

**Mededeling van de Raad van het BIPT
van 16 oktober 2020
betreffende het observatorium van de markt voor
postactiviteiten in België voor 2019**

Inhoudsopgave

1.	Samenvatting	4
2.	Scope van het observatorium en structuur van de postmarkt	6
2.1	Structuur van de Belgische postmarkt	6
2.2	Operatoren bevroegd in het kader van het observatorium	6
3.	Beschrijving van de Belgische markt voor de verstrekking van postdiensten van 2010 tot 2018 .	11
3.1	Algemeen overzicht van de postmarkt	11
3.1.1	<i>Inkomsten</i>	11
3.1.2	<i>Marktconcentratie</i>	12
3.1.3	<i>Belang van de segmenten</i>	14
3.2	Focus op het brievenpostsegment	16
3.2.1	<i>Algemeen overzicht</i>	16
3.2.1.1	<i>Volumes</i>	16
3.2.1.2	<i>Inkomsten</i>	17
3.2.2	<i>Transactionele post</i>	18
3.2.2.1	<i>Volumes</i>	19
3.2.2.2	<i>Inkomsten</i>	22
3.2.2.3	<i>Kleingebruikerstarieven voor de prior van de aanbieder van de universele dienst</i>	25
3.2.3	<i>Geadresseerde reclamezendingen</i>	28
3.2.3.1	<i>Volumes</i>	29
3.2.3.2	<i>Inkomsten</i>	29
3.2.4	<i>Internationale post</i>	30
3.2.4.1	<i>Volumes</i>	30
3.2.4.2	<i>Inkomsten</i>	31
3.2.4.3	<i>Kleingebruikerstarieven van de aanbieder van de universele dienst</i>	32
3.3	Focus op het segment van de pakjes en snelpostzendingen en op e-commerce	34
3.3.1	<i>Volume</i>	35
3.3.2	<i>Inkomsten</i>	37
3.3.3	<i>Impliciet tarief</i>	40
3.3.4	<i>Kleingebruikerstarieven van de aanbieder van de universele dienst</i>	41
3.4	Focus op het segment van de persdistributie aan de abonnees	42
3.4.1	<i>Volume</i>	43
3.4.2	<i>Revenus</i>	44
4.	Investeringen en tewerkstelling in postactiviteiten	45
4.1	Investeringen in de postsector	45
4.2	Tewerkstelling in de postsector	46
5.	Toegang tot de postdiensten	49
5.1	Sectoraal overzicht	49
5.1.1	<i>Brievenbussen voor verzending</i>	49
5.1.2	<i>Bemande punten</i>	50
5.1.3	<i>Pakketautomaten</i>	51
5.2	Aanbieder van de universele postdienst (AUPD)	52
5.2.1	<i>Toegangspunten tot de postdiensten</i>	52
5.2.2	<i>Postale service-punten</i>	54
6.	Dienstkwaliteit	56
6.1	Tevredenheid van de gebruikers van postdiensten	56
6.2	Verzendingstermijnen van brievenpost	57

