



Institut belge des services postaux
et des télécommunications

**Communication du Conseil de l'IBPT
du 21 novembre 2023
concernant l'observatoire du marché des activités
postales en Belgique pour 2022**

Table des matières

1.	Synthèse	5
2.	L'impact de la pandémie et de la forte inflation sur le secteur postal	7
3.	Portée de l'observatoire et structure du marché postal en Belgique.....	10
3.1.	Structure du marché postal belge	10
3.2.	Opérateurs interrogés dans le cadre de l'observatoire.....	11
4.	Description du marché belge pour la fourniture de services postaux de 2010 à 2022	16
4.1.	Aperçu général du marché postal.....	16
4.1.1.	<i>Revenus</i>	16
4.1.2.	<i>Concentration du marché</i>	18
4.1.3.	<i>Importance des segments</i>	20
4.2.	Focus sur le segment de la poste aux lettres	21
4.2.1.	<i>Aperçu général</i>	21
4.2.2.	<i>Courrier transactionnel</i>	23
4.2.3.	<i>Courrier publicitaire adressé</i>	33
4.2.4.	<i>Courrier international</i>	34
4.3.	Focus sur le segment des colis et des envois express et sur l'e-commerce	38
4.3.1.	<i>Volume</i>	40
4.3.2.	<i>Revenus</i>	42
4.3.3.	<i>Tarif implicite</i>	46
4.3.4.	<i>Tarifs pour les petits utilisateurs</i>	47
4.4.	Focus sur le segment de la distribution de la presse aux abonnés	49
4.4.1.	<i>Volume</i>	49
4.4.2.	<i>Revenus</i>	50
5.	Investissements et emploi dans les activités postales	52
5.1.	Investissements dans le secteur postal.....	52
5.2.	Emploi dans le secteur postal	54
6.	Accès aux services postaux	57
6.1.	Aperçu sectoriel.....	57
6.1.1.	<i>Boîtes aux lettres pour l'expédition</i>	57
6.1.2.	<i>Points pourvus en personnel</i>	58
6.1.3.	<i>Distributeurs automatiques de colis</i>	59
6.2.	Prestataire du service universel postal (PSUP)	62
6.2.1.	<i>Points d'accès aux services postaux</i>	62
6.2.2.	<i>Points de service postal</i>	64
7.	Qualité des services & empreinte écologique	66
7.1.	Satisfaction des utilisateurs de services postaux	66
7.2.	Délais d'acheminement des envois de correspondance	67
7.3.	Empreinte écologique	67

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 et de 2022 par rapport à 2021 (YoY).....	8
Figure 2. Segmentation des activités postales considérées dans le cadre de l'observatoire	10
Figure 3. Les zones géographiques où sont actifs les titulaires de licence postale (2023)	14
Figure 4. Les principaux acteurs sur le marché belge pour la fourniture de services postaux (en 2023)	15
Figure 5. Évolution des revenus du secteur postal sur la période 2000-2022 (en millions d'euros).....	17
Figure 6. Parts de marché sur la base du chiffre d'affaires dans le secteur postal belge en 2022 (%).....	18
Figure 7. Concentration horizontale sur la base du chiffre d'affaires au moyen des indices HHI et C4	19
Figure 8. Concentration horizontale sur la base des volumes au moyen des indices HHI et C4	19
Figure 9. Parts des différents segments dans le chiffre d'affaires de l'entière du secteur postal en 2022 par rapport à 2010 (%)	20
Figure 10. Volume de courrier par habitant (N).....	21
Figure 11. Volume des envois de correspondance (%)	22
Figure 12. Revenus du segment des envois de correspondance (en millions d'euros)	22
Figure 13. Évolution des volumes de courrier transactionnel	23
Figure 14. Répartition des volumes de courrier transactionnel (%) (2022)	24
Figure 15. Évolution des volumes d'envois recommandés depuis 2010 (croissance cumulée)	25
Figure 16. Évolution des volumes de courrier administratif depuis 2010 (croissance cumulée)	25
Figure 17. Répartition des volumes de courrier transactionnel entre envois égrenés et envois en nombre (%) (2010, 2021, 2022)	26
Figure 18. Évolution des revenus pour le courrier transactionnel depuis 2010 (croissance cumulée) (%)	27
Figure 19. Répartition des revenus pour le courrier transactionnel (%) (2010, 2021, 2022).....	28
Figure 20. Prix du service lettre domestique prior et non prior, timbre à la pièce < 50 g (€)	29
Figure 21. Prix du service lettre domestique standard en Europe (€) (Tarifs mentionnés de 2023).....	30
Figure 22. Prix exprimés en parité du pouvoir d'achat (PPA) du service lettre domestique standard en Europe (€) (Tarifs mentionnés de 2023)	32
Figure 23. Évolution des volumes de publicité adressée	33
Figure 24. Évolution des revenus de publicité (millions d'euros).....	34
Figure 25. Évolution des volumes de courrier international.....	35
Figure 26. Évolution des revenus provenant du courrier international (millions d'euros)	36
Figure 27. Prix du service lettre standard intra-européen en Europe (en valeur nominale) (€) (Tarifs mentionnés de 2023)	37
Figure 28. Ratio entre colis et envois express en termes de volume et de chiffre d'affaires (2022).....	38
Figure 29. Rapport B2X, C2X et retours en termes de volume et de chiffre d'affaires (2022).....	39
Figure 30. Ratio de distribution à l'adresse, dans un point postal pourvu en personnel et via un distributeur automatique de colis (2022)	40
Figure 31. Évolution du volume de services express et de colis au total (en millions d'unités) et par habitant (par unité) par an.....	41
Figure 32. Répartition du volume de services express et de colis par envois domestiques, internationaux sortants et internationaux entrants (2022).....	41

Figure 33. Comparaison des volumes trimestriels nationaux, international outbound et international inbound de 2020 par rapport à 2019, de 2021 par rapport à 2020 et de 2022 par rapport à 2021 (YoY).....	42
Figure 34. Évolution du chiffre d'affaires dans le segment des services express et des colis (millions d'euros) et par habitant (euros) par an.....	43
Figure 35. Parts de marché sur la base du chiffre d'affaires dans le segment des envois express et des colis (2022) (%).....	44
Figure 36. Parts de marché sur la base du volume dans le segment des envois express et des colis (2022) (%) ..	45
Figure 37. Parts de marché sur la base du volume dans le segment des envois express et des colis intérieurs et internationaux entrants (2022) (%).....	46
Figure 38. Tarif implicite dans le segment des envois express et des colis (2010-2022) (€).....	47
Figure 39. Tarifs pour un colis domestique de 2 kg (2023, en euros).....	48
Figure 40. Tarifs pour un colis de 2 kg vers les Pays-Bas (2023, en euros).....	48
Figure 41. Évolution des volumes sur le segment de la distribution de la presse aux abonnés (en millions d'unités)	50
Figure 42. Évolution des revenus sur le segment de la distribution de la presse aux abonnés (en millions d'euros)	50
Figure 43. Investissements dans le secteur postal (en millions d'euros)	53
Figure 44. Investissements par rapport au chiffre d'affaires dans le secteur postal (%)	53
Figure 45. Emploi salarié dans le secteur postal (N, ETP).....	55
Figure 46. Part du secteur postal dans l'emploi total (%)	55
Figure 47. Nombre moyen d'articles postaux par jour civil par ETP dans le secteur postal (N)	56
Figure 48. Densité du réseau de boîtes aux lettres (de bpost) pour l'envoi (2022)	58
Figure 49. Densité du réseau de points pourvus en personnel (2022).....	59
Figure 50. Évolution du nombre de distributeurs automatiques de colis en Belgique (2018-2022).....	61
Figure 51. Densité du réseau de distributeurs automatiques de colis (2022)	61
Figure 52. Nombre de points d'accès dans le cadre de la prestation du service universel.....	63
Figure 53. Nombre de points de service postal (PSUP uniquement)	64
Figure 54. Population moyenne (N) et superficie moyenne (km ²) desservies par point de service postal (PSUP uniquement).....	65
Figure 55. Répartition des points de service postal en 2022 (PSUP uniquement)	65
Figure 56. Nombre de plaintes recevables introduites au service de médiation par objet (2017-2022).....	66
Figure 57. Pourcentage de lettres prior et d'envois recommandés délivrés en J+1 et en J+3 (PSUP uniquement) 67	67

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 2022, reprend les indicateurs publiés dans l'édition précédente et met davantage l'accent sur la 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 10,5 % en 2021 et 16,5 % en 2020, la croissance du marché postal a ralenti à 0,6 %. Néanmoins, elle atteint ainsi près de 3,5 milliards d'euros (3,48 milliards pour être précis). Cette croissance, certes limitée, 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 significatifs de l'e-commerce.
4. Malgré une diminution de la concentration, le marché postal belge reste fortement concentré en 2022. 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 termes de chiffre d'affaires, les quatre prestataires principaux (bpost, UPS, DPD et GLS) ont une part de marché encore élevée de 79 %. En 2010, cette part de marché s'élevait à 92 %.
5. Le segment des colis et des envois express représentait 66 % du chiffre d'affaires du secteur en 2022, contre 65 % en 2021 et 62 % en 2020. En 2010, il ne s'élevait encore qu'à 20 %. Les envois de correspondance, y compris les envois publicitaires adressés, ne représentaient plus que 31 % du chiffre d'affaires total au sein du secteur postal en 2022, contre 74 % en 2010. Le segment de la distribution de la presse au domicile des abonnés a généré 3 % des revenus.
6. Entre 2021 et 2022, le volume d'envois de correspondance par habitant a diminué de 7,9 %. Le volume d'envois de correspondance a atteint 93 unités par habitant sur une base annuelle et passe ainsi pour la première fois sous la barre des 100 envois par habitant par an. Le chiffre d'affaires correspondant a enregistré une baisse moins significative, de seulement 2,9 % par rapport à 2021. Le courrier transactionnel en représente encore la grande majorité (63 % en 2022), suivi par la publicité adressée avec une part de 29 % et le courrier international avec 8 %. Le courrier transactionnel a diminué de 5,6 % en 2022, les envois en nombre

représentant la grande majorité de celui-ci, avec 80 % en 2022 contre 59 % en 2010. Parmi les différentes catégories qui constituent le courrier transactionnel, les envois en nombre constituent la seule catégorie pour laquelle le chiffre d'affaires a augmenté par rapport à 2010. S'agissant de la publicité adressée dont les volumes avaient légèrement baissé en 2021 (-0,9%) tandis que le chiffre d'affaires avait augmenté de +4,4%, celle-ci a connu une nouvelle baisse en 2022, avec -8,8% au niveau des volumes et -7,8% en ce qui concerne le chiffre d'affaires. La chute des volumes au niveau du courrier international se poursuit, avec -19,3 %, et le chiffre d'affaires de ce segment diminue également en 2022, avec -9,3 % . Le volume d'envois en nombre a diminué de 3 % en 2022, mais les revenus associés ont augmenté de 3 %.

7. En ce qui concerne le segment des envois express et de colis, le nombre d'envois a quintuplé entre 2010 et 2022 pour atteindre 362 millions d'unités. Toutefois, il est question en 2022 pour la première fois dans notre observatoire d'une baisse de volume, avec une croissance négative de 0,6 %. Cela contraste fortement avec la croissance de 8,6 % 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 11 jours environ. En 2022, 39 % du nombre total des services express et de colis avait trait aux envois nationaux. Dans 26% des cas, il s'agissait d'envois internationaux sortants. Les 34 % restants étaient des envois internationaux entrants. Entre 2021 et 2022, les revenus dans le segment des colis et des envois express ont néanmoins augmenté de 3,9 % pour atteindre un total de 2,12 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 des 12 opérateurs à notre enquête, nous constatons qu'environ 87 % du volume de colis et de services express a été envoyé par un utilisateur professionnel (B2X) en 2022. Dans environ 8 % des cas, le colis était envoyé par un particulier (C2X), et dans les autres cas (environ 4 %) il s'agissait de retours. En ce qui concerne les modalités de livraison, nous constatons en 2022 sur la base des réponses à notre enquête formulées par 10 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 22 %, tandis que les distributeurs automatiques de colis reçoivent environ 2 % du volume. La livraison à un autre lieu que le domicile semble donc gagner en importance de manière limitée.
8. Le volume de presse distribué a de nouveau diminué en 2022, de 6,8 %, soit la plus forte baisse jamais constatée. Les revenus ont également diminué plus fortement qu'auparavant, de 4,9 % cette fois. Au total, il est tout de même question de plus de 388 millions de journaux et de périodiques distribués, et d'un chiffre d'affaires correspondant de 105 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 2021, le niveau des investissements en 2022 a augmenté de 2,3%, soit un total de 222 millions d'euros. Il s'agit néanmoins du montant le plus élevé constaté depuis 2010, lorsque les investissements s'élevaient à peine à 76 millions d'euros. De nombreux opérateurs sont en effet en train d'étendre ces dernières années leur capacité de tri et de distribution des colis, notamment en ce qui concerne des infrastructures comme les distributeurs automatiques de colis. Nous observons en parallèle, pour la sixième année consécutive, une augmentation de l'emploi dans le secteur postal de +0,9 % en 2022, soit une croissance plus limitée que celle de 2021 (+3,5 %).

2. L'impact de la pandémie et de la forte inflation sur le secteur postal

10. 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 prises par les autorités durant les années 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 non-essentiels¹. Le résultat de cette situation a été double.
11. Tout d'abord, le segment des lettres a vu ses volumes décroître, notamment par la diminution importante des envois publicitaires, qui n'avaient plus lieu d'être (et qui étaient même temporairement interdits²), avec la fermeture de certains magasins physiques. D'autre part, ces magasins ont dû s'adapter pour toucher leur client, notamment via l'e-commerce, avec l'établissement d'une structure de vente en ligne. Du côté des consommateurs, non seulement davantage d'entre eux se sont tournés vers l'achat 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 ») et d'autre part 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.
12. La figure 1, décrivant l'évolution trimestrielle entre les années 2019, 2020, 2021 et 2022, rappelle ces changements initialement observés en 2020 et 2021 et illustre la situation dans laquelle se trouve le marché postal belge en 2022.
13. Entre 2019 et 2020, nous avons 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, où nous avons pu constater pleinement les effets du premier confinement (qui a débuté le 18 mars 2020 jusqu'à début juin 2020), nous pouvons voir une augmentation de 50,9% de colis et services express en plus par rapport à l'année précédente avec, par contre, 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 constatons 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

¹ OESO: E-handel in de tijd van COVID-19

<http://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/e-commerce-in-the-time-of-covid-19-3a2b78e8/> (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, de leverancier van de USO in België, verklaarde dat het ook tijdens de eerste periode van lockdown in België goederen zoals cement leverde.

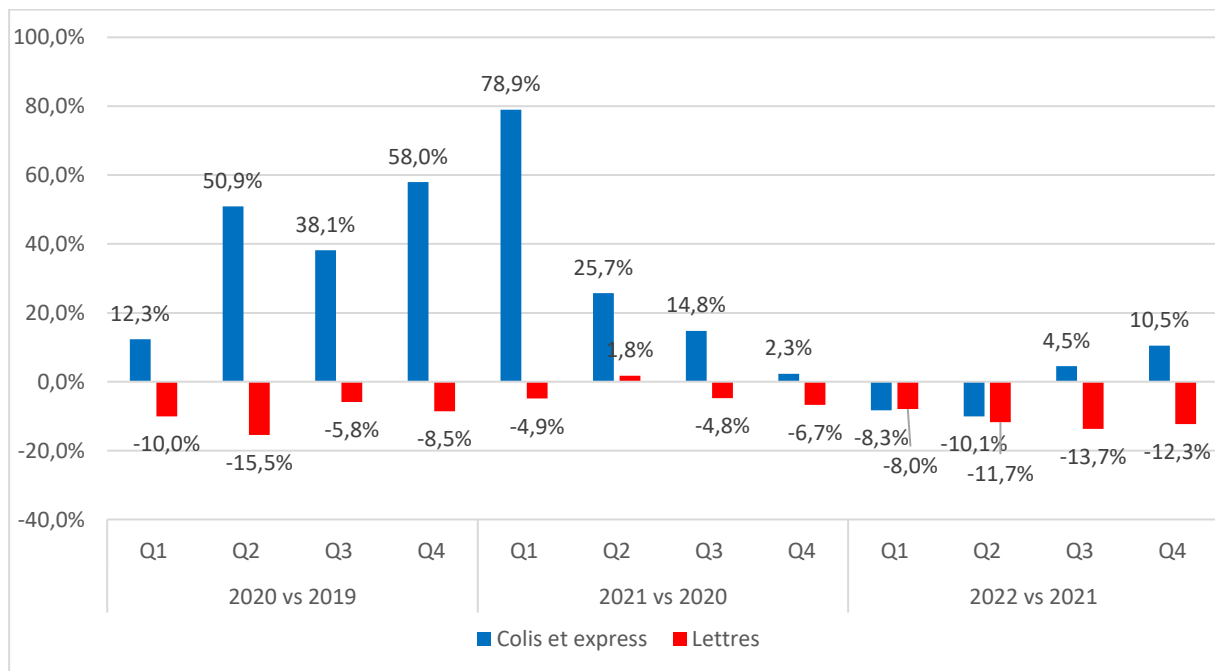
De Standaard 4 mai 2020: https://www.standaard.be/cnt/dmf20200430_04941196 (visité le 16 décembre 2020)

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)

évolution remarquable, surtout si l'on tient compte du fait que le quatrième trimestre de 2019 a également connu des volumes élevés en raison de l'habituel pic de fin d'année.

14. 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 courriers de correspondance (-4,9%). Les trois trimestres suivants font suite aux augmentations connues pendant les premiers trimestres du Covid-19 et ont donc connu des changements plus modérés au niveau du segment des colis et 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 pour les Q3 (-4,8%) et Q4 (-6,7%).
15. La comparaison sur base trimestrielle entre 2021 et 2022 connaît, quant à elle, des fluctuations plus restreintes par rapport à 2021. En effet, les différents trimestres au niveau des colis et des envois express enregistrent des baisses de respectivement 8,3% et 10,1% pour les deux premiers trimestres, suivi d'augmentations de 4,5% (Q3) et 10,5% (Q4) pour les deux trimestres suivants. Le niveau d'augmentation annuelle du segment des colis et des envois express connaît donc un ralentissement par rapport aux augmentations enregistrées lors des premiers trimestres de la pandémie. Le secteur des lettres, quant à lui, avec des variations trimestrielles de volume par rapport à 2021 de l'ordre de -8% (Q1), -11,7% (Q2), -13,7% (Q3) et -12,3% (Q4), continue sa décroissance annuelle.

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



Source : IBPT

16. Ainsi, les changements de comportement d'achats en ligne identifiés par l'OCDE⁵ semblent s'être confirmés, du moins sur le court terme, au vu des niveaux de colis et envois express qui, lorsqu'on compare les 3 derniers trimestres de 2020 et 2021 ainsi que les chiffres trimestriels de 2022, montrent que les « nouvelles » habitudes de consommation sont restées plus ou moins proches de celles que les consommateurs avaient prises pendant les trois premiers trimestres de la pandémie.

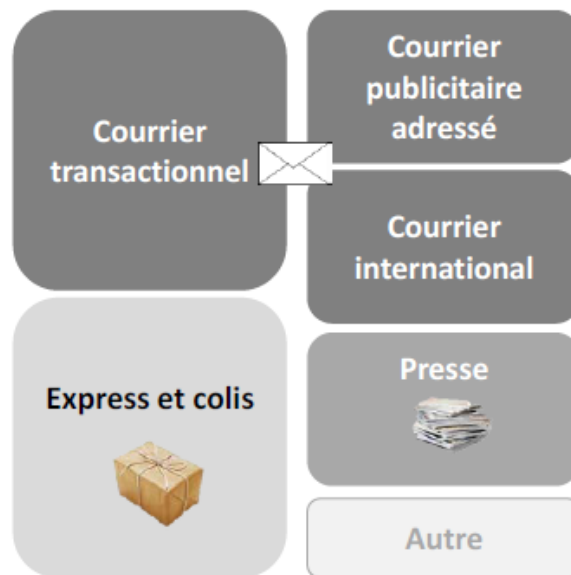
⁵ OESO: E-handel in de tijd van COVID-19
<http://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/e-commerce-in-the-time-of-covid-19-3a2b78e8/> (visité le 16 décembre 2020)

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

3.1. Structure du marché postal belge

17. 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



18. La catégorie « Autre » 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.
19. Si elles ne sont pas proposées par les opérateurs postaux, les activités de routage ne sont pas considérées dans le périmètre 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

20. 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, 24 entreprises ont été interrogées.
21. 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, TNT⁷, 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 Parcel⁸**, actifs 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.
22. 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.
23. 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.
24. **GLS**, filiale de l'opérateur historique britannique Royal Mail, est spécialisée dans la distribution de colis. GLS distribue chaque année environ 862 millions de colis, notamment en Europe, pour plus de 230 000 clients. Pour ce faire, l'entreprise s'appuie sur 120 hubs, 1 600 dépôts et plus de 22 000 employés.
25. **PostNL**, l'opérateur historique et le prestataire du service universel aux Pays-Bas, propose également des services de livraison de colis - dont notamment les produits pharmaceutiques - en Belgique.
26. PostNL est également présente en Belgique via sa filiale **Mikropakket**, spécialisée dans le traitement de colis (de grande valeur) pesant jusqu'à 15 kg livrés dans les 24 heures et qui propose des services B2B et B2C dans le Benelux.
27. **G3 Worldwide**, qui appartenait à PostNL et qui était présente auparavant dans le segment du courrier international pour les entreprises, a été dissoute dans le courant de l'année 2021.

⁷ La reprise de TNT par FedEx est totalement effective depuis le 1^{er} octobre 2022.

⁸ 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 ou <https://www.dhlparcel.be/fr/particuliers/dhl-servicepoints>

En outre, depuis 2018, bpost et DHL collaborent dans le domaine de la livraison e-commerce au Benelux :

http://corporate.bpost.be/media/press-releases/2018_2/2018-05-30?sc_lang=fr-FR

⁹ En 2023, GeoPost/DPDgroup est devenu Geopost. <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/>

28. **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 en Belgique d'un réseau de 1 400 points relais 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 Relay.¹¹
29. **Belgium Parcels Service** est, quant à lui, uniquement actif sur le segment des colis domestiques en Belgique.
30. 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 désormais de nombreux points en Belgique. 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 de venir les chercher (bien) après les heures de bureau.
31. **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.
32. Depuis l'année passée, Homerr et Colis Privé ont donc été ajoutés à l'observatoire. En outre, Budbee, un opérateur suédois (qui est ensuite devenu actif au Danemark, en Finlande et aux Pays-Bas), s'est 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 particulier 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
33. La plateforme de vente en ligne **Amazon**, qui s'est dotée d'un centre de tri à Anvers¹⁵ et qui a récemment lancé une version belge de son site de vente en ligne¹⁶, fait désormais également partie de cet observatoire.
34. **Dynalogic**¹⁷ est une entreprise spécialisée dans les livraisons flexibles et personnalisées de tout format allant du très petit, tel qu'un passeport ou des médicaments, à un format

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 : La société française de livraison Colis Privé débarque sur le marché belge <https://trends.levif.be/economie/entreprises/la-societe-francaise-de-livraison-colis-privé-debarque-sur-le-marche-belge/article-news-1482689.html>

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

Il a également été annoncé le 10 novembre 2022 qu'Instabox Netherlands S.A.R.L., Red je Pakketje S.A.R.L. et filiales cesseront leurs activités aux Pays-Bas.

¹⁵ 17 février 2022 : Premier pas d'Amazon dans la logistique en Belgique <https://www.lesoir.be/424852/article/2022-02-17/premier-pas-damazon-dans-la-logistique-en-belgique>

¹⁶ 18 octobre 2022 : Amazon est officiellement lancé en Belgique (...) <https://geeko.lesoir.be/2022/10/18/amazon-est-officiellement-lance-en-belgique-avec-un-tarif-avantageux-pour-prime/>

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

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.

