nets »). Il s'agit entre autres de nos voisins allemands, qui ont typiquement un secteur de l'e-commerce fortement développé.

Figure 32. Répartition du volume de services express et de colis par envois domestiques, internationaux sortants et internationaux entrants (2023)

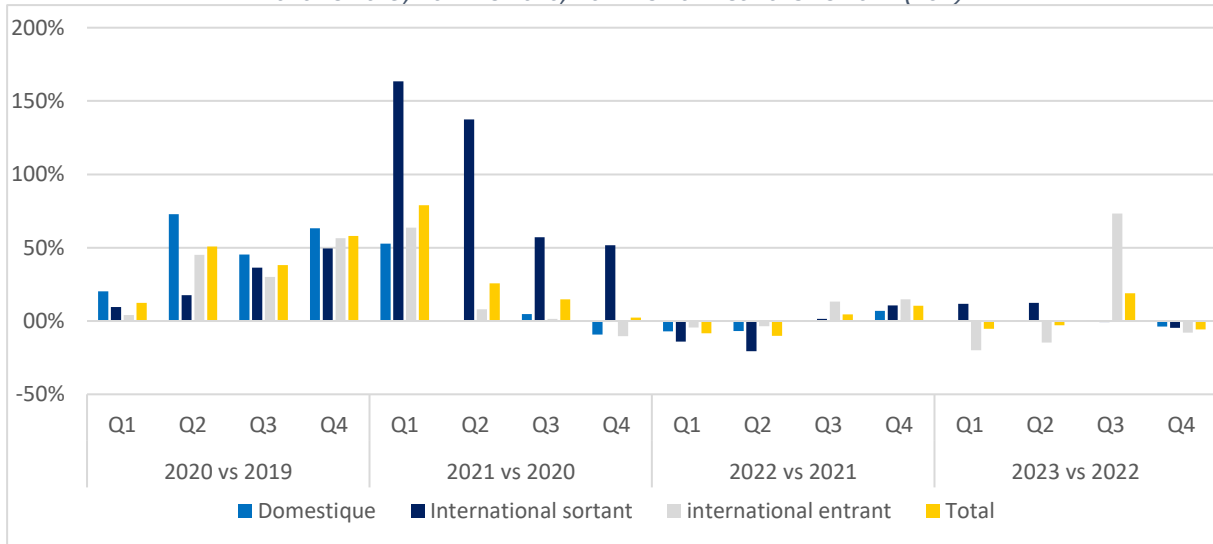


Source : IBPT

106. Si l'on examine le volume des échanges domestiques, « international outbound » (échanges internationaux sortants) et « international inbound » (échanges internationaux entrants) par trimestre, on constate des évolutions différentes tout au long de l'année 2020 en raison de la pandémie. Après le premier confinement, au deuxième trimestre (Q2), nous avons particulièrement constaté une augmentation du volume domestique. Tout au long du Q2 2020, le volume domestique a même augmenté de 72,7 % par rapport au Q2 2019. Au cours de ce deuxième trimestre, l'international outbound, les colis internationaux sortants, n'ont augmenté « que » de 17,5 %, tandis que l'international inbound, les colis internationaux entrants, ont augmenté de 45,1 %. L'augmentation globale pour le deuxième trimestre, soit 50,9 %, comme indiqué dans la section 2, masque donc diverses évolutions sous-jacentes. Au cours des troisième et quatrième trimestres également, la croissance la plus forte a été enregistrée dans les services intérieurs de colis et des envois express, mais la différence avec les autres catégories, internationales, a été plus limitée.
107. En 2021, nous constatons une autre évolution par rapport à 2020. Au premier trimestre, en faisant la comparaison avec le Q1 2020 (qui avait encore à peine subi l'impact du premier confinement) nous avons observé une forte croissance de toutes les catégories (en moyenne +78,9 %), principalement celle des envois sortants. Aux trimestres suivants, la croissance s'est toutefois systématiquement effritée. En 2022, nous observons même une croissance totale négative lors des deux premiers trimestres (-8,3 % au Q1 et -10,1 % au Q2). Ceci s'explique notamment par une forte évolution négative des envois internationaux sortants, qui avaient tout juste stimulé la croissance un an plus tôt. Au Q3 2022, on observe une reprise de la croissance totale (4,5 %), qui s'accroît davantage au dernier trimestre (10,5 %), les colis et envois express intérieurs, sortants et entrants enregistrant des valeurs positives (respectivement +7 %, +10,7 % et +14,9 %).
108. Pour 2023, c'est surtout le résultat du 3^e trimestre qui saute aux yeux, par rapport à 2022, et ce spécifiquement pour les envois entrants – qui affichaient encore une perte lors des deux

premiers trimestres – avec une augmentation de 73,3 %. Au cours du quatrième trimestre, on assiste à nouveau à une diminution vis-à-vis de la même période un an plus tôt pour les envois domestiques, entrants et sortants.

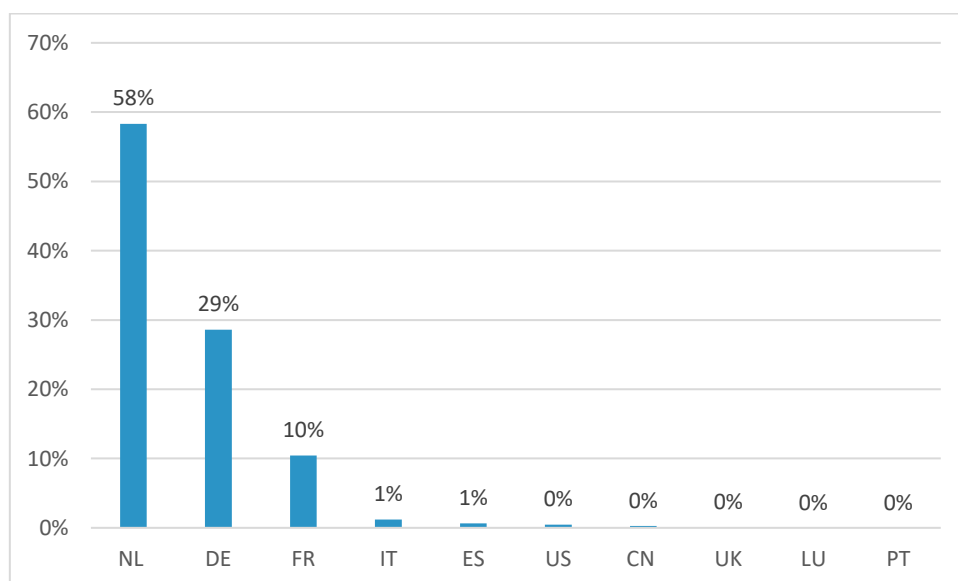
Figure 33. Comparaison des volumes trimestriels nationaux, international outbound et international inbound de 2020 vs 2019, 2021 vs 2020, 2022 vs 2021 et 2023 vs 2022 (YoY)



Source : IBPT

109. La figure 34 ci-dessous nous permet, sur la base des réponses de sept opérateurs, d’obtenir une image plus précise de l’origine des colis entrants. Cette figure présente la répartition relative du volume pour les dix pays les plus populaires. Sans surprise, ce sont les pays limitrophes qui sont à l’origine de pratiquement tous les colis et envois express entrants. Dans ce cadre, plus de la moitié du volume du top 10 provient des Pays-Bas, suivis par l’Allemagne avec environ 1/3 du volume et la France avec 1/10 du volume.

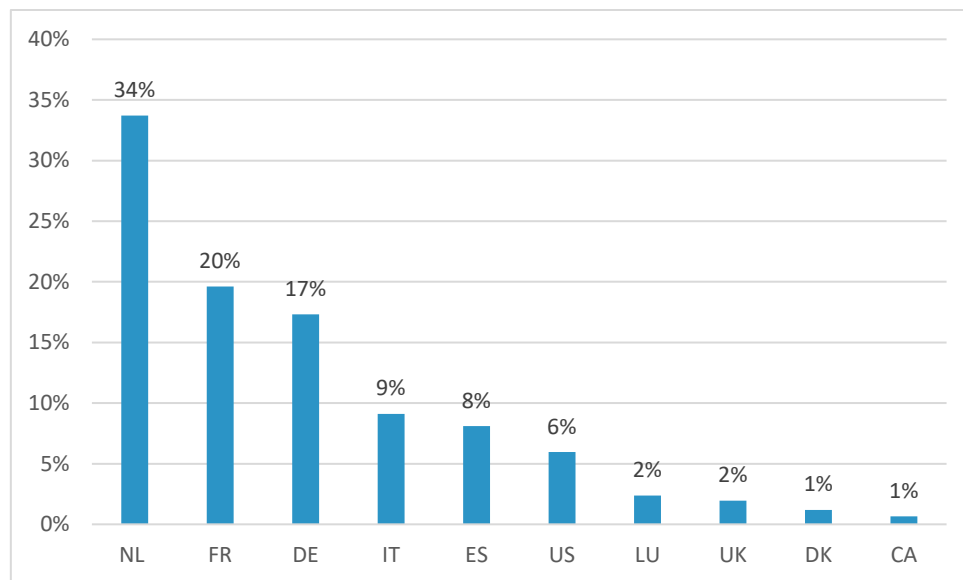
Figure 34. Répartition des colis et envois express entrants (inbound) selon les dix premiers pays (2023)



Source : IBPT

110. En ce qui concerne les envois sortants, nous constatons, de nouveau sur la base de sept réponses, que les Pays-Bas sont la destination la plus populaire, représentant environ 1/3 du volume. La France et l'Allemagne représentent quant à elles 1/5 du volume de colis et d'envois express.

Figure 35. Répartition des colis et envois express sortants (outbound) selon les dix premiers pays (2023)

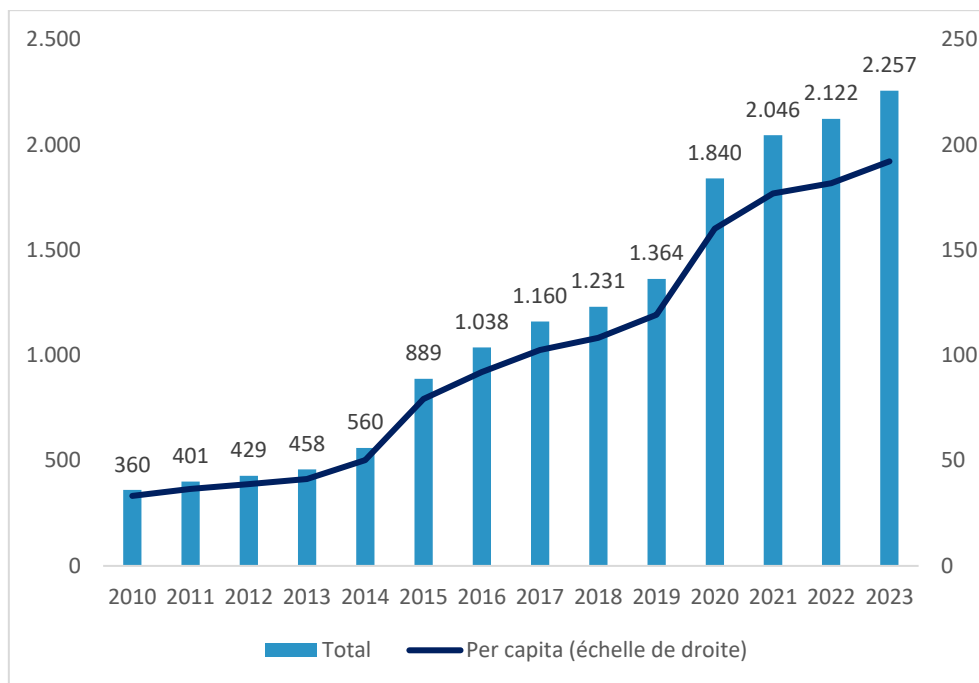


Source : IBPT

4.3.2. Revenus

111. Nous constatons une augmentation du chiffre d'affaires en 2022, contrairement au volume. Cette croissance se poursuit en 2023, de 6,4 % pour 2 257 millions d'euros. Elle reste toutefois sous la croissance moyenne pondérée de ces 13 dernières années, qui s'élevait à pas moins de 15,2 %. Ce chiffre d'affaires représente 192 € par personne et par an en moyenne en 2023, soit près de six fois le niveau de 2010.