Lijst van de figuren

<i>Figuur 1. Segmentering van de postactiviteiten beschouwd in het kader van het observatorium</i>	<i>6</i>
<i>Figuur 2. De voornaamste spelers op de Belgische markt voor de verstrekking van postdiensten (in 2019)</i>	<i>10</i>
<i>Figuur 3. Evolutie van de inkomsten van de postsector over de periode 2000-2019 (in miljoen euro).....</i>	<i>11</i>
<i>Figuur 4. Marktaandeel op basis van de omzet in de Belgische postsector in 2019 (%).....</i>	<i>12</i>
<i>Figuur 5. Horizontale concentratie op basis van de omzet door middel van de HH- en de C4-index.....</i>	<i>13</i>
<i>Figuur 6. Horizontale concentratie op basis van de volumes door middel van de HH- en de C4-index.....</i>	<i>14</i>
<i>Figuur 7. Aandeel van de verschillende segmenten in de omzet van de totale postsector in 2010 in vergelijking met 2019 (%).....</i>	<i>15</i>
<i>Figuur 8. Volume post per inwoner (N).....</i>	<i>16</i>
<i>Figuur 9. Volume van de brievenpost.....</i>	<i>17</i>
<i>Figuur 10. Inkomsten uit het brievenpostsegment (miljoen euro).....</i>	<i>18</i>
<i>Figuur 11. Evolutie van de volumes van transactionele post.....</i>	<i>19</i>
<i>Figuur 12. Verdeling van de volumes van transactionele post (2019).....</i>	<i>20</i>
<i>Figuur 13. Evolutie van de volumes van aangetekende zendingen sedert 2010 (gecumuleerde groei).....</i>	<i>20</i>
<i>Figuur 14. Evolutie van de volumes van administratieve en sociale post sedert 2010 (gecumuleerde groei)</i>	<i>21</i>
<i>Figuur 15. Verdeling van de volumes van transactionele post tussen stukpost en grote partijen post (2010 in vergelijking met 2019)</i>	<i>21</i>
<i>Figuur 16. Evolutie van de inkomsten uit transactionele post sedert 2010 (gecumuleerde groei)</i>	<i>23</i>
<i>Figuur 17. Verdeling van de inkomsten uit transactionele post (2010 versus 2019)</i>	<i>24</i>
<i>Figuur 18. Prijs van de dienst voor binnenlandse standaardbrieven < 50 g (€)</i>	<i>25</i>
<i>Figuur 19. Prijs van de dienst voor een binnenlandse standaardbrief in Europa (€) (Vermelde tarieven van 2020)</i>	<i>26</i>
<i>Figuur 20. Prijzen 2018, 2019 en 2020 uitgedrukt in koopkrachtpariteit (KKP) van de dienst voor binnenlandse standaardbrieven in Europa (€) (Vermelde tarieven van 2020).....</i>	<i>28</i>
<i>Figuur 21. Evolutie van de volumes reclame.....</i>	<i>29</i>
<i>Figuur 22. Evolutie van de inkomsten uit reclame (miljoen euro).....</i>	<i>30</i>
<i>Figuur 23. Evolutie van de volumes van internationale post</i>	<i>31</i>
<i>Figuur 24. Evolutie van de inkomsten voor internationale post (miljoen euro)</i>	<i>32</i>
<i>Figuur 25. Prijs van de dienst voor een intra-Europese standaardbrief in Europa (in nominale waarde) (€) (Vermelde tarieven van 2019).....</i>	<i>33</i>
<i>Figuur 26. Verhouding pakketten versus expreszendingen in termen van volume en omzet (2019).....</i>	<i>35</i>
<i>Figuur 27. Evolutie van het volume snelpostdiensten en pakjes in totaal (in miljoen stuks) en per inwoner (in stuks) per jaar</i>	<i>36</i>
<i>Figuur 28. Verdeling van het volume aan pakket- en expresdiensten volgens binnenlands, uitgaand internationaal en binnenkomend internationaal anno 2019.....</i>	<i>37</i>
<i>Figuur 29. Evolutie van de inkomsten in het segment van de snelpostdiensten en pakjes in totaal (miljoen euro) en per inwoner (euro) per jaar</i>	<i>38</i>
<i>Figuur 30. Marktaandeel op basis van de omzet in het segment van de snelpostdiensten en pakjes in 2019 (%).....</i>	<i>39</i>
<i>Figuur 31. Marktaandeel op basis van het volume in het segment van de snelpostdiensten en pakjes in 2019 (%)</i>	<i>40</i>
<i>Figuur 32: Impliciet tarief binnen het segment van pakket- en expreszendingen 2010-2019 (EUR)</i>	<i>41</i>

<i>Figuur 33: Evolutie van de prijzen van een pakket tot 2 kg verzonden door de universeledienstverlener met als bestemming België of een buurland</i>	<i>42</i>
<i>Figuur 34. Evolutie van de volumes in het segment van de persdistributie aan abonnees (miljoen eenheden) ...</i>	<i>44</i>
<i>Figuur 35. Evolutie van de inkomsten in het segment van de persdistributie aan abonnees (miljoen EUR).....</i>	<i>45</i>
<i>Figuur 36. Investeringen in de postsector (miljoen EUR).....</i>	<i>46</i>
<i>Figuur 37. Investeringen ten overstaan van omzet in de postsector (%)</i>	<i>46</i>
<i>Figuur 38. Loontrekkende tewerkstelling in de postsector (N, vte).....</i>	<i>48</i>
<i>Figuur 39. Aandeel van de postsector in de totale tewerkstelling (%)</i>	<i>48</i>
<i>Figuur 40. Gemiddeld aantal postale items per kalenderdag per vte in de postale sector (N)</i>	<i>49</i>
<i>Figuur 41. Dichtheid van het netwerk van brievenbussen (van bpost) voor verzending (2019).....</i>	<i>50</i>
<i>Figuur 42. Dichtheid van het netwerk van bemande punten (2019).....</i>	<i>51</i>
<i>Figuur 43. Dichtheid van het netwerk van pakketautomaten (bpost) (2019).....</i>	<i>52</i>
<i>Figuur 44. Aantal toegangspunten in het kader van de universeledienstverlening</i>	<i>54</i>
<i>Figuur 45. Aantal postale-servicepunten (enkel AUPD)</i>	<i>55</i>
<i>Figuur 46. Gemiddelde bevolking (N) en gemiddelde oppervlakte (km²) bediend per postale-servicepunt (enkel AUPD).....</i>	<i>55</i>
<i>Figuur 47. Verdeling postale-servicepunten anno 2019 (enkel AUPD).....</i>	<i>56</i>
<i>Figuur 48. Aantal ontvankelijke klachten ingediend bij de Ombudsdienst per onderwerp (2017-2019)</i>	<i>57</i>
<i>Figuur 49. Percentage Prior-brieven en aangetekende zendingen afgegeven op D+1 en D+3 (enkel AUPD)</i>	<i>58</i>

1. Samenvatting

Sedert begin 2012 houdt het Belgisch Instituut voor postdiensten en telecommunicatie (BIPT) een observatorium bij van de markt voor postale activiteiten in België, vanaf nu in het kader van de functie die het heeft gekregen door de wet van 26 januari 2018 betreffende de postdiensten. Meer bepaald kan het BIPT krachtens artikel 26 b) op gemotiveerde en proportionele wijze aan de aanbieders van postdiensten alle nodige informatie vragen “voor duidelijk omschreven statistische doeleinden, voor marktanalyses en voor alle maatregelen die tot de transparantie kunnen bijdragen”.