35. Un autre acteur pris en compte pour le segment des colis et de l'express dans le cadre de cet observatoire est **Euro Sprinters**, filiale de bpost, spécialisée dans le courrier express et la logistique.
36. En ce qui concerne le segment de la presse, bpost assure encore jusqu'au 31 décembre 2023 le service public de distribution avancée des journaux (avant 7h30 la semaine et 10h le week-end). Cette distribution avancée concerne uniquement la distribution de quotidiens aux abonnés. Dans le cadre de ce même service public, bpost distribue également des périodiques aux abonnés, mais via les tournées classiques. Malgré ce service de dernier recours, bpost a encore une série de concurrents dans le segment de la distribution de la presse.
37. 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.
38. **Belgique Diffusion** (BD) est quant à elle 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** à bpost. Le rachat effectif a eu lieu au 1^{er} janvier 2020.
39. Au nord du pays, **Vlaamse Post** est également active dans la distribution de courrier non adressé.
40. Dans le présent observatoire, l'opérateur SPRL Net Express (connu sous la dénomination commerciale **TBC-Post**) a été rétabli. Il s'agissait du premier acteur sous licence actif dans le segment des envois de correspondance, autrefois réservé à bpost. Cependant, l'entreprise a cessé ses activités à la fin de l'année 2019¹⁸ et TBC-Post n'apparaissait plus jusqu'à ce que les activités sous une nouvelle licence commencent.
41. 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**. Pour 2020, ces opérateurs sont donc présents pour la première fois avec des données couvrant l'ensemble de l'année.
42. **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 prévoit de limiter dans un premier temps sa distribution au Limbourg et plus

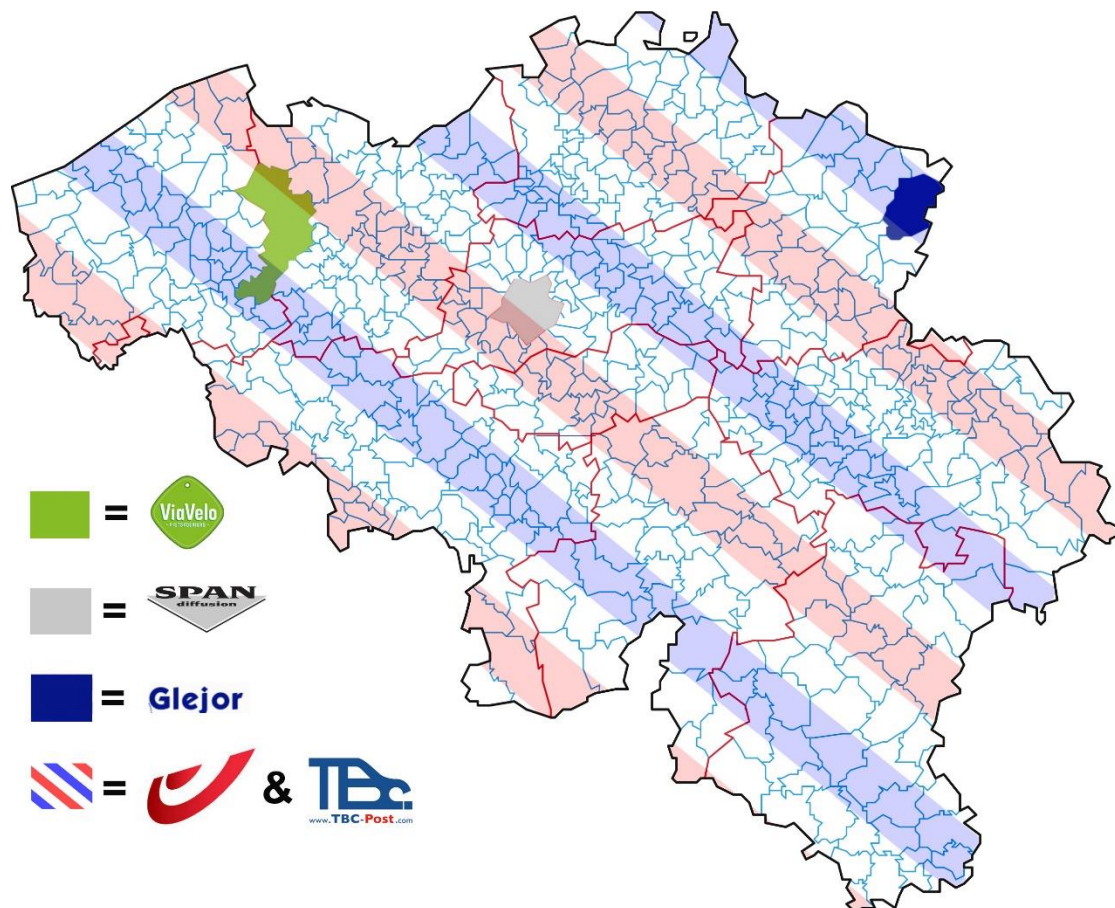
Le rachat a pour but de renforcer la division colis de bpost avec de nouvelles connaissances logistiques complémentaires et de développer plus rapidement encore la plateforme de croissance de DynaGroup (au niveau international). <http://www.dynalogic.eu/en/company/news/bpost-and-dynagroup-join-forces-and-combine-their-logistical-expertise>

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

particulièrement aux communes de Dilsen-Stokkem (code postal 3650) et Maaseik (code postal 3680)¹⁹.

43. **Span Diffusion**, qui a obtenu une licence pour distribuer de la publicité adressée, se limite à la livraison à Bruxelles.
44. En 2023, un cinquième opérateur a obtenu une licence postale auprès de l'IBPT²⁰. Il s'agit de Dimitri Ornelis, opérant sous la dénomination commerciale **ViaVelo**. Cette entreprise limite cependant ses services de livraison d'envois de correspondance aux communes de Deinze, Zulte, Aalter et Waregem
45. Les zones géographiques où sont actifs ces titulaires de licence postale sont présentées dans la figure 3 ci-dessous.

Figure 3. Les zones géographiques où sont actifs les titulaires de licence postale (2023)



Source : IBPT

¹⁹ Communication concernant la liste des prestataires de services postaux titulaires d'une licence individuelle <https://www.ibpt.be/opérateurs/publication/communication-concernant-la-liste-des-prestataires-de-services-postaux-titulaires-dune-licence-individuelle-2022>

²⁰ Idem.

46. 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, par exemple, ON TIME logistics 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 2023)

	Courrier adressé	Colis/Envois express	Courrier publicitaire	Presse	Courrier international	Autres
Amazon transport belgium						
Belgique Diffusion*						
Belgium Parcels Service						
bpost						
CityDepot						
DHL Express						
DHL Parcel						
DPD (Belgium) S.A.						
Dynalogic						
Euro Sprinters						
FedEx Belgium						
Glejor						
GLS Belgium S.A.						
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 ne sont actifs que dans la publicité non adressée.

4. Description du marché belge pour la fourniture de services postaux de 2010 à 2022

4.1. Aperçu général du marché postal

4.1.1. Revenus

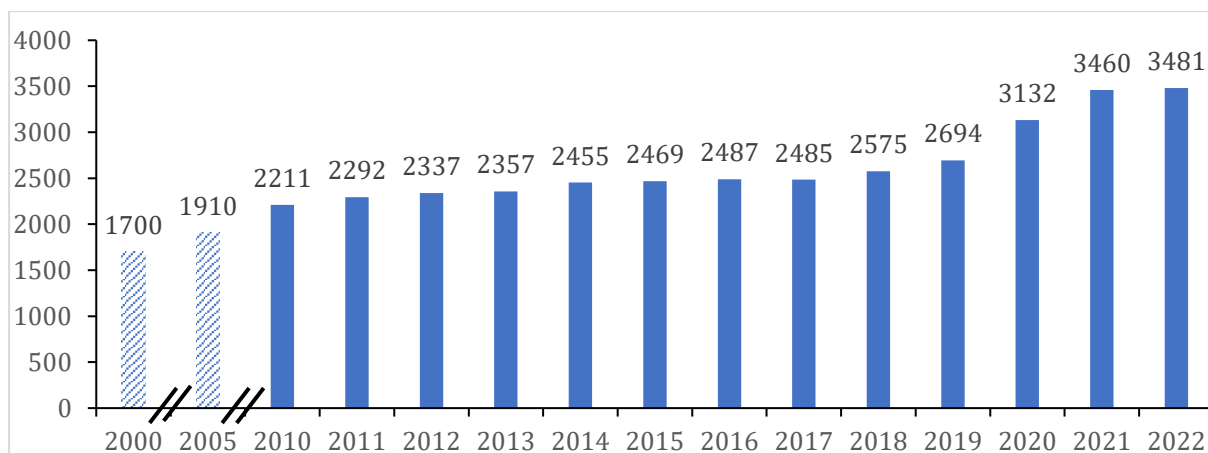
47. L'évolution des revenus²¹ générés par le secteur postal belge est présentée dans la figure 5. Entre 2010 et 2022, elle est basée sur les résultats de l'enquête. Les colonnes hachurées indiquant les années 2000 et 2005 sont des rétroprojections réalisées sur la base des données du secteur de la Banque nationale de Belgique²².
48. Les opérateurs postaux considérés représentaient, en 2022, un total de 3 481 milliards d'euros de chiffre d'affaires. Cela représente une augmentation de 0,6% par rapport à l'année précédente. Après les augmentations sur base annuelle les plus importantes que le secteur postal belge a connu en 2020 (+16,2% par rapport à 2019) et 2021 (+10,5% par rapport à 2020), la croissance du marché ralentit et atteint des niveaux proches de ceux de 2016 (+0,7% par rapport à 2015). L'augmentation du chiffre d'affaires du secteur par rapport à 2010 est de 57,4%, ce qui équivaut à une croissance annuelle moyenne (CAGR²³) de 3,9%.
49. Les chiffres d'affaires des différents sous-segments, à savoir l'envoi de correspondance, les envois express, les colis et la distribution de la presse seront examinés plus en détail au fil des chapitres de ce rapport.

²¹ Comprend (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 sur le 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 ».

Figure 5. Évolution des revenus du secteur postal sur la période 2000-2022 (en millions d'euros)

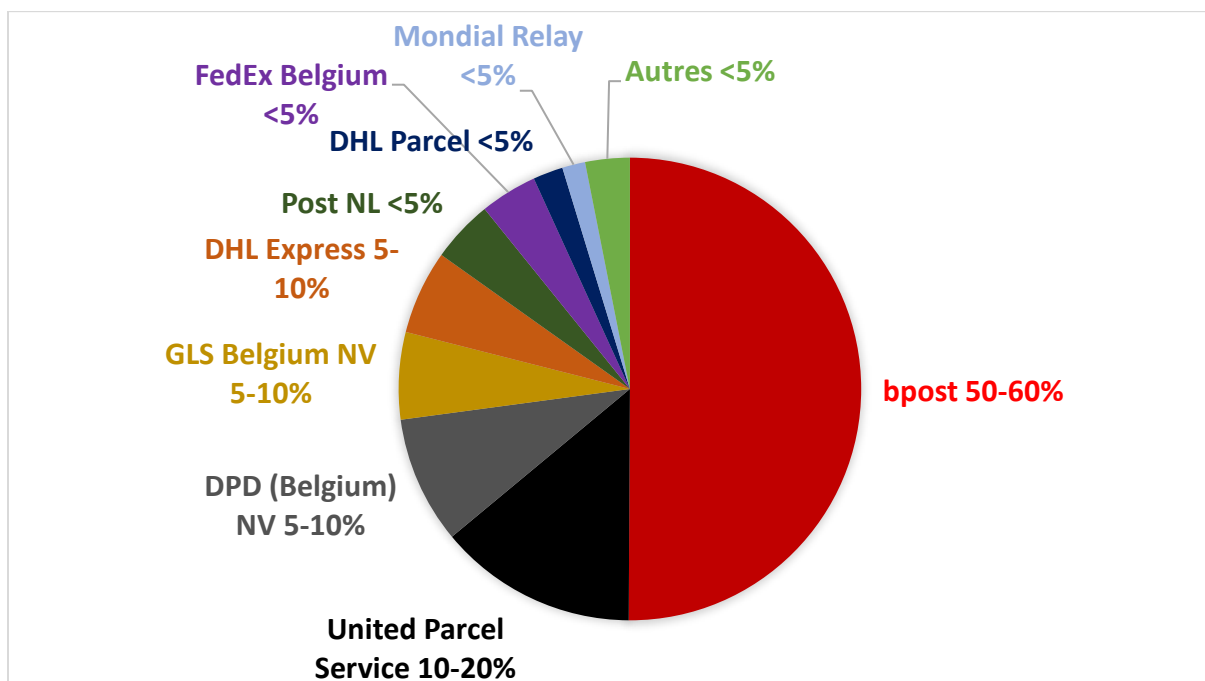


Sources : BNB et IBPT

50. 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 2022. 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 services express qui contient davantage de sous-segments : domestiques, envois internationaux, B2B, B2C, C2X²⁴. Ainsi, UPS est le 2^{ème} plus grand acteur avec entre 10 et 20% des parts du marché du secteur. DPD, GLS et DHL express détiennent chacun 5 à 10% des parts de marché. Les autres acteurs représentés (PostNL, DHL Parcel, FedEx et Mondial Relay) ainsi que tous les autres restants représentent chacun moins de 5% de parts de marché du secteur.
51. En 2022, il y a 9 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.

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 vers un consommateur et « consumer to any other party » ou les relations commerciales démarrant d'un consommateur.

Figure 6. Parts de marché sur la base du chiffre d'affaires dans le secteur postal belge en 2022 (%)



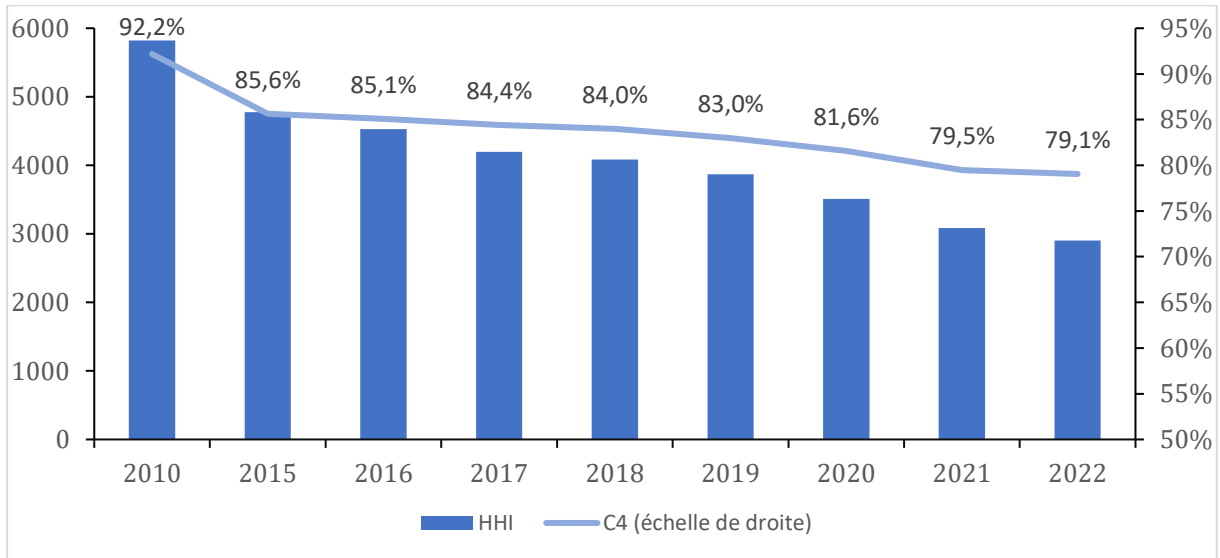
Source : IBPT

4.1.2. Concentration du marché

52. Un marché est concentré lorsque peu d'acteurs détiennent beaucoup de parts de marché. Or, nous pouvons clairement remarquer via 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.
53. La figure 7 décrit l'évolution de la concentration du marché entre 2010 et 2022 à l'aide des indices C4 et Herfindahl-Hirschman (HHI) qui 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 tandis que 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 diminue.²⁵
54. On peut remarquer une diminution importante des deux indices entre 2010 et 2022 (de 92,2% en 2010 à 79,1% en 2022 pour l'indice C4 et aux environs de 3000 en 2022 pour l'indice HHI). Malgré cela, le marché postal belge reste fortement concentré en 2022.

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

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

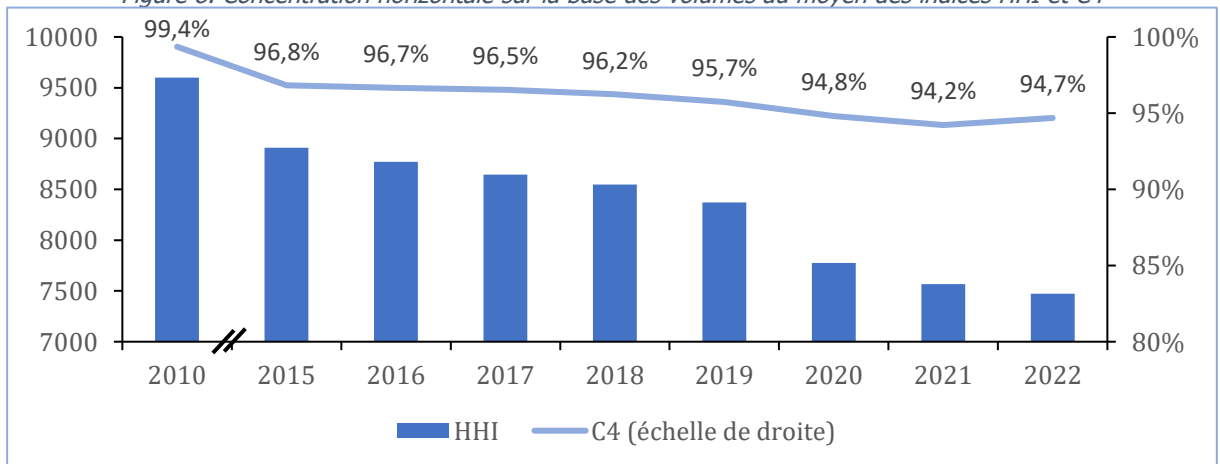


Source : IBPT

55. Lorsqu'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 sur 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.

56. Les 4 plus grands acteurs détiennent donc 94,7% des parts de marché en termes de volume en 2022, ce qui représente 4,7 points de pourcentage en moins qu'au cours des 11 années antérieures, mais bien 0,5 point de pourcentage en plus qu'en 2021. L'indice HHI, quant à lui et malgré sa diminution au cours des années, reste très élevé et décrit un marché très concentré. En considérant les volumes, aucun concurrent de bpost ne dispose de plus de 4% de parts de marché en Belgique.

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

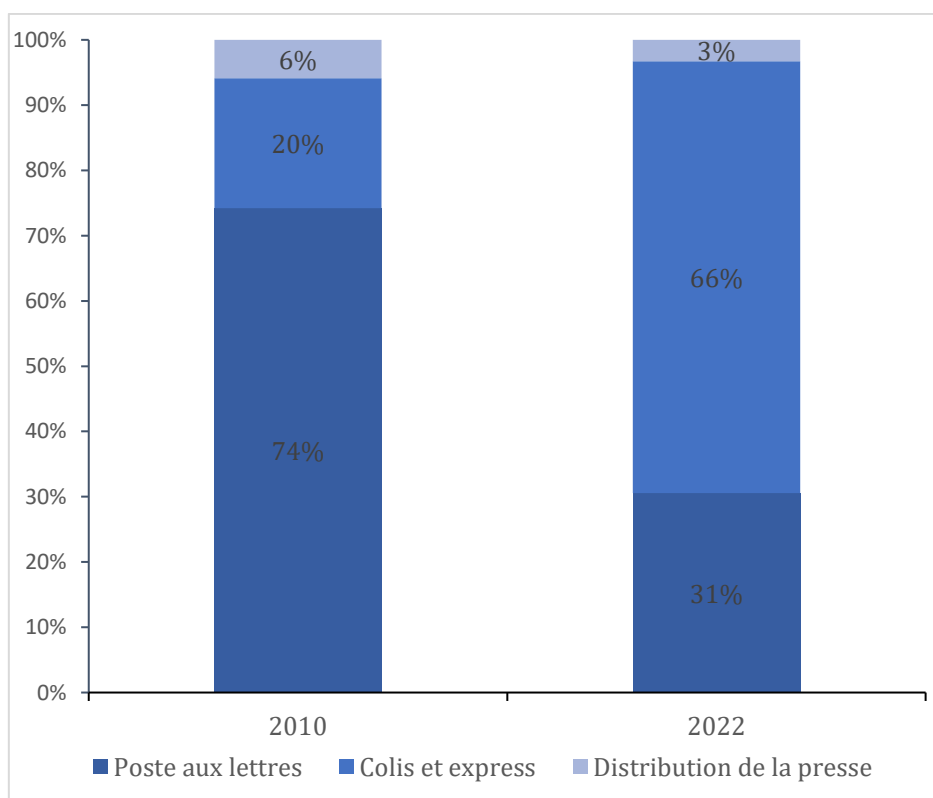


Source : IBPT

4.1.3. Importance des segments

57. 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.
58. La figure 9 présente l'évolution de la répartition (en termes de chiffre d'affaires) de ces différents segments entre 2010 et 2022. Ainsi, en 2022, la poste aux lettres (qui comprend aussi le courrier publicitaire adressé) représente 31% des revenus du secteur. Elle est largement dépassée par le segment des colis et services express, qui représente 66% 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.
59. Par rapport à 2010, on peut constater que le segment de la presse aux abonnés a diminué (-3 points de pourcentage). Par contre, il y a une nette différence quant à la répartition des revenus du secteur, avec pas moins de 43 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 (+46 points de pourcentage).
60. Tous ces segments du marché postal sont détaillés dans la suite du présent rapport.

Figure 9. Parts des différents segments dans le chiffre d'affaires de l'entière du secteur postal en 2022 par rapport à 2010 (%)



Source : IBPT

4.2. Focus sur le segment de la poste aux lettres

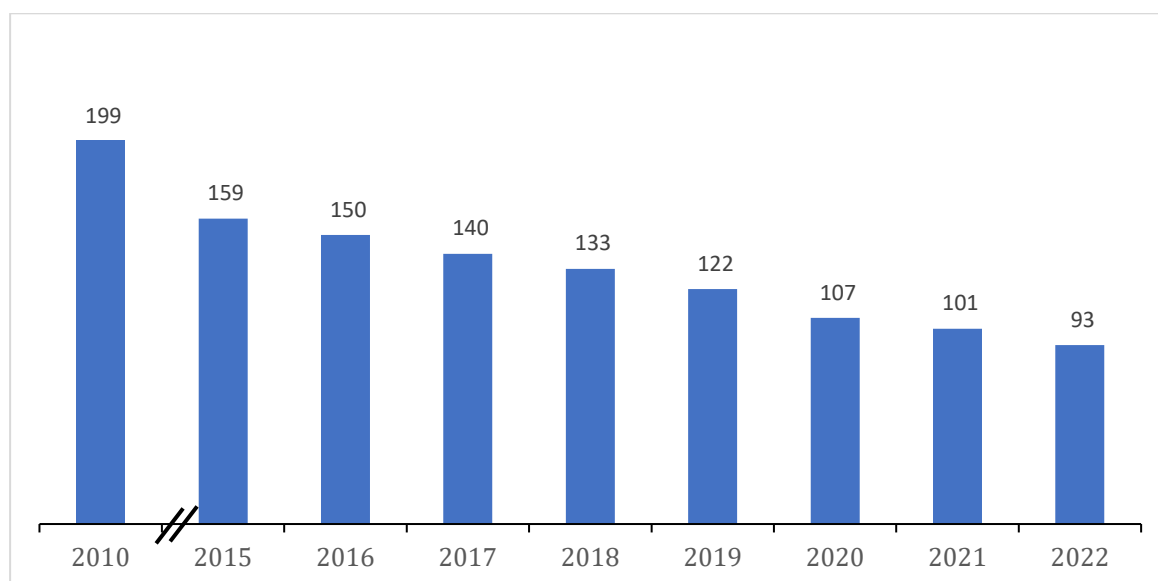
4.2.1. Aperçu général

61. 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

62. Depuis 2010, nous constatons un déclin de l'utilisation des produits sur le marché de la poste aux lettres. Ainsi, entre 2010 et 2022, le volume de courrier par habitant a diminué de 6,1% en moyenne (CAGR) par an pour atteindre, en 2022, moins de la moitié du nombre de courrier par habitant de 2010, soit 93 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)

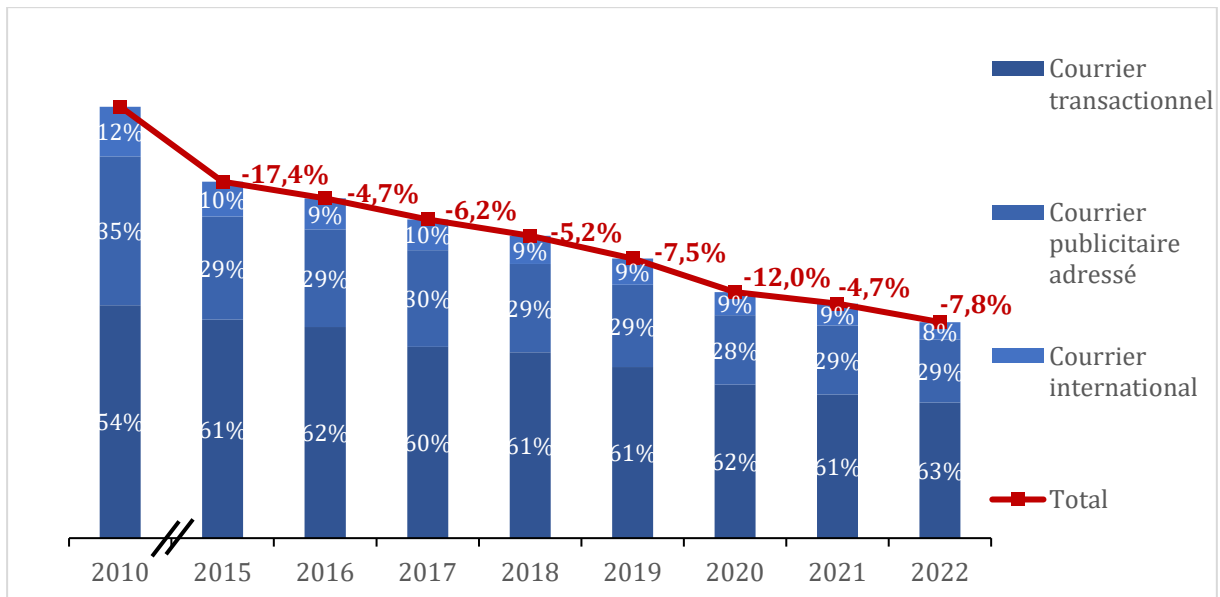


Source : IBPT

63. 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 63% en 2022). Quant aux catégories de courrier publicitaire adressé et de courrier international, elles représentent respectivement 29% et 8% du total des envois de correspondance en 2022. 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, avec -7,8%.