Figure 36. Évolution du chiffre d'affaires dans le segment des services express et des colis (millions d'euros) et par habitant (euros) par an

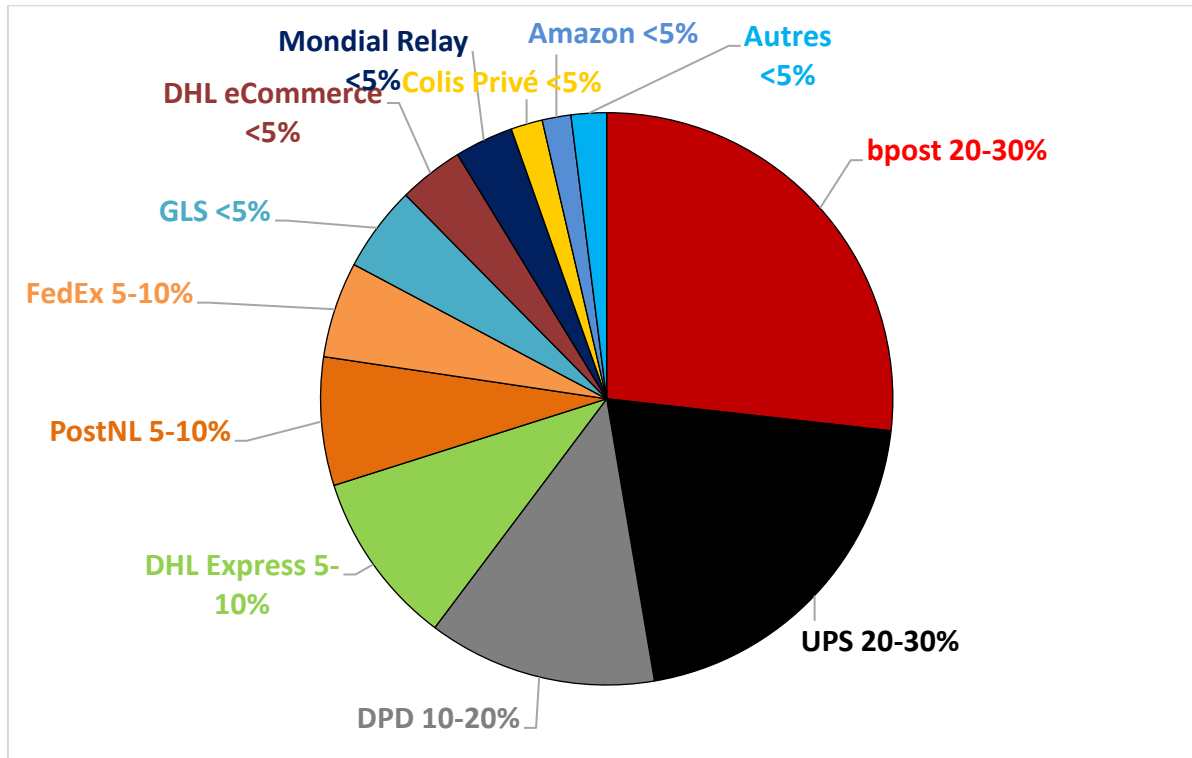


Source : IBPT

4.3.3. Parts de marché

112. La figure 37 ci-dessous montre les parts de marché des différents acteurs du segment des colis et des services express en fonction du chiffre d'affaires en 2023. Ainsi, bpost, United Parcel Service et DPD possèdent chacun plus de 10 % de parts de marché et représentent ensemble environ 60 % de parts de marché. Ensuite, DHL Express, PostNL et FedEx (TNT inclus entre-temps) détiennent chacun entre 5 % et 10 % de parts de marché. Les autres opérateurs détiennent chacun moins de 5 % de parts de marché.

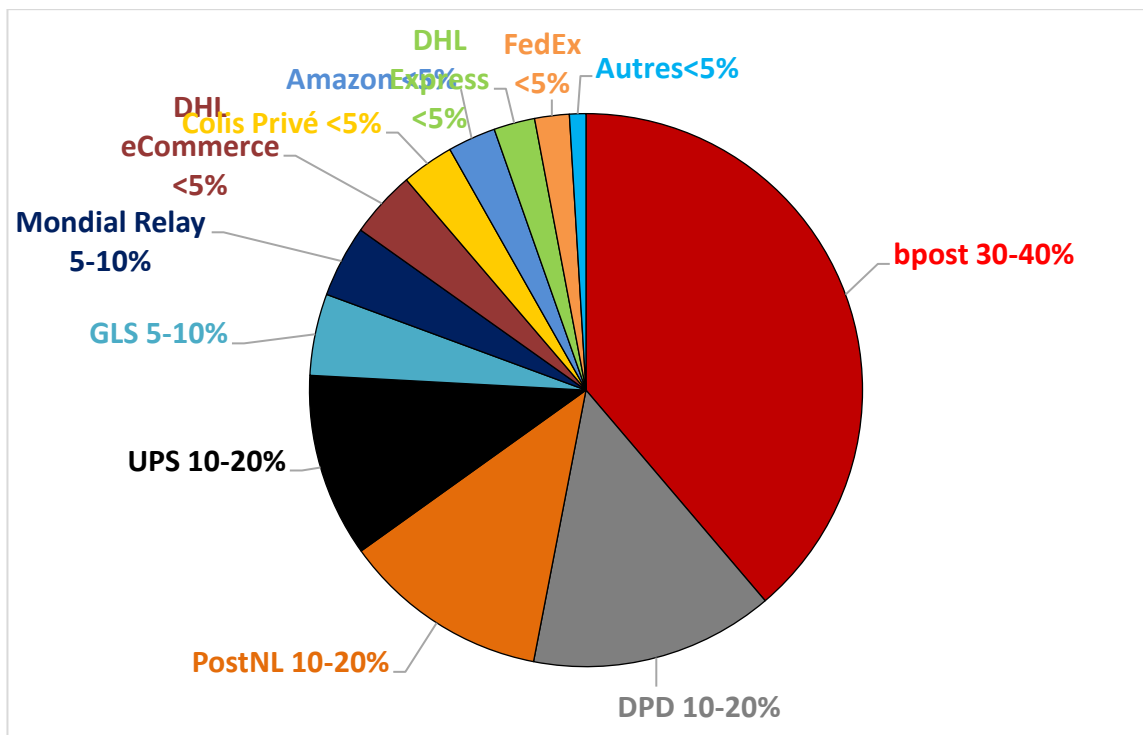
Figure 37. Parts de marché sur la base du chiffre d'affaires dans le segment des colis et des envois express (2023) (%)



Source : IBPT

113. Une analyse similaire avec les parts de marché peut être faite sur la base du volume, ce qui donne des résultats différents. Ainsi, bpost détient la plus grande part de marché avec plus de 30 % en termes de volume. DPD, PostNL et United Parcel Service possèdent chacun au moins 10 % de parts de marché. GLS et Mondial Relay détiennent 5 à 10 % de part de marché et les autres acteurs ont chacun une part de marché inférieure à 5 %. Changements importants par rapport à 2022 : PostNL devient le 3^e acteur le plus important en termes de volume, GLS est passé à la catégorie de 5-10 % de part de marché et Colis Privé ainsi qu'Amazon ont obtenu respectivement la 8^e et la 9^e plus grande part de marché en termes de volume.
114. S'agissant des acteurs du marché spécialisés dans le service express, on remarque qu'ils réalisent généralement des volumes plus faibles, mais appliquent des prix plus élevés. Ainsi, UPS, FedEx et DHL Express ont une part de marché plus faible en volume par rapport aux pourcentages de parts de marché en termes de chiffre d'affaires. L'effet inverse se produit également. Ainsi, certains acteurs se concentrant sur le segment des colis réaliseront un volume plus important que certains de leurs concurrents parce qu'il s'agit d'un segment dans lequel les prix pratiqués sont plus bas. PostNL et bpost par exemple ont des pourcentages plus élevés en termes de parts de marché en volume qu'en chiffre d'affaires.

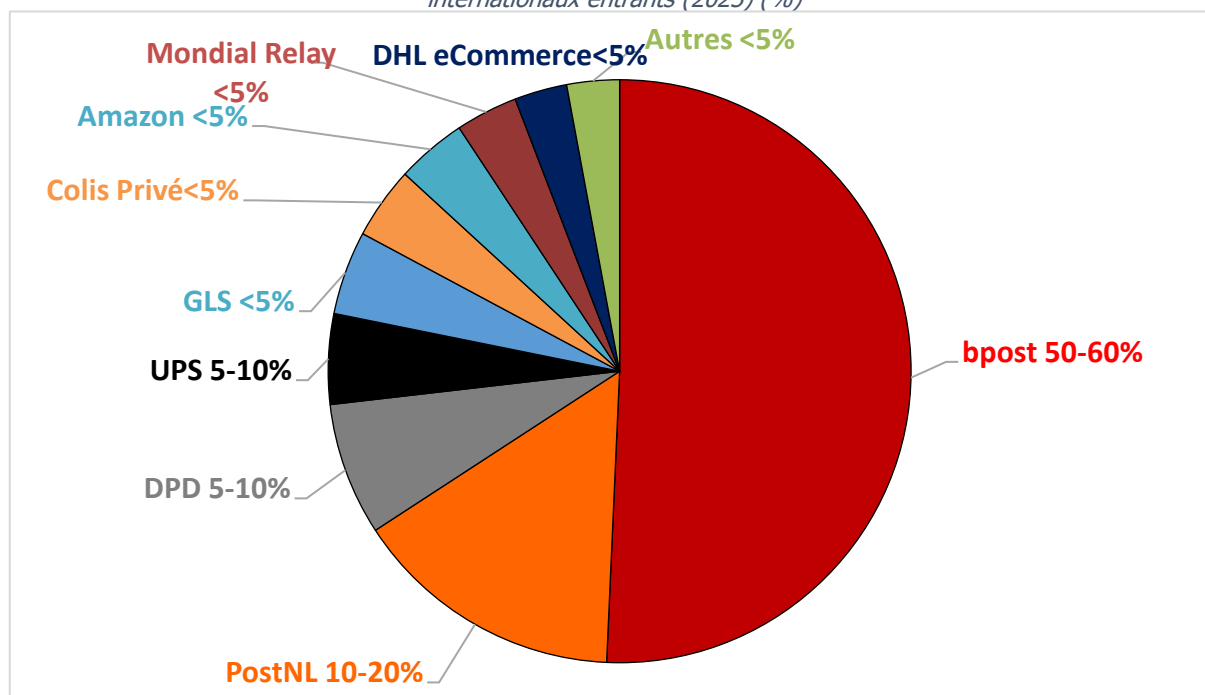
Figure 38. Part de marché sur la base du volume dans le segment des envois express et des colis (2023) (%)



Source : IBPT

115. Si nous nous penchons plus avant sur les parts de marché en termes de volume, on peut avoir un aperçu des colis distribués en Belgique. Il s'agit donc des envois nationaux ou internationaux entrants que nous voyons en particulier être distribués par les camionnettes arpentant nos rues. Dans ce segment spécifique, nous pouvons voir, par exemple, que la part de bpost augmente pour atteindre entre 50 % et 60 % en 2023. De même, nous constatons que PostNL bouge à la deuxième place, tandis que les acteurs internationaux (également actifs notamment dans le trafic international sortant) comme DPD et UPS ont une part nettement inférieure. Par rapport à 2022, on remarque dans cette figure la part de marché de bpost, qui dépasse désormais 50 %, mais aussi la progression de Colis Privé et d'Amazon dans le classement.

Figure 39. Part de marché sur la base du volume dans le segment des envois express et des colis intérieurs et internationaux entrants (2023) (%)



Source : IBPT

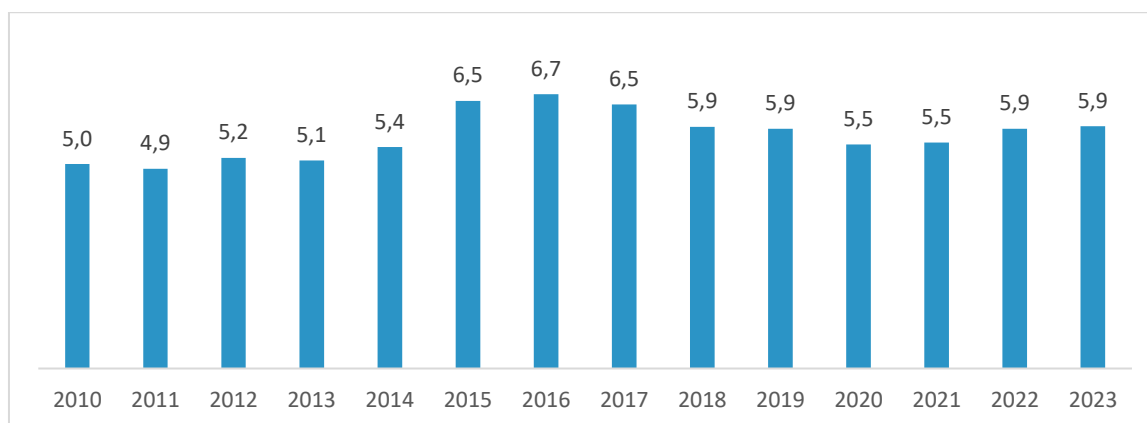
4.3.4. Tarif implicite

116. Lorsque l'on confronte le chiffre d'affaires et le volume, nous obtenons un tarif implicite (ARPU ou « average revenue per unit »). Il s'agit du tarif moyen par unité dans le segment pour tous les opérateurs, destinations et formats confondus. Le volume dans le segment des colis et des envois express a augmenté plus fortement que le chiffre d'affaires après 2016 et jusqu'en 2020, ce qui a réduit le tarif implicite. Depuis 2020, nous constatons toutefois une augmentation concernant le tarif implicite, probablement en raison d'une hausse de l'inflation. Les aspects suivants peuvent expliquer le niveau toujours inférieur de l'ARPU global par rapport à 2016 (figure 40) :

- 116.1. la croissance plus forte des volumes de colis standard que des volumes d'envois express plus coûteux ;
- 116.2. la croissance des volumes est essentiellement portée par les plus grands acteurs de l'e-commerce, qui ont l'avantage de pratiquer des prix plus bas ;
- 116.3. une concurrence plus forte dans un secteur en croissance où les économies d'échelle sont grandes incite les opérateurs à se préoccuper davantage de leur part de marché que de leur rentabilité immédiate.

