

**Avis du Conseil de l'IBPT
du 25 juin 2024
concernant
les plans d'action 2022 et 2023
de bpost dans le cadre de l'enquête de satisfaction de la
clientèle 2022**

version non confidentielle

TABLE DES MATIÈRES

1. Introduction	3
2. Base légale	3
3. Méthode de mesure de la satisfaction de la clientèle	4
3.1. Caractéristiques de l'enquête de satisfaction de la clientèle	5
3.2. Organisation de l'enquête	5
3.3. Échelle de l'enquête de satisfaction	5
4. Résultats de l'enquête de satisfaction de la clientèle en 2022	6
4.1. Satisfaction générale de la clientèle	6
4.2. Satisfaction de la clientèle à l'égard de points spécifiques	8
4.2.1. Satisfaction quant au temps d'attente aux guichets et dans les points poste	9
4.2.2. Satisfaction à l'égard des heures d'ouverture des bureaux de poste et des points poste	10
4.2.3. Satisfaction à l'égard de l'accessibilité des bureaux de poste/points poste	11
4.3. Synthèse et conclusion de l'IBPT	12
5. Le rapport concernant l'exécution du plan d'action 2022	13
5.1. La voix du client	14
5.2. Les produits et processus	14
5.2.1. La livraison correcte	14
5.2.2. Colis	16
5.2.3. Envois recommandés	17
5.3. Les clients	18
5.3.1. Bureaux de poste et points poste	18
5.3.2. Services clientèle	19
5.3.3. Informations	20
5.4. Le personnel et les changements	21
5.5. Avis de l'IBPT concernant le plan d'action 2022	21
6. Plan d'action 2023	22
6.1. La voix du client	22
6.2. Les produits et processus	22
6.3. Les clients	24
6.4. Le personnel et le changement	25
6.5. Avis de l'IBPT concernant le plan d'action 2023	25
7. Conclusion générale	28

1. Introduction

1. En vertu de l'article 39¹ du septième contrat de gestion entre l'État et bpost, conclu le 30 juillet 2022, pour une période de 5 ans avec entrée en vigueur le 1^{er} janvier 2022, chaque année l'IBPT doit :
 - contrôler la mesure effectuée par bpost de la satisfaction de sa clientèle en 2022 ;
 - émettre un avis sur la façon dont le plan d'action précédent de 2022 a été exécuté ;
 - émettre un avis sur le plan d'action 2023 proposé par bpost pour améliorer ses performances dans le futur.

Le présent avis comprend dès lors : (i) les résultats de l'enquête de satisfaction de la clientèle 2022 (points 22 à 47), (ii) le rapport sur la mise en œuvre du plan d'action 2022 (points 48 à 69) et (iii) le plan d'action 2023 de bpost (points 70 à 97).

2. Le présent avis de l'IBPT se fonde sur différents documents, à savoir : la présentation de bpost concernant la satisfaction de la clientèle donnée à l'IBPT le 5 avril 2023, le document transmis le 30 mai 2023 par bpost à l'IBPT contenant la mesure de la satisfaction en 2022, l'analyse des résultats du plan d'amélioration 2022 et le plan d'amélioration pour 2023.
3. Le 22 avril 2024, le Conseil de l'IBPT a approuvé le présent avis et l'a transmis à bpost pour consultation et indication éventuelle de passages à considérer comme confidentiels. La période de consultation pour bpost s'étendait du 25 avril au 24 mai 2024. bpost a réagi au projet d'avis le 23 mai 2024.

2. Base légale

4. L'IBPT est chargé par l'article 14, § 1^{er}, 6^o, de la loi du 17 janvier 2003 relative au statut de l'IBPT d'une mission générale de contrôle du respect du septième contrat de gestion entre l'État et bpost.²
5. Comme indiqué ci-dessus, l'article 39 du septième contrat de gestion prévoit :

¹ Article 39 du septième contrat de gestion :

« bpost effectue régulièrement, et au moins une fois par an, sous le contrôle de l'IBPT, une mesure de la satisfaction de la clientèle concernant l'exécution de ses missions de service public. Les résultats de cette mesure sont soumis annuellement à l'IBPT. Cette évaluation comprend, entre autres, la satisfaction du client vis-à-vis des différents points de service postal, par rapport au temps d'attente au guichet, à la proximité, aux heures d'ouverture, à la vitesse du service au guichet.

Tous les ans, bpost soumet à l'État un plan d'action portant sur les points qui, selon les résultats mesurés, sont susceptibles d'être améliorés. bpost soumettra également tous les ans à l'État un rapport sur l'exécution de ce plan. bpost soumet ces deux rapports pour avis à l'IBPT avant de les transmettre à l'État. Les obligations imposées à bpost dans le présent paragraphe portent sur des activités qui concernent le petit utilisateur. »

Le septième contrat de gestion est applicable du 1^{er} janvier 2022 au 31 décembre 2026. L'enquête de satisfaction de la clientèle 2022 se réfère aux enquêtes réalisées au cours de l'année 2022. Le septième contrat de gestion s'applique donc à l'enquête de satisfaction de la clientèle de 2022.

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

- le contrôle par l'IBPT de la mesure de la satisfaction de la clientèle de bpost quant à la qualité des missions de service public fournies par bpost et la publication des résultats de cette enquête de satisfaction ;
 - un avis de l'IBPT sur les plans d'action de bpost (et leur mise en œuvre).
6. Conformément à l'article 10.2 du septième contrat de gestion, le réseau de détail de bpost comprend au moins 1 300 points de service postal.
 7. Conformément à l'article 10.4 du septième contrat de gestion, bpost garantira une présence postale d'au moins 650 bureaux de poste.
 8. En outre, conformément à l'article 12.2 du septième contrat de gestion, bpost s'assurera que les bureaux de poste sont ouverts au moins quelques heures par semaine en dehors des heures de bureau également. Les besoins des clients en termes d'heures d'ouverture feront partie de la mesure de la satisfaction de la clientèle prévue à l'article 39.
 9. L'article 13.1 du septième contrat de gestion prévoit qu'au minimum 95 % de la population doit avoir accès à un point de service postal offrant l'assortiment de base dans les 5 km et au minimum 98 % de la population dans les 10 km.
 10. L'article 14.1 du septième contrat de gestion oblige bpost à améliorer l'accès à ses points de service postal (bureaux) pour les personnes à mobilité réduite. Le respect de cette obligation fera partie de l'enquête de satisfaction de la clientèle.
 11. Conformément à l'article 14.1 du septième contrat de gestion, bpost s'engage à améliorer l'accès aux bureaux de poste pour les moins valides afin de réduire la proportion de bureaux de poste difficilement accessibles à 7 % d'ici 2026.
 12. L'article 19.1 du septième contrat de gestion prévoit que bpost prendra les mesures appropriées afin de diminuer le temps d'attente aux guichets.
 13. Conformément à l'article 19.1 du septième contrat de gestion, le temps d'attente de 80 % à 90 % de la clientèle doit être inférieur à cinq minutes.
 14. Selon l'article 14, § 1er, 1°, de la loi du 17 janvier 2003 relative au statut du régulateur des secteurs des postes et des télécommunications belges, l'IBPT a pour mission : ».

[...]

« 1° la formulation d'avis d'initiative, dans les cas prévus par les lois et arrêtés ou à la demande du ministre ou de la Chambre des représentants. »

3. Méthode de mesure de la satisfaction de la clientèle

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

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

17. L'enquête de satisfaction de la clientèle de bpost présente les caractéristiques suivantes :
- les entretiens ont été réalisés par un bureau d'étude indépendant (Ipsos) ;
 - il s'agit d'une mesure continue d'environ 500 entretiens par mois tant auprès des particuliers qu'auprès des entreprises au sens large ;
 - à partir d'un échantillon aléatoire ;
 - basée sur des entretiens téléphoniques par des professionnels selon la méthode « CATI » (Computer Assisted Telephone Interview) ;
 - la méthodologie a été conservée.

3.2. Organisation de l'enquête

18. L'enquête mesure la satisfaction de deux groupes-cibles : d'une part, les particuliers (2 400 clients résidentiels interrogés en 2022) et, d'autre part, les clients non résidentiels au sens large (3 600 clients non résidentiels en 2022), parmi lesquels 1 200 indépendants, professions libérales et petites entreprises de moins de cinq salariés. Dans le présent avis concernant la mesure de satisfaction de la clientèle de bpost de 2022, il a été uniquement tenu compte des résultats des particuliers, des indépendants, des professions libérales et des petites entreprises de moins de cinq salariés.

3.3. Échelle de l'enquête de satisfaction

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

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

20. Dans le contexte du calcul de la satisfaction³ vis-à-vis de bpost, les clients attribuant un score de 6 ou 7 sont considérés comme des « clients satisfaits » (= TOP 2 %). Les « clients insatisfaits » comprennent les clients « plutôt insatisfaits », les clients « insatisfaits » et les clients « très insatisfaits » (= BOT 3 %). Les rapports de bpost jusqu'en 2017 inclus étaient basés sur le « top 3 % » (scores de 5, 6 ou 7). Depuis le rapport de bpost pour l'année 2018, les clients satisfaits sont basés sur le « TOP 2 % » (scores de 6 ou 7).

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

³ La satisfaction correspond à la part de clients ayant indiqué être satisfaits ou très satisfaits. Il ne s'agit donc pas d'une moyenne arithmétique calculée sur la base des scores de répondants.