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 (%)

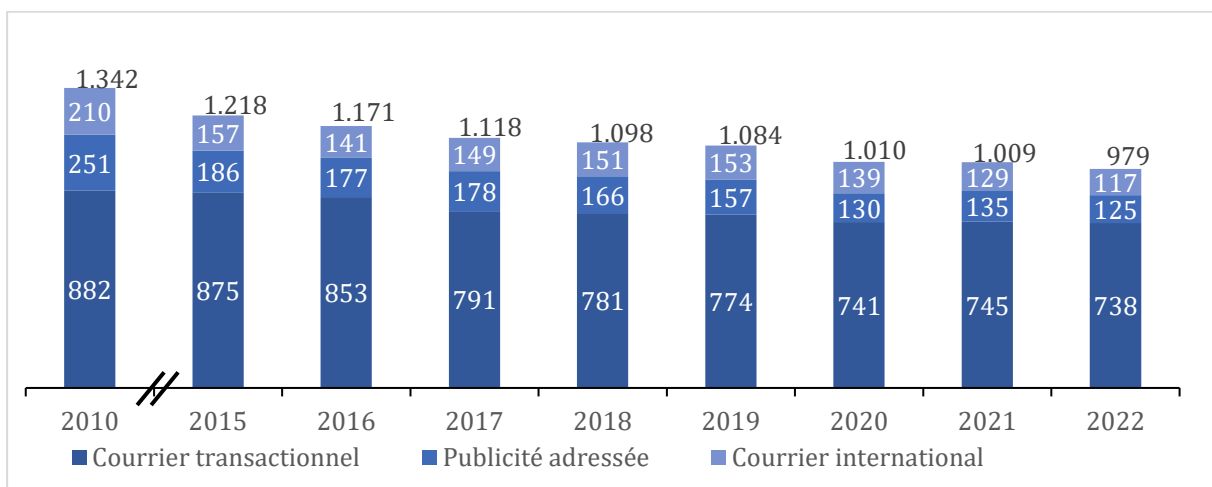


Source : IBPT

4.2.1.2. Revenus

64. La tendance à la baisse observée dans les volumes se retrouve de manière moins importante dans les chiffres des revenus. Ainsi, en 2022, on observe un chiffre d'affaires de 979 millions, soit une baisse de 2,9% par rapport à 2021 (1,009 milliard). Parmi les différents segments de la poste aux lettres, les revenus de chacune de ses composantes ont diminué en 2022. Ainsi, au niveau des proportions de chaque élément, on constate une augmentation pour le courrier transactionnel de 1,5 point de pourcentage, suivi par des diminutions pour la publicité adressée (0,7 point de pourcentage) et le courrier international (0,8 point de pourcentage).

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



Source : IBPT

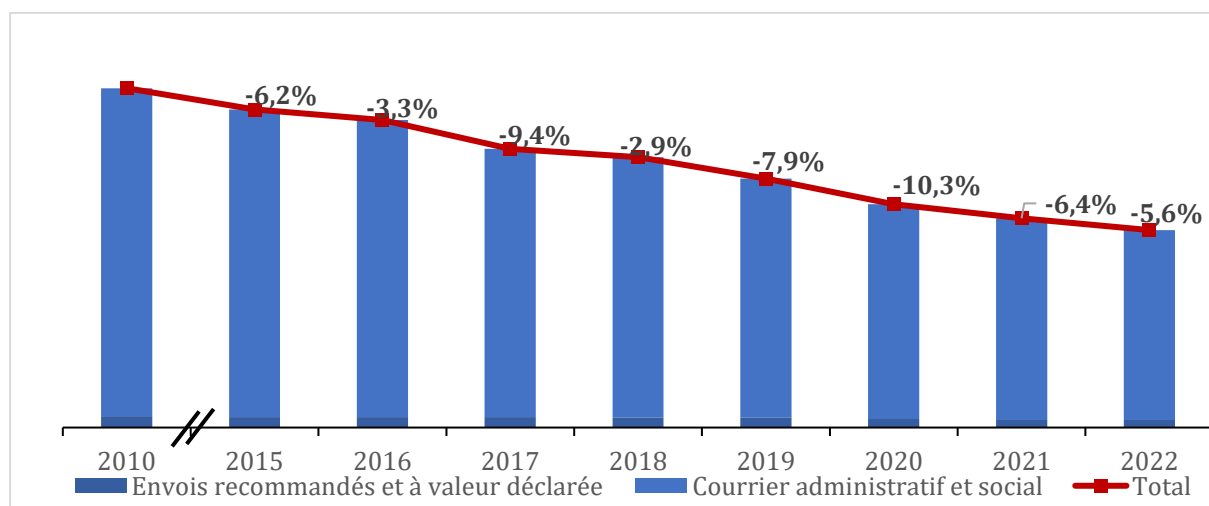
4.2.2. Courrier transactionnel

65. 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.).
66. 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).
67. 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

68. Sous l'effet de l'e-substitution (alternatives électroniques au courrier transactionnel, présentes sous diverses formes), les volumes de courrier transactionnel sont en déclin continu. En 2022, la baisse des volumes de courrier transactionnel enregistrée était de 5,6%. Cette baisse annuelle avait connu une année record en 2020, avec -10,3%, et une baisse plus modérée en 2021 (-6,4%). La pandémie de Covid semble cependant avoir accéléré davantage le déclin. En effet, le CAGR entre 2010 et 2019 est de -3,4% alors qu'il atteint -6% depuis que la pandémie est apparue (2020-2022).

Figure 13. Évolution des volumes de courrier transactionnel²⁷

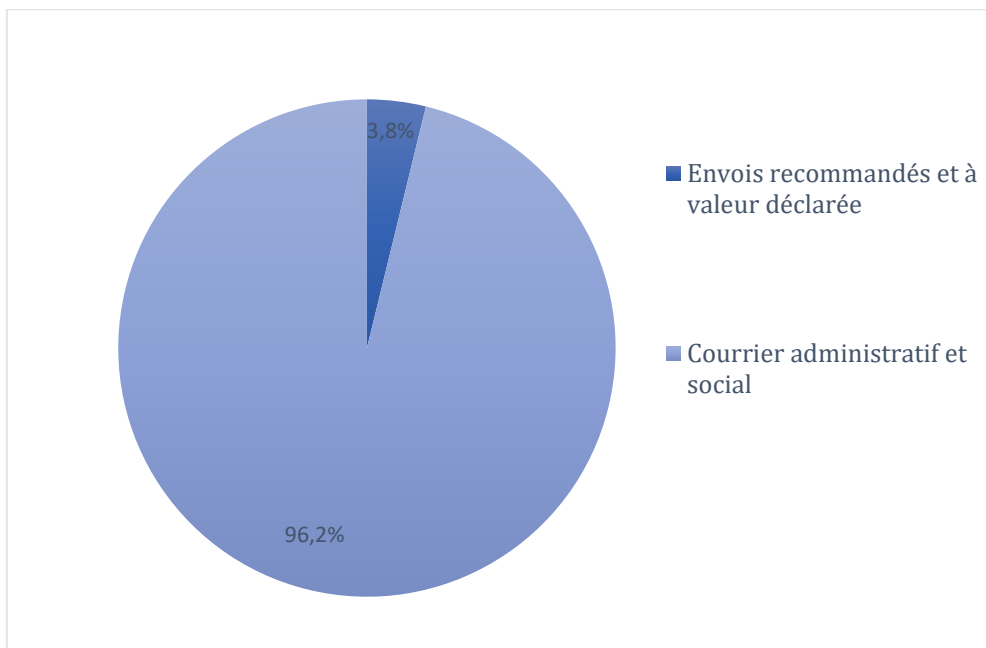


Source : IBPT

²⁷ Les figures 12 à 15 ne font pas de distinction entre envois égrenés et envois en nombre et reprennent donc tous les volumes de courrier transactionnel sans distinction.

69. Parmi le courrier transactionnel, la répartition des envois recommandés et à valeur déclarée ainsi que du courrier administratif et social pour 2022 est respectivement de 3,8% et 96,2%. Depuis 2017, la proportion des envois recommandés et à valeur déclarée affiche des proportions proches, avec des valeurs comprises entre 3,6% et 4% concernant les envois recommandés (entre 96% et 96,4% pour le courrier administratif et social).

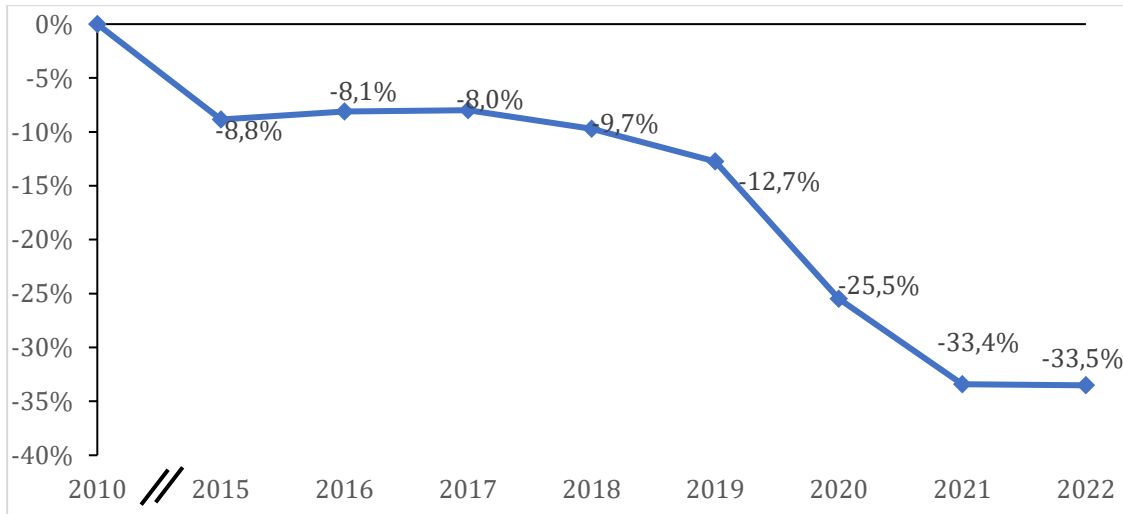
Figure 14. Répartition des volumes de courrier transactionnel (%) (2022)



Source : IBPT

70. Le volume des envois recommandés 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 l'année 2010. L'année 2022 connaît un nombre similaire à l'année précédente, avec une baisse de 0,1 point de pourcentage pour atteindre un déficit de volume de 33,5% par rapport à 2010.

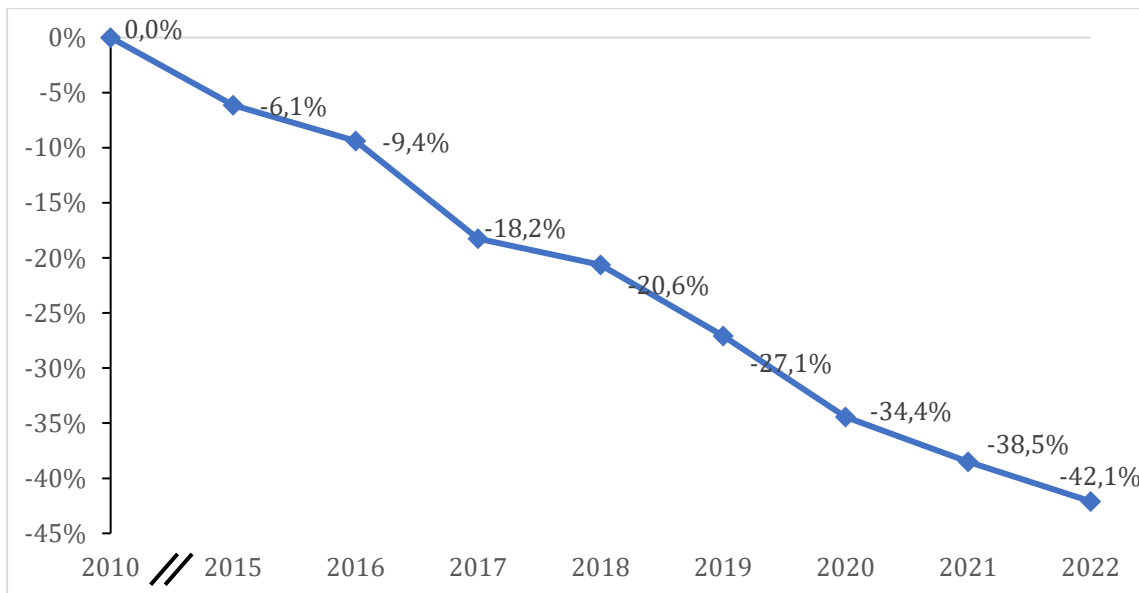
Figure 15. Évolution des volumes d'envois recommandés depuis 2010 (croissance cumulée)



Source : IBPT

71. Depuis 2015, le volume de courrier administratif a chuté annuellement, pour atteindre en 2022 une baisse de 42,1% par rapport à 2010.

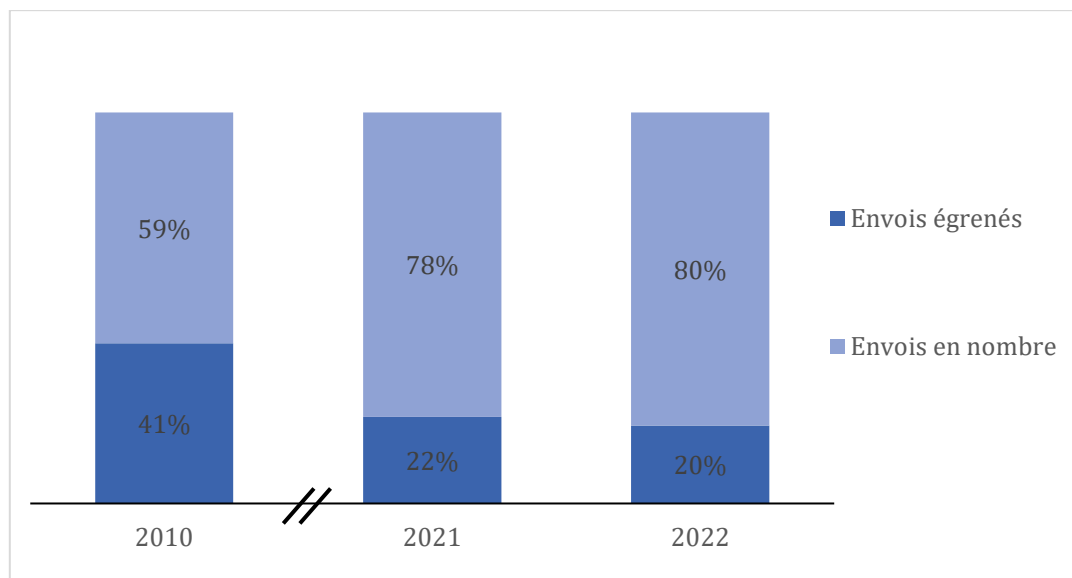
Figure 16. Évolution des volumes de courrier administratif depuis 2010 (croissance cumulée)



Source : IBPT

72. 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 2022, 4 envois sur 5 sont des envois en nombre, contre presque 6 sur 10 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, 2021, 2022)



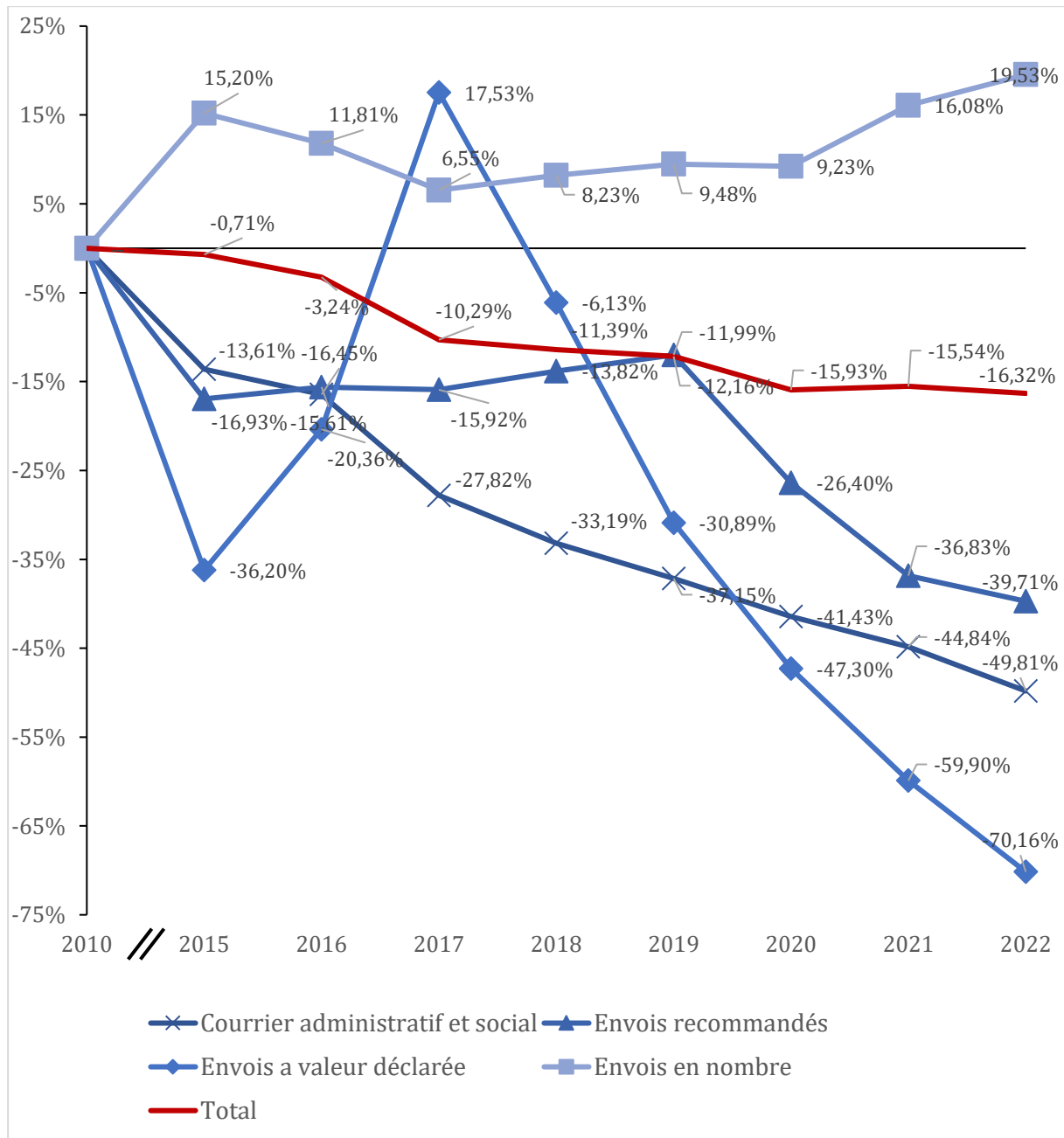
Source : IBPT

4.2.2.2. Revenus

73. La figure 18 décrit l'évolution des revenus des différents segments dans le courrier transactionnel. Les revenus totaux ont diminué de 16,3% entre 2010 et 2022, dont 7 points de pourcentage entre 2016 et 2017 et 5 points de pourcentage entre 2019 et 2020. Après 2020, les revenus totaux (par rapport à 2010) stagnent autour des -16%.
74. Parmi les différents produits composant le courrier transactionnel, les revenus des envois à valeur déclarée sont en chute (de +17,5% en 2017 à -70,2% en 2022) et représentent en termes de pourcentage la baisse la plus importante en 2022, par rapport à 2010.
75. Le courrier administratif et social est le second produit avec le niveau le plus bas en 2022. La tendance baissière qui existe depuis 2013 se poursuit. Ainsi, la baisse atteint 49,8% en 2022.
76. Les envois recommandés sont, quant à eux, repartis vers le bas : après de légères augmentations entre 2015 et 2019, remontant à -12%, ils plongent lourdement avec une perte de près de 16 points de pourcentage en 2020, et encore davantage ces 2 dernières années, pour atteindre -39,7% en 2022 (par rapport à 2010).
77. 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 2022 (+19,5%).