117. Ces tarifs implicites diffèrent considérablement des tarifs obtenus à partir de l'analyse transfrontière⁴⁰. Toutefois, dans ce dernier cas, il s'agissait d'une partie très limitée du marché, à savoir les tarifs pour les petits utilisateurs (C2X), et l'accent était plus clairement mis sur les tarifs internationaux.

Figure 40. Tarif implicite dans le segment des envois express et des colis (2010-2023) (€)



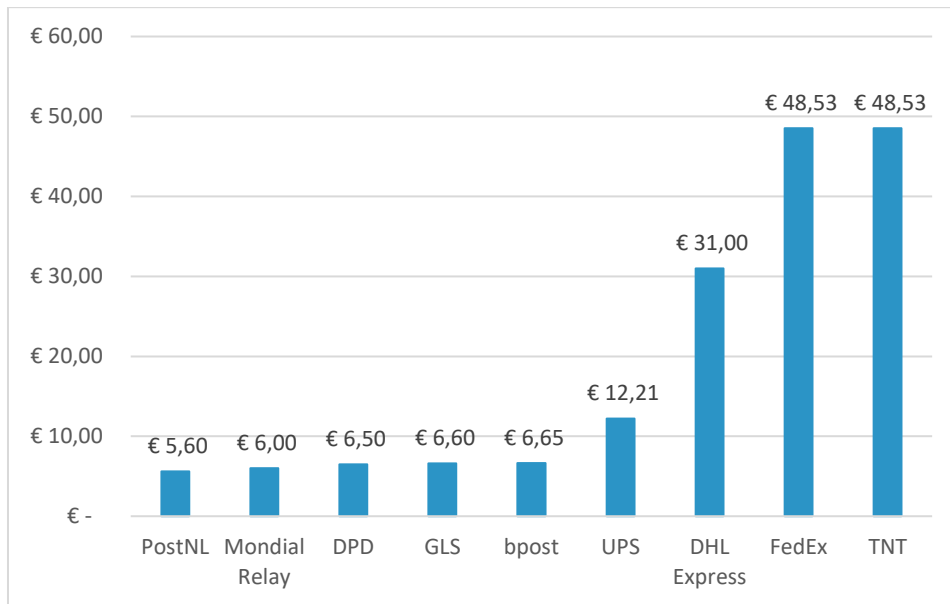
Source : IBPT

4.3.5. Tarifs pour les petits utilisateurs

118. En 2021, l'IBPT a publié un outil permettant de comparer le tarif d'un colis de 2 kg pour les petits utilisateurs, c'est-à-dire sans réduction sur le volume. Cet outil donne les tarifs, au 1^{er} janvier, de tous les opérateurs pour l'envoi d'un colis de 2 kg (produit très populaire). Avec cet outil, il est possible de vérifier quels opérateurs offrent leurs services pour chaque destination, en Belgique ou ailleurs en Europe. Outre les tarifs pour ces destinations, l'outil renseigne également de nombreuses informations utiles telles que les dimensions et le poids minimums et maximums, l'application d'une assurance standard et même la levée à domicile. Ces informations ont entre-temps été intégrées sur le site www.pointpostal.be.
119. Les tarifs pour un colis de 2 kg avec livraison à domicile en Belgique en 2024 sont présentés à la figure 41. Une disparité des prix est immédiatement perceptible, en particulier lorsque l'on examine les tarifs des fournisseurs de services express qui offrent évidemment un service complètement différent, comme une livraison extrêmement rapide. Au-delà des aspects tarifaires, on relève des différences importantes, par exemple en termes d'assurance proposée, voire de dimensions ou de poids maximums (pouvant parfois dépasser 2 kg), qui requièrent de bien comparer pour faire un choix optimal. Le simulateur tarifaire de l'IBPT tente de faciliter cet exercice pour le petit utilisateur. De plus, il présente des alternatives moins chères, comme la livraison dans un point postal au lieu de la livraison à domicile. Par exemple, l'on y trouve également Homerr avec un tarif de 3,84 euros.

⁴⁰ [Communication du 5 juin 2024 concernant l'évaluation des tarifs de bpost retenus dans le cadre du règlement européen relatif aux services de livraison transfrontière de colis | IBPT](#)

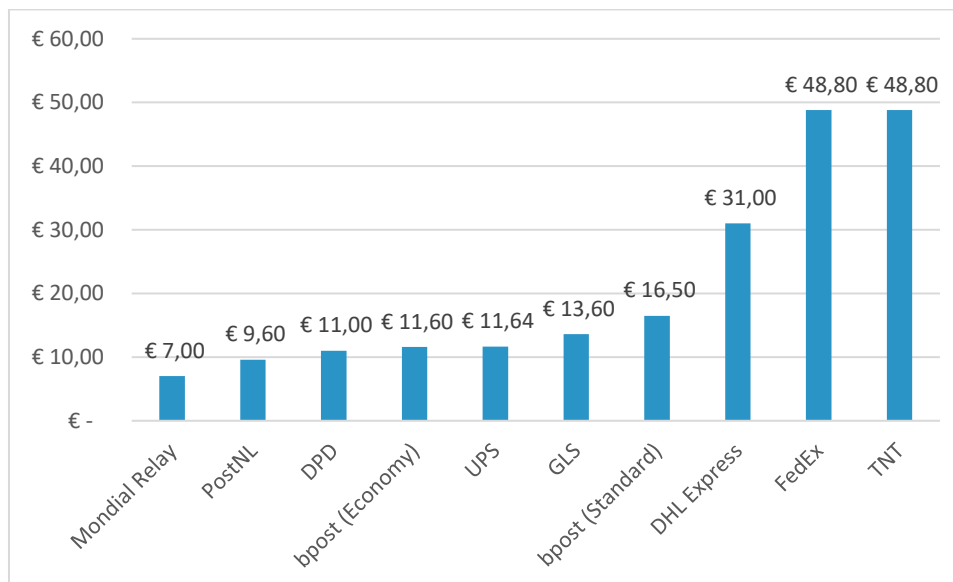
Figure 41. Tarifs pour l'envoi d'un colis national de 2 kg (2024, en euros)



Source : IBPT (www.pointpostal.be)

120. Dans le cas de l'envoi de colis à l'étranger, le simulateur tarifaire est encore plus intéressant, comme il ressort de la figure 42. Les différences augmentent encore, comme ici dans le cas d'un envoi depuis la Belgique vers une adresse (domicile) aux Pays-Bas.

Figure 42. Tarifs pour un colis de 2 kg vers les Pays-Bas (2024, en euros)



Source : IBPT (www.pointpostal.be)

bpost Economy est un colis, par exemple sans track & trace, alors que bpost Standard inclut cette option.

4.4. Focus sur le segment de la distribution de la presse aux abonnés

121. La distribution de la presse reconnue, fournissant les articles au domicile des abonnés, était encore jusqu'au 1^{er} juillet de cette année un service d'intérêt économique général (SIEG). Ce service était encore inscrit jusqu'en 2015 dans le 5^e contrat de gestion conclu entre bpost et l'État belge. Depuis le 1^{er} janvier 2016 et, à la suite de prolongations, encore jusqu'au 1^{er} juillet 2024⁴¹, ce service était un service distinct de dernier recours ne relevant pas du contrat de gestion. Ce SIEG, auquel les éditeurs pouvaient faire appel s'ils le souhaitaient, était exécuté par bpost et se composait de :
- 121.1. la distribution avancée à domicile de journaux aux abonnés via des tournées spécifiques avant 7h30 le matin du lundi au vendredi et avant 10h le samedi ;
 - 121.2. la distribution à domicile des périodiques aux abonnés via les tournées de distribution classiques, du lundi au vendredi.
122. En tant que prestataire chargé de ce SIEG concernant la distribution de la presse reconnue aux abonnés, bpost est le principal opérateur sur le segment de la distribution à domicile d'articles de presse⁴². D'autres acteurs sont également actifs sur ce segment, comme PPP⁴³.
123. Le vainqueur de la procédure pour une nouvelle concession n'est finalement pas bpost, mais deux acteurs entièrement privés : PPP pour les journaux et Proximity pour les périodiques. Toutefois, il a été décidé à la fin de l'année passée de ne plus octroyer de nouvelle concession et de laisser s'éteindre la concession actuelle le 1^{er} juillet 2024. Il s'en suivra probablement une réduction fiscale pour les éditeurs, liée aux lecteurs dans les zones à faible densité de population. Les éditeurs commerciaux bénéficieraient d'un soutien fiscal pour la distribution de leurs journaux et périodiques dans les communes plus petites (moins de 225 habitants par kilomètre carré), principalement en Wallonie. La société civile bénéficie de ce soutien dans l'ensemble du pays. Cela représente un coût total d'environ 50 millions d'euros pour les pouvoirs publics⁴⁴.

4.4.1. Volume

124. Depuis 2012, le volume total de presse distribuée diminue, après le pic en 2011 de 568 millions d'exemplaires distribués sur une base annuelle. Entre 2022 et 2023, le volume global a baissé

⁴¹ Le 16 octobre 2015, le Conseil des ministres a décidé, à la suite d'une procédure publique, transparente et non discriminatoire, d'attribuer les concessions de distribution des journaux et périodiques reconnus pour la période 2016-2020 à bpost. Cette concession a également été prolongée de deux ans, jusqu'à la fin 2022 :

<https://press.bpost.be/communication-concernant-les-concessions-pour-la-distribution-de-la-presse>

Une prolongation d'un an a été approuvée par le Conseil des ministres le 18 novembre 2022 (BELGA : Les concessions pour la distribution de journaux et magazines prolongées d'un an).

⁴² Pour information, le 1^{er} septembre 2022, ACM a décidé que bpost pouvait racheter B.V. Aldipress. Aldipress s'occupe de la distribution et de la commercialisation (et du trade marketing) de périodiques, d'albums de bandes dessinées, de romans et de livres de remue-méninges destinés à la vente à la pièce par des détaillants aux Pays-Bas.

<https://www.acm.nl/nl/publicaties/bpost-mag-aldipress-overnemen-concentratiebesluit>

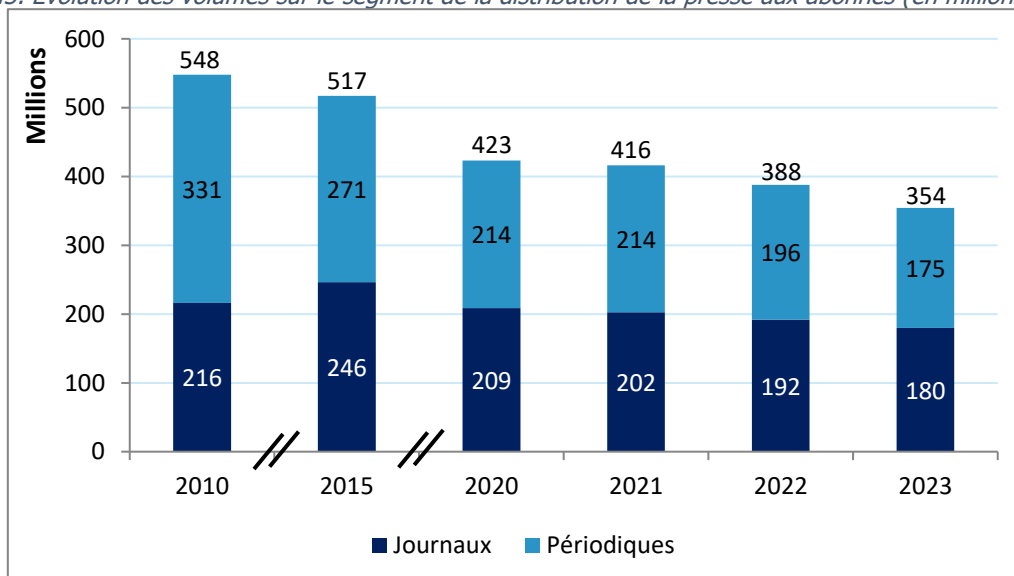
⁴³ Asendia Belgium a mis fin à ses activités le 1^{er} juillet 2016 et a supprimé son numéro d'entreprise. Deltamedia était également reprise auparavant dans cet observatoire. Elle distribuait jusqu'en avril 2016 la presse pour le groupe Mediahuis.