De indicatoren in dit observatorium hebben als doel de structuur van de markt voor alle belanghebbenden van de postsector weer te geven (afzenders, geadresseerden, operatoren, diverse tussenpersonen, enz.). Deze indicatoren bieden een inzicht in de markt vanuit de aanbodzijde, in de ontwikkeling van de activiteit van de aanbieder van de universele dienst en van zijn concurrenten, alsook in de resultaten van de postactiviteit in België in termen van dienstkwaliteit en innovatie voor de gebruikers van deze diensten.

Deze editie, die ondertussen gebaseerd is op een chronologische reeks die van 2010 tot 2019 gaat, neemt de indicatoren over die in de vorige editie gepubliceerd zijn.¹

De trends die in de voorgaande jaren zijn aangekondigd op de Belgische postmarkt, zetten zich door in 2019. De groei van de postale markt versnelt en loopt op tot 4,7% in 2019 tegenover 3,5% in 2018, waardoor ze nu 2,69 miljard euro bereikt. Die goede prestaties vloeien voort uit twee fenomenen: enerzijds de continue groei van het segment van de pakjes en van snelpost, dat binnen de postale markt steeds meer gewicht krijgt door de vooruitgang van e-commerce en anderzijds de zwakkere daling van de inkomsten in het segment van de brievenpost die sedert 2012 wordt waargenomen en dit ondanks de sterkere terugval van de volumes die waargenomen wordt sedert het begin van de reeks.

Ondanks een vermindering van de concentratie blijft de Belgische postale markt anno 2019 in sterke mate geconcentreerd. Bpost, dat actief is in alle postale segmenten, heeft op zichzelf een marktaandeel van meer dan 60%, een cijfer dat daalt sedert 2010, toen het marktaandeel van bpost nog meer dan 70% bedroeg. De vier voornaamste aanbieders (bpost, UPS, DPD en DHL Express) hebben in termen van omzet, een nog hoog gemeenschappelijk marktaandeel van 83,1%. In 2010 bedroeg dat marktaandeel 92%.

Het segment van de pakjes en expreszendingen vertegenwoordigde 54% van de omzet in de sector in 2019, tegenover 51% in 2018. In 2010 was dat nog maar 31%. De brievenpost, inclusief geadresseerde reclamezendingen, vertegenwoordigde nog 42% van de totale omzet binnen de postsector in 2019 tegenover 65% in 2010. Het segment van de persdistributie bij de abonnees thuis heeft 5% van de inkomsten gegenereerd. Vergeleken met 2010 zit het segment van de persdistributie in 2019 op een hoger niveau, maar daalt toch na een maximum dat in 2016 was bereikt.

Tussen 2018 en 2019 is het volume brievenpost per inwoner gedaald met 7,2%, de sterkste daling die sinds 2010 is waargenomen, en heeft 125 artikels per inwoner op jaarbasis bereikt. Ondanks deze

¹ Enkele omvangrijke operatoren hebben een aanpassing van hun historische gegevens doorgevoerd (zie ook verder), waardoor de tijdreeksen voor met name pakketten en express en investeringen werden bijgesteld.

aanzienlijke volumedaling, heeft het segment van de brievenpost zijn kleinste omzetsdaling sinds 2012 gekend, namelijk -1,1%. Transactionele post vormt daarvan nog de grote meerderheid (60% in 2019), gevolgd door geadresseerde reclame 29% en internationale post 11%. De transactionele post is in 2019 in volume met 7,8% afgenomen, waarbij bulkzendingen het overgrote deel van de transactionele post uitmaken, 73% in 2019 tegenover 59% in 2010. Geadresseerde reclamezendingen zijn zowel qua volume: -7,1% als qua omzet nogmaals sterk achteruitgegaan: -5,3% in 2019 (tegenover -6,7% in 2018). De internationale brievenpost van hun kant zien hun inkomsten voor het derde jaar op rij stijgen: +0,3% in 2019 en dit ondanks de daling van de volumes met -4,2%. Het volume van grote partijen post daalt met -5,3%, maar de bijbehorende inkomsten zijn licht gestegen met +1,1%.

Wat betreft het segment van de pakket- en expreszendingen is het aantal zendingen tussen 2010 en 2019 meer dan verdrievoudigd. In 2019 bedroeg de volumestijging 15,7% tegenover 15,8% in 2018 en zo komt het volume op 266 miljoen items. Bekeken per capita wordt er inmiddels gemiddeld bijna om de 15 dagen een pakket verzonden. In 2019 had 35% van het totaal aantal pakket- en expresdiensten betrekking op binnenlandse zendingen. In 35% van de gevallen ging het om uitgaande internationale zendingen. De overige 30% betrof binnenkomende internationale zendingen. Tussen 2018 en 2019 namen de inkomsten binnen het segment van de pakket- en expreszendingen toe met 10,6% en bereikten in totaal 1,42 miljard euro. Ook binnen dit segment heeft bpost het grootste marktaandeel, en dit zowel in termen van omzet (25-30%) als volume (45-50%).