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

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

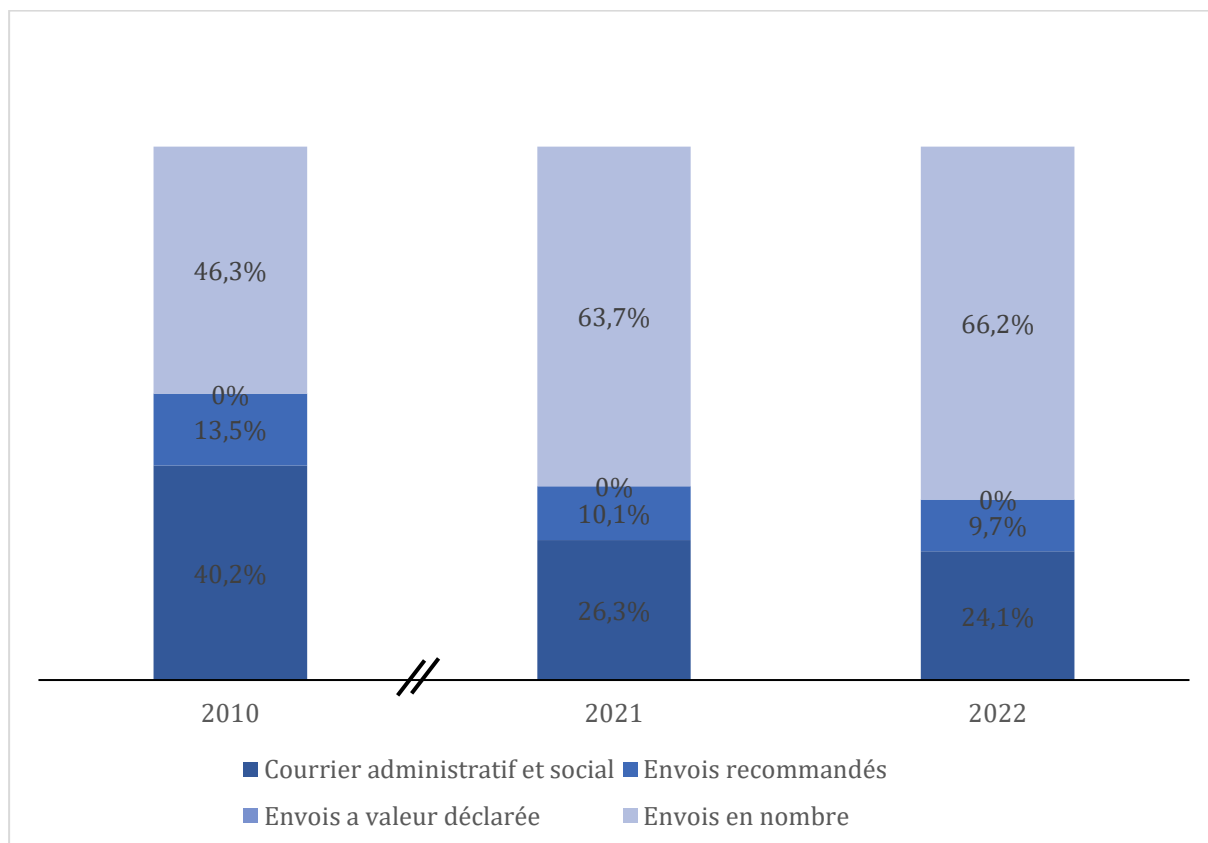


Source : IBPT

78. En observant davantage la composition des revenus issus du traitement du courrier transactionnel, on remarque que la majorité des revenus (66,2%) sont constitués par les envois en nombre en 2022. Les envois égrenés, constitués d’envois recommandés (9,7%), d’envois à valeur déclarée (proche de 0%) et de courriers administratifs et sociaux (24,1%), forment donc la part restante (33,8%). Parmi ces catégories, les envois transactionnels en nombre constituent une part de plus en plus importante des revenus (près de 20 points de pourcentage supplémentaires entre 2010 et 2022). Au contraire, dans ce même intervalle de temps, les envois recommandés (-3,8 points de pourcentage)

et les envois administratifs et sociaux (-16,1 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, 2021, 2022)



Source : IBPT

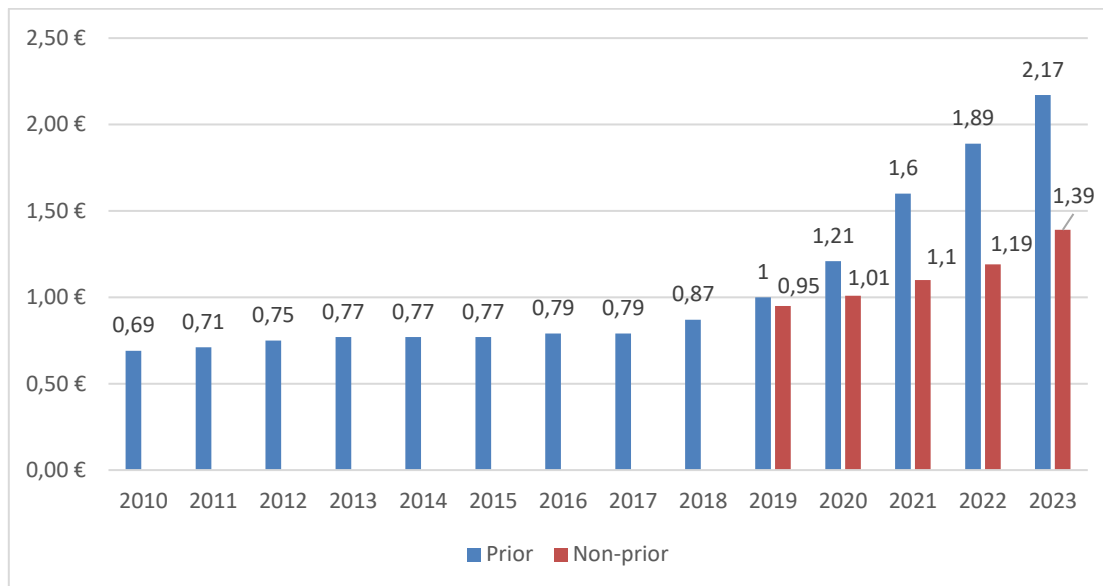
4.2.2.3. Tarifs prior pour les petits utilisateurs du prestataire du service universel

79. Le tarif nominal d'une lettre domestique non-prior (livré dans les 3 jours ouvrables) ainsi que le timbre prior (livré le jour ouvrable suivant) de moins de 50 grammes en Belgique a considérablement augmenté les dernières années.
80. Lorsqu'on observe la tendance depuis 2010, on remarque que le prix à l'unité du timbre prior a augmenté de 214%. Pour le prix par lot de 10 timbres, le phénomène est encore plus marqué : l'augmentation cumulée est de 263%. Comparativement, l'inflation cumulée (IPCH)²⁹ en Belgique entre 2010 et 2022 s'élève à 33,8%.
81. Sous la nouvelle loi relative aux services postaux du 26 janvier 2018, on peut constater une nette augmentation. Ainsi, la croissance annuelle moyenne (CAGR) du timbre à l'unité est passée de 1,9% sur la période 2010-2017 à 18,3% sur la période 2017-2023.

²⁹ Indice des prix à la consommation harmonisé.

82. Nous constatons également de nettes augmentations de tarif pour le timbre non prior, introduit en 2019. Plus précisément une hausse de 46,3%, passant d'un prix de 0,95€ en 2019 à 1,39€ en 2023.

Figure 20. Prix du service lettre domestique prior et non prior, timbre à la pièce < 50 g (€)

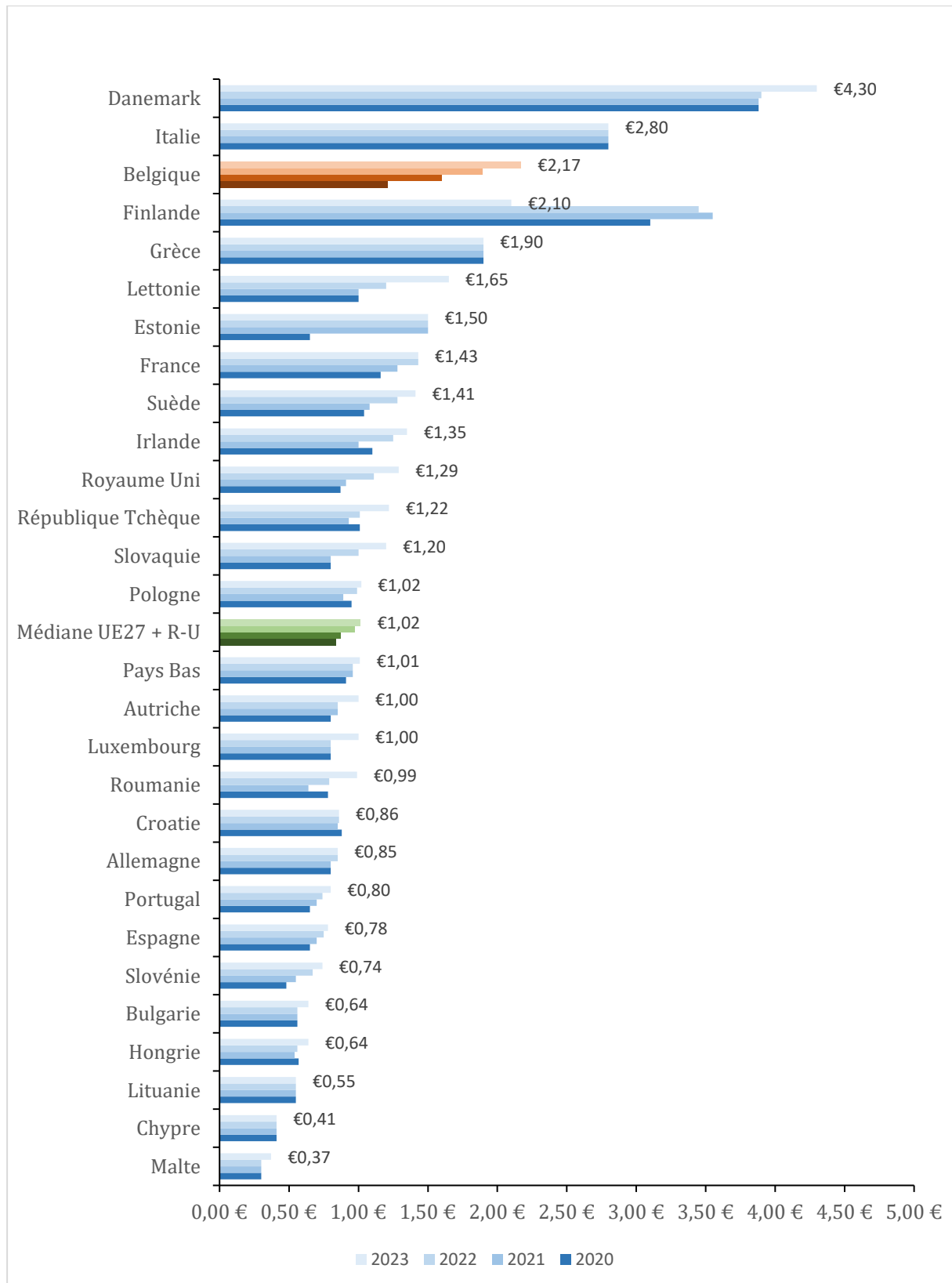


Source : IBPT

83. La figure 21 ci-dessous montre les prix 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.
84. En 2023, la médiane européenne³⁰ pour l'affranchissement d'une lettre domestique est de €1,02, avec le Danemark où l'on fournit les prestations les plus coûteuses (€4,30) et Malte qui dispose des prestations les plus abordables (€0,37). La Belgique, quant à elle, est classée en 3^{ème} position parmi les pays les plus chers. Elle détenait encore la 5^{ème} place une année auparavant.

³⁰ De mediaan wordt gebruikt omdat er extreme waarden zijn (Denemarken en Italië) die het gemiddelde te sterk zouden beïnvloeden.

Figure 21. Prix du service lettre domestique standard en Europe (€) (Tarifs mentionnés de 2023)

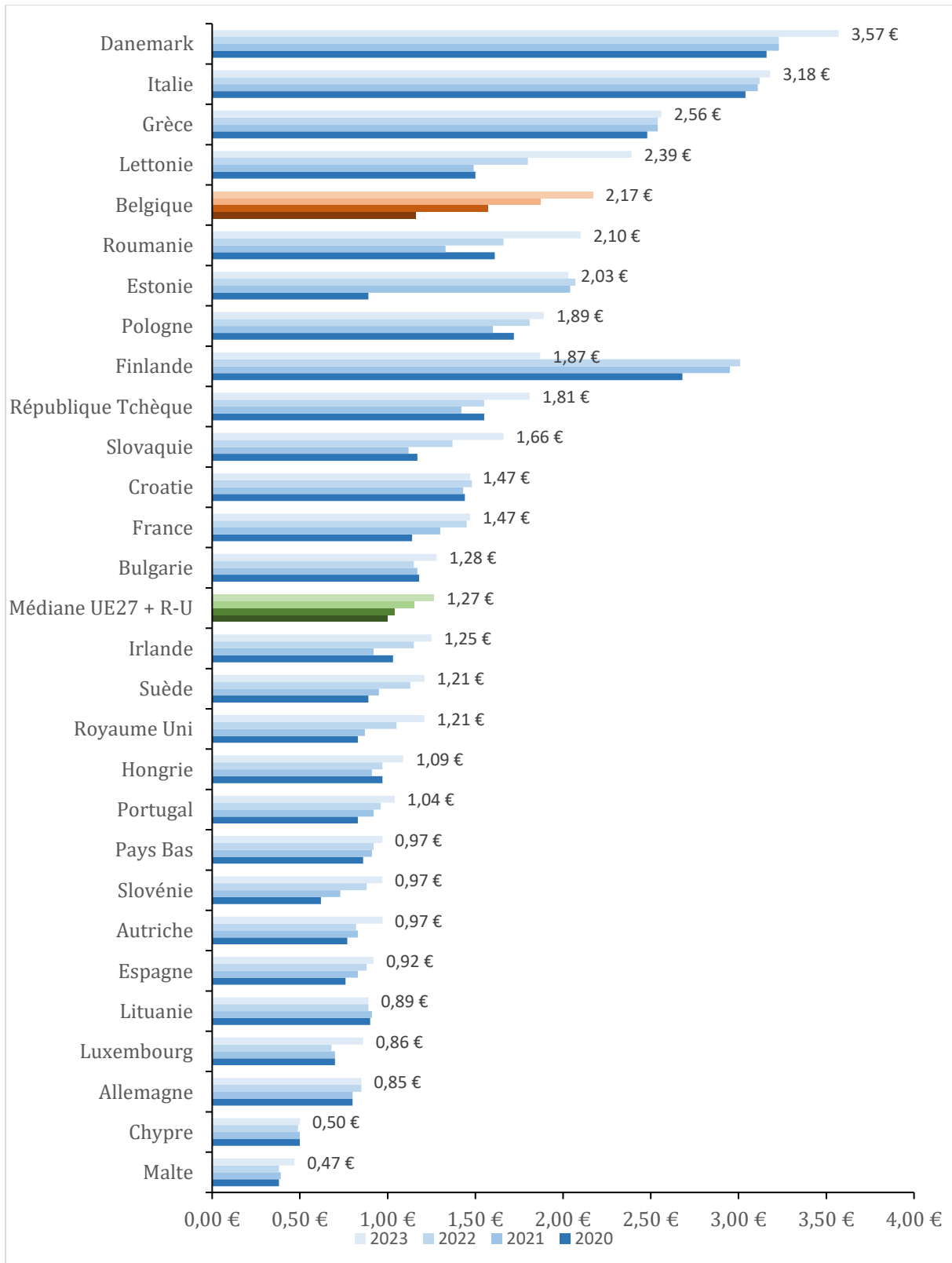


Source : Deutsche Post, Letter Price Survey (2020, 2021, 2022 et 2023)

85. 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). Il s'agit d'une mesure permettant de neutraliser les différents écarts de niveaux de vie entre les pays.

86. Lorsque les écarts de niveaux de vies sont neutralisés, la médiane européenne se retrouve alors à €1,27. La Belgique reste largement au-dessus du niveau de cette médiane (€2,17) avec la 5^{ième} place, contre la 6^{ième} place en 2022, la 7^{ième} place en 2021 et la 12^{ième} place auparavant. Le Danemark reste le pays avec les services les plus chers (€3,57) et Malte les moins chers (€0,47).

Figure 22. Prix exprimés en parité du pouvoir d'achat (PPA) du service lettre domestique standard en Europe (€)
(Tarifs mentionnés de 2023)



Source : Deutsche Post, Letter Price Survey (2020, 2021, 2022 et 2023)

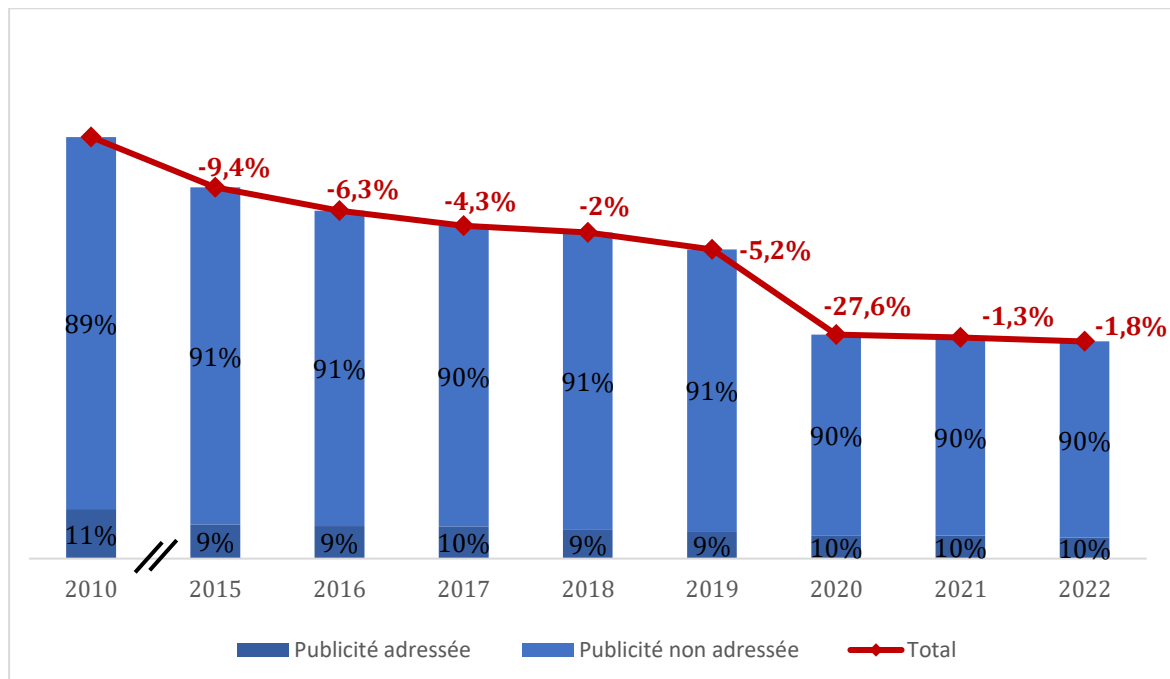
4.2.3. Courrier publicitaire adressé

87. 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, celle-ci est prise en compte dans le cadre de cette section 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. Par ailleurs, concernant cette publicité non adressée, de plus en plus d'opérateurs ayant répondu à notre enquête s'inquiètent de la diversité des taxes communales prélevées sur cette forme de publicité. Non seulement le montant de la taxe est très variable, voire supérieur au coût de distribution dans certaines communes, mais son mode de perception diffère également. Ainsi, certaines communes facturent cette taxe au distributeur (sur une base annuelle) plutôt qu'à l'expéditeur. Par conséquent, le distributeur doit ensuite récupérer ce coût auprès de son client, l'expéditeur. Les opérateurs interrogés s'occupant du non adressé demandent donc une uniformisation à cet égard dans l'ensemble du pays.

4.2.3.1. Volumes

88. 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. Elle s'est cependant traduite par une baisse des volumes de publicité adressée et non adressée similaire. En effet, la répartition des volumes reste identique avec 10% pour le courrier adressé et 90% pour le volume de courrier non adressé.

Figure 23. Évolution des volumes de publicité adressée

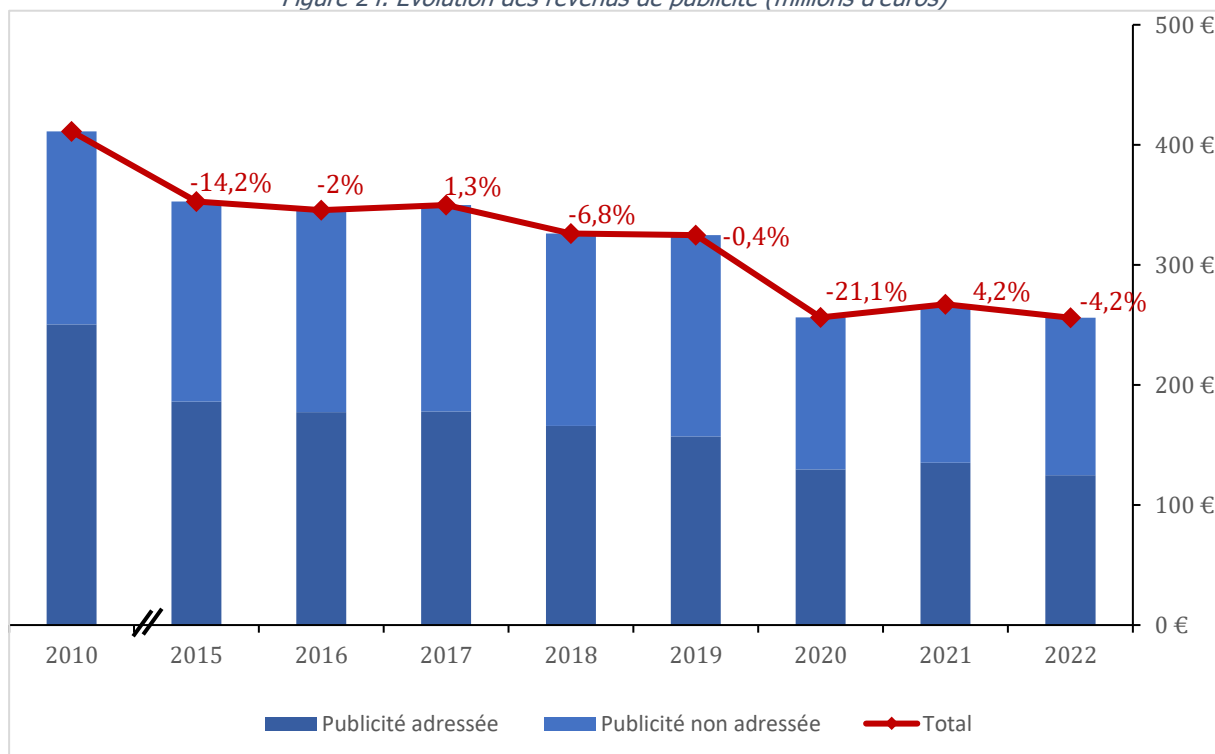


Source : IBPT

4.2.3.2. Revenus

89. Les revenus de la publicité adressée et non adressée ont connu davantage de diminutions dans la période 2010-2022, avec la baisse sur base annuelle la plus importante survenue en 2020 (21,2%). Seules les années 2018 (1,3%) et 2021 (4,2%) ont connu une augmentation sur base annuelle. En 2022, la baisse des revenus par rapport à 2021 est de 4,2%.

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



Source : IBPT

4.2.4. Courrier international

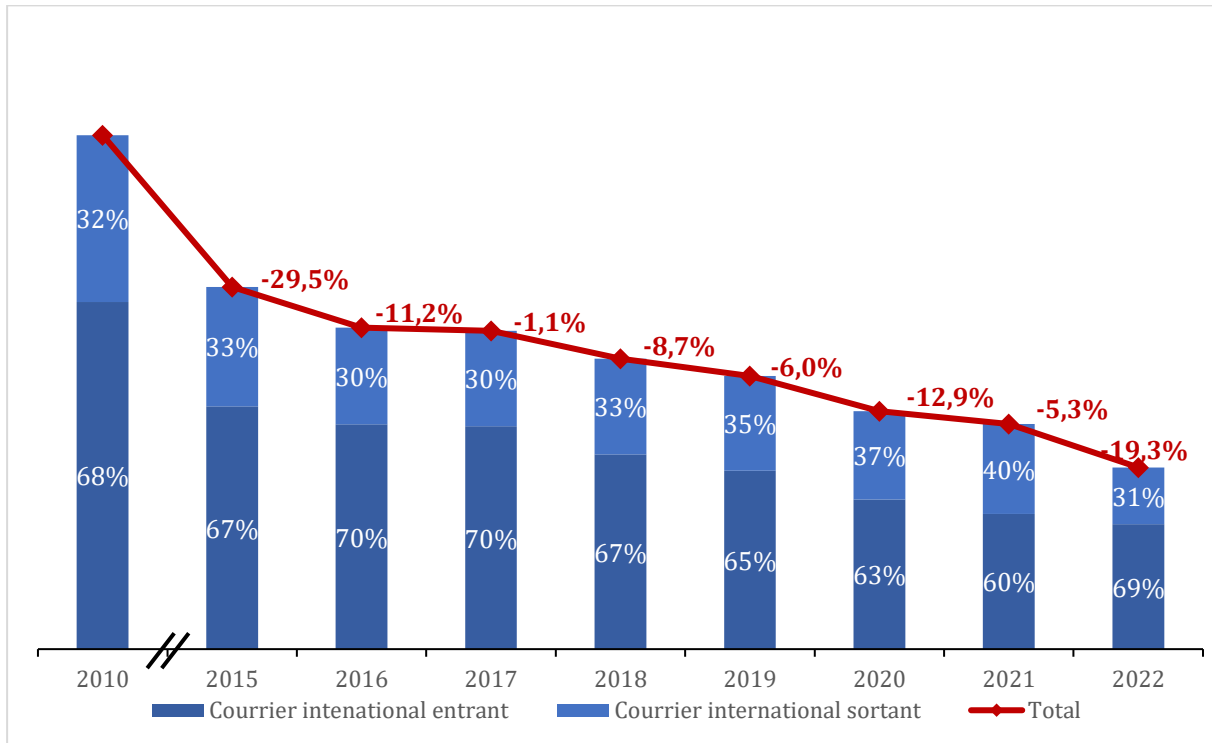
90. En plus des envois postaux transactionnels et des envois publicitaires adressés, la poste aux lettres est également composée d'une troisième et dernière catégorie de courriers, à savoir le courrier international. Le courrier international renvoie aux flux d'envois de correspondance de moins de 2kg 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

91. 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 2022 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 2022 connaît la baisse la plus importante sur base annuelle (19,3%). Cette baisse est cependant expliquée par le retrait de G3 Worldwide de notre observatoire, qui enregistrait exclusivement des envois sortants.