4. Résultats de l'enquête de satisfaction de la clientèle en 2022

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

4.1. Satisfaction générale de la clientèle

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

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

24. Le présent document utilise des codes de couleur pour les scores de satisfaction afin de maximiser la lisibilité. Les codes de couleur ont été attribués sur la base des critères suivants :

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

TABLEAU 1 : ENQUÊTE DE SATISFACTION GÉNÉRALE

	Particuliers											Entreprises										
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022		
% satisfaction (score 6 - 7)																						
Satisfaction générale de la clientèle	69	72	73	74	72	71	71	73	71	71	68	71	70	69	73	67	63	65	66	68		
L'envoi de courrier en Belgique	66	70	72	71	69	67	62	56	54	53	66	69	70	69	71	64	60	56	58	57		
Le facteur	81	73	75	74	73	74	74	77	79	78	78	70	70	73	70	70	74	75	78	79		
L'envoi de colis en Belgique	65	81	80	79	77	79	74	78	75	77	66	70	72	73	75	68	68	67	72	70		
L'envoi de colis à l'étranger	64	70	72	69	68	72	67	64	72	69	49	64	65	74	66	60	59	54	72	58		
La livraison du journal à temps	84	86	88	81	87	87	83	83	82	81	75	84	82	78	84	78	80	83	81	82		
La communication d'informations	54	59	61	60	59	58	52	57	55	57	49	54	54	53	55	54	53	55	55	53		
Le bureau de poste	81	77	78	78	75	76	75	79	79	77	74	71	68	71	70	71	69	74	77	72		
Le point poste	79	77	79	80	75	79	75	78	76	74	76	72	68	69	76	74	74	74	77	72		

25. Comme le montre le tableau ci-dessus, la satisfaction générale (globale) en 2022 est restée inchangée à 71 % chez les particuliers et a augmenté de deux points de pourcentage pour atteindre 68 % pour les petites entreprises. Concernant les particuliers, deux sous-catégories ont connu une amélioration, six se sont détériorées par rapport à 2021. Concernant les petites entreprises, deux sous-catégories ont enregistré une amélioration et six se sont détériorées par rapport à 2021. Le score de la satisfaction générale (globale) de la clientèle est déterminé par la question posée au début de l'entretien, à savoir « Quel est votre degré de satisfaction général vis-à-vis de bpost ? ». Ensuite, d'autres questions relatives à la satisfaction sur différents thèmes sont posées dans le questionnaire. La satisfaction générale (globale) de la clientèle chez les particuliers est restée relativement stable ces dernières années. Le score de la satisfaction générale (globale) des petites entreprises de 68 % en 2022 est le sixième meilleur score de ces dix dernières années.

26. Chez les particuliers, les principaux changements dans les sous-catégories concernant la satisfaction de la clientèle en 2022 sont la diminution de trois points de pourcentage pour l'envoi de colis à l'étranger, la diminution de deux points de pourcentage tant pour le bureau de poste que pour le point poste, et l'augmentation de deux points de pourcentage tant pour l'envoi de colis en Belgique que pour la fourniture d'informations. Trois sous-catégories ont en outre enregistré une baisse d'un point de pourcentage. Pour les petites entreprises, le principal changement dans les sous-catégories concernant la satisfaction de la clientèle concerne une baisse significative de quatorze points de pourcentage pour l'envoi de colis à l'étranger et une diminution de cinq points de pourcentage tant pour le bureau de poste que pour le point poste. Les cinq autres sous-catégories fluctuent entre une diminution maximale de deux points de pourcentage et une augmentation maximale d'un point de pourcentage.

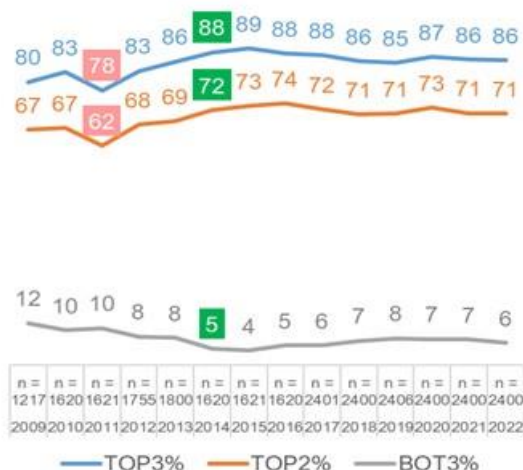
27. L'évolution de la satisfaction générale de la clientèle de bpost est illustrée dans le graphique 1.

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

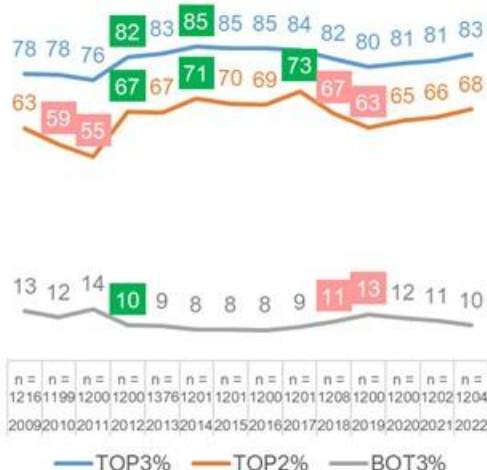
Satisfaction générale de tous les clients de bpost :



Satisfaction des particuliers :



Satisfaction des petites entreprises :



28. La satisfaction générale de la clientèle (« TOP 2 % ») au niveau (1) des particuliers, (2) des petites entreprises et (3) des grandes entreprises ensemble s’est améliorée de deux points de pourcentage pour atteindre 68 % en 2022. La satisfaction des particuliers est restée inchangée à 71 % et a augmenté de deux points de pourcentage pour atteindre 68 % pour les petites entreprises. Le graphique supérieur de la figure 1 montre l’évolution historique des particuliers, des petites et des grandes entreprises pris ensemble. En 2022, l’insatisfaction générale (« BOT 3 % ») pour les particuliers et les petites entreprises s’est améliorée d’un point de pourcentage pour atteindre respectivement 6 % et 10 %.

4.2. Satisfaction de la clientèle à l’égard de points spécifiques

29. Pour les points spécifiques (les heures d’ouverture des bureaux de poste, l’accessibilité aux personnes handicapées et le temps d’attente aux guichets) visés aux articles 12.1, 12.2, 12.3, 14.1, 14.2, 19.1 et 19.2 du septième contrat de gestion, cette enquête générale a mesuré les éléments suivants :

- le temps d’attente aux guichets et dans les points poste (voir point 4.2.1) ;
- les heures d’ouverture des bureaux de poste et des points poste (voir point 4.2.2) ;
- l’accessibilité des bureaux de poste et des points poste notamment aux personnes handicapées (voir point 4.2.3)⁴.

⁴ Un point de service postal est un bureau de poste ou un point poste.
 Un bureau de poste est un point de service postal exploité par bpost qui propose au client au moins l’assortiment complet de services.
 Un point de poste est un point de service postal exploité par un tiers où celui-ci exécute les services publics dont bpost lui a confié l’exécution au nom et pour le compte de bpost.
 Un guichet est un guichet d’un bureau de poste.

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

30. En 2022, la satisfaction quant au temps d'attente avant d'être servi dans les bureaux de poste connaît une hausse significative de huit points de pourcentage pour atteindre 60 % pour les petites entreprises et augmente de trois points de pourcentage pour atteindre 69 % chez les particuliers. La satisfaction quant au temps d'attente avant d'être servi dans les points poste augmente de trois points de pourcentage pour atteindre 69 % chez les particuliers. Le temps d'attente avant d'être servi dans les bureaux de poste pour les particuliers et le temps d'attente avant d'être servi dans les points poste pour les petites entreprises restent inchangés en 2022 avec respectivement 61 % et 69 %.

TABLEAU 2 : SATISFACTION À L'ÉGARD DU TEMPS D'ATTENTE AUX GUICHETS POSTAUX ET DANS LES POINTS POSTE

	Particuliers											Entreprises										
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022		
% satisfaction (score 6 - 7)																						
Temps d'attente avant d'être servi au bureau de poste	54	60	58	61	55	57	59	60	61	61	42	49	53	47	50	49	46	50	52	60		
Temps d'attente avant d'être servi au point poste	64	63	61	69	63	69	65	69	66	69	66	63	64	59	67	65	66	65	69	69		

31. Afin de diminuer le temps d'attente aux guichets, bpost a introduit en 2011 un système de mesure spécifique appelé « Waiting Queue » qui lui permet de mesurer le temps d'attente via un système de tickets. [CONFIDENTIEL]

32. Le tableau 3 reprend les résultats des mesures internes de bpost. Les résultats de bpost pour 2022 indiquent que dans 91,3 % des cas, les clients doivent attendre moins de 5 minutes. Le score concernant le temps d'attente dans les bureaux de poste en 2022 est le deuxième meilleur score de ces dix dernières années.

TABLEAU 3 : TEMPS D'ATTENTE AUX GUICHETS POSTAUX⁵

Délai moyen d'attente dans le bureau de poste	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
< 5'	84,40%	85,80%	85,40%	82,40%	85,20%	86,90%	89,20%	91,90%	92,40%	91,30%
5'-10'	10,30%	9,80%	10,40%	11,20%	10,10%	8,80%	7,80%	6,00%	/	/
> 10'	5,30%	4,40%	4,20%	6,40%	4,70%	4,30%	3,10%	2,10%	/	/

⁵ Source bpost (données non vérifiées)

4.2.2. Satisfaction à l'égard des heures d'ouverture des bureaux de poste et des points poste

33. En 2022, la satisfaction à l'égard des heures d'ouverture des bureaux de poste a connu une hausse significative de six points de pourcentage pour atteindre 51 % pour les petites entreprises et a diminué de trois points de pourcentage pour s'établir à 48 % chez les particuliers. En 2022, la satisfaction à l'égard des heures d'ouverture des points poste a diminué d'un point de pourcentage chez les particuliers et a augmenté d'un point de pourcentage en ce qui concerne les petites entreprises, et s'élève à respectivement 71 % et 74 %. La satisfaction à l'égard des heures d'ouverture des points poste est considérablement plus élevée que celle liée aux heures d'ouverture des bureaux de poste, et ce, tant chez les particuliers qu'auprès des petites entreprises.