Het volume aan bedeelde pers is wederom gedaald in 2019, met 6% en de inkomsten zijn symmetrisch gedaald met 4,8%. Persdistributie aan abonnees is in België toch nog steeds goed voor een globale omzet van 114 miljoen euro. De compensatie die door de staat aan bpost wordt betaald voor het verrichten van de persdistributie aan de abonnees, zit niet vervat in de in aanmerking genomen inkomsten.

In vergelijking met 2018 ligt het niveau van investeringen anno 2019, 30,3% hoger, met in totaal 123 miljoen euro. Het gaat om het hoogste bedrag dat sedert 2010 is vastgesteld. Tal van operatoren zijn immers hun capaciteit met betrekking tot de sortering en distributie van pakketten aan het uitbreiden. Parallel daarmee zien we voor het derde jaar op rij qua tewerkstelling een stijging in voltijds equivalenten in de postsector met +0,4% in 2019, tegenover +1,1% in 2018.

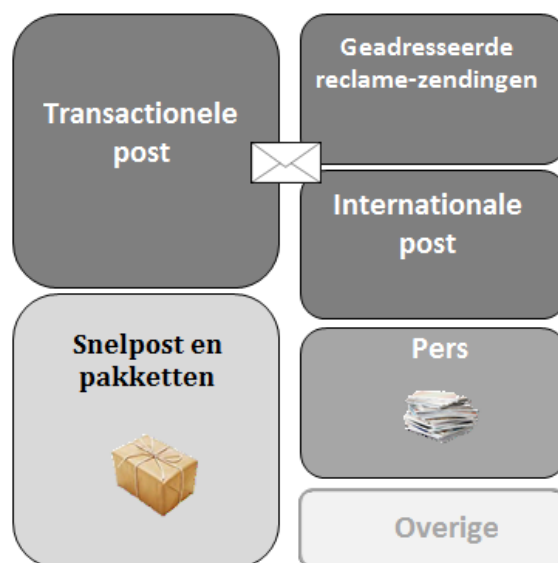
Voor 2020 kunnen we verwachten dat de Covid-19 crisis de trends op de postale markt nog zal verscherpen, aangezien sommige operatoren spreken van forse stijgingen in het aantal bedeelde pakketten en de brievenpost (en geadresseerde reclame) daarentegen voorlopig fellere negatieve trends laat optekenen.

2. Scope van het observatorium en structuur van de postmarkt in België

2.1 Structuur van de Belgische postmarkt

De scope van de postale activiteiten die in beschouwing worden genomen in het kader van dit observatorium kan worden opgedeeld in zes categorieën, zoals weergegeven in de figuur hieronder:

Figuur 1. Segmentering van de postactiviteiten beschouwd in het kader van het observatorium²



De categorie "overige" omvat de diensten zoals het tijdelijk bewaren van post, nazending, frankering voor de klant, verkoop van adressen, enz., die niet rechtstreeks bij de andere categorieën kunnen worden ondergebracht.

Als ze niet worden aangeboden door postoperatoren vallen de routeringsactiviteiten buiten het bestek van dit observatorium. De activiteiten in verband met de distributie van niet-geadresseerd reclamedrukwerk zijn wel opgenomen in deel 4.2.3. om een algemeen overzicht te geven over de hoeveelheid reclame die rechtstreeks in de brievenbus wordt gestoken. Omdat niet-geadresseerde zendingen evenwel niet als postzendingen worden beschouwd, worden die niet meegeteld in de inkomsten of volumes die verder in dit observatorium vermeld worden.

2.2 Operatoren bevraagd in het kader van het observatorium

In deze context is gepoogd om een zo nauwkeurig mogelijk beeld van de sector te schetsen met behulp van een zo representatief mogelijk geheel van operatoren. In totaal zijn 23 ondernemingen bevraagd.

² De inhoud van de categorie "transactionele post" wordt beschreven in punt 4.2.2.

Naast de historische postoperator, **bpost**, die de universele dienst moet verzorgen, en aanwezig is in alle segmenten, zijn ook de vier grote internationale integratoren (**DHL**, **FEDEX**, **TNT**³, **UPS**) aanwezig en actief in de sector van de pakjes en snelpostdiensten in België. Wat DHL betreft, maken zowel **DHL Express** als **DHL Parcel**⁴, dat sedert 2014 actief is op de Belgische markt en zich op e-commerceklanten richt, deel uit van dit observatorium. UPS Access Point wordt samen met UPS onder één noemer (UPS/UPS Access Point) gebracht. Sedert medio 2016 heeft UPS de gehele integratie van het voormalige Kiala bewerkstelligd.

Overigens zijn ook de grotere postbedrijven in de buurlanden actief op de Belgische markt. Zo ziet men dat er in bepaalde segmenten van de postale markt actief gespecialiseerde postbedrijven worden ontwikkeld afkomstig van grote Europese postconcerns.