Figure 25. Évolution des volumes de courrier international

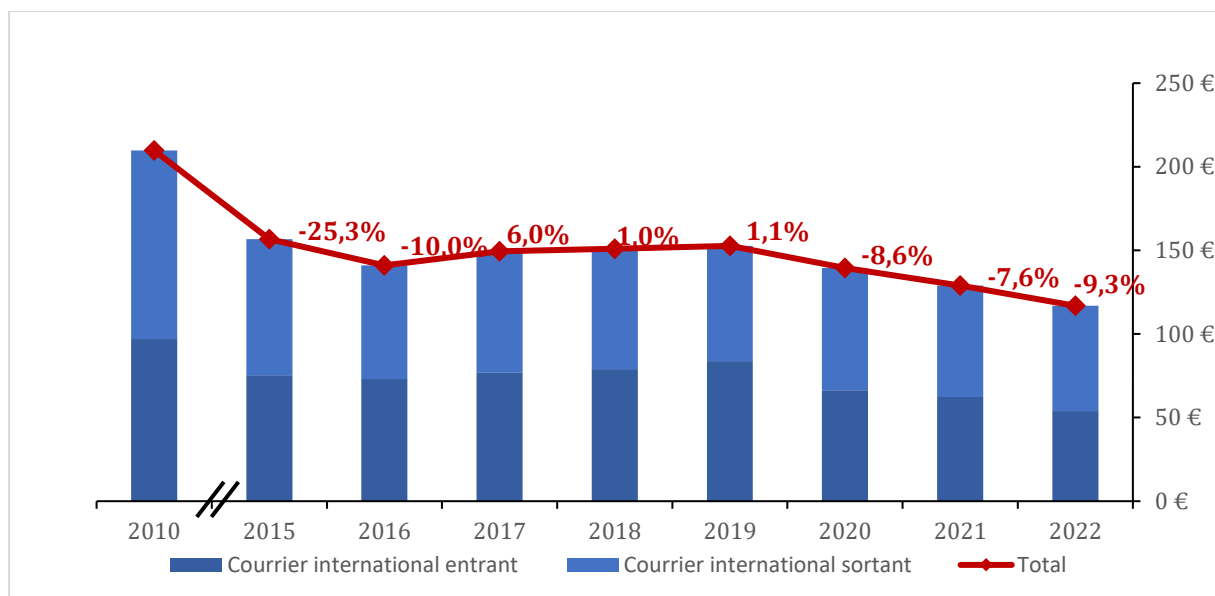


Source : IBPT

4.2.4.2. Revenus

92. 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 et 2021 connaissent deux baisses importantes (respectivement -8,6% et -7,6%). Pour l'année 2022 et avec le retrait de G3 Worldwide de l'observatoire, la tendance reste elle aussi vers le bas, avec -9,3% de revenu en moins par rapport à 2021. Les pourcentages de baisses et de hausses liées 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).

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

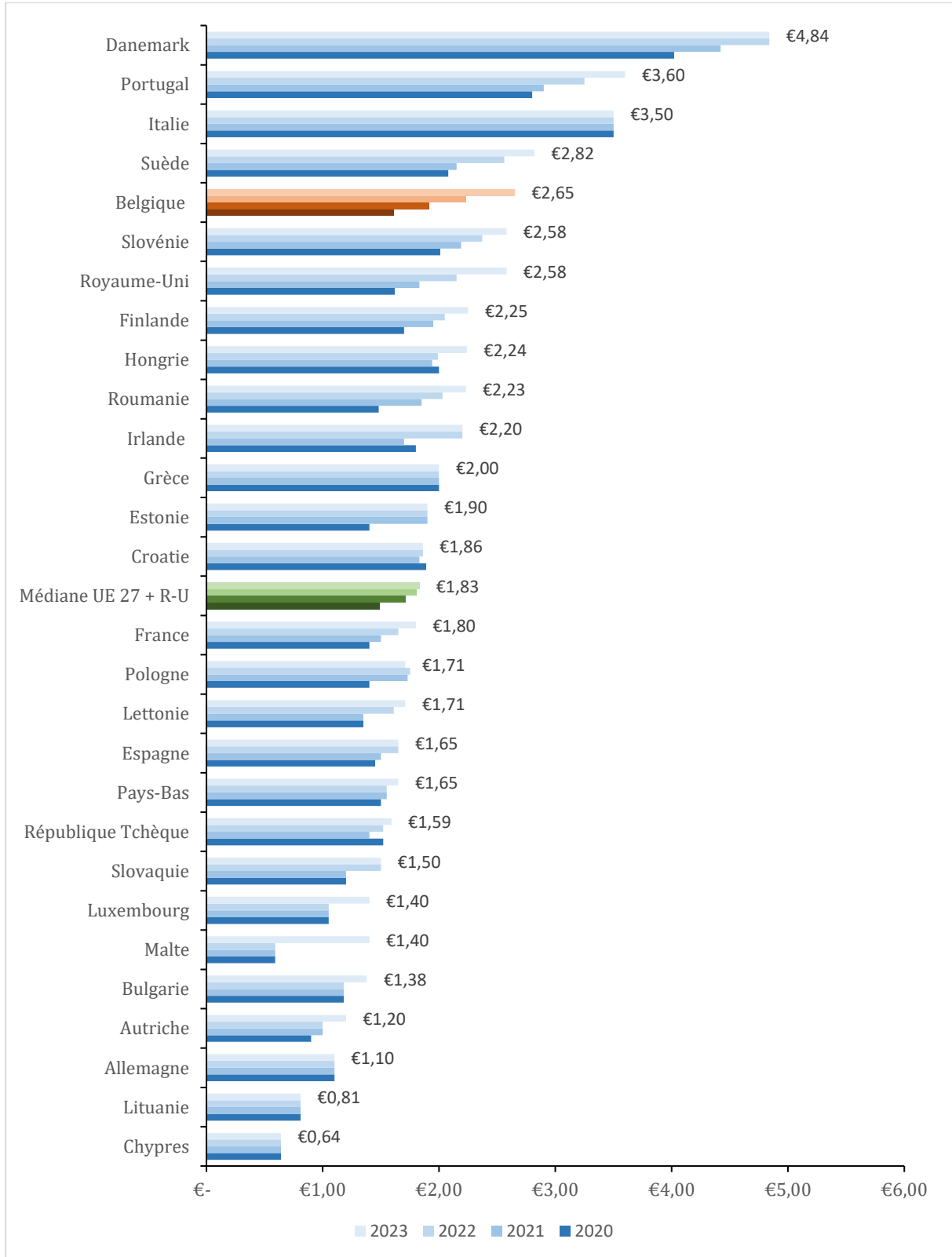


Source : IBPT

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

93. Lorsqu'on compare les prix des différents prestataires de service universel en Europe pour le service des lettres standard intra-UE, on constate que la Belgique est au-dessus de la médiane européenne (respectivement €2,65 et €1,83). La Belgique est désormais 5^{ième} de ce classement, contre 7^{ième} une année auparavant. Elle était encore 12^{ième} de ce même classement en 2020. Le pays le plus cher reste le Danemark (€4,84) et le pays le plus abordable pour le service international est désormais Chypres (€0,64), qui a remplacé Malte.

Figure 27. Prix du service lettre standard intra-européen en Europe (en valeur nominale) (€) (Tarifs mentionnés de 2023)

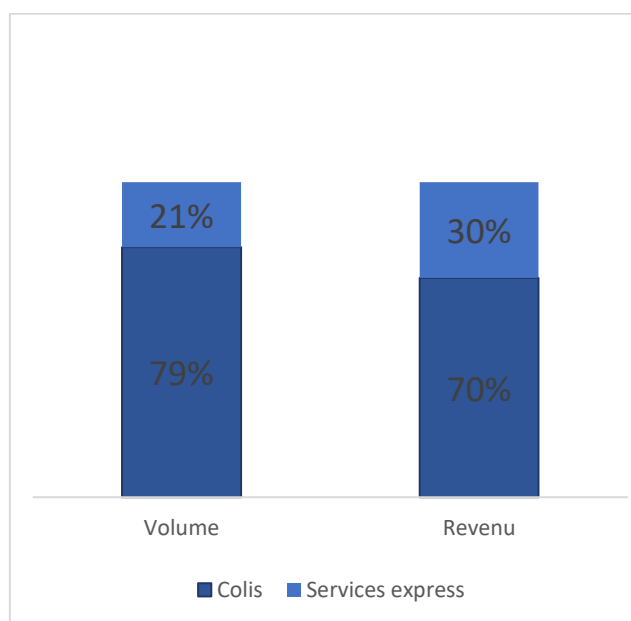


Source : Deutsche Post, Letter Price Survey (2020, 2021, 2022 et 2023)

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

94. 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.
95. Ce chapitre abordera tant l'évolution du marché des colis³¹ que celle du marché des services express³² ; ils seront donc analysés conjointement. Toutefois, la proportion est clairement à l'avantage des colis, avec 79 % en ce qui concerne les volumes, contre 21 % pour les envois express, et 70 % en termes de revenus, contre 30 % pour les envois express (en raison du 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 (2022)



Source : IBPT

96. 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 70 % du volume des colis et services express en 2022 a été envoyé par un utilisateur professionnel à un particulier (donc B2C). Dans environ 17 % des cas, il s'agissait de deux parties professionnelles, impliquant éventuellement des palettes et

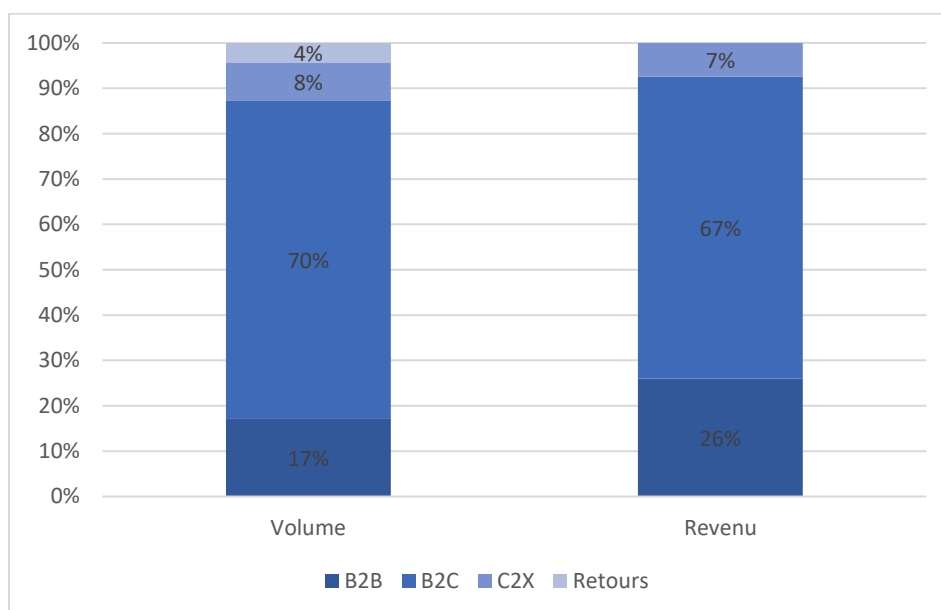
³¹ Il ne s'agit ici que des colis allant jusqu'à 10 kg (excepté les colis internationaux entrants qui vont jusqu'à 20 kg).

³² 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).

donc plusieurs pièces à la fois. Dans environ 8 % des cas, le colis était envoyé par un particulier (C2X), et dans les autres cas (environ 4 %) il s'agissait de retours. Le segment B2B représente 26 % du chiffre d'affaires, contre néanmoins 67 % pour le B2C, les 7 % restants étant attribuables au C2X.

97. Le segment C2X semble gagner en importance, grâce, entre autres, à des sites internet tels que 2ememain.be et des applications telles que Vinted. Dans le passé, nos résultats montraient qu'environ 6 % du volume était imputable aux envois par des particuliers.

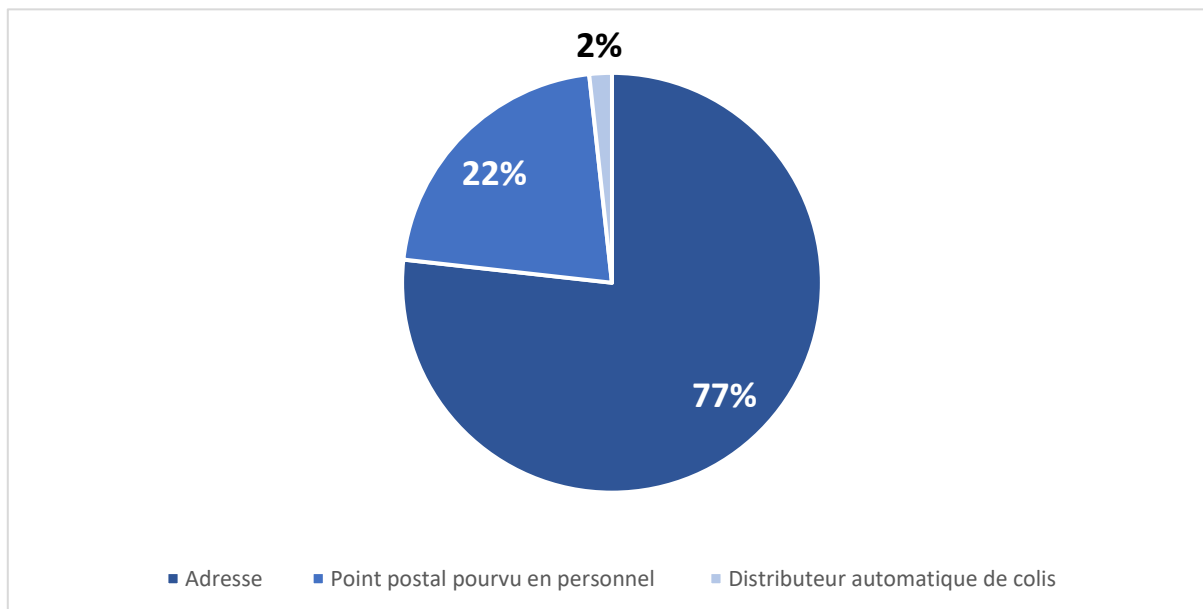
Figure 29. Rapport B2X, C2X et retours en termes de volume et de chiffre d'affaires (2022)



Source : IBPT

98. En ce qui concerne les modalités de livraison, nous constatons en 2022 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 postaux pourvus en personnel représentent environ 22 %, tandis que les distributeurs automatiques de colis reçoivent environ 2 % du volume. Bien que la livraison à domicile reste l'option la plus populaire, nous constatons néanmoins une augmentation progressive de l'utilisation (relative) des autres canaux. Nous aborderons 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 via un distributeur automatique de colis (2022)



Source : IBPT

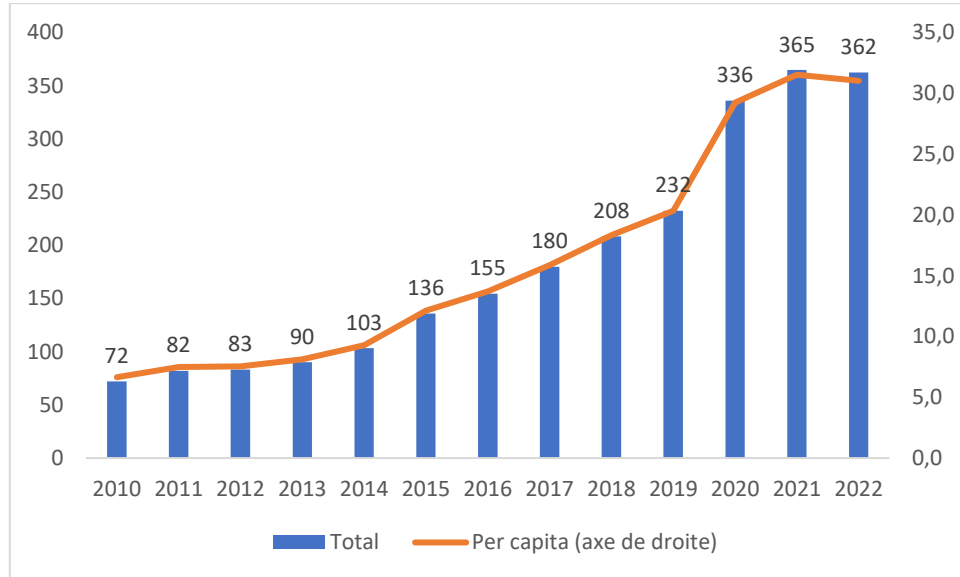
4.3.1. Volume

99. 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 évidemment plus limitée : avec 8,6 %, elle est même inférieure au taux de croissance annuel moyen (CAGR) de 14,5 % mesuré sur la période 2010-2022. Pour 2022, nous constatons un plus grand renversement de tendance, vers même une croissance négative (-0,6 %). 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 consommateurs³³ n'y est naturellement pas étrangère.
100. Le nombre de colis postaux par habitant a évidemment suivi cette tendance ces 10 dernières années et a fait plus que quadrupler, passant de 6,6 colis à 31 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 : en 2021, l'Allemagne était en tête avec 56 colis³⁴.

³³ <https://www.kbc.com/fr/economics/publications/l-inflation-freine-la-croissance-de-la-consommation-belge-mais-de-combien.html?zone=topnav>

³⁴ ERGP Report on Postal Core Indicator, 2 février 2023

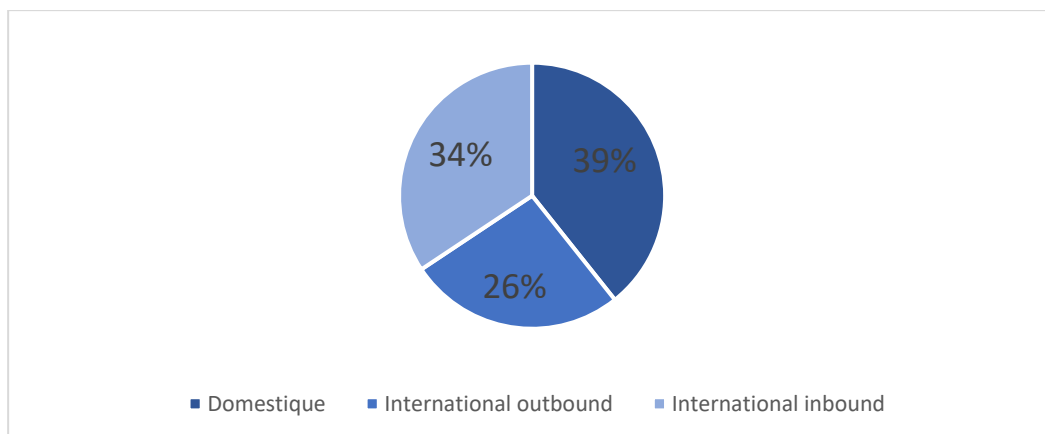
Figure 31. Évolution du volume de services express et de colis au total (en millions d'unités) et par habitant (par unité) par an



Source : IBPT

101. La figure suivante montre la répartition des colis et des envois express selon leur origine et leur destination. Ainsi, 39 % des envois de colis ou des envois express en 2022 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 26 %. 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.

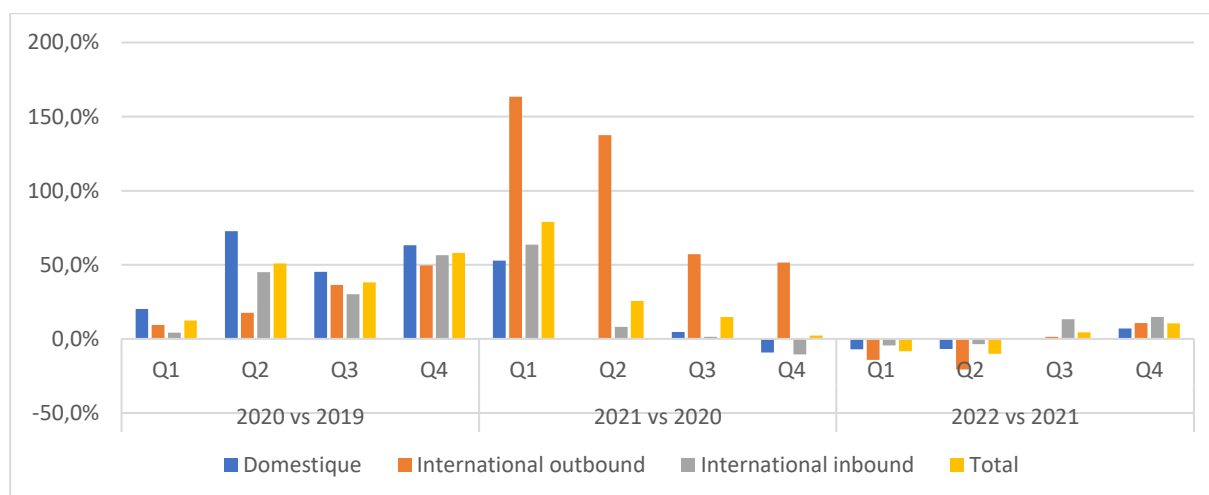
Figure 32. Répartition du volume de services express et de colis par envois domestiques, internationaux sortants et internationaux entrants (2022)



Source : IBPT

102. 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 « seulement » 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 « L'impact de la pandémie et de la forte inflation sur le secteur postal », 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.
103. En 2021, nous constatons une autre évolution par rapport à 2020. Au premier trimestre, en comparant 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 %).

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



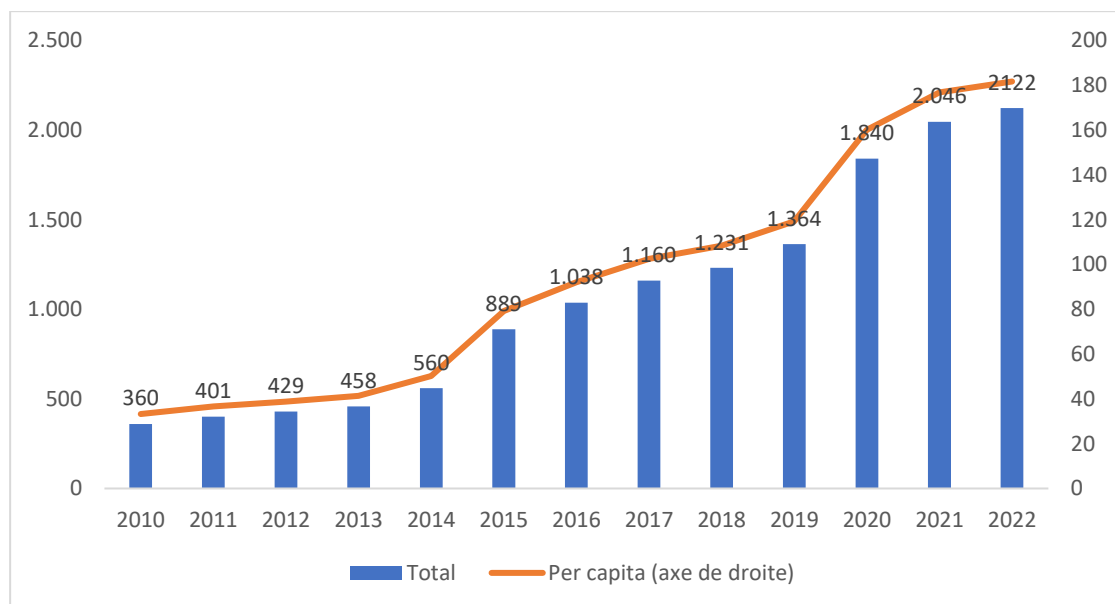
Source : IBPT

4.3.2. Revenus

104. Nous constatons une augmentation du chiffre d'affaires en 2022, contrairement au volume. Les revenus générés par le segment des colis et des envois express atteignent un nouveau pic avec un chiffre atteignant 2 120 millions d'euros. Cela correspond à une augmentation de

3,9 %, mais représente néanmoins la croissance la plus faible depuis 2010. La croissance moyenne pondérée de ces 12 dernières années s'élève d'ailleurs à pas moins de 15,9 %. Ce chiffre d'affaires représente en 2022 environ 182 € par personne et par an en moyenne, soit 5 fois plus que le niveau de 2010.