TABLEAU 4 : SATISFACTION À L'ÉGARD DES HEURES D'OUVERTURE DES BUREAUX DE POSTE ET DES POINTS POSTE

	Particuliers											Entreprises										
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022		
% satisfaction (score 6 - 7)																						
Heures d'ouverture des bureaux de poste	58	56	55	52	50	55	50	54	51	48	52	54	52	45	50	41	46	53	45	51		
Heures d'ouverture des points poste	78	73	70	72	73	74	72	72	72	71	81	71	75	69	74	71	75	73	73	74		

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

TABLEAU 5 : NOMBRE TOTAL DE POINTS DE VENTE ET HEURES D'OUVERTURE⁶

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Nombre de points de service postal et heures d'ouverture de ceux-ci										
Nombre total de points de service postal	1343	1344	1342	1337	1336	1335	1320	1311	1314	1316
Heures d'ouverture par semaine (total)	65417	65877	65478	63310	63953	64309	63418	62283	61883	63118
Nombre moyen d'heures d'ouverture par semaine	48,35	48,9	48,65	47,2	47,7	47,85	48,04	47,51	47,10	47,96
Nombre de points de service postal ouverts après 17h	901	898	1328	1315	1316	1309	1291	1268	1268	1278
Nombre de points de service postal ouverts le samedi	1143	1145	1142	1199	1200	1201	1186	1171	1174	1174

35. Le réseau de détail de bpost est constitué de « points de service postal » qui peuvent être un bureau de poste, une halte postale ou un magasin postal. Sur la base du tableau ci-dessus, l'on peut constater que le nombre de points de service postal a légèrement diminué depuis 2013.

⁶ Source bpost (données non vérifiées)

36. En outre, il convient de souligner que la plupart des points de service postal en 2007 étaient des bureaux de poste, alors qu'aujourd'hui environ la moitié d'entre eux sont des points poste.⁷ En 2022, 97,1 % des points de service postal étaient ouverts après 17h (contre 67 % en 2014) et 89,2 % étaient ouverts le samedi.
37. En 2022, le nombre d'heures d'ouverture par semaine a légèrement augmenté de 2 % et la moyenne hebdomadaire des heures d'ouverture a augmenté de 1,8 %.

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

38. En 2022, la satisfaction des particuliers est restée inchangée à l'égard de l'accessibilité du bureau de poste avec 60 %, a connu une baisse significative de sept points de pourcentage pour s'établir à 66 % en ce qui concerne la proximité d'un bureau de poste et a augmenté d'un point de pourcentage pour atteindre 76 % concernant la proximité d'un point poste. En 2022, en ce qui concerne les petites entreprises, la satisfaction a augmenté de trois points de pourcentage pour atteindre 59 % à l'égard de l'accessibilité du bureau de poste, a diminué de trois points de pourcentage pour s'établir à 64 % à l'égard de la proximité du bureau de poste et a diminué de cinq points de pourcentage pour s'établir à 70 % à l'égard de la proximité d'un point poste.

TABLEAU 6 : ACCESSIBILITÉ DES BUREAUX DE POSTE/POINTS POSTE

	Particuliers											Entreprises										
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022		
% satisfaction (score de 6 ou 7)																						
Accessibilité (notamment aux personnes handicapées)	61	57	56	62	60	58	54	60	60	60	56	59	57	56	57	50	53	53	56	59		
La proximité d'un bureau de poste	69	66	68	67	65	67	67	72	73	66	67	61	64	63	66	62	64	67	67	64		
La proximité d'un point poste	74	77	71	75	75	74	73	76	75	76	76	66	69	71	76	72	73	72	75	70		

39. Les détails concernant le nombre de « points de service postal » ainsi que la répartition en nombre de bureaux de poste et de points poste figurent dans le tableau ci-après. En 2022, le nombre de bureaux de poste est resté inchangé et le nombre de points poste a augmenté de deux unités par rapport à 2021. Le réseau de détail est composé en 2022 de 1 316 points de service postal. L'exigence minimale de 1 300 points de service postal prévue à l'article 10.2 du septième contrat de gestion est respectée.

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

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Bureaux de poste	669	669	664	662	662	661	658	657	657	657
Points poste	674	675	678	675	674	674	662	654	657	659
Total	1343	1344	1342	1337	1336	1335	1320	1311	1314	1316

⁷ Voir également à ce sujet le tableau 7.

4.3. Synthèse et conclusion de l'IBPT

40. Conformément aux dispositions de l'article 39, et des articles 10.2, 10.4, 12.1, 13.1, 14.1 et 19.1 du septième contrat de gestion, l'IBPT constate que bpost a bien procédé en 2022 à la mesure de quatre indices de satisfaction, à savoir un indice de satisfaction générale, un indice concernant le temps d'attente aux guichets, un indice pour les heures d'ouverture des bureaux et des points poste et un indice concernant l'accessibilité des bureaux et points poste pour les personnes handicapées.
41. Il ressort des résultats de la mesure de la satisfaction générale de la clientèle de 2022 réalisée par bpost que la satisfaction générale est restée inchangée chez les particuliers et augmenté de deux points de pourcentage pour les petites entreprises pour atteindre respectivement 71 % et 68 %. Depuis 2019, la satisfaction générale de la clientèle des petites entreprises s'est améliorée d'année en année. Le score de 68 % en 2022 est le cinquième meilleur score de ces dix dernières années en ce qui concerne la satisfaction générale de la clientèle des petites entreprises.
42. Le niveau le plus bas concernant le segment BOT 3 % (c.-à-d. les clients les plus insatisfaits) a été atteint en 2019 avec un doublement de l'insatisfaction de la clientèle sur la période 2015-2019, passant de 4 % à 8 % chez les particuliers, et une augmentation de 62,5 % de l'insatisfaction générale de la clientèle sur la période 2016-2019 pour les petites entreprises, passant de 8 % à 13 %. En 2022, le segment BOT 3 % a connu une amélioration d'un point de pourcentage chez les particuliers et les petites entreprises, pour atteindre respectivement 6 % et 10 % en ce qui concerne l'insatisfaction générale des clients à l'égard du BOT 3 %. Le score concernant le BOT 3 % des petites entreprises s'est amélioré d'un point de pourcentage par an au cours de chacune des quatre dernières années en ce qui concerne l'insatisfaction générale des clients à l'égard du BOT 3 %.
43. 91,3 % des clients des guichets postaux ont été servis en moins de cinq minutes en 2022, selon les mesures internes de bpost. Il s'agit du deuxième meilleur score de ces dix dernières années. Le nombre moyen d'heures d'ouverture par semaine des points de service postal s'élève à près de 48 en 2022. La satisfaction à l'égard des heures d'ouverture des points poste tant chez les particuliers (en moyenne environ 15 points de pourcentage de plus) qu'auprès des petites entreprises (en moyenne environ 20 points de pourcentage de plus) est systématiquement beaucoup plus élevée que la satisfaction à l'égard des heures d'ouverture des bureaux de poste pour la période de 2013 à 2022 inclus. Le nombre d'heures d'ouverture par semaine des points de service postal a augmenté de près de 2 % en 2022. La satisfaction clientèle, tant auprès des particuliers que des petites entreprises, concernant les heures d'ouverture des bureaux de poste faisait partie des scores les plus médiocres parmi tous les éléments individuels examinés ces dix dernières années.
44. La distribution dans les temps du courrier en Belgique en 2022 obtient un très mauvais score, chutant de onze points de pourcentage à 39 % pour les petites entreprises et de trois points de pourcentage à 50 % pour les particuliers. En 2022, le score concernant la bonne exécution de la distribution nationale du courrier a connu une baisse significative de neuf points de pourcentage pour s'établir à 51 % pour les petites entreprises. La satisfaction à l'égard de la livraison de colis internationaux a diminué de quatorze points de pourcentage pour s'établir à 58 % pour les petites entreprises en 2022. La satisfaction générale des petites entreprises à l'égard des bureaux de poste a connu une baisse significative de cinq points de pourcentage en 2022, pour s'établir à 72 %.

45. En 2022, la satisfaction à l'égard de l'envoi de courrier en Belgique a de nouveau baissé d'un point de pourcentage, tant pour les particuliers que pour les petites entreprises, pour s'établir respectivement à 53 % et 57 %. La satisfaction à l'égard de l'envoi de courrier en Belgique a enregistré le pire score de ces dix dernières années pour les particuliers et le deuxième plus mauvais score des dix dernières années pour les petites entreprises. La satisfaction à l'égard de la fourniture d'informations en 2022 a augmenté de deux points de pourcentage pour atteindre 57 % chez les particuliers et a diminué de deux points de pourcentage pour s'établir à 53 % pour les petites entreprises.
46. À partir de 2019, la satisfaction à l'égard du service clientèle a de nouveau été analysée après l'absence de cet élément au cours des années 2017 et 2018. En 2022, la satisfaction à l'égard du service clientèle a baissé de cinq points de pourcentage pour s'établir à 52 % chez les particuliers et a augmenté de trois points de pourcentage pour atteindre 56 % pour les petites entreprises. L'insatisfaction (BOT 3 %) à l'égard du service clientèle s'est détériorée en 2022 de neuf points de pourcentage pour s'établir à 20 % chez les particuliers et de six points de pourcentage pour s'établir à 24 % pour les petites entreprises. Les éléments concernant lesquels les particuliers et les petites entreprises sont globalement les plus satisfaits sont les suivants : (i) la livraison du journal à temps, (ii) le facteur, (iii) le bureau de poste, (iv) la rapidité du service dans le point poste, (v) les heures d'ouverture du point poste, (vi) la réception de colis et (vii) la proximité du point poste. Les éléments concernant lesquels les particuliers et les petites entreprises sont globalement les moins satisfaits sont les suivants : (i) le service clientèle, (ii) les heures d'ouverture du bureau de poste, (iii) la réception des envois recommandés, (iv) la bonne exécution de la distribution nationale du courrier, (v) l'accessibilité des bureaux de poste et (vi) la livraison dans les temps.
47. Le plan d'action de bpost établi à la suite du contrôle de l'enquête de satisfaction de la clientèle réalisé par bpost a été mis en œuvre.

5. Le rapport concernant l'exécution du plan d'action 2022

48. Depuis 2012, bpost a décidé de restructurer son approche afin d'améliorer la satisfaction générale du consommateur. Depuis lors, cette restructuration se déroule toujours de manière inchangée selon les quatre mêmes axes :
1. la voix du client ;
 2. les produits et processus ;
 3. les clients ;
 4. le personnel et le changement.
49. L'évaluation par l'IBPT de l'exécution du plan d'amélioration 2022 est reprise ci-après.