⁴⁴ <https://trends.knack.be/nieuws/macro-economie-beleid/regering-heeft-akkoord-steun-voor-uitgevers-overgangsregeling-voor-bpost/>

de -8,6 %, il s'agit de la baisse la plus forte jamais enregistrée (la baisse annuelle moyenne (CAGR) s'élevait d'ailleurs à -3,9 %). La quantité de presse distribuée par rapport à 2011 a entre-temps baissé de 37,7 %.

125. Pour les périodiques, la baisse annuelle générale a été amorcée depuis plus longtemps déjà et nous constatons après un ralentissement à -0,3 % deux ans auparavant, une nouvelle accélération de -10,7 % (la baisse était de -8,4 % l'année passée) pour un total de 175 millions d'envois distribués en 2023. Le volume de journaux distribués n'a stagné que plus tard et a connu une chute limitée depuis 2013, s'élevant à -6,4 % en 2023. Ainsi, 180 millions de journaux sont encore distribués.
126. En conséquence, pour la première fois dans notre observatoire, plus de journaux (50,7 %) que de périodiques (49,3 % dans la part de la presse) sont distribués, alors qu'en 2010, 60,5 % du volume de la presse était encore constitué de périodiques.

Figure 43. Évolution des volumes sur le segment de la distribution de la presse aux abonnés (en millions d'unités)



Source : IBPT

4.4.2. Revenus

127. Du côté des revenus, l'on constate que la tendance à la baisse n'a débuté qu'en 2014. En 2023, les revenus ont toutefois également enregistré une baisse plus forte qu'auparavant (-6,2 %). Il s'agit d'une différence par rapport au passé récent, où -4,9 %, -0,2 % et -3,4 % avaient été respectivement enregistrés pour 2022, 2021 et 2020. Néanmoins, la diminution des revenus atteint déjà -26 % par rapport à 2013. En 2023, les périodiques (-7,6 %) affichent également une baisse plus marquée par rapport aux journaux (-4,5 %).
128. 53,3% des revenus sont attribuables à la distribution de périodiques, et 46,7% à la distribution de journaux. En 2010, ce rapport était encore de 59,7 % contre 40,3 %.

129. Il convient de souligner que la compensation payée par l'État à bpost pour la prestation du SIEG en matière de distribution de la presse aux abonnés n'est pas comprise dans les revenus considérés.⁴⁵

Figure 44. Évolution des revenus sur le segment de la distribution de la presse aux abonnés (en millions d'euros)



Source : IBPT

130. Par souci d'exhaustivité, nous notons qu'AMP fait partie de bpost.⁴⁶ Toutefois, AMP ne distribue pas (encore) à domicile, mais dans les magasins (librairies). En outre, l'entreprise assure également la distribution de la presse pour la vente à l'unité en magasin. Les revenus et le volume de cette entreprise ne sont pas repris dans les relevés ci-dessus, qui se rapportent spécifiquement à la distribution à domicile.

⁴⁵ D'après le budget fédéral, le paiement estimé (crédits initiaux) concernant la concession relative à la distribution de la presse s'élevait à 179 millions d'euros en 2023.

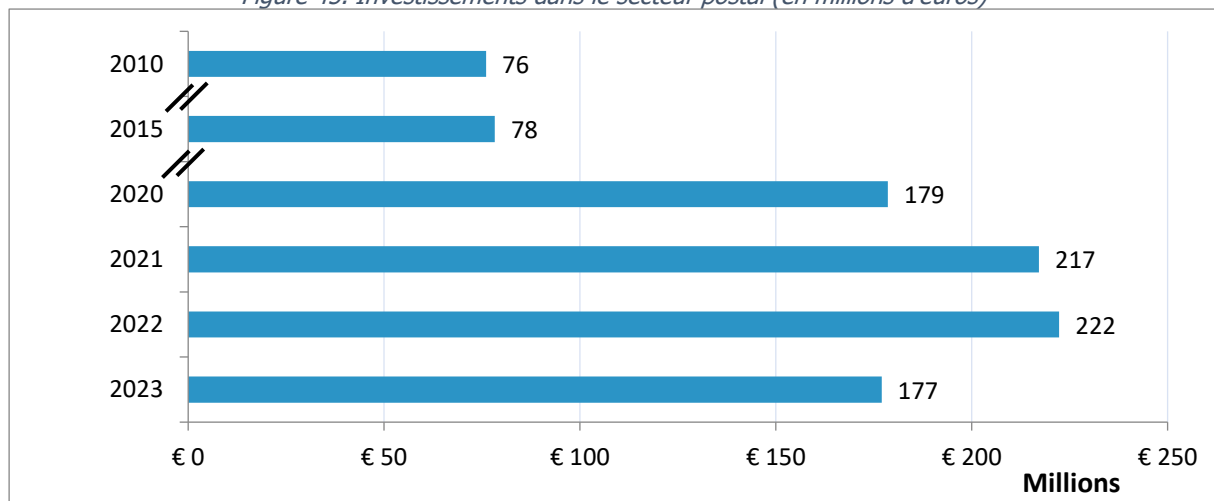
⁴⁶ En 2016, le Collège de la concurrence de l'Autorité belge de la concurrence a approuvé, sous certaines conditions, la reprise par bpost d'AMP et de LS Distribution Benelux (<https://www.abc-bma.be/fr/decisions/16-cc-32-bpost-amp-ls-distribution>).

5. Investissements et emploi dans les activités postales

5.1. Investissements dans le secteur postal

131. En 2023, 177 millions d'euros ont été investis⁴⁷ au total dans le secteur postal par les opérateurs de notre échantillon. Il s'agit ainsi d'une diminution de 20,3% par rapport à 2022. Cela n'a toutefois rien d'étonnant, car nous avons constaté en 2021 et 2022 des pics absolus en dépenses d'investissement, et nous rejoignons aujourd'hui le niveau d'investissements de 2020. La figure 45 montre que les investissements dans le secteur postal ont dans l'ensemble nettement augmenté au cours de la dernière décennie. Le niveau des investissements en 2023 reste tout de même 133 % supérieur à celui de 2010, soit 100 millions d'euros de plus. La valeur médiane pour la période 2010-2023 s'élève d'ailleurs à 101 millions d'euros, soit 76 millions d'euros de moins que la valeur des investissements en 2023. Il s'agit toujours d'un chiffre particulièrement élevé, naturellement dû à l'essor du segment des colis et des envois express. Les opérateurs ont fortement étendu ces dernières années leur capacité concernant le tri et la distribution des colis⁴⁸. Parmi les investissements en 2023, 90,5 % sont à nouveau spécifiques à des immobilisations corporelles, contre 9,5% en immobilisations incorporelles. Ce ratio est identique à celui de 2022.

Figure 45. Investissements dans le secteur postal (en millions d'euros)



Source : IBPT

⁴⁷ Il s'agit ici d'investissements d'extension en Belgique. En 2019, la série chronologique a également été revue, car, par le passé, l'on a également communiqué des investissements à l'étranger.

⁴⁸ Quelques exemples :

13 juillet 2018 « PostNL construit deux premiers centres de tri en Belgique » : <https://transportmedia.be/fr/2018/07/postnl-construit-deux-premiers-centres-de-tri-en-belgique/>

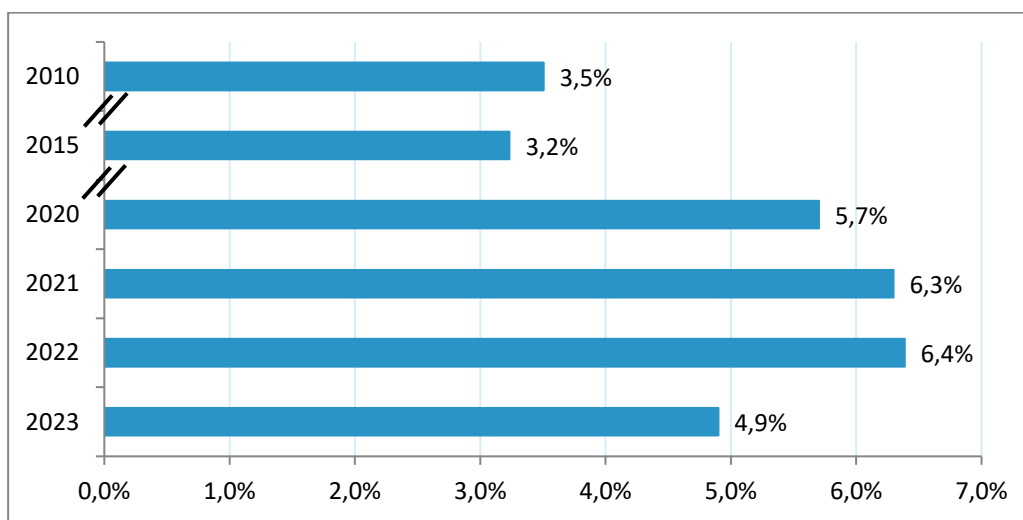
14 octobre 2019 « PostNL élargit d'un tiers la capacité de ses centres de distribution en Belgique » : <https://www.postnl.be/fr/a-propos-de-postnl-belgique/presse-et-actualite/actualite/2019/postnl-elargit-sa-capacite-de-ses-centres-de-distribution.html>

23 juillet 2020 : « DPD investit 60 millions d'euros et crée, cette année encore, 500 nouveaux emplois en Belgique » : <https://www.dpd.com/be/fr/news/dpd-investit-60-millions-d-euros-et-cr-e-cette-ann-e-encore-500-nouveaux-emplois-en-belgique/>

22/09/30 : « DHL Express investit dans un nouveau service center écoresponsable à Courcelles » (Belga) <https://www.dhlexpress.be/fr/news/sustainability/dhl-express-invests-in-brand-new-and-sustainable-service-centre-in-courcelles/>

132. Les investissements réalisés dans le secteur postal s'élevaient en 2023 à 4,9% du chiffre d'affaires réalisé, et ce malgré le chiffre d'affaires record (voir également la section 4.1.1) réalisé en 2023 par rapport auquel le niveau des investissements est mesuré. Bien que ce pourcentage soit plus faible que ce que nous avons constaté depuis 2020, le rapport entre les investissements et le chiffre d'affaires est néanmoins plus élevé que ce que nous avons enregistré jusqu'en 2019 (4,6 %). En témoigne également la valeur médiane de 4,3 % pour l'observatoire depuis 2010.

Figure 46. Investissements par rapport au chiffre d'affaires dans le secteur postal (%)



Source : IBPT

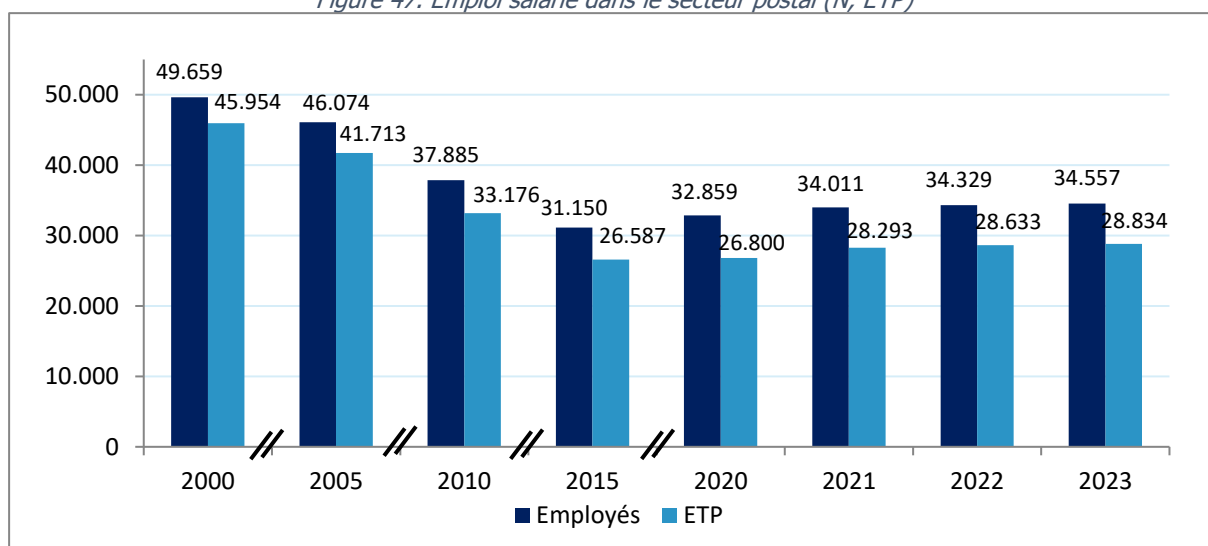
5.2. Emploi dans le secteur postal

133. Au 30 juin 2023⁴⁹, le secteur des activités postales comptait pas moins de 34 557 salariés en termes d'emplois directs. Cela représente une hausse limitée de 0,7 % par rapport à 2022. Toutefois, ce chiffre global cache une diminution du personnel chez le prestataire du service universel bpost (nace 53.1) de 2 % à 25 459 travailleurs et une augmentation de 8,9 % chez les opérateurs alternatifs (nace 53.2) à 9 089 travailleurs. Dans le secteur postal, bpost reste néanmoins l'employeur le plus important, avec un peu moins de 3 travailleurs sur 4. En 2018, il s'agissait toutefois encore de 4 travailleurs sur 5.
134. Sur une plus longue période observée, nous constatons globalement un renversement de tendance depuis plusieurs années. Alors que le secteur a connu une réduction des effectifs au niveau des travailleurs dans les années 2000, nous constatons une légère augmentation de l'emploi depuis 2017, grâce notamment à la part croissante des colis et des envois express dans le volume des envois. Entre-temps, l'on dénombre même 12,1 % de salariés en plus dans ce secteur par rapport au chiffre le plus bas, en 2016. Le niveau actuel est cependant bien en deçà de celui des années 2000. Ainsi, entre 2010 et 2023, il reste encore une différence en termes d'emploi dans le secteur postal (-8,8 %). Cette différence est encore plus grande entre 2000 et 2023 (environ -30,4 %).