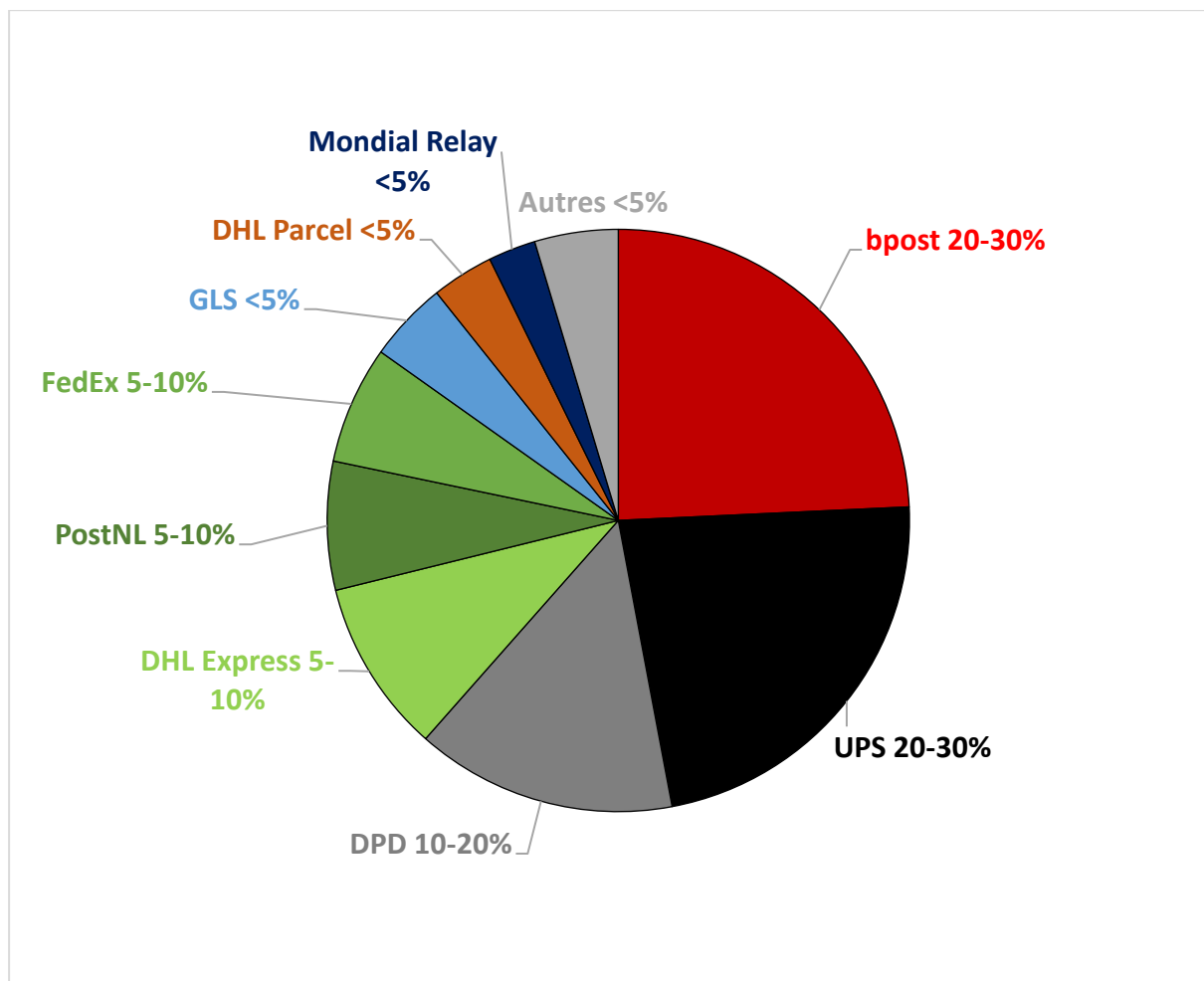
Figure 34. Évolution du chiffre d'affaires dans le segment des services express et des colis (millions d'euros) et par habitant (euros) par an



Source : IBPT

105. La figure 35 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 2022. 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 (incluant TNT entre-temps) détiennent chacun entre 5 % et 10 % de parts de marché. Les autres opérateurs détiennent chacun moins de 5 % de parts de marché.

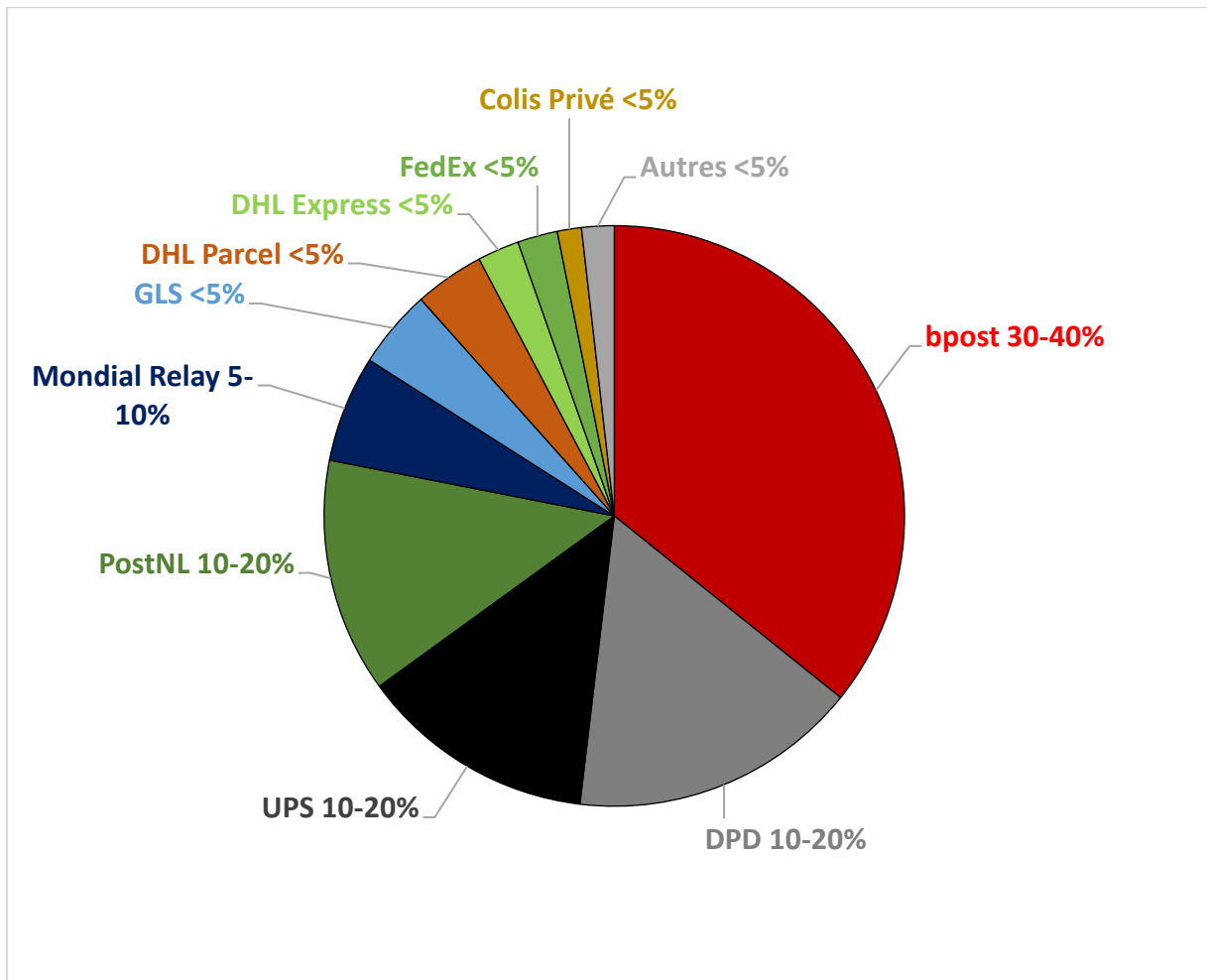
Figure 35. Parts de marché sur la base du chiffre d'affaires dans le segment des envois express et des colis (2022) (%)



Source : IBPT

106. Une analyse similaire avec les parts de marché peut être réalisée sur la base des volumes, 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 %.
107. S'agissant des acteurs du marché spécialisés dans le service express, on remarque qu'ils réalisent la plupart du temps 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.

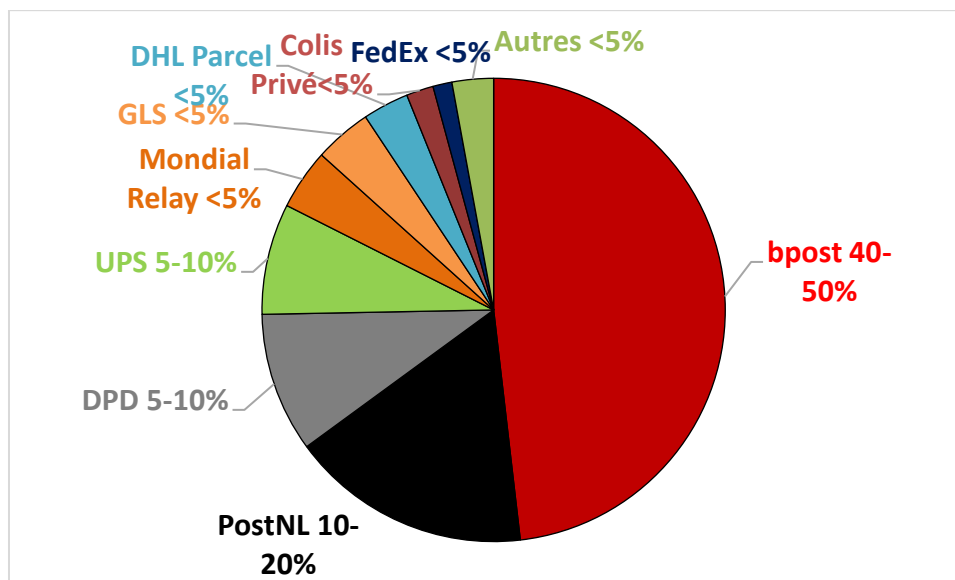
Figure 36. Parts de marché sur la base du volume dans le segment des envois express et des colis (2022) (%)



Source : IBPT

108. Si nous nous penchons plus avant sur les parts de marché en termes de volume, on peut avoir un aperçu des paquets distribués en Belgique. Il s'agit donc des envois entrants nationaux ou internationaux 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 40 % et 50 % pour 2022. 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.

Figure 37. Parts de marché sur la base du volume dans le segment des envois express et des colis intérieurs et internationaux entrants (2022) (%)



Source : IBPT

4.3.3. Tarif implicite

109. 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 38) :

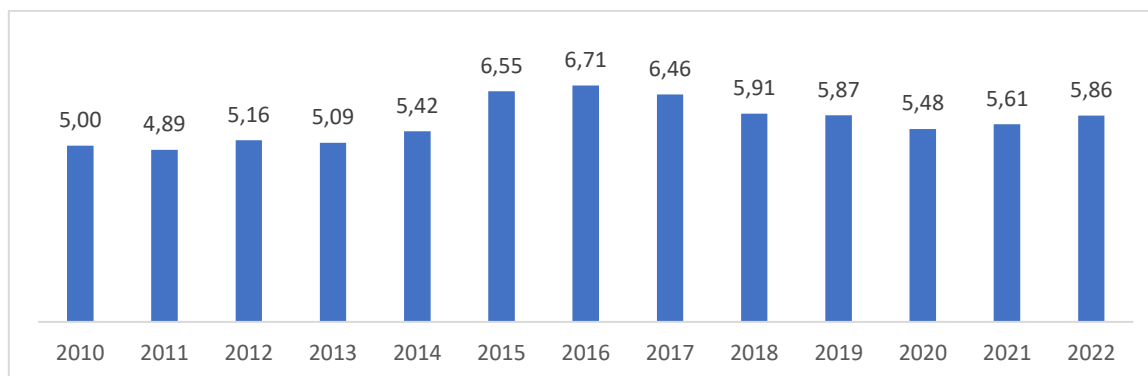
- 109.1. la croissance plus forte des volumes de colis standard que des volumes d'envois express plus coûteux ;
- 109.2. la croissance des volumes est essentiellement portée par les plus grands acteurs de l'e-commerce, qui ont l'avantage de pratiquer des prix plus bas ;
- 109.3. une concurrence plus 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.

110. Ces tarifs implicites diffèrent considérablement des tarifs obtenus à partir de l'analyse transfrontière³⁵. Toutefois, dans ce dernier cas, il s'agissait d'une partie très limitée du marché,

³⁵ <https://www.ibpt.be/opérateurs/publication/communication-concernant-levaluation-des-tarifs-de-bpost-retenus-dans-le-cadre-du-reglement-europeen-relatif-aux-services-de-livraison-transfrontiere-de-colis>

à savoir les tarifs pour les petits utilisateurs (C2X), et l'accent était plus clairement mis sur les tarifs internationaux.

Figure 38. Tarif implicite dans le segment des envois express et des colis (2010-2022) (€)



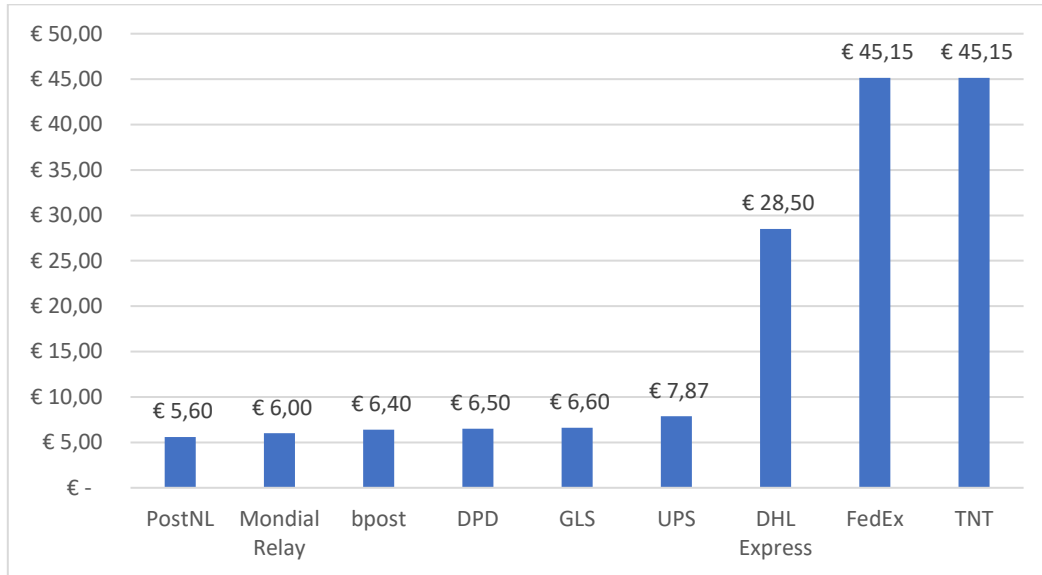
Source : IBPT

4.3.4. Tarifs pour les petits utilisateurs

111. 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 outil³⁶ 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 seront bientôt intégrées sur le site www.pointpostal.be.
112. Les tarifs pour un colis de 2 kg avec livraison à domicile en Belgique en 2023 sont présentés à la figure 39. 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, 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 Homerr avec un tarif de 3,69 euros.

³⁶ <https://www.ibpt.be/consommateurs/publication/simulateur-tarifaire-pour-les-colis-de-2-kg-en-belgique-et-en-europe>

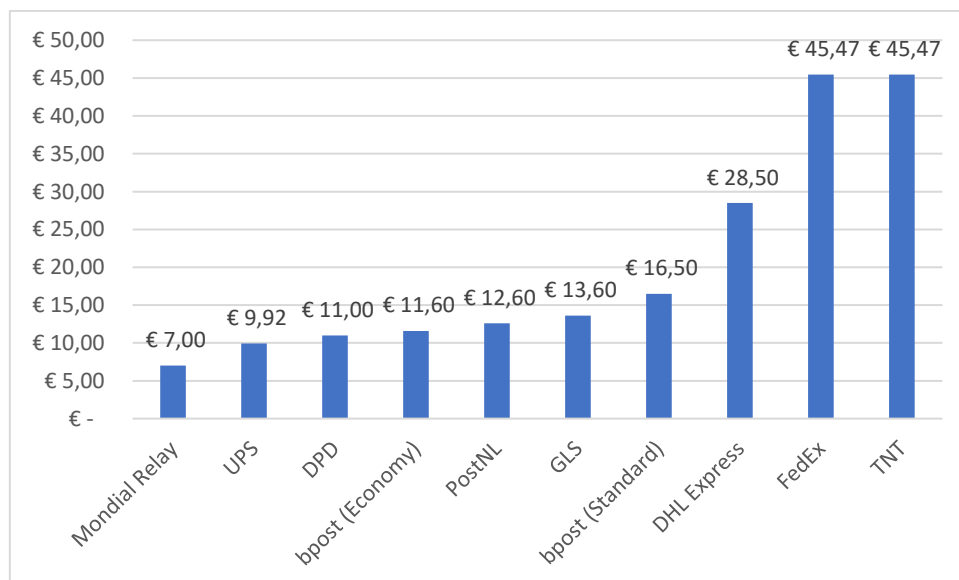
Figure 39. Tarifs pour un colis domestique de 2 kg (2023, en euros)



Source : IBPT (simulateur tarifaire)

113. Dans le cas de l'envoi de colis à l'étranger, le simulateur tarifaire est encore plus intéressant, comme il ressort de la figure 40. Les différences augmentent encore, comme ici dans le cas d'un envoi depuis la Belgique vers une adresse aux Pays-Bas.

Figure 40. Tarifs pour un colis de 2 kg vers les Pays-Bas (2023, en euros)



Source : IBPT (simulateur tarifaire)

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

114. La distribution de la presse reconnue, délivrant les articles au domicile des abonnés, est un service d'intérêt économique général (SIEG) qui faisait encore partie, jusqu'en 2015, du 5^e contrat de gestion conclu entre bpost et l'État belge. Depuis le 1^{er} janvier 2016 et, par deux prolongations, encore jusqu'au 31 décembre 2023³⁷, ce service est devenu un service distinct de dernier recours ne relevant pas du contrat de gestion. Ce SIEG, auquel les éditeurs peuvent faire appel s'ils le souhaitent, est actuellement exécuté par bpost et se compose de :
- 114.1. 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 ;
 - 114.2. la distribution à domicile des périodiques aux abonnés via les tournées de distribution classiques, du lundi au vendredi.
115. 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 presse³⁸. D'autres acteurs sont également actifs sur ce segment, comme PPP³⁹.

4.4.1. Volume

116. 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 2021 et 2022, le volume global a baissé de 6,8 %, il s'agit de la baisse la plus forte jamais enregistrée (ces dernières années, elle s'élevait par exemple à -1,6 % et -4,1 %). La quantité de presse distribuée par rapport à 2011 a entre-temps baissé de 31,8 %.
117. Pour les périodiques, la baisse annuelle générale a été amorcée depuis plus longtemps déjà et nous constatons, après un ralentissement à -0,3 % l'année précédente, une nouvelle accélération de -8,4 % pour un total de 196 millions d'envois distribués en 2022. Le volume de journaux distribués n'a stagné que plus tard et a connu une chute limitée depuis 2013, s'élevant à -5,2 % en 2022. Ainsi, 192 millions de journaux sont encore distribués.

³⁷ 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)

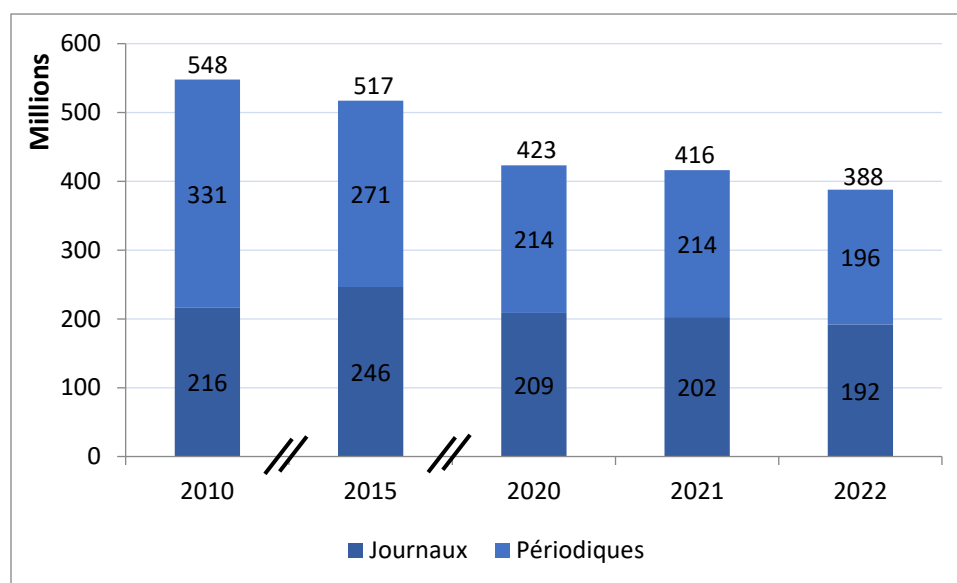
³⁸ Pour information, le 1^{er} septembre 2022, ACM a décidé que bpost pouvait racheter B.V. Aldipress. Aldipress s'occupe de la distribution et de la commercialisation (et du trade marketing) de périodiques, d'albums de bandes dessinées, de romans et de livres de remue-méninges destinés à la vente à la pièce par des détaillants aux Pays-Bas.

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

³⁹ 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.

118. En conséquence, presque la même quantité de journaux (49,5 %) que de périodiques (50,5 % dans la part de la presse) est distribuée, alors qu'en 2010 60,5 % du volume de la presse était encore constitué de périodiques.

Figure 41. Évolution des volumes sur le segment de la distribution de la presse aux abonnés (en millions d'unités)



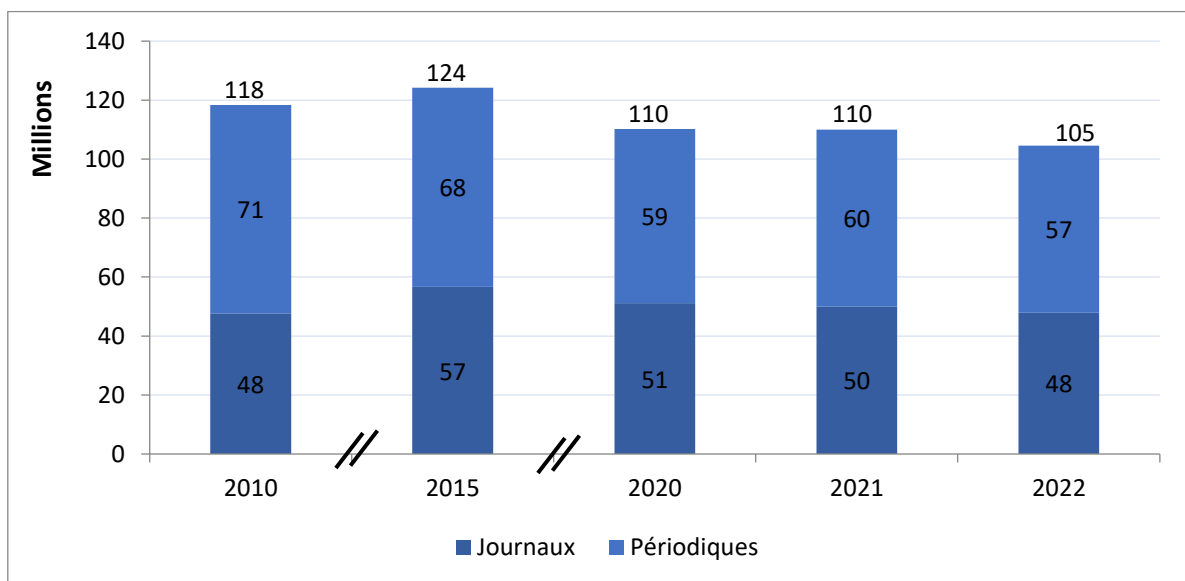
Source : IBPT

4.4.2. Revenus

119. Du côté des revenus, l'on constate que la tendance à la baisse n'a débuté qu'en 2014. En 2022, les revenus ont toutefois enregistré une baisse plus forte qu'auparavant de 4,9 %. Il s'agit d'une différence par rapport au passé récent, où -0,2 % et -3,4 % avaient été respectivement enregistrés pour 2021 et 2020. Néanmoins, la diminution des revenus atteint déjà -21,1 % par rapport à 2013. En 2022, les périodiques affichent également une baisse plus marquée (-4,1%) par rapport aux journaux (-5,6%).
120. 54,2% des revenus sont attribuables à la distribution de périodiques, et 45,8% à la distribution de journaux. En 2010, ce rapport était encore de 59,7 % contre 40,3 %.
121. 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 considérés⁴⁰.