5.1. La voix du client

50. La voix du client est recueillie par bpost via : (i) la mesure de la satisfaction générale, (ii) les études de satisfaction transactionnelles (par ex. : e-shop, le service de déménagement, le service clientèle, les bureaux de poste), (iii) les demandes d'informations et les plaintes déposées par le client (par ex. : service clientèle, forum en ligne, chatbot), (iv) les réseaux sociaux et (v) des études ad hoc sur les clients et le marché (le nombre d'études de marché est passé de 70 en 2019, à 94 en 2020, 113 en 2021 et 114 en 2022). En 2022, les informations relatives à la voix du client ont été portées régulièrement à la connaissance de la direction de bpost. Les collaborateurs de bpost ont également été informés de la satisfaction du client. Depuis quelques années, la satisfaction du client a également un impact sur la rémunération variable de tous les collaborateurs de bpost.

5.2. Les produits et processus

51. Dans la rubrique « Produits et processus », bpost a centré son approche sur les domaines prioritaires suivants :
1. la livraison correcte ;
 2. la distribution correcte des colis ;
 3. le courrier recommandé.

5.2.1. La livraison correcte

52. Des efforts ont été consentis pour fournir aux clients un service de qualité. Plusieurs initiatives ont été prises en 2022 en ce qui concerne la bonne exécution, à savoir :
- (i) par le biais d'un suivi et d'une analyse avec :
 - (1) une réintroduction de la carte de score de la qualité de bout en bout intégrée dans les objectifs de la direction générale pour 2022 ;
 - (2) des outils d'analyse Power BI qui ont remplacé les anciens rapports datés pour les journaux, les envois recommandés, les colis et les envois Prime, ce qui a permis d'identifier plus facilement les principales causes afin d'améliorer les processus ;
 - (3) une poursuite du projet relatif aux colis perdus et volés, avec un suivi des zones sensibles dans les bureaux de tri et de distribution spécifiques, y compris l'installation de caméras supplémentaires ;
 - (4) un suivi spécifique des flux des bureaux de poste/points poste vers les centres de tri afin d'identifier les problèmes de coordination des horaires ;
 - (5) en ce qui concerne le tri, une attention particulière aux erreurs d'expédition, avec une analyse approfondie des données et un nouvel outil en temps réel sur la trieuse de colis, avec un suivi quotidien et des corrections des erreurs d'expédition sur la machine elle-même, et
 - (6) la distribution où une solution (quasiment) en temps réel a été redéveloppée/améliorée et où les chefs d'équipe peuvent suivre les produits en direct à l'aide de codes-barres),
 - (ii) par une amélioration de la fiabilité et du processus avec :
 - (1) l'attribution d'une nouvelle équipe de processus et de qualité de bout en bout chargée d'établir des processus efficaces et robustes avec des forums de bout en bout ;

- (2) une simplification du processus de collecte (entre les activités de détail et le tri) de l'arbre de décision pour le fractionnement des conteneurs ('containers-split') pour les conducteurs, afin de réduire les erreurs humaines ;
 - (3) une meilleure harmonisation du processus en ce qui concerne les heures de fermeture des bureaux de poste et des points poste afin d'éviter les collectes précoces ou tardives ;
 - (4) la mise en service d'une nouvelle machine de tri de colis au centre de tri d'Anvers afin de créer une capacité de tri supplémentaire et de mieux gérer les pics de colis ;
 - (5) une réactivation des listes de contrôle des journaux/cahiers afin de vérifier l'exactitude sur la base de la quantité et de la destination ;
 - (6) une poursuite de l'expérimentation de la technologie « Sorting On Guidance », qui permet de réduire les erreurs humaines sur les chutes indirectes (déversoirs) de la trieuse de colis ;
 - (7) une nouvelle conception et documentation de mise en mémoire tampon du processus pour les colis aux heures de pointe pour la capacité, la mise en file d'attente et le stockage ;
 - (8) une amélioration de l'identification des conteneurs de colis pour les livraisons du samedi et du dimanche ;
 - (9) une révision de la distribution des SOP (Standard Operating Procedures ou procédures opérationnelles normalisées) obsolètes pour les envois recommandés et le courrier international ;
 - (10) une amélioration de la sélection des formateurs de facteurs chargés de l'accueil et de l'accompagnement des intérimaires et des nouveaux arrivants ;
 - (11) un traitement des envois internationaux PRIME depuis 2022 selon le processus des colis sur la bande de tri Birdy dans les bureaux de distribution afin d'augmenter la vitesse et la qualité de la numérisation ;
 - (12) une amélioration de la solution technique pour effectuer des tournées dynamiques quotidiennes de colis ;
 - (13) des adaptations du transport sur les quais du centre de tri d'Anvers afin de mieux répondre à la saturation du flux de conteneurs pendant les heures de pointe ; et
 - (14) l'introduction d'une information sonore (« bip ») sur l'appareil mobile du conducteur lorsqu'il charge un mauvais conteneur dans le camion ;
- (iii) en acheminant chaque plainte vers le facteur concerné (avec la disponibilité du « Netto Promotor Score » des colis pour le facteur sur son appareil mobile, avec une nouvelle qualification des plaintes et une cascade pour les plaintes récurrentes concernant le fait que le facteur ne sonne pas à la porte) ;
 - (iv) par le biais de Track & Trace (avec des améliorations continues pour le suivi des colis afin que les « unhappy flows » soient également couverts, avec une coordination avec les nouveaux services pour s'assurer que la communication est correcte sur tous les canaux (chatbot, e-mail, T&T, application) par le biais d'une épine dorsale commune) ;
 - (v) par le biais des préférences de livraison (avec une amélioration de l'algorithme pour améliorer les préférences de livraison, avec une promotion des préférences de réacheminement et la livraison chez un voisin et dans un lieu sûr afin d'augmenter la probabilité d'une livraison dès la première tentative, avec une utilisation fluide de Ping

intégrée dans l'application My bpost et la plateforme de préférences de livraison (retard par rapport à l'année dernière).

53. La part des clients les plus satisfaits (TOP 2 %) en ce qui concerne la distribution correcte en 2022 s'est détériorée de trois points de pourcentage pour s'établir à 60 % pour les particuliers et de pas moins de huit points de pourcentage pour s'établir à 51 % pour les petites entreprises. En 2022, la part des clients les moins satisfaits (BOT 3 %) concernant la distribution correcte est restée inchangée à 10 % chez les particuliers et s'est détériorée de trois points de pourcentage pour s'établir à 12 % pour les petites entreprises. La satisfaction à l'égard de la livraison dans les temps en 2022 a diminué de trois points de pourcentage pour s'établir à 50 % chez les particuliers et de pas moins de onze points de pourcentage pour s'établir à 39 % pour les petites entreprises.

TABLEAU 8 : SATISFACTION À L'ÉGARD DE QUALITÉ DE LA DISTRIBUTION

	Particuliers											Entreprises										
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022		
% satisfaction (score de 6 ou 7)																						
Distribution correcte par le facteur	81	73	75	74	73	74	74	77	79	78	78	70	70	73	70	70	74	75	78	78		
Réception des journaux et périodiques	84	86	88	81	87	87	83	83	82	81	75	84	82	78	84	78	80	83	81	82		

En 2022, la satisfaction de la clientèle chez les particuliers les plus satisfaits (TOP 2 %) à l'égard du facteur a toutefois diminué d'un point de pourcentage pour s'établir à 78 %, tandis que le score des petites entreprises à l'égard du facteur est resté inchangé à 78 %. En 2022, la réception des journaux et des périodiques s'est détériorée d'un point de pourcentage pour s'établir à 81 % pour les particuliers et s'est améliorée d'un point de pourcentage pour atteindre 82 % pour les petites entreprises.

5.2.2. Colis

54. En 2022, bpost a continué à travailler sur les aspects suivants de l'envoi de colis :
- (i) en étendant encore la possibilité d'utiliser des étiquettes numériques pour l'envoi de colis via des distributeurs automatiques de colis et des points colis, de sorte que le client ne doive plus imprimer lui-même son étiquette d'envoi ;
 - (ii) avec une étude sur les possibilités de libre-service dans les bureaux de poste pour des services tels que l'étiquette numérique (tests dans 8 bureaux de poste) ;
 - (iii) avec l'intégration d'un nouveau produit « World Economy » dans Shipping Manager Light, la plateforme d'envoi en ligne de bpost ;
 - (iv) avec la création d'un espace de travail en ligne permettant aux clients professionnels enregistrés de gérer leur activité de colis de A à Z (création d'étiquettes, enregistrement de plaintes, accès au chatbot de l'expéditeur, obtention d'informations sur leurs statistiques d'expédition, mises à jour automatiques sur les nouveaux services et produits) ;
 - (v) avec la fourniture d'une aide supplémentaire pour l'outil d'envoi en ligne (Shipping Manager Light) pour les questions les plus fréquemment posées (via le chatbot).

En ce qui concerne la réception des colis, des travaux ont été menés en 2022 pour mettre en place une mesure du Net Promoter Score pour les PME.

Plusieurs nouvelles initiatives en matière d'expérience client ont été lancées, à savoir :

- (i) le service SWAP : remettre un colis au facteur lorsque ce dernier livre un colis ;

- (ii) les corrections d'adresse : permettre au destinataire de corriger les erreurs d'adresse au moment de l'annonce d'un colis par l'expéditeur ;
 - (iii) l'intégration du chat en direct en tant que digne extension des fonctionnalités du chatbot ;
 - (iv) l'écologisation de la communication : le plan de sensibilisation des clients à l'empreinte écologique de leur choix de livraison (via différents canaux : Track and Trace, e-mail, chatbot).
55. En 2022, la satisfaction à l'égard de l'envoi de colis en Belgique a augmenté de deux points de pourcentage jusqu'à 77 % chez les particuliers et a diminué de deux points de pourcentage pour s'établir à 70 % pour les petites entreprises. La satisfaction à l'égard de l'envoi de colis à l'étranger en 2022 a augmenté de trois points de pourcentage pour atteindre 69 % chez les particuliers et a connu une baisse significative de quatorze points de pourcentage pour s'établir à 54 % pour les petites entreprises. La satisfaction à l'égard de la réception de colis s'élevait en 2022 à 79 % chez les particuliers (soit une hausse de trois points de pourcentage) et à 72 % pour les petites entreprises (soit une baisse de trois points de pourcentage).