⁴⁹ Nous étudions systématiquement la situation au 30 juin de l'année en question, c'est-à-dire à la fin du deuxième trimestre. L'emploi est alors généralement moins influencé par des variations saisonnières.

135. En ce qui concerne les équivalents temps plein (ETP)⁵⁰, l'augmentation globale en 2023 est également limitée (+0,7 %). Ici aussi, il y a une grande différence entre 2023 et les années 2010 et 2020, respectivement -13,1 % et -37,3 %. En 2023, un peu plus de 9 employés sur 10 dans le secteur postal travaillent à temps plein.
136. Outre ses propres travailleurs « permanents », le secteur postal emploie également des travailleurs temporaires et le recours à la sous-traitance/à des travailleurs indépendants est également très répandu dans le secteur postal. Ainsi, sur la base de notre enquête, le nombre de travailleurs temporaires s'élevait toujours au 30 juin 2023 à un total d'environ 3 000 personnes. Nous observons également un effet de fin d'année, où le nombre de travailleurs temporaires augmentait jusqu'à environ 3 600 au 31 décembre 2023. Concernant les travailleurs indépendants en sous-traitance, les réponses à notre enquête font état d'un peu moins de 5 000 personnes. Compte tenu de cela, le secteur postal génère donc, indirectement, encore plus d'emplois que ce que montre la figure 47.

Figure 47. Emploi salarié dans le secteur postal (N, ETP)

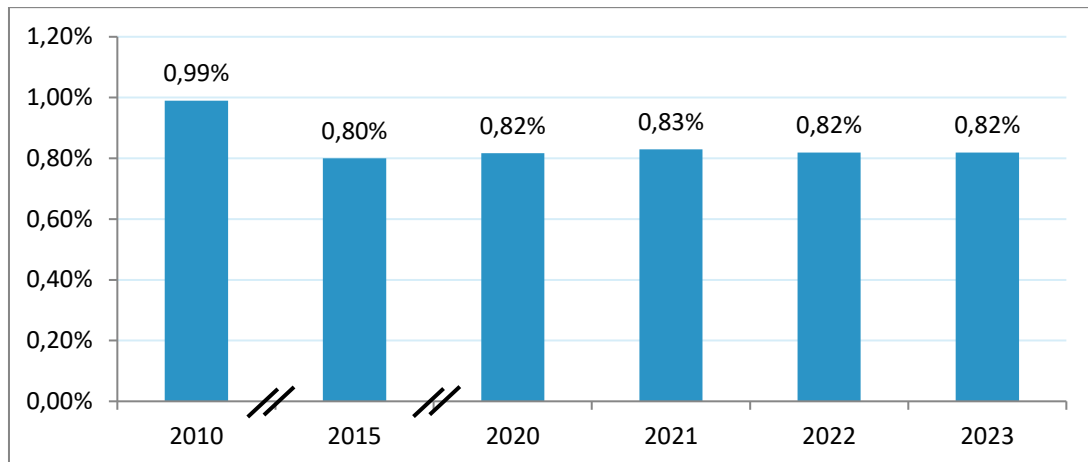


Source : ONSS

137. Lorsque l'on tient compte de l'emploi dans tous les secteurs et son évolution, on constate que la part d'employés travaillant dans le secteur postal s'élève à 0,82 % en 2023. Il s'agit là d'une diminution de presque 0,2 point de pourcentage par rapport à 2010. Cependant, les récentes augmentations du nombre d'employés (dont les plus importantes de 2020 (+3,7 %) et 2021 (+3,5 %)) dues à l'énorme croissance des envois express et des colis (voir point 4.3) ont fait grimper ce pourcentage de 0,78 % (entre 2017 et 2019) à celui que nous connaissons aujourd'hui.

⁵⁰ Afin de représenter de la manière la plus correcte possible le travail effectivement presté, il s'agit ici d'équivalents temps plein hors jours assimilés. Les jours assimilés sont des périodes telles que le chômage involontaire, l'incapacité de travail, le congé de maternité et la prépension, pendant lesquelles il n'a pas été travaillé, mais qui sont tout de même comptabilisées dans la carrière de pension.

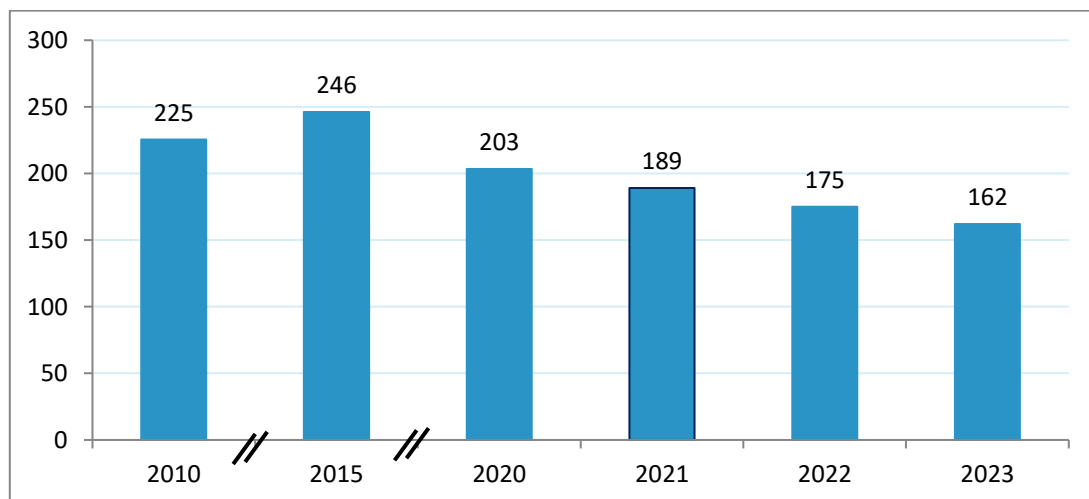
Figure 48. Part du secteur postal dans l'emploi total (%)



Source : ONSS⁵¹

138. La figure suivante représente le nombre moyen d'articles postaux (colis, services express, lettres ou encore presse aux abonnés) par équivalent temps plein. Après avoir connu une augmentation entre 2010 et 2011, passant de 225 à 243 unités, ce chiffre est resté plutôt stable entre 2011 et 2016 (entre 243 et 249 unités par ETP) avant de largement diminuer à partir de 2017. En 2023, ce chiffre est de 162 unités par équivalent temps plein. Il s'agit d'une différence négative de 63 unités par rapport à 2010 et de 87 unités par rapport à 2014 (année avec le chiffre le plus élevé). Ce chiffre s'explique notamment par la chute du volume d'envois de correspondance et l'augmentation de celui des colis et des envois express. En effet, les opérations (traitement et livraison) de ces derniers nécessitent davantage de manutention par unité livrée.

Figure 49. Nombre moyen d'articles postaux par jour civil par ETP dans le secteur postal (N)



Sources : ONSS et IBPT

⁵¹ Les données décentralisées de l'ONSS concernant l'emploi total sont globales et comportent ici également des données provenant de l'(ancien) ONSSAPL et du CSPM. L'emploi total est analysé (à chaque fois pour juin) en termes de postes de travail.

6. Accès aux services postaux

139. Outre plus de 50 centres de tri et environ quatre fois plus de centres de distribution, les opérateurs postaux disposent aussi en Belgique d'un large réseau de points d'accès pour les utilisateurs. Dans un premier temps, nous présentons un aperçu sectoriel de ces points d'accès, avant de nous pencher sur le réseau du prestataire du service universel.

6.1. Aperçu sectoriel

6.1.1. Boîtes aux lettres pour l'expédition

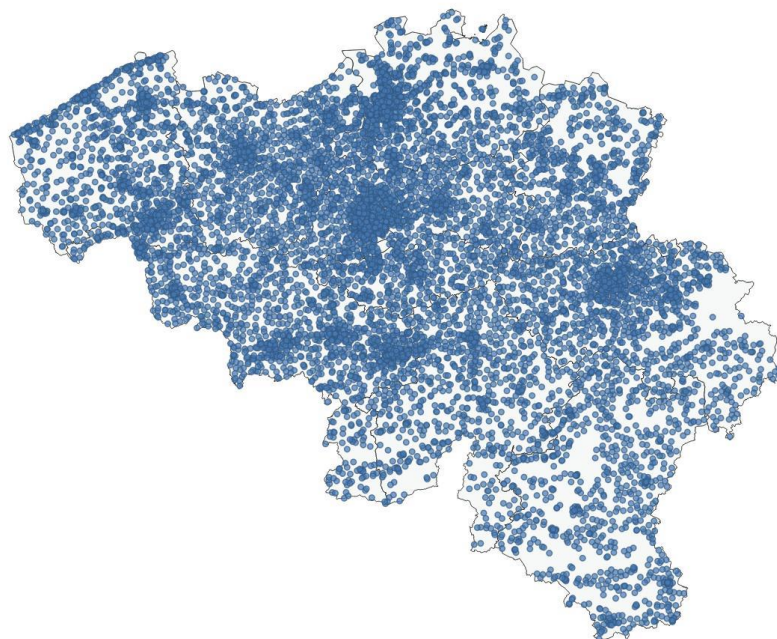
140. En Belgique, les boîtes aux lettres pour l'expédition ont été mises jusqu'il y a peu à la disposition des utilisateurs par le prestataire du service universel, bpost, et par le titulaire de licence Mosaïc (connu sous l'appellation commerciale TBC Post). Toutefois, Mosaïc a arrêté ses activités fin 2019⁵², de sorte que notre instantané du 31 décembre 2023 ne montre que les boîtes rouges⁵³ de bpost. Étant donné que bpost a également considérablement réduit le nombre de boîtes aux lettres rouges en 2019 (voir également la section 6.2.1), notre pays comptait encore fin 2023 environ 9 856 boîtes aux lettres pour l'expédition. Cinq ans auparavant, ce nombre s'élevait encore à 12 597 boîtes (boîtes de bpost ou Mosaïc/TBC-Post) au total. Fin 2023, on compte encore en moyenne une boîte aux lettres pour 3,1 km² ou pour 1 192 habitants.