Figure 42. Évolution des revenus sur le segment de la distribution de la presse aux abonnés (en millions d'euros)

⁴⁰ D'après le budget fédéral, le paiement estimé (crédits initiaux) concernant la concession relative à la distribution de la presse s'élevait à 176 millions d'euros en 2022.



Source : IBPT

122. Par souci d'exhaustivité, nous notons qu'AMP fait partie de bpost.⁴¹ Toutefois, AMP ne distribue pas 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.

⁴¹ 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

123. En 2022, 222 millions d'euros ont été investis⁴² au total dans le secteur postal par les opérateurs de notre échantillon. Il s'agit d'une augmentation de 2,3 % par rapport à 2021, qui s'ajoute en outre aux augmentations de 21,6 % en 2021 et de 45,5 % en 2020. La figure 43 montre que les investissements dans le secteur postal ont dans l'ensemble nettement augmenté au cours de la dernière décennie. Par rapport à 2010, le niveau des investissements en 2022 est même plus élevé de 192,5 %, soit 146 millions d'euros. La valeur médiane pour la période 2010-2022 s'élève d'ailleurs à 96 millions d'euros, soit 126 millions d'euros de moins que la valeur des investissements en 2022. Il s'agit donc d'un chiffre particulièrement élevé, naturellement dû à l'essor du segment des colis et des envois express. Les opérateurs sont en effet encore en train d'étendre leur capacité concernant le tri et la distribution des colis⁴³. Concernant les investissements en 2022, 90,5 % sont en immobilisations corporelles, contre 9,5% en immobilisations incorporelles. Par rapport à 2021, l'on constate donc une augmentation des immobilisations corporelles de 2 points de pourcentage.

⁴² 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.

⁴³ Quelques exemples :

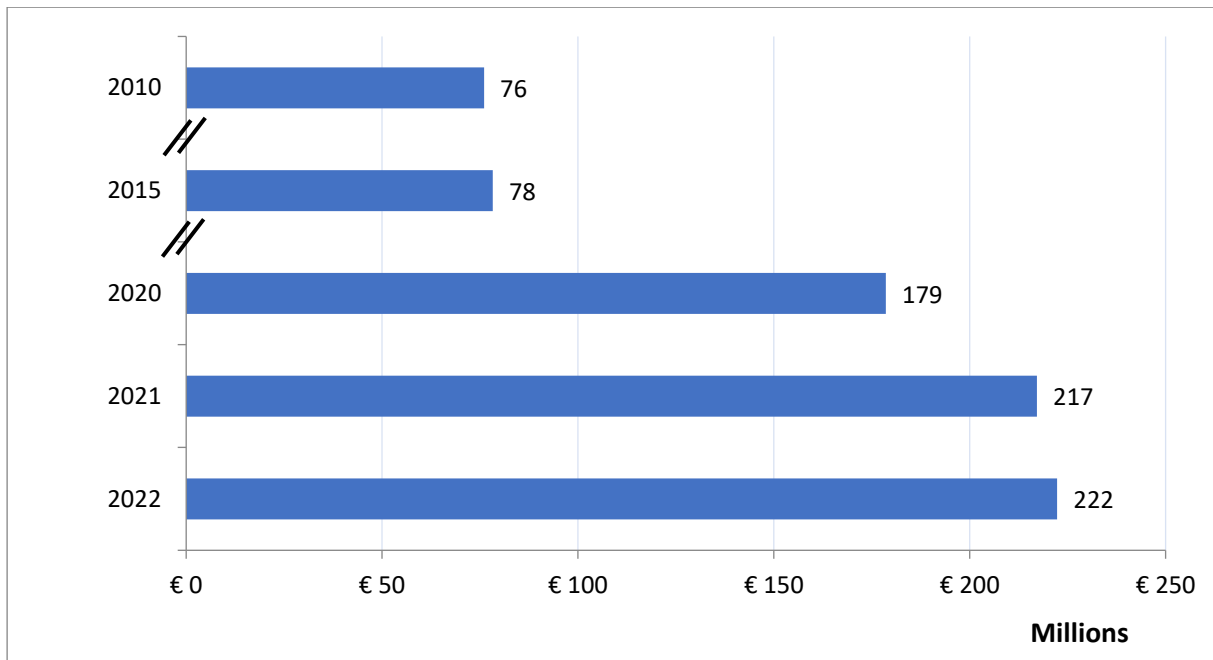
13 juillet 2018 « PostNL construit deux premiers centres de tri en Belgique » : <https://transportmedia.be/fr/2018/07/postnl-construit-deux-premiers-centres-de-tri-en-belgique/>

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/>

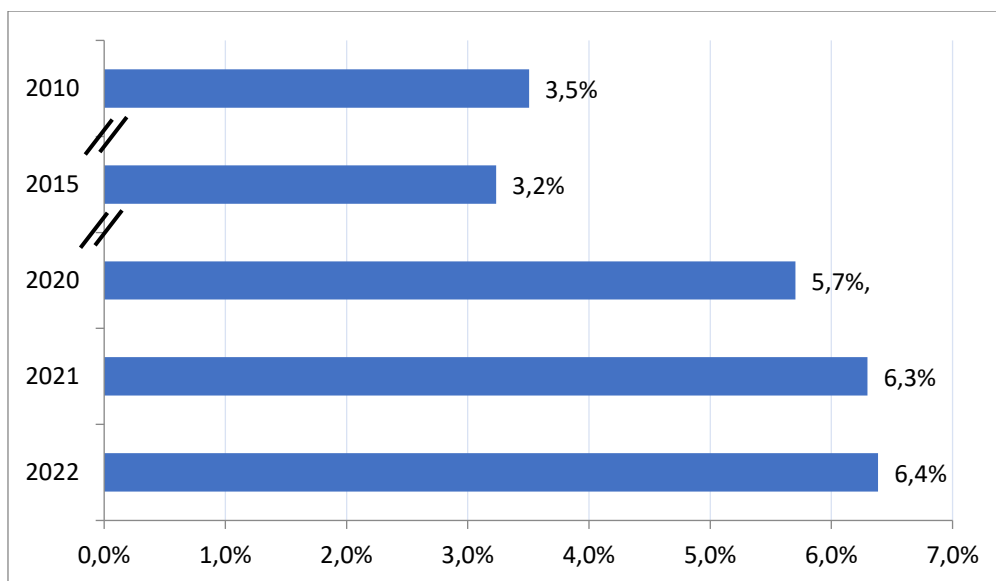
Figure 43. Investissements dans le secteur postal (en millions d'euros)



Source : IBPT

124. Les investissements réalisés dans le secteur postal s'élevaient en 2022 à 6,4% du chiffre d'affaires réalisé. Il s'agit du record absolu, malgré le chiffre d'affaires record (voir également la section 4.1.1) réalisé en 2022 par rapport auquel le niveau des investissements est mesuré. Le rapport entre les investissements et le chiffre d'affaires est donc supérieur d'environ un point et demi de pourcentage aux valeurs élevées enregistrées en 2017 (4,8 %) et 2019 (4,6 %).

Figure 44. Investissements par rapport au chiffre d'affaires dans le secteur postal (%)



Source : IBPT

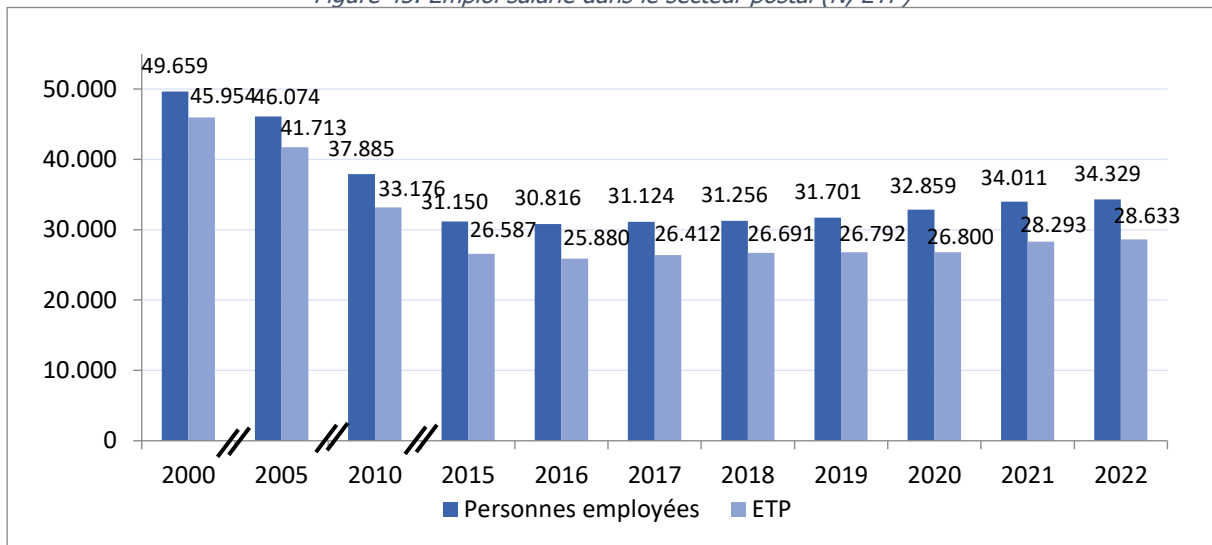
5.2. Emploi dans le secteur postal

125. Au 30 juin 2022⁴⁴, le secteur des activités postales comptait pas moins de 34 329 salariés en termes d'emplois directs. Cela représente une hausse limitée de 0,9 % par rapport à 2021. Toutefois, ce chiffre global cache une diminution du personnel chez le prestataire du service universel bpost (nace 53.1) de 1,5 % à 25 971 travailleurs et une augmentation de 9,5 % chez les opérateurs alternatifs (nace 53.2) à 8 358 travailleurs. Dans le secteur postal, bpost reste néanmoins l'employeur le plus important, avec environ 3 travailleurs sur 4.
126. 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 11,4 % 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 ceux des années 2000. Ainsi, entre 2010 et 2022, il reste encore une différence en termes d'emploi dans le secteur postal (-9,4 %). Cette différence est encore plus grande entre 2000 et 2021 (environ -30,9 %).
127. En ce qui concerne les équivalents temps plein (ETP)⁴⁵, l'augmentation globale en 2022 est également limitée (+1,2 %). Ici aussi, il y a une grande différence entre 2022 et les années 2010 et 2020, respectivement -13,7 % et -37,7 %. En 2022, un peu plus de 9 employés sur 10 dans le secteur postal travaillent à temps plein.
128. 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 au 30 juin 2022 à un total d'environ 3 150 personnes, soit bien plus qu'une année auparavant (+75 %). Nous avons toutefois constaté un effet de fin d'année plus limité dans cette catégorie en 2021, le nombre de travailleurs temporaires augmentant jusqu'à environ 3 700 au 31 décembre 2021. Concernant les travailleurs indépendants en sous-traitance, les réponses à notre enquête s'élevaient à environ 6 900 personnes, soit une augmentation d'environ 5 %. Compte tenu de cela, le secteur postal génère donc, indirectement, encore plus d'emplois que ce que montre la figure 45.

⁴⁴ 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.

⁴⁵ 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.

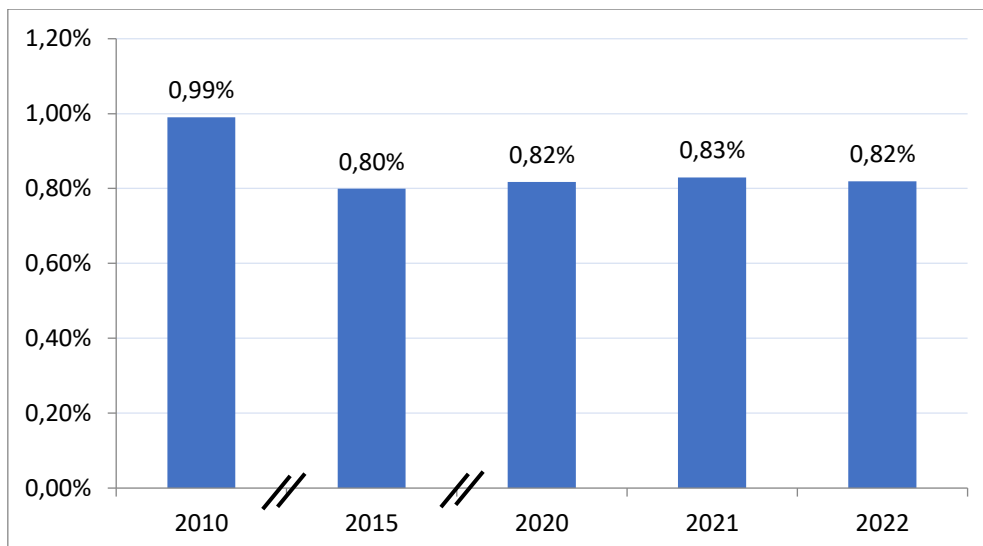
Figure 45. Emploi salarié dans le secteur postal (N, ETP)



Source : ONSS

129. 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 2022. Il s'agit là d'une diminution de près de 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.

Figure 46. Part du secteur postal dans l'emploi total (%)

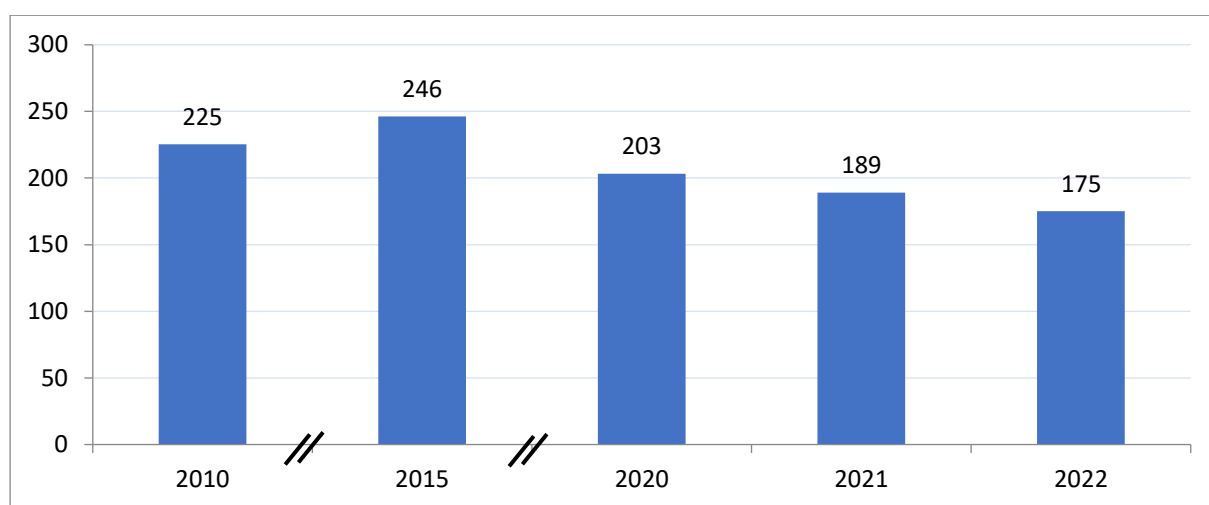


Source : ONSS⁴⁶

⁴⁶ 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.

130. 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 2022, ce chiffre est de 175 unités par équivalent temps plein. Il s'agit d'une différence négative de 50 unités par rapport à 2010 et de 73 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 47. Nombre moyen d'articles postaux par jour civil par ETP dans le secteur postal (N)



Sources : ONSS et IBPT

6. Accès aux services postaux

131. 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

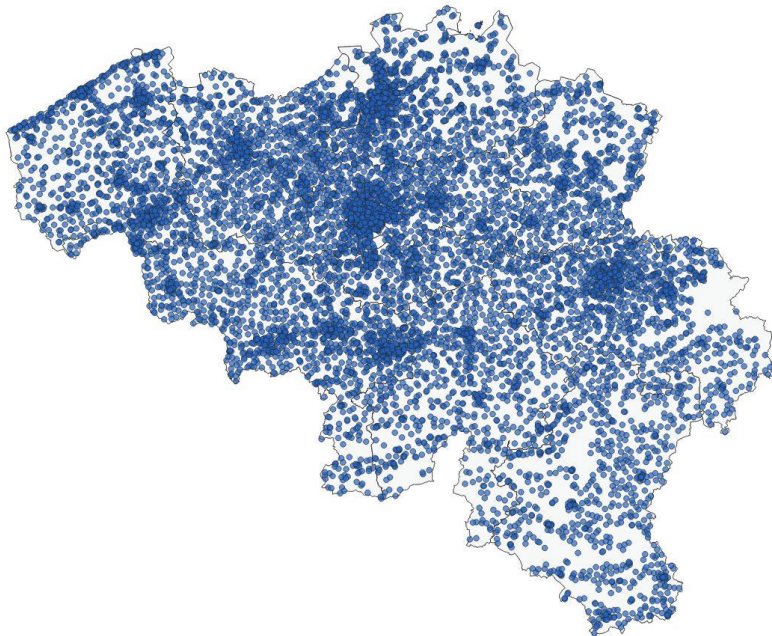
132. En Belgique, les boîtes aux lettres pour l'expédition ont été mises jusqu'il y a peu à la disposition des utilisateurs par le prestataire du service universel, bpost, et par le titulaire de licence Mosaïc (connu sous l'appellation commerciale TBC-Post). Toutefois, Mosaïc a arrêté ses activités fin 2019⁴⁷, de sorte que notre instantané du 31 décembre 2022 ne montre que les boîtes rouges⁴⁸ 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 2022 environ 9 900 boîtes aux lettres pour l'expédition. Quatre ans auparavant, ce nombre s'élevait encore à 12 597 boîtes (boîtes de bpost ou Mosaïc/TBC-Post) au total. Fin 2022, on compte encore en moyenne une boîte aux lettres pour 3,1 km² ou pour 1 180 habitants.

⁴⁷ L'Echo, 14/12/2019 : « TBC Post, le seul rival de bpost dans l'activité de courrier, dépose le bilan »

⁴⁸ 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 48. Densité du réseau de boîtes aux lettres (de bpost) pour l'envoi (2022)



Source : IBPT

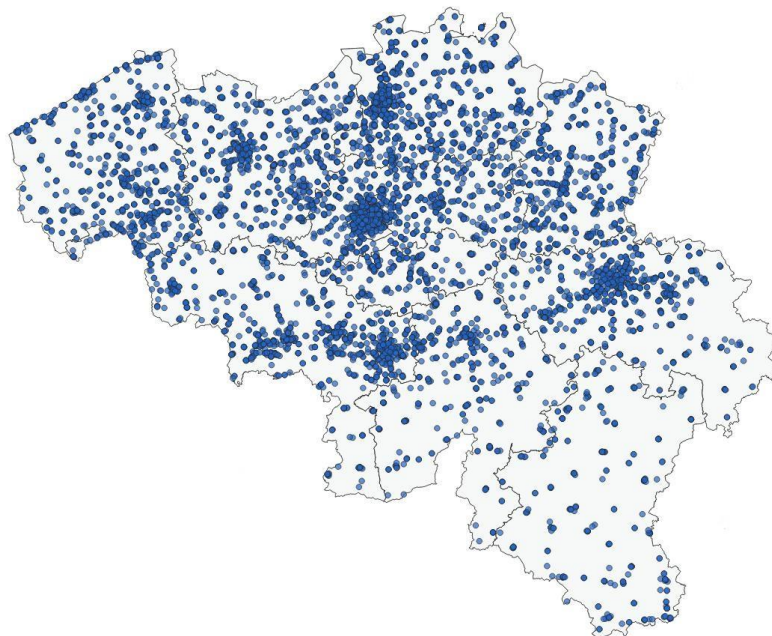
6.1.2. Points pourvus en personnel

133. 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). 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 2022, tous les opérateurs avaient ensemble 8 703 points pourvus en personnel. Cela montre que la tendance à la hausse du nombre de points pourvus en personnel est de retour, avec une croissance de 1 248 points postaux (ou 16,7 %) par rapport à l'année précédente. En 2020, la tendance à la hausse avait été interrompue, entre autres en raison de l'arrêt des activités de Mosaïc/TBC-Post.
134. Cela représente au total en moyenne un point pourvu en personnel pour 3,5 km² ou pour 1 342 habitants en 2022. La figure 49 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 opérateur⁴⁹.

⁴⁹ 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 Parcel également⁵⁰.

Figure 49. Densité du réseau de points pourvus en personnel (2022)



Source : IBPT

6.1.3. Distributeurs automatiques de colis

135. Les distributeurs automatiques de colis sont une tendance apparue au cours de la dernière décennie⁵¹. 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.
136. 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 colis⁵². 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 Parcel. L'objectif de bpost était de rapidement étendre le réseau belge à 450 distributeurs automatiques d'ici fin 2018⁵³. Fin 2019, il comptait 186 endroits pourvus de distributeurs. À cette époque, ils ne s'appelaient plus Cubee, mais simplement « distributeur de colis bpost ».

⁵⁰ 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

⁵¹ Deutsche Post DHL Group a commencé en 2001 avec un projet test, « Packstations ».

⁵² Rapport annuel bpost 2014 : <http://corporate.bpost.be/~media/Files/B/Bpost/annual-reports/ar-2014.PDF>

⁵³ Communiqué de presse bpost (4 octobre 2017) : https://corporate.bpost.be/media/press-releases/2017/04-10-2017?sc_lang=fr-FR

137. 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 Malines⁵⁴, où 51 emplacements sont 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 2021⁵⁵. Entre temps, une Ecozone est également apparue à Mons, une première en Wallonie⁵⁶.
138. 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 belge⁵⁷. Il est en plein développement de son 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, soit 243 de plus qu'une année auparavant et même 603 de plus que trois ans auparavant. En quatre ans, nous parlons même de plus d'un quadruplement, comme l'illustre la figure 50. 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 51 montre que ces distributeurs automatiques de colis se trouvent encore principalement dans les centres-villes et les zones plus densément peuplées.
139. À l'avenir, on peut s'attendre à ce que bpost et Instabee ne soient pas les seuls à augmenter davantage leur nombre de sites. Mondial Relay commence également petit à petit en 2023 à installer des distributeurs automatiques de colis depuis son acquisition par InPost (spécialiste des distributeurs automatiques).
140. En outre, sans qu'elles entrent en considération pour le présent observatoire, il existe aussi des initiatives indépendantes de tout opérateur comme BringMe⁵⁸, Facility Lockers⁵⁹ et ParcelHome⁶⁰, qui permettent de faire livrer un colis dans un distributeur automatique de colis à domicile ou au travail⁶¹.

⁵⁴ <https://www.bpost.be/nl/ecozone-mechelen>

⁵⁵ https://www.groenleuven.be/tweede_vlaamse_ecozone

⁵⁶ <https://press.bpost.be/une-premiere-en-wallonie--bpost-developpe-une-ecozone-de-distribution-zero-emission-a-mons>

⁵⁷ Après la Suède, le Danemark, la Finlande et les Pays-Bas avaient déjà emboîté le pas avant que Budbee n'arrive en Belgique.