5.2.3. Envois recommandés

56. En 2022, des travaux ont été réalisés en ce qui concerne l'envoi de recommandés via l'application My bpost pour les clients résidentiels. Un accusé de réception numérique a également été élaboré pour tous les envois recommandés annoncés (clients professionnels), intégrant les API dans leurs propres applications (principalement des routeurs et des clients contra-tuels) - utilisé par un seul gros client en 2022.

L'intégration de l'option Sign for Me (distribution des envois recommandés dans la boîte aux lettres, à la demande du destinataire) dans l'application My bpost a eu lieu au 2^e trimestre 2022. Les règles de distribution des envois recommandés ont également évolué (arrêté royal relatif aux services postaux du 14 03/2022 : article 9, §§ 1^{er} à 6, article 10, §§ 1^{er} à 2, article 11, §§ 1^{er} à 2, article 12, §§ 1^{er} à 2, article 13, l'article 14, l'article 15, §§ 1^{er} à 2, article 16, article 17, §§ 1^{er} à 2, article 18 et article 19, qui prévoyait qu'une seule signature pour les envois recommandés adressés à plusieurs personnes était suffisante (les envois recommandés adressés à M. et Mm' sont l'une des principales raisons des agressions verbales au comptoir)). L'arrêté royal permet de présenter d'autres documents officiels pour l'identification du destinataire au guichet en vue de la réception d'un envoi recommandé (c'est-à-dire pas seulement la carte d'identité).

57. La satisfaction à l'égard de l'envoi de recommandés en 2022 a augmenté de sept points de pourcentage pour atteindre 66 % chez les particuliers et a augmenté de six points de pourcentage pour atteindre 61 % pour les petites entreprises. La satisfaction à l'égard de la réception d'envois recommandés en 2022 a augmenté de cinq points de pourcentage pour atteindre 58 % chez les particuliers et a diminué de deux points de pourcentage pour s'établir à 50 % pour les petites entreprises.

TABEAU 9 : SATISFACTION À L'ÉGARD DES ENVOIS RECOMMANDÉS

	Particuliers											Entreprises										
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022		
% satisfaction (score de 6 ou 7)																						
La facilité de recevoir des envois recommandés	46	48	48	52	50	48	47	54	53	58	40	48	48	47	48	49	50	52	52	50		
La facilité d'envoyer des envois recommandés	59	63	62	65	65	66	67	63	59	66	55	63	62	63	58	59	57	55	61			

5.3. Les clients

58. En 2022, des initiatives ont été prises concernant les bureaux de poste, les points poste, le service clientèle et la communication d'informations aux clients.

5.3.1. Bureaux de poste et points poste

59. En 2022, bpost a continué à travailler sur divers aspects concernant les bureaux de poste. En ce qui concerne l'amabilité et la serviabilité, les paramètres GOOLDA/BRASMA⁸ ont continué à être utilisés dans le cadre des mesures, afin d'entreprendre des actions supplémentaires le cas échéant, en mettant l'accent sur les sourires après la disparition des masques buccaux. Des efforts ont également été déployés pour prévenir les agressions des clients par le biais de plusieurs campagnes au cours de l'année, et la nouvelle méthode de travail consistant à enregistrer les plaintes au comptoir a été développée davantage, l'objectif étant d'enregistrer et de consigner la plainte au comptoir plutôt que de renvoyer le client vers le service clientèle.

En ce qui concerne le professionnalisme et la transformation, les mesures suivantes ont été prises : (i) la poursuite du remplacement des ATM, (ii) la poursuite du remplacement du matériel et des logiciels utilisés aux guichets, (iii) une optimisation de l'infrastructure pour mieux répondre aux besoins du client en cas de déménagement et/ou de rénovation, (iv) des solutions flexibles (sous forme de fenêtres contextuelles) pour mieux servir le client lors des pics de fin d'année, (v) une amélioration des solutions pour faciliter le dépôt et le retrait de colis.

Le nombre de bureaux accessibles aux moins valides était de 91,6 % à la fin de 2022. En ce qui concerne l'optimisation des heures d'ouverture et du service à la clientèle, le nombre de visiteurs par bureau a été fréquemment évalué et adapté. L'amabilité et la compétence des collaborateurs ont fait l'objet d'un suivi continu par le biais d'actions de « mystery shopping ». La rapidité du service et les temps d'attente ont également été mesurés par bpost en 2022. En ce qui concerne le temps d'attente, une tendance positive dans la perception des clients a été observée au fil des ans : ainsi 9 personnes sur 10 ont déclaré avoir été aidées dans les 5 minutes. Les indicateurs réels montrent qu'en 2022, les temps d'attente dans les bureaux de poste ont évolué dans le même sens : 91,3 % des clients ont été servis dans les 5 minutes. Des applications mobiles ont également été utilisées pour mieux gérer les pics de fréquentation des clients, en combinaison avec l'assistance du personnel des services centraux. Le réseau dans son ensemble a également fait l'objet d'une évaluation en ce qui concerne la fréquentation des clients, les temps d'attente et les volumes.

⁸ GOOLDA : Groeten/Oogopslag/Oplossing bieden/Lachen/Danken/Afscheid nemen ; BRASMA : Bonjour/Regard/Aider/Sourir/Merci/Au revoir

En 2022, bpost a continué à assurer le suivi du principe BRASMA/GOOLDA pour les points poste, au moyen d'actions de Mystery Shopping. Ces résultats font l'objet d'un rapport et d'un suivi trimestriels et des mesures sont prises pour les améliorer si nécessaire. Une analyse a également été effectuée sur le retour d'information des clients par le biais de la mesure du Netto Promotor Score. Une aide a été fournie aux points poste pour améliorer la rapidité du service en mesurant, analysant et communiquant leur temps moyen de transaction et en proposant des idées d'amélioration.

60. La satisfaction à l'égard du temps d'attente dans le bureau de poste en 2022 est restée inchangée à 61 % pour les particuliers et a augmenté de huit points de pourcentage pour atteindre 60 % pour les petites entreprises. La satisfaction à l'égard du temps d'attente dans les points poste en 2022 a augmenté de trois points de pourcentage pour atteindre 69 % chez les particuliers et est restée inchangée à 69 % pour les petites entreprises. La satisfaction à l'égard du bureau de poste en 2022 a diminué de deux points de pourcentage pour s'établir à 77 % chez les particuliers et a enregistré une baisse significative de cinq points de pourcentage pour s'établir à 72 % pour les petites entreprises. La satisfaction à l'égard des points poste en 2022 a diminué de deux points de pourcentage pour s'établir à 74 % chez les particuliers et de cinq points de pourcentage pour s'établir à 72 % pour les petites entreprises. La satisfaction des particuliers à l'égard des heures d'ouverture des bureaux de poste en 2022 a diminué de trois points de pourcentage pour s'établir à 48 % et a augmenté de six points de pourcentage pour atteindre 51 % pour les petites entreprises. La satisfaction des petites entreprises en 2022 a augmenté d'un point de pourcentage pour atteindre 74 % et a diminué d'un point de pourcentage pour s'établir à 71 % pour les particuliers en ce qui concerne les heures d'ouverture des points poste. La satisfaction des particuliers en ce qui concerne l'accessibilité des bureaux de poste en 2022 est restée inchangée à 60 % et a augmenté de trois points de pourcentage auprès des petites entreprises pour atteindre 59 %. La satisfaction concernant la proximité d'un bureau de poste en 2022 a enregistré une baisse significative de sept points de pourcentage chez les particuliers pour s'établir à 66 % et a baissé de trois points de pourcentage chez les petites entreprises pour s'établir à 64 %.

5.3.2. Services clientèle

61. Le service clientèle a fait l'objet d'un suivi via une étude de satisfaction transactionnelle : les clients qui entrent en contact avec le service clientèle reçoivent un questionnaire pour partager leur expérience, tant au niveau du 'front office' que du 'back office'. Le projet 'ilote d'analyse textuelle a été lancé et les données recueillies ont été traduites en informations exploitables et utilisées en interne.

En ce qui concerne le traitement des questions/plain'és et l'organisation du service clientèle, les aspects suivants ont été abordés : (i) un objectif d'accessibilité téléphonique amélioré pour les clients, selon lequel 95 % des clients doivent pouvoir joindre bpost par téléphone pendant les heures d'ouverture de notre service clientèle (cet objectif était de 90% jusqu'en novembre 2020), (ii) une amélioration du temps de réponse pour le canal des médias sociaux, (iii) le lancement du chat en direct en complément du chatbot pour les colis et poursuite de l'amélioration du chat en direct et des canaux de médias sociaux, (iv) une amélioration du processus lorsque le facteur n'a pas sonné, (v) une modification du « parcours de l'expéditeur » (« sender journey ») pour les colis avec recherche systématique des colis perdus sans tampon temporel, (vi) une action « First-Day-reaction » pour les plaintes concernant le back-office, dans le cadre de laquelle les clients reçoivent une réponse personnelle de bpost dans les 24 heures, (vii) la mise en œuvre d'un processus concernant les plaintes sensibles, (viii) la sélection d'une nouvelle plateforme omnicanale via laquelle les clients peuvent contacter bpost par différents canaux (téléphone, chat), (ix) une migration des canaux vers une plateforme dotée d'une interface intégrée pour tous les canaux (téléphonie, chat, médias sociaux, formulaires web, back-office et base de données CRM), (ix) une séparation organisationnelle entre les clients professionnels et les clients particuliers (dans les centres de contact) afin de mieux cibler les actions et (x) une amélioration des processus d'assistance à la clientèle pour les colis internationaux en provenance de l'étranger.

62. La satisfaction à l'égard du service clientèle en 2022 a diminué de cinq points de pourcentage pour s'établir à 52 % chez les particuliers et a augmenté de trois points de pourcentage pour atteindre 56 % pour les petites entreprises. L'insatisfaction des clients les moins satisfaits (BOT 3 %) à l'égard du service clientèle s'est détériorée en 2022 de neuf points de pourcentage pour s'établir à 20 % chez les particuliers et de six points de pourcentage pour s'établir à 24 % auprès des petites entreprises. L'insatisfaction à l'égard du service clientèle fait partie des plus mauvais scores de tous les éléments individuels examinés dans l'enquête de satisfaction de la clientèle de bpost.