⁵² L'Echo, 14/12/2019 : « TBC Post, le seul rival de bpost dans l'activité de courrier, dépose le bilan »

⁵³ Depuis fin 2016, bpost a lancé le déploiement de nouvelles boîtes aux lettres mieux protégées, qui sont blanches avec un logo rouge :

<https://www.tijd.be/ondernemen/diensten/bpost-zet-slot-op-2-500-rode-postbussen/9823665.html>

Figure 50. Densité du réseau de boîtes aux lettres (de bpost) pour l'envoi (2023)



Source : IBPT

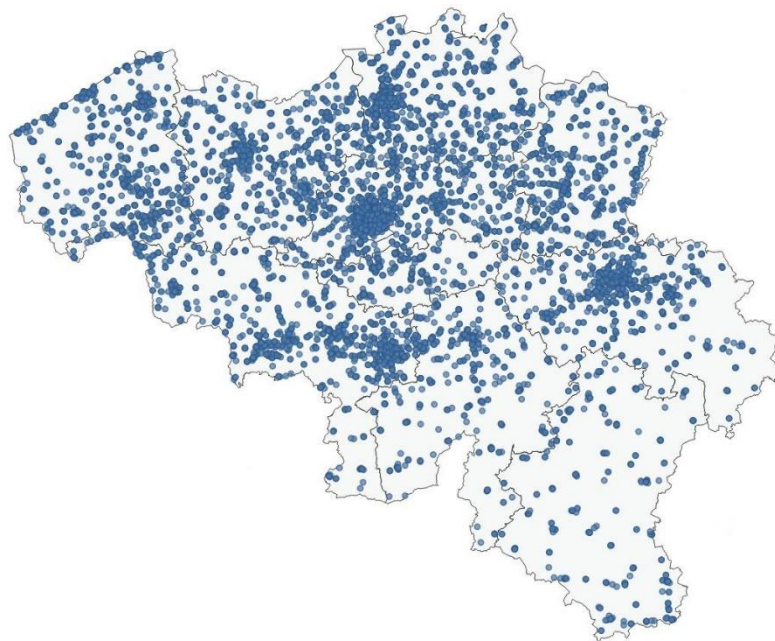
6.1.2. Points pourvus en personnel

141. L'importance des points pourvus en personnel a fortement augmenté cette dernière décennie, depuis le boom de l'e-commerce. Les opérateurs se sentent en effet obligés de proposer un réseau de points, afin de permettre aux utilisateurs postaux, d'une part, de venir chercher un colis et, d'autre part, de déposer un colis pour l'envoyer ou le renvoyer. Les points pourvus en personnel, souvent des magasins déjà existants, ont en outre l'avantage de pouvoir être ouverts rapidement et ne nécessitent qu'un faible coût d'investissement pour commencer (contrairement aux distributeurs automatiques de colis par exemple, voir section 6.1.3). Depuis quelques temps, nous constatons également le développement de « points de quartier », le plus souvent des particuliers qui mettent leur domicile à disposition quelques heures par jour pour la collecte et l'apport des colis.
142. Le prestataire du service universel n'est donc plus le seul à disposer d'un large réseau de points pourvus en personnel. Au total, fin 2023, tous les opérateurs avaient ensemble 9 814 points pourvus en personnel. Cela montre que la tendance à la hausse du nombre de points pourvus en personnel est de retour, et ce grâce aux points (de quartier) d'Homerr. En 2020, la tendance à la hausse avait été interrompue, entre autres en raison de l'arrêt des activités de Mosaïc/TBC-Post.
143. Cela représente au total en moyenne un point pourvu en personnel pour 3,1 km² ou pour 1 111 habitants en 2023. La figure 51 montre que ces points se trouvent notamment dans les centres-villes et les zones plus densément peuplées. Il convient certes de noter que les mêmes emplacements peuvent revenir plusieurs fois. Il arrive en effet que certains points pourvus en personnel, comme les librairies ou les stations essence, travaillent pour plus d'un opérateur⁵⁴.

⁵⁴ Par exemple, nous voyons ces dernières années que dans près de 3 cas sur 10 le nom de rue et le numéro d'un point pourvu en personnel apparaissent plusieurs fois dans la base de données.

En outre, bpost ouvre par exemple son réseau de points pourvus en personnel à DHL eCommerce également⁵⁵.

Figure 51. Densité du réseau de points pourvus en personnel - sans les points (de quartier) d'Homerr (2023)



Source : IBPT

6.1.3. Distributeurs automatiques de colis

144. Les distributeurs automatiques de colis sont une tendance apparue au cours de la dernière décennie⁵⁶. Ces distributeurs, équipés d'une série de casiers sécurisés, sont généralement installés à des endroits très fréquentés et peuvent être utilisés, pour la plupart, 24h/24, 7 jours sur 7, pour l'envoi et/ou la réception de colis.
145. En Belgique, bpost a lancé le déploiement d'un réseau de distributeurs automatiques de colis en 2014, tant pour l'envoi que pour la réception de colis⁵⁷. Deux années plus tard, bpost a pris une participation majoritaire dans De Buren, un réseau néerlandais de distributeurs automatiques de colis. Ensuite, les distributeurs automatiques belges de bpost ont été rebaptisés « Cubee », tout comme ceux à l'étranger. Cubee est en outre devenu un réseau ouvert, pouvant être utilisé par d'autres opérateurs, comme GLS et DHL eCommerce. L'objectif de bpost était de rapidement étendre le réseau belge à 450 distributeurs automatiques d'ici fin 2018⁵⁸. Fin 2019, il comptait 186 endroits pourvus de distributeurs. À cette époque, ils ne s'appelaient plus Cubee, mais simplement « distributeur de colis bpost ».

⁵⁵ Auparavant, Kariboo! faisait de même pour PostNL. Toutefois, PostNL déploie depuis fin 2019 son propre réseau (le 26/09/2019) : https://www.standaard.be/cnt/dmf20190926_04629899

⁵⁶ Deutsche Post DHL Group a commencé en 2001 avec un projet test, « Packstations ».

⁵⁷ Rapport annuel bpost 2014 : <http://corporate.bpost.be/~media/Files/B/Bpost/annual-reports/ar-2014.PDF>

⁵⁸ Communiqué de presse bpost (4 octobre 2017) : https://corporate.bpost.be/media/press-releases/2017/04-10-2017?sc_lang=fr-FR

146. En 2020, bpost avait déjà considérablement augmenté le nombre d'emplacements avec des distributeurs automatiques de colis pour atteindre 375 au total. Cette croissance s'explique en partie par la création du projet Ecozone à Malines⁵⁹, où 51 emplacements étaient équipés de distributeurs automatiques de colis. Il s'agit généralement de distributeurs automatiques de colis avec un nombre limité de compartiments, sans électricité et sans ancrage. En juillet 2021, bpost et la ville de Louvain ont annoncé que Louvain deviendrait une deuxième Ecozone flamande, où les journaux, les lettres et les colis seront livrés sans émettre de CO₂ d'ici fin 2021⁶⁰. Entre temps, une Ecozone est également apparue à Mons, une première en Wallonie⁶¹. Actuellement, la liste des écozones a été étendue en Flandre et à Bruxelles aux villes de Bruges, Bruxelles, Hasselt, Louvain, Malines et Saint-Nicolas, et inclut également en Wallonie les villes de Mons, Eupen, Louvain-La-Neuve, Namur, Verviers et Seraing⁶².
147. Depuis 2020, outre bpost, DHL Express dispose également à nouveau de distributeurs automatiques de colis, mais uniquement pour l'envoi de colis. En 2021, Instabee, un opérateur suédois fondé en 2016, est également arrivé sur le marché belge⁶³. Depuis son acquisition par Inpost (spécialiste en distributeurs automatiques de colis), Mondial Relay a également commencé à installer de tels distributeurs. Ces opérateurs sont en plein développement de leur réseau et a entraîné, avec la poursuite de l'augmentation des Ecozones de bpost, à nouveau une forte augmentation du nombre de distributeurs automatiques en Belgique. Fin 2022, le nombre total de distributeurs automatiques de colis en Belgique représentait 791 unités. En 2023, cette croissance remarquable s'est poursuivie jusqu'à 1 127 emplacements, soit 304 de plus que l'année auparavant et même 1 000 de plus que quatre années auparavant. En quatre ans, nous parlons même de plus d'un quadruplement, comme l'illustre la figure 52. En moyenne, cela revient au total à un emplacement avec distributeur automatique de colis pour 38,6 km² ou pour 14 767 habitants. À titre de comparaison, trois ans auparavant, il n'y avait qu'un emplacement pour 164,1 km² ou pour 61 361 habitants. La figure 53 montre que ces distributeurs automatiques de colis se trouvent encore principalement dans les centres-villes et les zones plus densément peuplées.
148. En outre, sans qu'elles entrent en considération pour le présent observatoire, il existe aussi des initiatives indépendantes de tout opérateur comme BringMe⁶⁴, Facility Lockers⁶⁵ et ParcelHome⁶⁶, qui permettent de faire livrer un colis dans un distributeur automatique de colis à domicile ou au travail⁶⁷.

⁵⁹ <https://www.bpost.be/nl/ecozone-mechelen>

⁶⁰ https://www.groenleuven.be/tweede_vlaamse_ecozone

⁶¹ <https://press.bpost.be/une-premiere-en-wallonie--bpost-developpe-une-ecozone-de-distribution-zero-emission-a-mons>

⁶² <https://www.bpost.be/fr/ecozones> (consulté le 11 septembre 2024)

⁶³ Après la Suède, le Danemark, la Finlande et les Pays-Bas avaient déjà emboîté le pas avant que Budbee n'arrive en Belgique.

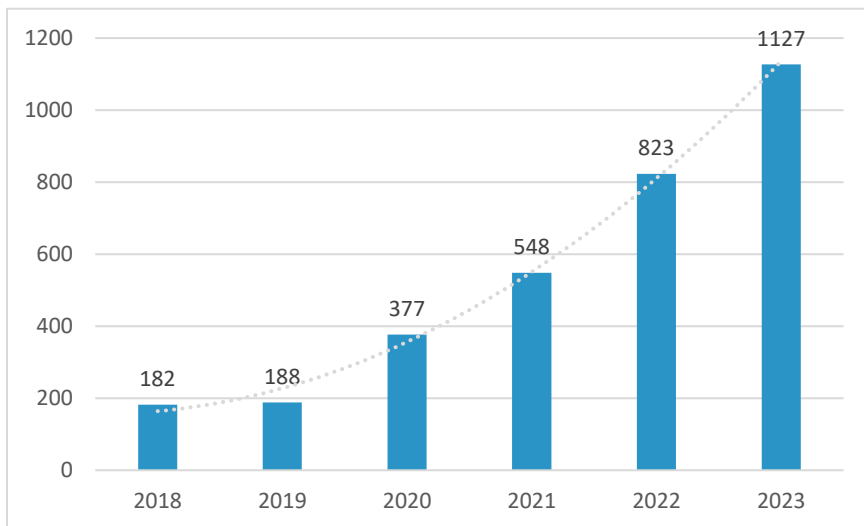
⁶⁴ <https://www.bringme.com>

⁶⁵ <http://www.facilitylockers.com/welcome.html>

⁶⁶ <https://www.parcelhome.com>

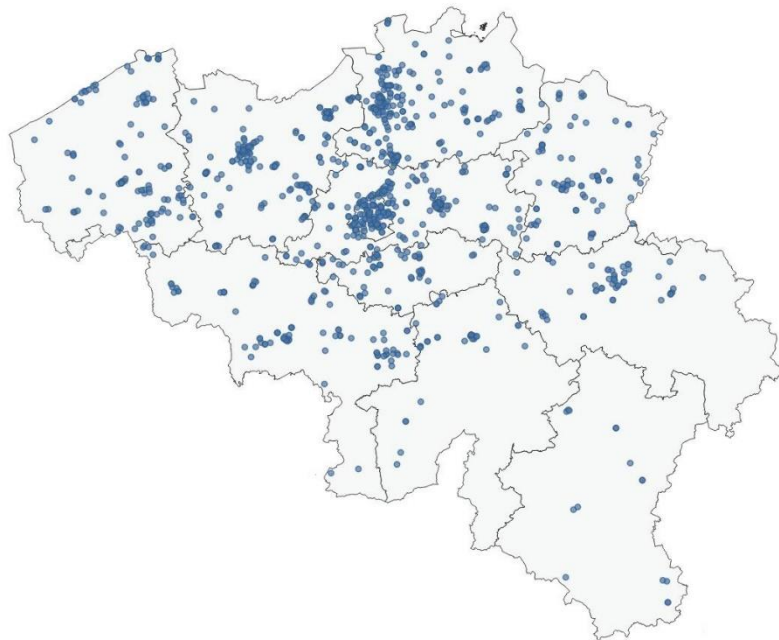
⁶⁷ Les boîtes à colis constituent une autre tendance, et peuvent être éventuellement combinées à une boîte aux lettres. Elles sont notamment proposées par Renson sous l'appellation e-Safe. <https://www.renson-outdoor.be/fr-be/elements-de-jardin-aperçu/boite-a-colis>

Figure 52. Évolution du nombre de distributeurs automatiques de colis en Belgique (2018-2023)



Source : IBPT

Figure 53. Densité du réseau de distributeurs automatiques de colis (2023)



Source : IBPT

6.2. Prestataire du service universel postal (PSUP)

6.2.1. Points d'accès aux services postaux

149. Dans cette section, nous examinons le réseau de boîtes aux lettres, de bureaux de poste et de magasins postaux du prestataire du service universel, bpost.
150. La principale différence entre les bureaux de poste et les magasins postaux⁶⁸ réside dans le fait que les premiers sont gérés par un opérateur postal, tandis que les seconds sont exploités par des tiers pour le compte d'un opérateur postal.
151. Tant la loi postale que le 7^e contrat de gestion⁶⁹ posent des exigences concernant le réseau du prestataire du service universel. L'article 16, § 1^{er}, 1^o, de la loi du 26 janvier 2018 relative aux services postaux prévoit que toutes les communes du Royaume, y compris les communes fusionnées qui constituaient une entité administrative distincte au 31 décembre 1971, sont pourvues d'un point d'accès, au moins, pour le dépôt des envois postaux. Le 7^e contrat de gestion va plus loin, via l'article 10, et précise notamment qu'il doit y avoir au minimum 1 300 points de service postal sur toute la durée du contrat, chaque point de service postal devant offrir au moins l'assortiment de base. De même, bpost doit garantir la présence d'au minimum 650 bureaux de poste et au moins un dans chacune des 589 communes⁷⁰.
152. En 2023, le nombre de points d'accès du prestataire du service universel est resté quasi constant⁷¹, comme nous l'abordons en détail dans les paragraphes suivants.