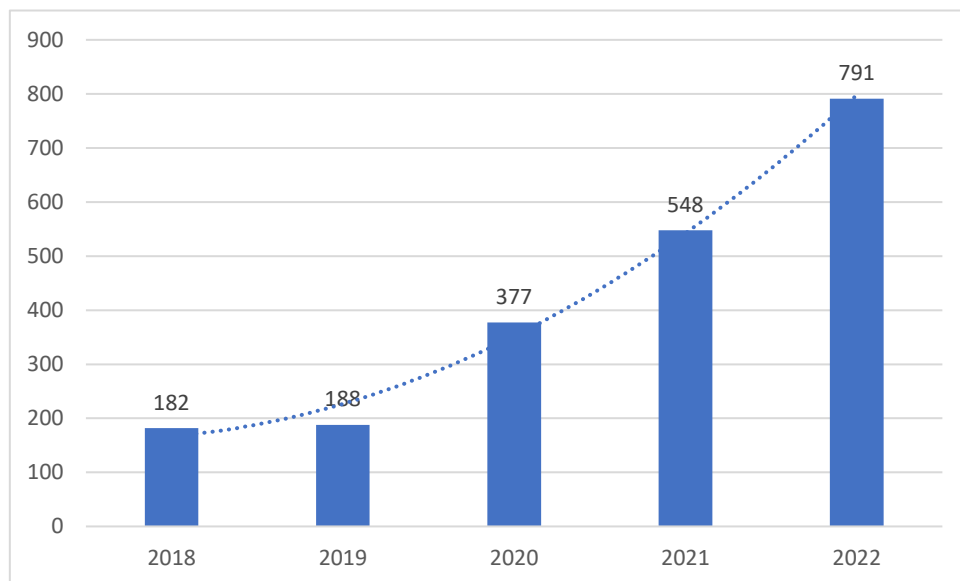
⁵⁸ <https://www.bringme.com>

⁵⁹ <http://www.facilitylockers.com/welcome.html>

⁶⁰ <https://www.parcelhome.com>

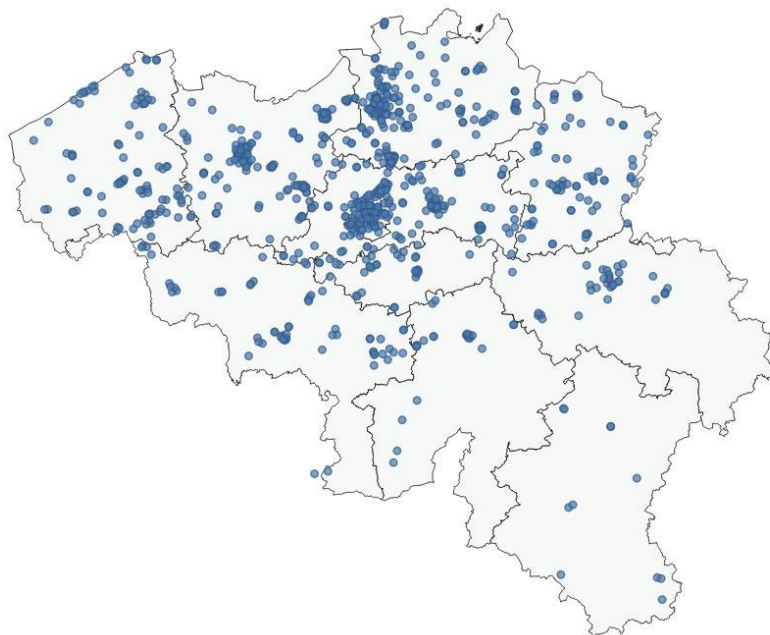
⁶¹ Les boîtes à colis constituent une autre tendance, et peuvent être éventuellement combinées à une boîte aux lettres. Elles sont notamment proposées par Renson sous l'appellation e-Safe. <https://www.renson-outdoor.be/fr-be/elements-de-jardin-aperçu/boite-a-colis>

Figure 50. Évolution du nombre de distributeurs automatiques de colis en Belgique (2018-2022)



Source : IBPT

Figure 51. Densité du réseau de distributeurs automatiques de colis (2022)



Source : IBPT

6.2. Prestataire du service universel postal (PSUP)

6.2.1. Points d'accès aux services postaux

141. 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.
142. La principale différence entre les bureaux de poste et les magasins postaux⁶² 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.
143. Tant la loi postale que le 7^e contrat de gestion⁶³ 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 communes⁶⁴.
144. En 2022, le nombre de points d'accès du prestataire du service universel n'a connu qu'une augmentation limitée⁶⁵.

⁶² bpost utilise la dénomination « Points Poste » pour désigner ses magasins postaux.

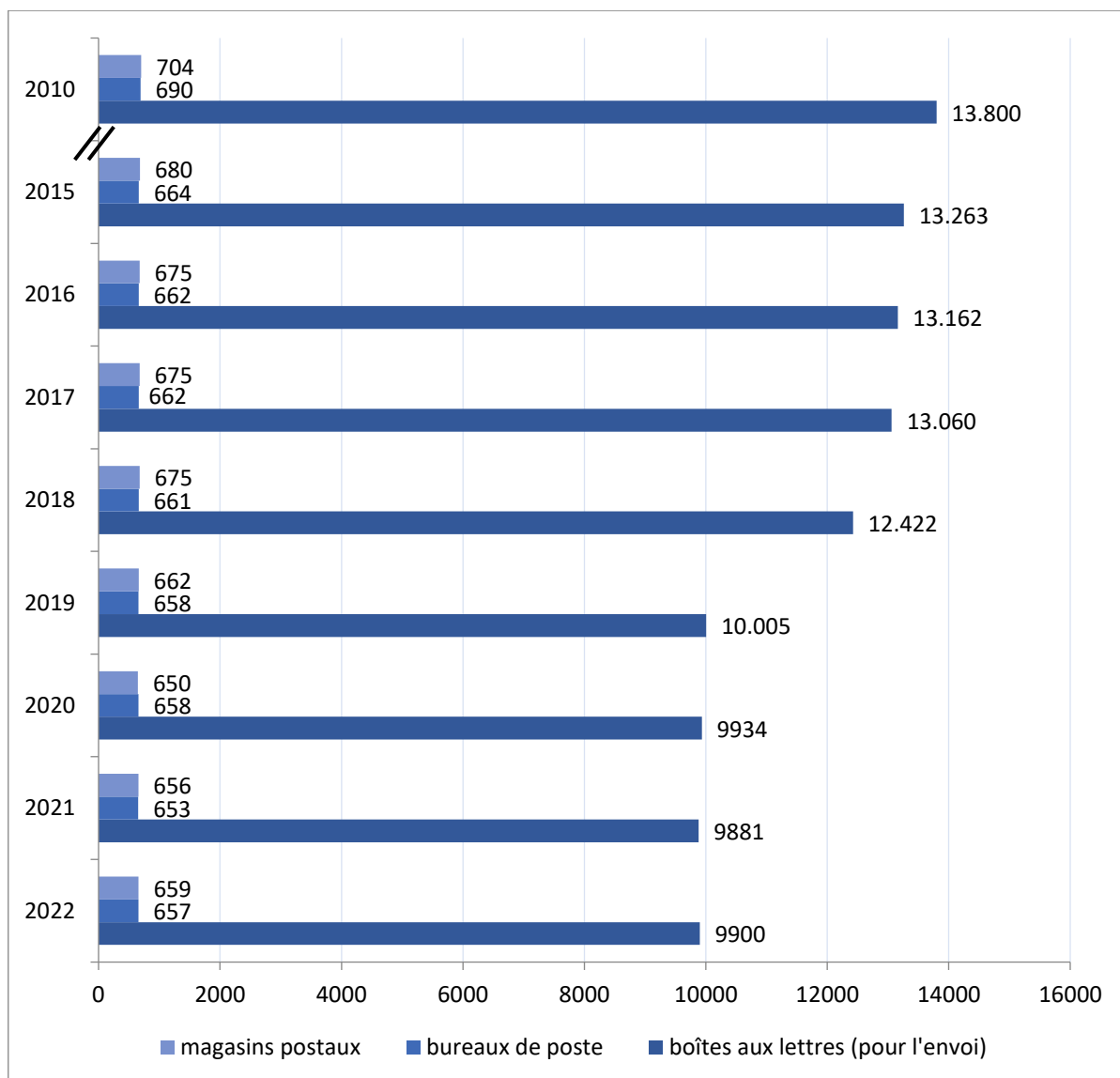
⁶³ Il s'agit d'un service d'intérêt économique général, inclus dans le 7^e contrat de gestion, et pour lequel bpost reçoit une indemnité annuelle. D'après le budget fédéral, le paiement estimé (crédits initiaux) concernant le 7^e contrat de gestion s'élevait au total à 156 millions d'euros en 2022.

⁶⁴ Le 1^{er} janvier 2019, 15 communes flamandes ont fusionné en 7 nouvelles communes, faisant qu'il reste 581 communes.

⁶⁵ Début 2019, bpost a fortement réduit le nombre de boîtes aux lettres rouges, faisant 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 52. Nombre de points d'accès dans le cadre de la prestation du service universel⁶⁶



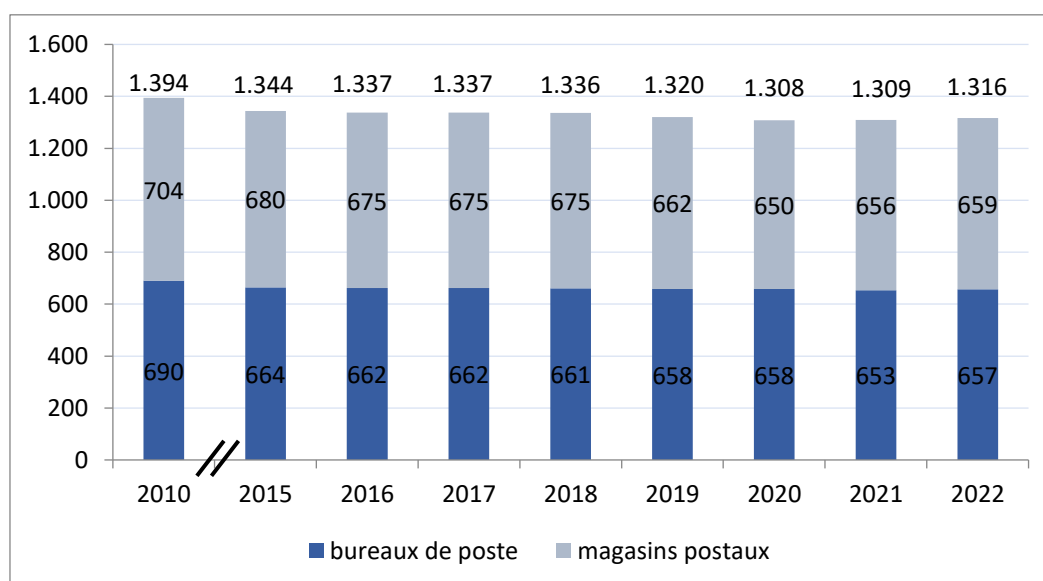
Source : IBPT

⁶⁶ Il s'agit ici uniquement des points d'accès du prestataire du service universel.

6.2.2. Points de service postal

145. Fin 2022, le prestataire du service universel postal (PSUP) a délivré des services postaux par le biais de 1 316 points de service (bureaux de poste ou magasins postaux) répartis sur l'ensemble du territoire belge⁶⁷. Il s'agit de 7 points de plus qu'en 2021, soit le résultat net des 4 bureaux de poste supplémentaires et 3 magasins postaux. Par rapport à 2010, il est toutefois question d'un net recul de 78 points de service, dont 33 bureaux de poste et 45 magasins postaux. Mais avec 1 316 points de service postal et, plus spécifiquement, 659 bureaux de poste, bpost dépasse toujours les exigences précitées.

Figure 53. Nombre de points de service postal (PSUP uniquement)



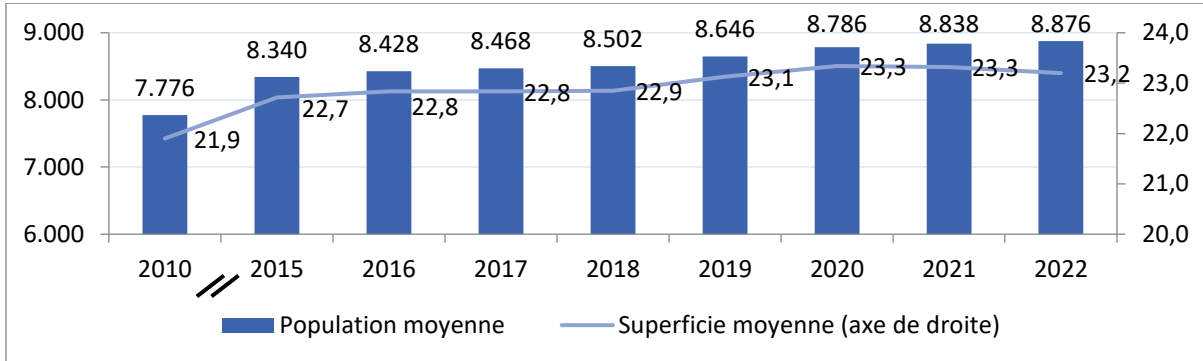
Source : IBPT

146. 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 8 876 habitants en 2022. Cela représente exactement 1 100 habitants par point de service postal de plus qu'en 2010. En moyenne, chaque point de service postal doit désormais desservir 14,1 % d'habitants de plus qu'en 2010. Un point de service postal dessert en moyenne une zone de 23,3 km². D'un point de vue européen⁶⁸, 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.

⁶⁷ En outre, il existe également des « parcel shops » issus de l'acquisition de Kariboo, qui ne visent que les colis.

⁶⁸ ERGP Report on core indicators for monitoring the European postal market, 2 février 2022

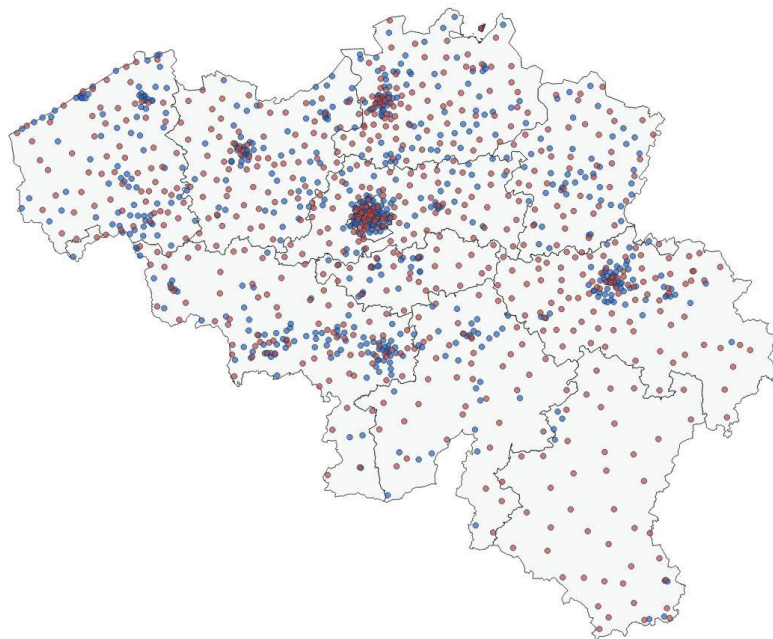
Figure 54. Population moyenne (N) et superficie moyenne (km²) desservies par point de service postal (PSUP uniquement)



Source : IBPT

147. La répartition géographique des bureaux de poste et des points poste est représentée en détail à la figure 55.
148. Bien qu'il y ait environ 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 55. Répartition des points de service postal en 2022 (PSUP uniquement)



Bureaux de poste : ● Magasin postal : ●

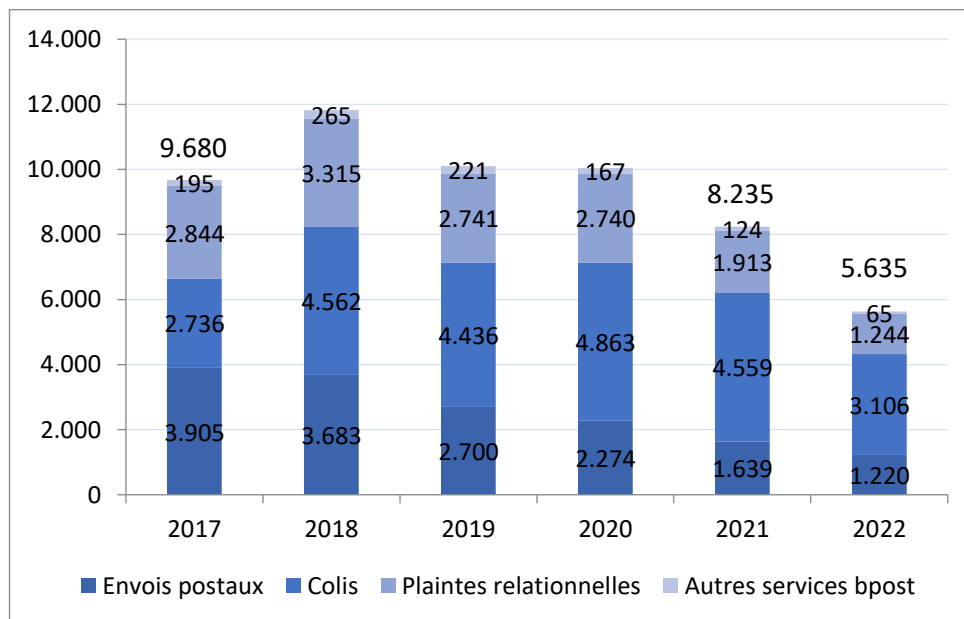
Source : IBPT

7. Qualité des services & empreinte écologique

7.1. Satisfaction des utilisateurs de services postaux

149. En 2022, 5 635 plaintes recevables ont été déposées. Parmi celles-ci, 21,7 % 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 augmentation limitée, partant de 19,9 % en 2021, après des années de déclin continu de l'importance de cette catégorie.
150. L'augmentation des activités d'e-commerce explique qu'entre-temps plus de la moitié (55,1 %) des plaintes étaient liées à l'envoi de colis, soit un statu quo par rapport à 2021, mais tout de même une augmentation de 26,8 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.
151. En revanche, 22,1 % 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.
152. Les plaintes restantes (1,2 %) 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 56. Nombre de plaintes recevables introduites au service de médiation par objet (2017-2022)

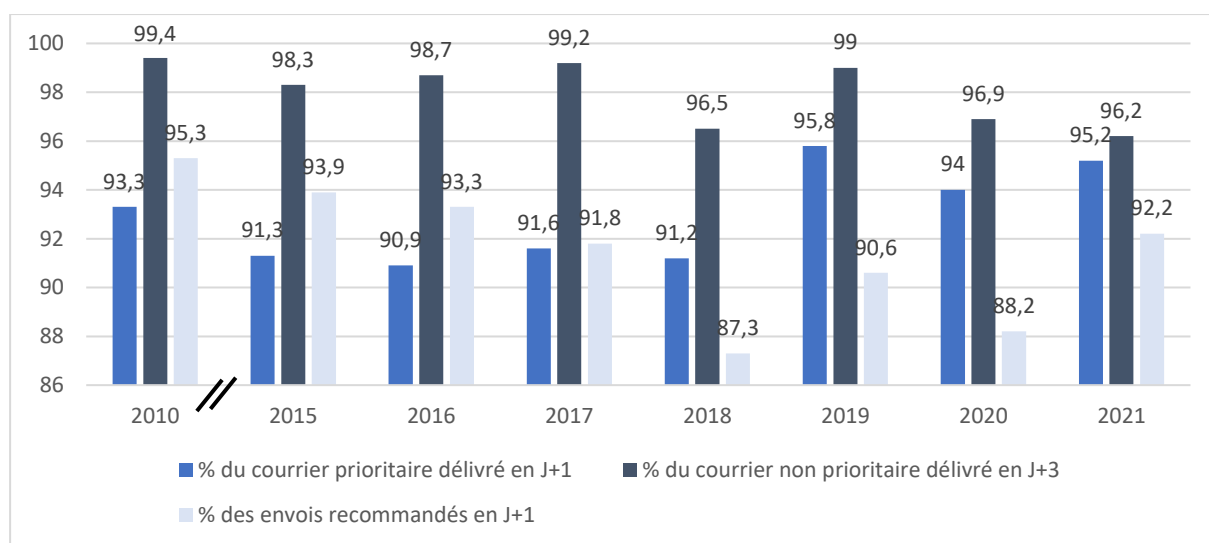


Source : ombudsman poste

7.2. Délais d'acheminement des envois de correspondance

153. La qualité du courrier égrené intérieur prioritaire (J+1)⁶⁹ en 2021 s'élevait à 95,2 %. Ce résultat est conforme à celui des deux années précédentes et est nettement supérieur à celui enregistré de 2015 à 2018 inclus. Ainsi, bpost a respecté l'obligation, imposée par l'article 34, 2°, a), de l'arrêté royal du 11 janvier 2006 mettant en application le titre IV, d'envoyer au moins 93 % du courrier égrené intérieur prioritaire dans un délai de (J+1).
154. La qualité du courrier égrené intérieur non prioritaire (J+3)⁷⁰ en 2021 s'élevait à 96,2 %. 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 15 % et 85 % en 2019. 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 57. Pourcentage de lettres prior et d'envois recommandés délivrés en J+1 et en J+3 (PSUP uniquement)



Source : IBPT

7.3. Empreinte écologique

155. 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

⁶⁹ Distribution le jour ouvrable suivant (Jour+1)

⁷⁰ 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.

exemple. En 2022, CityDepot et l'Université d'Anvers⁷¹ 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.

156. L'avantage d'une telle approche est effectivement la comparabilité, non seulement dans le temps, mais également entre opérateurs. Il s'agit également de l'approche d'outils développés par l'UPU (OSCAR⁷²) et par l'IPC (EMMS/SMMS). Dans le questionnaire de l'observatoire de l'année passée, la durabilité des livraisons en Belgique a été sondée pour la première fois, et ce, par le biais de deux questions : d'une part, concernant les émissions moyennes de CO₂ en 2021 par colis et, d'autre part, sur l'amélioration moyenne de ces émissions par colis par rapport à une année auparavant. Seuls trois opérateurs ont su apporter leur contribution à cet égard, mentionnant des émissions variant de 152 grammes à 300 grammes de CO₂ par colis. La réduction des émissions par rapport à l'année précédente a varié de -14 % à -39 %.
157. Pour 2022, un plus grand nombre de réactions ont été reçues concernant ces questions, six opérateurs pouvaient déjà indiquer les émissions moyennes par colis, et le questionnaire a été étendu. Ainsi, nous savons que les émissions moyennes pondérées par colis s'élèvent à 245 grammes de CO₂ et que cela représente en moyenne une amélioration de 3 % par rapport à la situation de 2021. À cet égard, il a été demandé de tenir compte du trajet depuis le « first » jusqu'au « last mile », donc y compris les émissions directes et indirectes lors de l'enlèvement éventuel, du tri, du transport et de la distribution. De plus, nous savons grâce à des questions supplémentaires que le « hit rate » s'élève en moyenne à 98,2 %. Cela signifie donc que 98 colis ou envois express sur 100 sont distribués lors de la première tentative de distribution. Enfin, 3,6 % de tous les colis et envois express sont distribués à l'aide de véhicules électriques ou vélos (cargos).
158. Lors des discussions préparatoires, les opérateurs signalaient déjà une lacune législative. Ainsi, ils indiquaient 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 définitivement⁷³. Un projet test similaire a également débuté en Belgique l'année passée pour les camionnettes électriques et à hydrogène. Ce projet durera jusqu'au 31 août 2026⁷⁴.

⁷¹ <https://www.bdlogistics.be/fr/zakelijke-oplossingen/nieuws/bd-logistics-et-luniversite-danvers-lacent-un-calculateur-de-co2>

⁷² <https://oscar.post/#/dc>

⁷³ <https://transportlogistiek.nl/branche/beleid/regeling-b-rijbewijs-voor-elektrische-bestelwagen-tot-4-250-kilo-krijgt-vervolg/>

⁷⁴ <https://mobilit.belgium.be/fr/route/agrement-professionnel/permis/permis-de-conduire-b-camionnette-zero-emission-max-425-t>

Communication du Conseil de l'IBPT du 21 novembre 2023 concernant l'observatoire du marché des activités postales en Belgique pour 2022

Axel Desmedt
Membre du Conseil

Bernardo Herman
Membre du Conseil

Luc Vanfleteren
Membre du Conseil

Michel Van Bellinghen
Président du Conseil