5.3.3. Informations

63. Pour les différents produits, bpost s'est efforcée d'améliorer en permanence les informations fournies aux clients par le biais de brochures, de formulaires en ligne, dans les bureaux de poste ou sur le site Internet Track & Trace.

En ce qui concerne le site Internet, les mesures suivantes ont été prises en 2022 : (i) le login sur le site Internet bpost.be avec personnalisation et la gestion du consentement ont été mis en place, (ii) l'amélioration de la qualité du chatbot lors de la migration vers une nouvelle plateforme omnicanale et (iii) le lancement du nouvel eShop en février 2022.

Un nouveau système d'identification/d'authentification a été introduit pour l'application, harmonisé avec les autres canaux de bpost et garantissant une sécurité élevée. Un travail a été effectué sur le processus d'enregistrement de mandats visant la distribution d'envois recommandés (Sign For me). Un nouveau système de gestion du consentement a également été mis en place, qui est compatible avec les autres canaux.

64. En 2022, la satisfaction générale à l'égard des informations a augmenté de deux points de pourcentage pour atteindre 57 % chez les particuliers et a baissé de deux points de pourcentage pour s'établir à 53 % pour les petites entreprises. En 2022, la satisfaction à l'égard du site Internet a diminué d'un point de pourcentage pour s'établir à 60 % chez les particuliers et d'un point de pourcentage également pour s'établir à 58 % auprès des petites entreprises. En 2022, l'insatisfaction à l'égard du site Internet a augmenté d'un point de pourcentage pour atteindre 9 % pour les petites entreprises.

5.4. Le personnel et les changements

65. En 2022, une communication a été envoyée au moins une fois par trimestre à tous les niveaux de l'entreprise bpost afin de maintenir l'accent sur l'orientation client. En 2022, bpost a davantage développé l'index des clients qui repose sur quatre piliers, à savoir la satisfaction générale de la clientèle résidentielle, le score NPS des clients professionnels, la distribution dans les temps des envois de correspondance et la distribution qualitative des colis. L'atteinte des objectifs de l'index a un impact sur les bonus non récurrents et les rémunérations variables de tous les collaborateurs de bpost.

5.5. Avis de l'IBPT concernant le plan d'action 2022

66. En 2022, la satisfaction générale des particuliers est restée inchangée à 71 % et celle des petites entreprises a augmenté de deux points de pourcentage pour atteindre 68 %. L'évolution négative de la satisfaction clientèle des petites entreprises tant en 2018 qu'en 2019 s'est inversée en 2020. Le score de satisfaction générale de la clientèle de 68 % pour les petites entreprises était le cinquième meilleur score de ces dix dernières années.
67. En ce qui concerne les huit sous-catégories mentionnées au tableau 1, six se sont détériorées et deux se sont améliorées en 2022 tant pour les particuliers que pour les petites entreprises. L'IBPT recommande à bpost de procéder à une analyse approfondie des causes sous-jacentes de l'absence d'amélioration de la satisfaction de la clientèle en 2022 afin d'identifier les actions futures à entreprendre.
68. Les éléments concernant lesquels les particuliers et les petites entreprises étaient globalement les moins satisfaits sont les suivants : (i) la distribution dans les temps du courrier national, (ii) les heures d'ouverture des bureaux de poste, (iii) le service clientèle, (iv) l'information, (v) la facilité de réception des envois recommandés et (vi) la livraison correcte du courrier national. En ce qui concerne les six sous-catégories mentionnées (pour les particuliers et les petites entreprises), huit scores se sont détériorés et quatre scores se sont améliorés en 2022 par rapport à 2021. Cela démontre que les initiatives développées dans le plan d'action de bpost pour ces six sous-catégories n'ont abouti qu'à un score plus positif pour 33,3 % et plus mauvais pour 66,7 % par rapport à 2021. Ce n'est pas un bon résultat. Il est recommandé de réaliser une bonne analyse au préalable concernant les futures initiatives dans les plans d'action, afin que les scores s'améliorent pour la plupart et que les moins bons scores deviennent plutôt exceptionnels. Il est recommandé que bpost fasse à l'avenir des efforts supplémentaires pour améliorer la satisfaction des clients à l'égard des éléments énumérés.

69. Les mesures internes de bpost ont du reste montré que l'accessibilité des bureaux de poste pour les moins valides atteignait 92,4 % en 2022. Conformément à l'article 14.1 du septième contrat de gestion, bpost doit s'engager à améliorer l'accès aux bureaux de poste pour les personnes à mobilité réduite en réduisant la proportion de bureaux de poste difficilement accessibles à maximum 7 % d'ici 2026.

6. Plan d'action 2023

En 2023, le plan d'action de bpost reposait à nouveau sur les 4 mêmes piliers, à savoir : la voix du client, les produits et processus, les points de contact avec le client, ainsi que le personnel et le changement.

6.1. La voix du client

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

6.2. Les produits et processus

71. En ce qui concerne le suivi et l'analyse de la livraison correcte, bpost a travaillé sur les éléments suivants en 2023 : (i) dans le cadre du processus de bout en bout, de nouveaux systèmes ont été élaborés en 2023 afin de mieux gérer la quantité croissante de données à traiter, (ii) dans le domaine du tri, l'accent a été mis sur l'amélioration des rapports sur les colis et les envois recommandés afin d'améliorer l'efficacité des analyses, (iii) en ce qui concerne le transport, de nouveaux rapports ont été établis afin de mieux suivre les erreurs de tri des conteneurs, (iv) un nouvel outil a été mis en place pour suivre les conteneurs eux-mêmes, (v) dans le domaine de la distribution, des tests ont été effectués sur la vérification des coordonnées géographiques sur l'appareil mobile du facteur afin de s'assurer que le colis est livré au bon endroit (accent mis sur la prévention des erreurs humaines dans la livraison).
72. En ce qui concerne l'amélioration et la fiabilité du processus de livraison correcte, bpost a entrepris les actions suivantes en 2023 :
- (i) dans le cadre du processus de bout en bout, des travaux ont été menés pour simplifier le processus de distribution des envois non prioritaires (appelé « Rolling Calendar ») afin de réduire les pertes de qualité pour ce type d'envois,
 - (ii) dans le domaine du transport, les mêmes ajustements ont été apportés aux quais de transport des centres de tri de Charleroi, Liège et Gand qu'à Anvers, afin de mieux répondre à la saturation des flux de conteneurs lors des pics de fin d'année,
 - (iii) dans le processus de tri, les volumes sur la nouvelle trieuse de colis du centre de tri d'Anvers ont été augmentés afin de mieux répartir encore les colis (en cas de pics ou de grèves),
 - (iv) des groupes de travail spécialisés ont également été mis en place pour les lieux de travail peu performants,

- v) la numérisation des courriers recommandés traités manuellement a été encouragée afin d'améliorer la gestion et les annonces de volume pour la distribution ;
 - vi) le projet « Sorting On Guidance » (qui se concentre sur les erreurs d'expédition, avec des flèches projetées sur le sol pour indiquer la destination du colis) est entré dans sa deuxième phase de mise en œuvre,
 - vii) dans le domaine de la distribution, un nouveau guide de l'utilisateur intitulé « Gestion des risques dans un bureau de distribution » a été élaboré et partagé avec le réseau. Les « meilleures pratiques » y sont liées à tous les KPI (Key Performance Indicators) relatifs à la qualité (colis, pensions, courrier recommandé),
 - (viii) pour les colis, davantage de bureaux de distribution ont été impliqués dans le réseau de distribution en soirée, de distribution le jour même (« Same day ») et le samedi, afin de réduire le risque de retards,
 - (ix) les envois recommandés ont été partiellement traités sur la bande de tri Birdy afin d'augmenter la vitesse et la qualité de la numérisation (cf. envois PRIME en 2022),
 - (x) pour une signature correcte lors de la distribution du courrier recommandé, le processus du « destinataire connu » a été abandonné et une photo de la carte d'identité est devenue obligatoire,
 - (xi) des travaux ont également été réalisés pour améliorer le processus et le suivi du « closing rate » des envois recommandés afin d'accroître la satisfaction de la clientèle.
73. En 2023, bpost a prévu une automatisation du lien entre le code-barres de l'envoi et le facteur afin que chaque plainte parvienne au facteur concerné. Ce point figurait déjà dans le plan d'action de 2022, mais a été reporté à 2023. bpost a également travaillé au développement d'une application permettant au chef d'équipe de partager les plaintes individuelles via l'appareil mobile du facteur pour permettre un retour d'information plus rapide au service clientèle. bpost était en train de mettre en place un nouveau système CRM (pour la gestion des données clients) et a continué à y travailler en 2023 dans le but d'optimiser la communication entre les canaux. En ce qui concerne les préférences de livraison, Sign For Me a continué à être développé. bpost comptait également sur une nouvelle augmentation du nombre de personnes communiquant leurs préférences et a continué à mesurer et à contrôler la qualité de l'exécution des préférences de livraison.
74. En ce qui concerne les étiquettes numériques des colis, les aspects suivants ont été développés en 2023 : (i) une équipe s'est penchée sur le suivi et les étapes suivantes afin d'améliorer les produits et les services destinés aux PME, (ii) de nouvelles solutions de collecte de colis (first mile) auprès des PME afin de favoriser leur croissance (révision des offres de contrat, meilleur outil pour les annonces de volume, déploiement de véhicules « Easyloaders » en cas d'enlèvement), (iii) la possibilité d'envoyer/de renvoyer des colis sans étiquette d'envoi par l'intermédiaire des distributeurs automatiques de colis et (iv) le lancement d'emballages réutilisables dans le cadre du développement durable.
75. Pour améliorer la facilité d'utilisation des clients en ce qui concerne les colis, bpost a prévu les initiatives suivantes en 2023 : (i) une meilleure prévision du moment de livraison du colis, les délais de livraison plus courts étant communiqués plus tôt au destinataire, (ii) la poursuite des corrections d'adresse au cours du processus de traitement du colis, (iii) mettre l'accent sur les messages « verts » tout au long de la chaîne afin de sensibiliser les destinataires aux solutions de durabilité, (iv) un projet pilote a été lancé au deuxième trimestre de 2023 pour permettre une communication directe entre le facteur et le service clientèle.
76. En ce qui concerne la réception d'envois recommandés, bpost a principalement travaillé à l'amélioration de l'option Sign For Me dans l'application My bpost en 2023. Avec Sign For Me, le destinataire donne mandat à bpost de déposer l'envoi recommandé dans la boîte aux lettres afin d'éviter de devoir se rendre au bureau de poste si le courrier recommandé ne peut être réceptionné à la porte.