Zo maakt **DPD** deel uit van DPDgroup, een dochter van de Franse groep La Poste, met het op één na grootste netwerk voor pakketleveringen in Europa. DPD opereert vanuit vier depots in België.

GLS, dochteronderneming van de Britse historische operator Royal Mail, is gespecialiseerd in de distributie van pakjes. GLS verdeelt jaarlijks ongeveer 436 miljoen pakjes in Europa, voor meer dan 220.000 klanten. Daartoe steunt het op 39 hubs, 688 depots en meer dan 14.000 werknemers. In België beschikt GLS over 2 hubs en meer dan 300 afhaalpunten.

PostNL, de historische operator en aanbieder van de universele dienst in Nederland, biedt eveneens pakjesdiensten en farmaceutische zendingen aan in België. Dankzij zijn medewerking met Kariboo! stelt PostNL aan zijn gebruikers een ruim netwerk van pakketpunten ter beschikking.

PostNL is in België ook aanwezig via haar dochteronderneming **Mikropakket**, die gespecialiseerd is in de behandeling van (waardevolle) pakketten tot 15 kg met levering binnen 24 uur en die in de Benelux B2B- en B2C-diensten aanbiedt.

G3 Worldwide, dat ook toebehoort aan PostNL, is via dochteronderneming Spring Globalmail dan weer sterk aanwezig in het segment van de internationale post voor ondernemingen: het verdeelt dagelijks internationaal commerciële brievenpost, catalogi en facturen.

Mondial Relay, dat voor particulieren ongeveer 125 miljoen pakjes per jaar verdeelt, van 0 tot 150 kg, en dat een netwerk bezit van 40.000 afhaalpunten in Europa, beschikt in België over een netwerk van 1000 afhaalpunten verspreid over het grondgebied.

Ook voor **Belgium Parcels Service** bestaat de voornaamste activiteit uit de levering van pakjes en exprezendingen in België en Luxemburg binnen 24 uur en in Frankrijk, Duitsland en Nederland binnen 48 uur.

Bpost heeft al verschillende ondernemingen overgenomen:

³ De overname van TNT door FedEX is afgerond in 2016, maar de integratie is nog aan de gang: http://www.fedex.com/be_nederlands/enews/2017/february/tnt.html

⁴ DHL Parcel heeft een samenwerkingsakkoord gesloten met bpost voor de levering van pakjes en het gebruik van postkantoren en PostPunten van bpost. Zie De Standaard van 1 december 2016: http://www.standaard.be/cnt/dmf20161201_02602980 en <https://www.dhlparcel.be/nl/particulier/afhaalpunten>
Daarenboven werken bpost en DHL sinds 2018 samen op het gebied van e-commercelevering in de Benelux: http://corporate.bpost.be/media/press-releases/2018_2/2018-05-30?sc_lang=nl-BE

Kariboo! werd in 2014 opgericht door LS Distribution Logistics⁵. Het heeft een distributiecentrum in Mechelen en beschikt, net als UPS Access Point, over een ruim netwerk van afhaal- en retourpunten. Kariboo! richt zich op e-commerce- en supply chain-diensten en werkt samen met het Franse Relais Colis, PostNL en DHL Express.

CityDepot richt zich eveneens op de duurzame distributie van goederen naar de binnenstad én terug over de weg of met binnenschepen.

Dynalogic⁶ is een onderneming die gespecialiseerd is in flexibele en gepersonaliseerde leveringen van elk formaat. Dat formaat kan gaan van zeer klein zoals een paspoort of medicijnen tot 2XL zoals een wasmachine of een bankstel. Het is bovendien mogelijk een bezorging te combineren met montage en installatie in huis, of het retourneren van verpakkingsmaterialen en oude producten. Dynalogic biedt zijn diensten aan in Nederland, België en Luxemburg vanuit vijf centrale hubs.

Een andere speler waarmee in het kader van dit observatorium rekening wordt gehouden voor het segment van de pakjes en snelpostzendingen is **Euro Sprinters**, dochteronderneming van bpost, met als specialisatie snelpost en logistiek.

Wat het perssegment betreft, verzorgt bpost nog tot 31 december 2022 de openbare dienst van vervroegde krantenbedeling (vóór 7u30 uur tijdens de week en 10 uur in het weekend). Deze vervroegde bedeling betreft uitsluitend de distributie van dagbladen aan de abonnees. In het kader van diezelfde openbare dienst bezorgt bpost ook tijdschriften aan de abonnees, maar dan via de klassieke rondes. Niettegenstaande deze dienst van 'last resort' heeft bpost nog een aantal uitdagers in het segment van de persdistributie.

De tweede speler na bpost binnen het segment van de persbedeling is **PPP**. Dit bedrijf, dat via een management buy-out in 2015 loskwam van voormalig moederbedrijf Belgische Distributiedienst (BD), is vooral actief in de krantenbedeling in Brussel, Antwerpen en in beide Brabantse provincies.