⁶⁸ bpost utilise la dénomination « Points Poste » pour désigner ses magasins postaux.

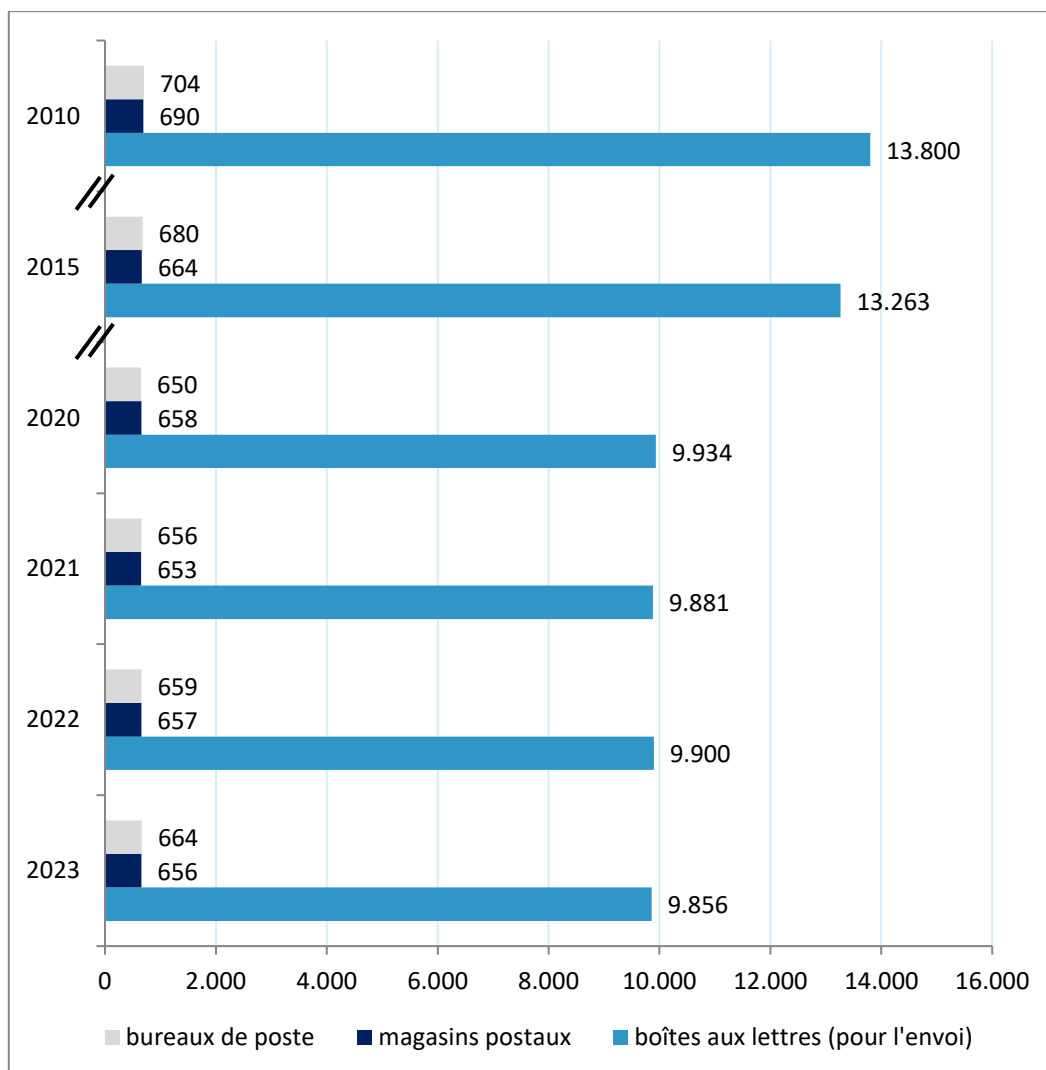
⁶⁹ Il s'agit d'un service d'intérêt économique général, inclus dans le 7^e contrat de gestion, et pour lequel bpost reçoit une indemnité annuelle. D'après le budget fédéral, le paiement estimé (crédits initiaux) concernant le 7^e contrat de gestion s'élevait au total à 144 millions d'euros en 2023.

⁷⁰ Le 1^{er} janvier 2019, 15 communes flamandes ont fusionné en 7 nouvelles communes, faisant qu'il reste 581 communes.

⁷¹ Début 2019, bpost a fortement réduit le nombre de boîtes aux lettres rouges, de telle sorte que sa diminution était de -19,5 % en 2019 :

https://www.gva.be/cnt/dmf20190122_04122825/bpost-haalt-3-000-rode-postbussen-uit-het-straatbeeld

Figure 54. Nombre de points d'accès dans le cadre de la prestation du service universel⁷²

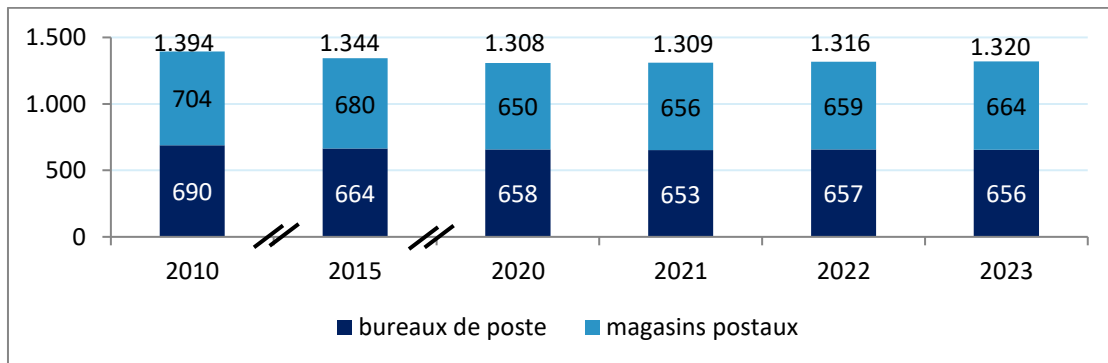


⁷² Il s'agit ici uniquement des points d'accès du prestataire du service universel.

6.2.2. Points de service postal

153. Fin 2023, le prestataire du service universel postal (PSUP) a exécuté des services postaux par le biais de 1 320 points de service (bureaux de poste ou magasins postaux) répartis sur l'ensemble du territoire belge⁷³. Il s'agit de 4 points de plus qu'en 2022, soit le résultat net de 5 magasins postaux supplémentaires et 1 bureau de poste en moins. Par rapport à 2010, il est toutefois question d'un net recul de 74 points de service, dont 34 bureaux de poste et 40 magasins postaux. Mais avec 1 320 points de service postal et, plus spécifiquement, 656 bureaux de poste, bpost dépasse toujours les exigences précitées.

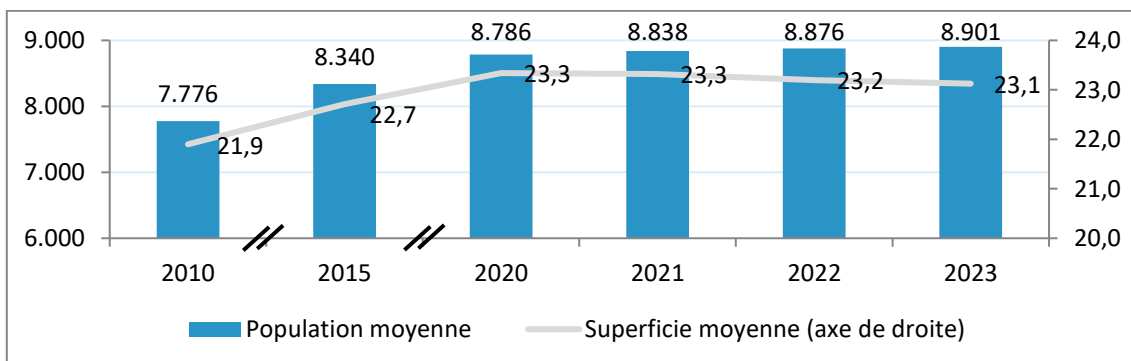
Figure 55. Nombre de points de service postal (PSUP uniquement)



Source : IBPT

154. Du fait d'une augmentation de la population, les points de service postal doivent logiquement desservir de plus en plus de personnes ; il y avait en moyenne un point de service postal pour 8 901 habitants en 2023. Cela représente 1 125 habitants par point de service postal de plus qu'en 2010. En moyenne, chaque point de service postal doit désormais desservir 14,5 % d'habitants de plus qu'en 2010. Un point de service postal dessert en moyenne une zone de 23,1 km². D'un point de vue européen⁷⁴, la Belgique se situe en queue du peloton en ce qui concerne le nombre de points de service postal du prestataire du service universel par habitant.

Figure 56. Population moyenne (N) et superficie moyenne (km²) desservies par point de service postal (PSUP uniquement)



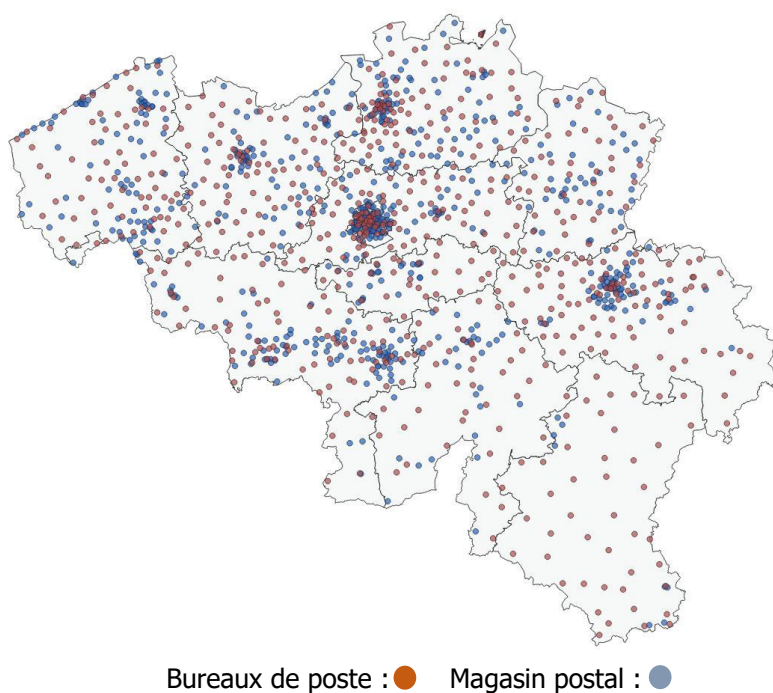
Source : IBPT

⁷³ En outre, il existe également des « parcel shops » issus de l'acquisition de Kariboo, qui ne visent que les colis.

⁷⁴ ERGP Report on core indicators for monitoring the European postal market, 29 février 2024

155. La répartition géographique des bureaux de poste et des points poste est représentée en détail à la figure 57.
156. Bien qu'il y ait à peu près le même nombre des deux types de points pourvus en personnel, leur répartition est toutefois très différente. Plus de 60 % des bureaux de poste se trouvent dans une zone semi-urbaine ou rurale ; pour les points poste par contre ; presque 70 % d'entre eux se trouvent dans une zone purement urbaine. L'importance des bureaux de poste et l'obligation d'avoir au minimum un bureau par commune dans le cadre de la cohésion sociale deviennent ainsi claires. C'est surtout le cas dans les régions peu peuplées, comme la province de Luxembourg.