77. En ce qui concerne l'envoi de courrier recommandé, l'initiative visant à permettre aux clients résidentiels d'effectuer le travail préparatoire dans l'application de bpost a principalement continué à être élaborée en 2023.

6.3. Les clients

78. En ce qui concerne l'amabilité et la serviabilité dans les bureaux de poste, bpost avait prévu en 2023 la poursuite des visites via le mystery shopping, la collecte d'un plus grand nombre de commentaires transactionnels de la part des clients avec un suivi mensuel, la prévention des agressions de la part des clients et la nouvelle méthode de traitement des plaintes par l'enregistrement au guichet au lieu du renvoi vers le service clientèle.
79. En ce qui concerne le professionnalisme, l'accessibilité et la transformation des bureaux de poste, bpost avait prévu la poursuite de l'installation de nouveaux logiciels et matériel pour mieux servir les clients, l'optimisation de l'infrastructure des bureaux de poste pour mieux répondre aux besoins des clients en cas de déménagement et/ou de rénovation, le déploiement de solutions flexibles (sous forme de fenêtres contextuelles) pour mieux servir les clients pendant les pics de fin d'année, et l'amélioration de solutions visant à faciliter le dépôt et le retrait de colis.
80. En ce qui concerne les heures d'ouverture du bureau de poste, bpost avait prévu l'adaptation des heures d'ouverture de certains bureaux, en fonction des besoins locaux, sans que cela ne s'inscrive dans le cadre d'une révision nationale (aucune réorganisation du réseau n'était prévue en 2023).
81. En ce qui concerne la rapidité du service et le temps d'attente, bpost a continué à utiliser des applications mobiles pour mieux gérer les pics de fréquentation des clients, en combinaison avec l'assistance du personnel des services centraux et le réseau global a été évalué en termes de fréquentation, de temps d'attente et de volumes. L'amabilité et la compétence des collaborateurs ont fait l'objet d'un suivi par le biais d'actions de « mystery shopping ».
82. L'amabilité et la serviabilité des points poste ont également été mesurées via des actions de ce type et font l'objet d'un rapport et d'un suivi trimestriels. Des actions ont été entreprises pour améliorer les résultats le cas échéant. Le feedback des clients a été analysé à l'aide de la mesure du NPS.
83. Une aide a été fournie aux points poste pour améliorer la rapidité du service en mesurant et en examinant leur temps moyen de transaction et en proposant des idées d'amélioration.
84. En 2023, le travail d'analyse textuelle des commentaires des clients s'est poursuivi afin d'améliorer l'expérience client et le traitement des plaintes a été similaire à celui de l'année précédente. Les services clientèle offrant un assistance concernant les produits et services postaux ont été transférés vers la nouvelle plateforme omnicanale.
85. En ce qui concerne l'information, bpost s'est efforcée d'améliorer en permanence l'information fournie aux clients sur les différents produits par le biais de brochures, de formulaires en ligne, dans les bureaux de poste ou via le site Internet Track & Trace. Sur le

site bpost.be, la qualité du chatbot a été augmentée lors de la migration vers une nouvelle plateforme omnicanale. La personnalisation sur bpost.be a été développée davantage. En ce qui concerne l'application My bpost, une proposition de valeur des besoins des utilisateurs en vue de développer de nouvelles fonctionnalités, d'attirer de nouveaux utilisateurs et d'améliorer l'expérience utilisateur de l'application afin de réduire les plaintes, de simplifier le processus d'enregistrement à « Sign for me » et d'améliorer les performances de l'application a été élaborée. À cette fin, une communauté en ligne a été créée avec un panel bpost propre pour interroger les clients.

6.4. Le personnel et le changement

86. L'index des clients est resté inchangé en 2023 et est constitué comme suit : (1) la satisfaction générale des clients résidentiels, (2) le score NPS (Netto Promotor Score) des clients professionnels, (3) la livraison dans les temps des envois de correspondance, (4) la distribution qualitative des colis, et (5) le score NPS des destinataires résidentiels de colis. Les bonus non récurrents et les rémunérations variables de tous les collaborateurs sont influencés par l'index des clients.

6.5. Avis de l'IBPT concernant le plan d'action 2023

87. L'IBPT a constaté que le nombre d'éléments individuels dont le score de satisfaction client est inférieur à 60 % a baissé d'une unité (de 7 à 6) en 2022 par rapport à 2021 chez les particuliers et est resté inchangé à 11 pour les petites entreprises. L'IBPT a également noté que bpost avait pris ces dernières années plusieurs initiatives dans différents domaines afin d'améliorer la satisfaction de la clientèle, comme l'ont montré les avis concernant la satisfaction de la clientèle de ces dernières années. En 2022, ces efforts de bpost ont conduit à un score de satisfaction générale de la clientèle inchangé chez les particuliers (statu quo à 71 %) et à une augmentation du score de satisfaction générale de la clientèle pour les petites entreprises (à savoir une augmentation de deux points de pourcentage pour atteindre 68 %). En ce qui concerne les petites entreprises, la satisfaction générale a augmenté de cinq points de pourcentage en 2022 par rapport à 2019 pour atteindre 68 %. L'année 2022 a été marquée par une légère amélioration relative du nombre d'aspects étudiés individuellement dans l'enquête de satisfaction de la clientèle chez les particuliers (de 73,1 % en 2021 à 76,9 % en 2022). En ce qui concerne les petites entreprises, le score du nombre d'aspects étudiés individuellement dans l'enquête de satisfaction de la clientèle est identique en 2022 par rapport à 2021, soit 57,7 %.

TABEAU 10 : ASPECTS ÉTUDIÉS (en termes absolus et relatifs)

	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022
Nombre d'aspects étudiés	23	24	26	26	26	23	24	26	26	26
RES (60 % ou plus)	19	16	20	19	20	82,61%	66,67%	76,92%	73,08%	76,92%
RES (jusqu'à 59 %)	4	8	6	7	6	17,39%	33,33%	23,08%	26,92%	23,08%
BUS (60 % ou plus)	13	12	13	15	15	56,52%	50,00%	50,00%	57,69%	57,69%
BUS (jusqu'à 59 %)	10	12	13	11	11	43,48%	50,00%	50,00%	42,31%	42,31%

88. Il était difficile d'indiquer avec certitude dans quelle mesure les actions entreprises en 2022 étaient axées sur les moins bons résultats et pourront se traduire cette fois effectivement par une amélioration du niveau de satisfaction chez bpost, comme expliqué ci-dessous.
89. En ce qui concerne la livraison dans les temps par le facteur, bpost n'a prévu aucune mesure spécifique dans le plan d'action 2023. Les scores relatifs à la livraison dans les temps du courrier national se sont détériorés en 2022, tant chez les particuliers qu'auprès des petites entreprises. La livraison dans les temps pour les petites entreprises affiche le score le plus faible de tous les éléments examinés, à savoir 39 %, avec une baisse significative de 11 points de pourcentage en 2022. L'IBPT recommande à bpost de suivre de près l'évolution de ce paramètre et de prendre d'autres initiatives pour améliorer la satisfaction de la clientèle en ce qui concerne la livraison dans les temps. Étant donné que bpost n'a pas prévu d'initiatives spécifiques dans le plan d'action 2023, l'IBPT ne s'attend pas à une amélioration substantielle du score de cet élément de satisfaction clientèle en 2023.
90. Pour ce qui est de la livraison correcte et la satisfaction générale quant à la distribution nationale du courrier, bpost a prévu dans le plan d'action 2023 diverses initiatives qui sont expliquées aux points 71 à 77 inclus. Dans le plan d'action 2023, bpost a développé diverses initiatives concernant la distribution correcte (exemples : surveillance et analyse du tri des colis et des envois recommandés, nouveau rapport sur les erreurs de tri des conteneurs, test de la distribution de colis au bon endroit à l'aide de coordonnées géographiques, simplification de la distribution des envois non prioritaires, adaptations des quais de transport des centres de tri, augmentation des volumes de la nouvelle machine de tri des colis à Anvers, groupes de travail pour les lieux de travail peu performants, nouveau manuel sur la gestion des risques dans un bureau de distribution, traitement des envois recommandés sur Birdyband afin d'augmenter la rapidité et la qualité du scan, automatisation de l'association code-barres et facteur afin que chaque plainte arrive au bon facteur). L'IBPT conseille, dans le cadre de la poursuite de l'amélioration des scores en matière de satisfaction clientèle concernant la distribution nationale correcte et de satisfaction générale concernant la distribution nationale en 2023, de prendre également par exemple des initiatives liées au taux d'absentéisme élevé.
91. La satisfaction à l'égard des heures d'ouverture des bureaux de poste était faible. bpost a indiqué dans le plan d'action 2023 qu'en fonction des besoins locaux, les heures d'ouverture de certains bureaux avaient été adaptées, mais que cela ne s'inscrivait pas dans le cadre d'une révision nationale et qu'aucune réorganisation du réseau n'était prévue en 2023. L'IBPT demande à bpost d'examiner les raisons précises de la faible satisfaction des clients de bpost à l'égard des heures d'ouverture : s'agit-il principalement des heures d'ouverture en soirée ou du week-end, par exemple ? Où s'agit-il d'heures d'ouverture (supplémentaires) trop limitées lors de périodes de pointe comme en fin d'année, etc. ? Des précisions supplémentaires et plus détaillées concernant le nombre de bureaux de poste concernés semblent également appropriées en la matière. L'IBPT souhaite que bpost procède à des analyses à ce sujet dans le prochain rapport sur la satisfaction de la clientèle et fasse part des actions que bpost prévoit concrètement afin d'améliorer la satisfaction de la clientèle quant à ce paramètre.
92. En ce qui concerne les temps d'attente dans les bureaux de poste pour les petites entreprises, des actions ont été prévues dans le plan d'action 2023, mentionnées au point 81. En 2023, bpost a notamment poursuivi l'utilisation d'applications mobiles afin de gérer les pics et a évalué en continu le trafic, le temps d'attente et les volumes. L'IBPT constate que le score relatif aux temps d'attente pour les petites entreprises a connu une amélioration significative jusqu'à 60 % en 2022. Il s'agit d'une tendance positive.