Belgische Distributiedienst (BD) is dan weer de marktleider in huis-aan-huiscommunicatie (niet-geadresseerde zendingen) en digitale promo experiences met de myShopi-app en -website. Eind 2019 kwam het bericht dat BD CityDepot zou overnemen van bpost. De effectieve overname vond plaats met ingang van 1 januari 2020.

In het noorden van het land is ook **Vlaamse Post** actief in het bedelen van niet-geadresseerde post.

In dit observatorium wordt ook voor de laatste keer de operator **TBC-Post** opgenomen, de eerste speler met vergunning die actief was in het segment van de brievenpost, dat voordien voorbehouden was aan bpost. Het bedrijf heeft evenwel eind 2019 zijn activiteiten stopgezet.

⁵ Het Mededingingscollege van de Belgische Mededingingsautoriteit heeft onder bepaalde voorwaarden de overname door bpost van AMP en LS Distribution Benelux goedgekeurd (<https://www.bma-abc.be/nl/beslissingen/16-cc-32-bpost-amp-ls-distribution>).

⁶ Op 12 december 2016 tekenden bpost en DynaGroup een akkoord met betrekking tot de overname door bpost van 100% van de aandelen van DynaGroup.

De overname heeft als doel de pakjesdivisie van bpost te versterken met nieuwe en complementaire logistieke knowhow, en het groeiplatform van DynaGroup nog sneller (internationaal) uit te bouwen. <http://www.dynalogic.eu/nl/company/nieuws/bpost-en-dynagroup-bundelen-hun-krachten-en-logistieke-exper>

In vergelijking met het observatorium van vorig jaar telt onze steekproef van de Belgische postale markt 2 spelers meer: **Glejor** en **Span**.

Glejor, een onderneming die aanvankelijk gespecialiseerd was in de verdeling van niet-geadresseerde reclamefolders, heeft een vergunning gekregen om geadresseerde reclame te verdelen. De onderneming is van plan om in eerste instantie haar distributie te beperken tot Limburg.

Span, dat ook een vergunning heeft gekregen om geadresseerde reclame te verdelen, beperkt zich tot bezorging in Brussel.

Wegens de "cross-border-verordening" van de Europese Commissie⁷ hebben een aantal operatoren in de sector van pakjes en snelpostdiensten hun resultaten op Europees niveau geharmoniseerd. Dit heeft geleid tot een herziening van onze chronologische reeksen voor de pakjes- en snelpostdiensten.

Enkel de hier opgesomde operatoren werden opgenomen in het bestek van de studie voor dit observatorium. Er zijn nog enkele andere interessante en omvangrijke spelers op de markt, denken we bijvoorbeeld maar aan ASX-IBECO, die een algemene oplossing aanbieden, waarin zowel stadsopdrachten, postverwerking, exprezendingen als kaai-opdrachten begrepen zijn. In dergelijke gevallen werkt men echter veelal via 'sub contracting', wat tot dubbeltellingen zou leiden.

⁷ Regulation (EU) 2018/644 of the European Parliament and of the Council of 18 April 2018 on cross-border parcel delivery services:
<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32018R0644&rid=1>

Figuur 2. De voornaamste spelers op de Belgische markt voor de verstrekking van postdiensten (in 2019)

	Geadresseerde post	Pakjes/Expreszendingen	Reclamepost	Pers	Internationale post	Overige
Belgische Distributiedienst*						
Belgium Parcels Service						
Bpost						
CityDepot						
DHL Express						
DHL Parcel						
DPD (Belgium) N.V.						
Dynalogic						
Euro Sprinters						
FedEx Belgium						
G3 Worldwide (Belgium) NV						
Glejor						
GLS Belgium N.V.						
Kariboo						
Mikropakket						
Mondial Relay						
Post NL						
PPP						
TBC-Post						
TNT België						
Span						
UPS/UPS Access Point						
Vlaamse Post*						

* De gerealiseerde omzet voor de ongeadresseerde reclame wordt niet meegeteld in de totale postale omzet. Vlaamse Post en BD zijn enkel actief in ongeadresseerde reclame.