Figure 57. Répartition des points de service postal en 2022 (PSUP uniquement)



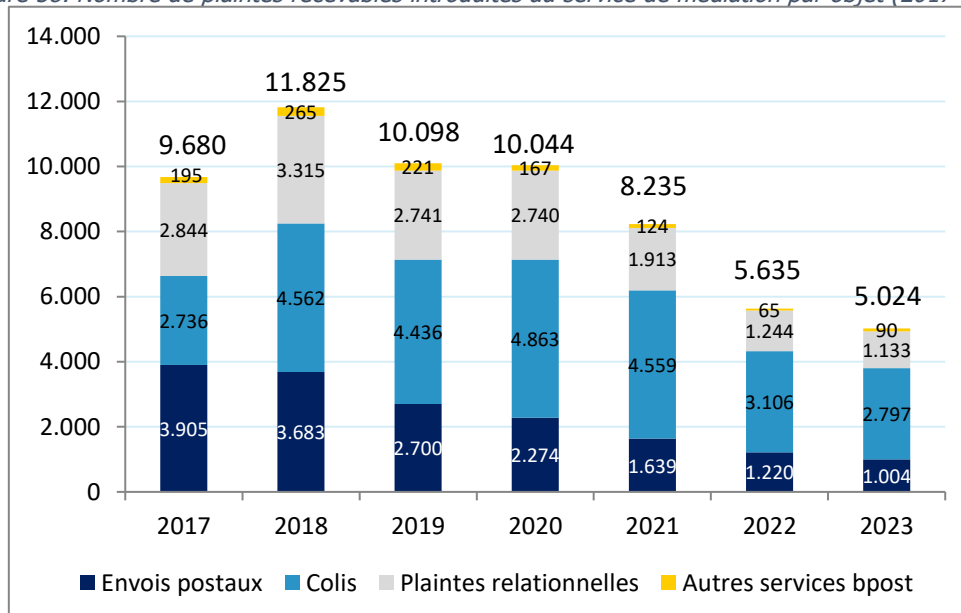
Source : IBPT

7. Qualité des services & empreinte écologique

7.1. Satisfaction des utilisateurs de services postaux

157. En 2023, 5 024 plaintes recevables ont été déposées. Parmi celles-ci, 20 % étaient liées à un « envoi postal », terme à l'aide duquel le service de médiation fait référence aux lettres (ordinaires et recommandées), factures, périodiques et quotidiens. Cela représente une baisse limitée, de 21,7 % en 2022, rejoignant ainsi la tendance apparue entre 2017 et 2021.
158. L'importance des activités d'e-commerce explique qu'entre-temps plus de la moitié (55,7 %) des plaintes étaient liées à l'envoi de colis, soit un quasi statu quo par rapport à 2022, mais tout de même une augmentation de 27,4 points de pourcentage par rapport à 2017. On remarque pour cette catégorie en 2020 l'augmentation du nombre de plaintes liées à la nouvelle réglementation européenne sur la TVA pour l'importation de biens dans l'UE.
159. En revanche, 22,6 % des plaintes étaient liées à la relation entre l'opérateur et le client. Une plainte recevable est une expression d'une insatisfaction relative au traitement d'une plainte par l'entreprise. Concernant les plaintes relationnelles, le service de médiation note des expressions explicites ou répétées d'insatisfaction liées à la réponse reçue ou à la solution proposée par l'opérateur en question, l'attitude de collaborateurs, etc.
160. Les plaintes restantes (1,8 %) portent sur les autres services de bpost (principalement des imprimés non adressés et la poste financière) qui relèvent de la compétence du Service de médiation pour le secteur postal.

Figure 58. Nombre de plaintes recevables introduites au service de médiation par objet (2017-2023)

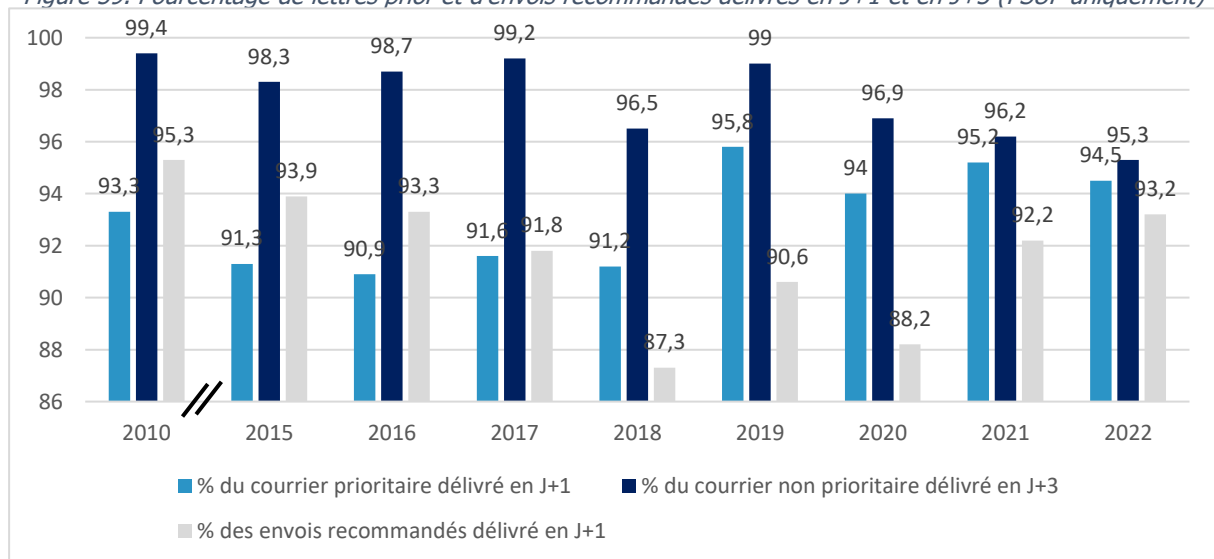


Source : ombudsman poste

7.2. Délais d'acheminement des envois de correspondance

161. La qualité du courrier égrené intérieur prioritaire (J+1)⁷⁵ en 2022 s'élevait à 94,5 %. Ce résultat est conforme à celui des trois années précédentes et est nettement supérieur à celui enregistré de 2015 à 2018 inclus. Bpost a respecté l'obligation, imposée par les articles 48 et 49 de l'arrêté royal du 14 mars 2022, d'envoyer au moins 93 % du courrier égrené intérieur prioritaire dans un délai de (J+1).
162. La qualité du courrier égrené intérieur non prioritaire (J+3)⁷⁶ en 2022 s'élevait à 95,3 %. Ce résultat est, en revanche, inférieur à ce que nous avons pu constater pendant le reste de la période considérée et montre clairement une tendance à la baisse. Depuis le 1^{er} janvier 2019, une nouvelle différenciation a été appliquée par bpost : (i) courrier égrené prioritaire (J+1) et (ii) courrier égrené non prioritaire (J+3). Selon bpost, les parts relatives en volume pour le courrier égrené prioritaire (J+1) et le courrier égrené non prioritaire (J+3) s'élevaient respectivement à 13 % et 87 % en 2022. Le bon résultat depuis 2019 pour le courrier égrené intérieur prioritaire (J+1) est donc en partie dû à la préférence du consommateur pour le service de courrier égrené non prioritaire (J+3), faisant que le courrier égrené prioritaire (J+1) à partir du 1^{er} janvier 2019 représente un volume significativement moindre qu'avant.

Figure 59. Pourcentage de lettres prior et d'envois recommandés délivrés en J+1 et en J+3 (PSUP uniquement)



Source : IBPT

⁷⁵ Distribution le jour ouvrable suivant (Jour+1)

⁷⁶ Distribution dans les 3 jours ouvrables (Jour+3). Jusqu'au 31/12/2018, le délai de livraison était de 2 jours ouvrables pour le courrier égrené prioritaire.

7.3. Empreinte écologique

163. Le secteur postal est lui aussi soumis à une pression de plus en plus forte pour limiter son empreinte écologique. Un certain nombre d'opérateurs en font même une proposition unique de vente (« unique selling proposition ») comme les livraisons écologiques en ville par exemple. En 2022, CityDepot (entre-temps, BD Logistics) et l'Université Antwerpen⁷⁷ ont par exemple lancé leur calculateur d'émissions de CO₂. Par le biais d'une méthode de mesure scientifique appropriée, cet outil permet de calculer les émissions totales de CO₂ au niveau des envois (avec des lieux d'envoi et de destination choisis par le client lui-même) et de les comparer parmi les (principaux) opérateurs. Pour ces opérateurs, l'ensemble du réseau a été cartographié, des centres de tri et de distribution à la flotte de véhicules. Ainsi, un client peut calculer les économies de CO₂ réalisées.
164. De nombreux opérateurs offrent aujourd'hui la possibilité de cartographier les émissions liées à un envoi de colis, en se basant sur des standards tels qu'ISO 14 083, GLEC, GHG Protocol, AFNOR Spec ou EN16258. En vertu de l'arrêté royal du 14 décembre 2023 (modifiant l'AR du 14 mars 2022), les prestataires de services postaux – comptant au moins 250 travailleurs, y compris des sous-traitants et des travailleurs intérimaires, au cours de l'année écoulée – sont sollicités pour recueillir des informations dans le cadre de la durabilité. Parmi celles-ci, l'on retrouve aussi évidemment les émissions par le biais des équivalents CO₂ pour l'entièreté de la chaîne ainsi que spécifiquement pour la phase de distribution. L'IBPT, en collaboration avec les opérateurs et grâce à un soutien scientifique, est en train de finaliser le développement d'une méthodologie à cette fin. Cela permettra de valider les émissions rapportées des opérateurs et d'offrir une base commune de comparaison.
165. D'autres indicateurs de l'AR, tels que la part de véhicules électriques ou zéro émission dans le parc automobile, sont déjà examinés (de plus en plus) via l'observatoire. Les émissions ont été examinées par le biais de deux questions : d'une part, concernant les émissions moyennes de CO₂ en 2023 par colis et, d'autre part, sur l'amélioration moyenne de ces émissions par colis par rapport à une année auparavant. Quatre opérateurs ont été capables d'apporter leur contribution à cet égard, mentionnant des émissions variant de 121 grammes à 269 grammes de CO₂ par colis. La réduction des émissions par rapport à l'année précédente a varié de -7 % à -22 %. À l'avenir, l'IBPT sera donc capable, sur la base de l'AR évoqué, de rapporter plus d'informations à cet égard.
166. En outre, la distance moyenne couverte par colis dans le « last mile » a été demandée, un certain nombre d'opérateurs ayant pu donner des réponses, qui allaient de 0,82 et 2,27 kilomètres. De plus, nous savons que le « hit rate » s'élève en moyenne à 96,7 %. Cela signifie donc que 97 colis ou envois express sur 100 sont distribués lors de la première tentative de distribution. Ensuite, sur la base des réponses de quatre opérateurs, nous avons également obtenu un aperçu du parc automobile moyen pour la distribution, qui, en 2023, se composait de 86 % de véhicules à combustibles fossiles, de 2 % de véhicules à biocarburants et de 12 % de véhicules électriques ou de véhicules à zéro émission, tels que des vélos. Enfin, sur la base des réponses de cinq opérateurs, 3,5 % des colis et envois express ont été distribués par le biais de véhicules électriques ou de vélos (cargos), alors que 96,5 % étaient encore distribués avec des véhicules à combustibles fossiles. Les biocarburants représentaient une part quasi négligeable.

⁷⁷ <https://www.bdlogistics.be/fr/zakelijke-oplossingen/nieuws/bd-logistics-et-luniversite-danvers-lacent-un-calculateur-de-co2>

167. Lors des discussions préparatoires, les opérateurs signalent à nouveau une lacune législative. Ainsi, il a été mentionné que le passage aux véhicules électriques peut potentiellement limiter la capacité de charge des camionnettes. En effet, les véhicules électriques sont souvent plus lourds que leurs alternatives de format similaire roulant aux énergies fossiles à cause de leurs lourdes batteries. Puisque le poids maximal pour un permis de conduire B est de 3,5 tonnes, cela laisse moins de marge à la capacité de charge pour les colis. Il existe aux Pays-Bas depuis 2019 un projet test prévoyant une exception pour les camionnettes électriques jusqu'à 4,25 tonnes pour le permis B. Une adaptation intermédiaire de la directive européenne relative au permis de conduire devrait également permettre cela définitivement⁷⁸. Un projet test similaire a également débuté en Belgique en 2023 pour les camionnettes électriques et à hydrogène. Ce projet se déroulera jusqu'au 31 août 2026⁷⁹. Un opérateur nous indique également qu'il existe une limite d'accès de 3,5 tonnes dans certaines rues, ce qui, la plupart du temps, rend la livraison par véhicule électrique impossible à ces endroits.

Bernardo Herman
Membre du Conseil

Peggy Valcke
Membre du Conseil

Stefaan Vyverman
Membre du Conseil

Michel Van Bellinghen
Président du Conseil

⁷⁸ <https://transportlogistiek.nl/branche/beleid/regeling-b-rijbewijs-voor-elektrische-bestelwagen-tot-4-250-kilo-krijgt-vervolg/>

⁷⁹ <https://mobilit.belgium.be/fr/route/agrement-professionnel/permis/permis-de-conduire-b-camionnette-zero-emission-max-425-t>