93. En ce qui concerne le service clientèle, bpost a prévu dans le plan d'action 2023 diverses initiatives qui sont commentées au point 84. Les scores du service clientèle restent toujours faibles en 2022. L'IBPT renvoie également au point 61 qui énumère toutes les initiatives que bpost a déjà prises à cet égard en 2022. Les scores liés au service clientèle continuent de faire partie des plus mauvais scores. L'IBPT est conscient que le service clientèle d'autres entreprises obtient également des résultats généralement inférieurs. bpost pourrait peut-être mener une étude sur la satisfaction des clients concernant le service clientèle d'autres entreprises d'utilité publique (par ex. : opérateurs télécoms, entreprises du secteur de l'énergie, sociétés de distribution des eaux, sociétés de transport en commun...) et, sur cette base, utiliser certaines pratiques pour améliorer la satisfaction des clients de bpost concernant son service clientèle.
94. En ce qui concerne la communication d'informations, bpost a prévu dans le plan d'action 2023 diverses initiatives qui sont commentées au point 85. Les scores de satisfaction à l'égard de l'information sont restés faibles en 2022. L'IBPT renvoie au point 63 pour un aperçu des initiatives que bpost a déjà prises à cet égard en 2022. En 2022, bpost a pris plusieurs initiatives concernant l'information, dont : l'amélioration via des brochures, des formulaires en lignes, dans les bureaux de poste, track & trace, le chatbot et l'application My bpost. L'IBPT estime que d'autres améliorations sont encore possibles en ce qui concerne le site Internet de bpost en termes de convivialité, structure et solutions, etc. afin d'augmenter les scores de satisfaction clientèle.
95. En ce qui concerne la réception et l'envoi de recommandés, le plan d'action 2023 prévoyait plusieurs initiatives énumérées au point 85. Les scores à l'égard de la satisfaction de la clientèle sont restés faibles en 2022. L'IBPT renvoie au point 56 pour un aperçu des initiatives que bpost a déjà prises à cet égard en 2022. En 2023, bpost a principalement travaillé à l'amélioration de l'option Sign For Me dans l'application My bpost en 2023. Cela semble être une bonne approche.

Dans le prochain rapport sur la satisfaction de la clientèle, l'IBPT recommande à bpost d'expliquer plus précisément les causes des moins bons résultats ainsi que les actions entreprises concernant les points spécifiques pour lesquels les chiffres de satisfaction sont faibles.

96. Les scores de service clientèle de bpost se sont détériorés en 2022 (sauf pour les petites entreprises où une amélioration de trois points de pourcentage a été notée pour atteindre 56 %) en raison du fait que les scores des clients les plus insatisfaits (le segment BOT 3 %) ont évolué de manière sensiblement négative et ils restent parmi les scores les plus faibles. L'IBPT renvoie au point 61 pour un aperçu des différentes initiatives de bpost concernant le fonctionnement du service clientèle en 2022 ainsi qu'aux initiatives mentionnées au point 84 pour 2023.

En 2022, 2 894 demandes irrecevables concernant bpost ont été soumises au Service de médiation pour le secteur postal. Il s'agit-là d'une amélioration de 39,8 %. En 2022, 2 541 plaintes recevables ont été introduites concernant bpost auprès du Service de médiation pour le secteur postal. Cela représente une amélioration de 27,6 %. L'amélioration relative tant du nombre de plaintes irrecevables que du nombre de plaintes recevables introduites témoigne d'une évolution positive dans ce domaine.

97. L'IBPT a reçu des rapports intermédiaires de bpost.

7. Conclusion générale

98. Sur la base des informations dont il dispose, l'IBPT constate que des mesures ont été réalisées par bpost pour évaluer le niveau de satisfaction de ses clients en 2022.
99. L'IBPT recommande à bpost d'inclure explicitement la satisfaction de la clientèle dans son plan stratégique étant donné que les plans d'action successifs du passé n'ont pas seulement permis d'améliorer la satisfaction de la clientèle. L'IBPT recommande à bpost de fournir des explications à l'IBPT concernant l'intégration de la satisfaction de la clientèle dans le plan stratégique de bpost.
100. Selon bpost, il ressort de la mesure de la satisfaction de la clientèle de 2022 réalisée par bpost que la satisfaction générale de la clientèle en 2022 est restée inchangée à 71 % pour les particuliers. Les meilleurs scores pour les particuliers concernent : la réception des journaux (82 %), la réception de colis (79 %), le facteur (78 %), les bureaux de poste (77 %) et la proximité des points poste (76 %). En ce qui concerne les particuliers, les scores pour la livraison dans les temps (39 %), les heures d'ouverture des bureaux de poste (48 %), le service clientèle (52 %) et la distribution nationale du courrier (53 %) sont faibles.

En ce qui concerne les petites entreprises, les meilleurs scores concernent : la réception des journaux (82 %), le facteur (78 %), la rapidité dans les points poste (75 %) et les heures d'ouverture des points poste (74 %). La satisfaction générale est passée de 66 % en 2021 à 68 % en 2022. En ce qui concerne les petites entreprises, les scores pour la distribution dans les temps du courrier national (39 %), la réception du courrier recommandé (50 %), la distribution correcte du courrier national (51 %), le service clientèle (52 %) et l'information (53 %) sont faibles.

101. En 2023, bpost a développé notamment les initiatives suivantes :
- Nouveaux systèmes dans le processus de bout en bout
 - De nouveaux rapports pour le transport afin de suivre les erreurs de tri des conteneurs
 - Réalisation de tests dans le domaine de la distribution sur la vérification des coordonnées géographiques sur l'appareil mobile du facteur pour la livraison des colis au bon endroit
 - Simplification du processus de distribution des envois non prioritaires afin de réduire les pertes de qualité
 - Adaptation des quais de transport des centres de tri afin de mieux répondre à la saturation des flux de conteneurs lors des pics de fin d'année
 - Groupes de travail pour les lieux de travail peu performants
 - Nouveau guide de l'utilisateur intitulé « Gestion des risques dans un bureau de distribution »
 - Traitement partiel des envois recommandés sur la bande de tri Birdy afin d'améliorer la qualité
 - Automatisation du lien entre le code-barres de l'envoi et le facteur
 - Un nouveau système CRM
 - Lancement d'emballages réutilisables
 - Meilleure prédiction de la livraison du colis
 - Corrections d'adresse au cours du processus de traitement du colis
 - Projet pilote de communication directe entre le facteur et le service clientèle
 - Amélioration de 'Sign For Me' dans l'application bpost
 - Mystery Shopping
 - Éviter les agressions des clients

- Enregistrement de la plainte au guichet plutôt que de renvoyer vers le service clientèle
- Fenêtres contextuelles lors des pics de fin d'année
- Analyse textuelle des commentaires des clients
- Augmentation de la qualité du chatbot

102. L'IBPT attire une nouvelle fois l'attention (à l'instar des années précédentes) sur les éléments qui ont enregistré ces cinq dernières années un score de satisfaction clientèle inférieur à 60 % tant pour les particuliers que pour les petites entreprises, à savoir : (i) la distribution dans les temps du courrier national, (ii) les heures d'ouverture des bureaux de poste, (iii) la réception des envois recommandés, (iv) la satisfaction à l'égard du service clientèle et (v) la satisfaction à l'égard de l'information. En outre, la satisfaction clientèle des petites entreprises était inférieure à 60 % ces cinq dernières années pour les éléments suivants : (i) la distribution correcte du courrier national, (ii) le site Internet et (iii) l'accessibilité des bureaux de poste. Concernant les éléments cités plus haut, les scores en matière de satisfaction clientèle sont restés sous les 60 % ces cinq dernières années et les initiatives issues des plans d'action de bpost n'ont entraîné par le passé aucune amélioration de la satisfaction clientèle afin de dépasser les 60 % pour ces éléments.

103. L'IBPT encourage également bpost à développer des actions ciblées pour améliorer la satisfaction de la clientèle après avoir analysé les causes de la détérioration des scores.

104. L'IBPT suggère à bpost d'améliorer prioritairement les indices affichant un score inférieur à 60 % en 2022 pour le TOP 2 %, à savoir :

pour les petites entreprises :

- | | |
|--|--------|
| - distribution dans les temps du courrier national | (39 %) |
| - satisfaction à l'égard de la réception de recommandés | (50 %) |
| - distribution correcte du courrier national | (51 %) |
| - heures d'ouverture des bureaux de poste | (51 %) |
| - satisfaction à l'égard de l'information | (53 %) |
| - satisfaction à l'égard du service clientèle | (56 %) |
| - satisfaction générale à l'égard de la distribution nationale du courrier | (57 %) |
| - satisfaction à l'égard de la distribution internationale du courrier | (57 %) |
| - satisfaction à l'égard des colis internationaux | (58 %) |
| - satisfaction à l'égard du site Internet | (58 %) |
| - accessibilité des bureaux de poste | (58 %) |

pour la clientèle résidentielle :

- heures d'ouverture des bureaux de poste (48 %)
- distribution dans les temps du courrier national (50 %)
- satisfaction à l'égard du service clientèle (52 %)
- satisfaction générale à l'égard de la distribution nationale du courrier (53 %)
- satisfaction à l'égard de l'information (57 %)
- satisfaction à l'égard de la réception de recommandés (58 %)

Bernardo Herman
Membre du Conseil

Peggy Valcke
Membre du Conseil

Stefaan Vyverman
Membre du Conseil

Michel Van Bellinghen
Président du Conseil

ANNEXES :

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

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

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

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

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

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