3. Beschrijving van de Belgische markt voor de verstrekking van postdiensten van 2010 tot 2018

3.1 Algemeen overzicht van de postmarkt

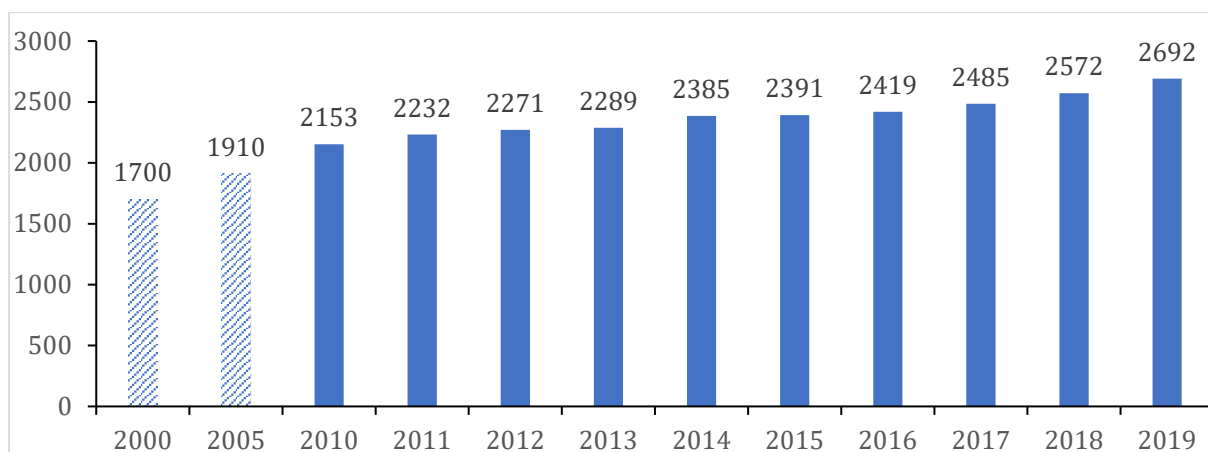
3.1.1 Inkomsten

De evolutie van de inkomsten⁸ die door de Belgische postsector worden gegenereerd, wordt weergegeven in figuur 3. Tussen 2010 en 2019 is die gebaseerd op de resultaten van de enquête. De gearceerde kolommen betreffende de jaren 2000 en 2005 zijn retropolaties gemaakt op basis van de gegevens van de sector van de Nationale Bank van België.⁹

De beschouwde ondernemingen vertegenwoordigden in 2019 een totaal van 2,69 miljard euro omzet in de postsector. Dat is een stijging met 4,7% ten opzichte van het voorgaande jaar, tegenover 3,5% in 2018. In vergelijking met het jaar 2010 is de omzet van de sector met 25,1% gestegen, d.i. een samengesteld jaarlijks groeipercentage (CAGR¹⁰) van 2,5%. Zo is de stijging van de omzet van 2019 uitzonderlijk hoog en, zoals verder uit dit rapport zal blijken, is die volledig toe te schrijven aan het segment van de pakjes en de expresdiensten.

Verder in dit rapport wordt dieper ingegaan op de omzetcijfers van de verschillende deelsegmenten, namelijk de brievenpost, de expreszendingen, de pakjes en de persdistributie.

Figuur 3. Evolutie van de inkomsten van de postsector over de periode 2000-2019 (in miljoen euro)



Bron: NBB en BIPT

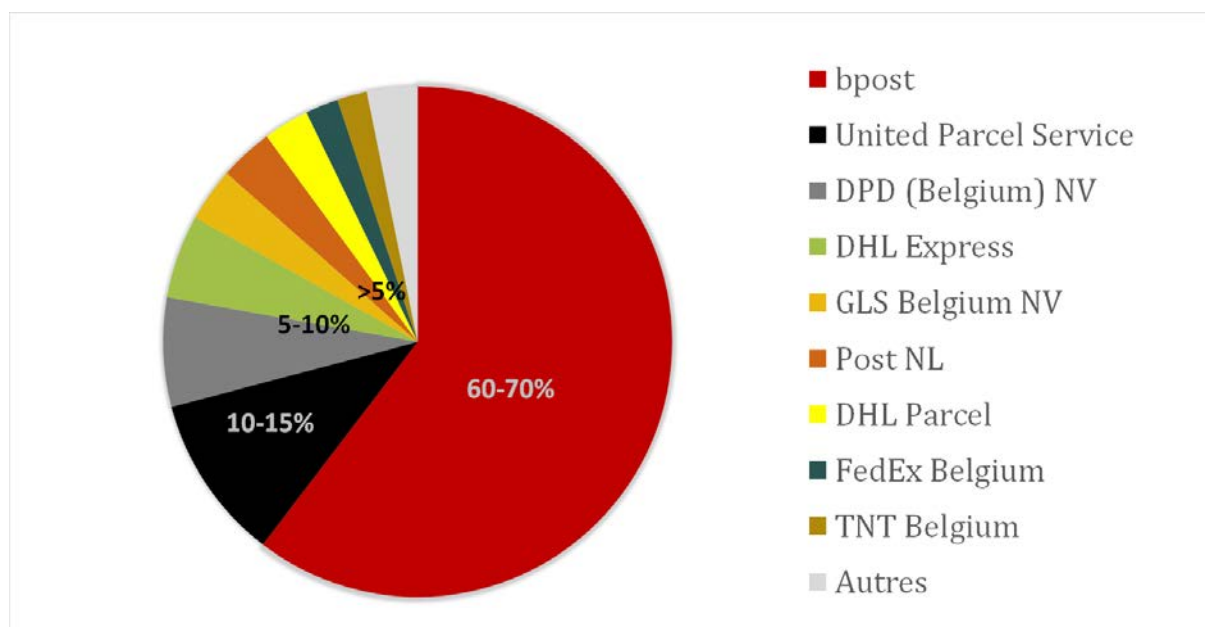
⁸ Inclusief diensten met toegevoegde waarde, zoals ophaling aan huis, frankering voor de klant, tijdelijke bewaring van de post, verkoop van adressen, enz. De diensten die specifiek worden aangeboden door de routeurs en groepage-expediteurs vallen buiten het bestek van dit observatorium. Zo is enkel de omzet betreffende de postale activiteiten, met uitzondering van de compensatie voor de diensten van algemeen economisch belang meegeteld voor bpost.

⁹ De gemiddelde verhouding over de periode 2010-2017 tussen de sectoromzet voor postale activiteiten bekomen via de enquête uitgevoerd door het BIPT en de sectoromzet die werd geregistreerd bij de NBB, werd toegepast op de sectoromzet weergegeven door de NBB voor de jaren 2000 en 2005. Dit om tot vergelijkbare ordegroottes te komen.

¹⁰ Compound annual growth rate

Tegenwoordig zijn er op de postmarkt diverse spelers aanwezig. Figuur 4 toont de aanbieders van postdiensten die minstens 1% van de totale omzet van de sector vertegenwoordigden in 2019. Veruit het grootste marktaandeel is in handen van bpost, maar er zijn concurrenten, voornamelijk op de markt voor postpakketten en expresdiensten, waar deelsegmenten onderscheiden kunnen worden¹¹: nationaal, internationaal, B2B, B2C en C2X. Zo waren er in 2010 slechts zes concurrenten die minstens 1% omzet van de sector vertegenwoordigden, terwijl het er nu al enkele jaren 9 zijn. UPS is de enige concurrent van bpost die meer dan 10% omzet vertegenwoordigd op de totale Belgische postmarkt. DPD en DHL Express hebben tussen 5 en 10%.

Figuur 4. Marktaandeel op basis van de omzet in de Belgische postsector in 2019 (%)



Bron: BIPT

3.1.2 Marktconcentratie

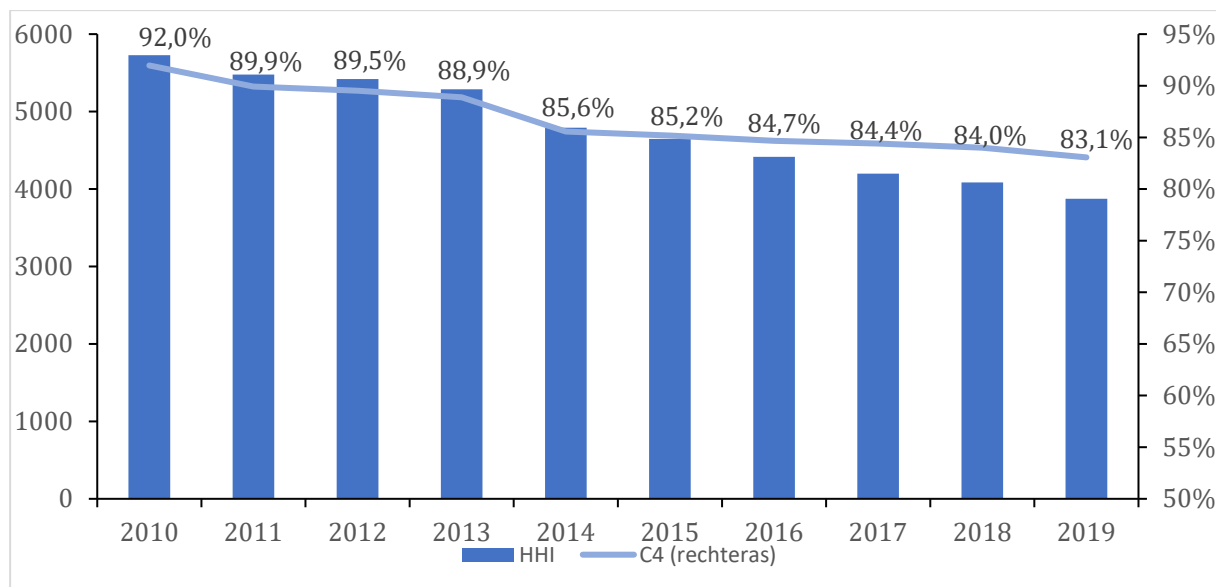
Uit figuur 5 bleek al duidelijk dat de Belgische postmarkt, net zoals de tegenhangers in West-Europa, sterk geconcentreerd is. De markt wordt met andere woorden gedomineerd door enkele grote spelers.

Figuur 5 gaat dieper in op dit punt en toont de evolutie van de horizontale concentratie aan de hand van de C4- en de Herfindahl-Hirschman-index (HHI). De C4-index geeft het gecumuleerde marktaandeel weer in termen van omzet van de vier grootste aanbieders. De HH-index is gebaseerd op de som van de kwadraten van de marktaandelen en houdt aldus rekening met alle aanbieders en niet alleen met de vier grootste. De HH-index is in een monopolie gelijk aan 10.000 en neigt naar lagere waarden naarmate het aantal spelers stijgt en de variantie in de marktaandelen afneemt.

¹¹ Namelijk “business to business”, “business to consumer” en “consumer to any other party”.

Ondanks een daling van de concentratie, zowel in termen van HH-index als van C4-index, blijft de Belgische postmarkt in 2019 sterk geconcentreerd. De vier voornaamste aanbieders (bpost, UPS, DHL Express en DPD) hebben bijvoorbeeld nog altijd een erg hoog gemeenschappelijk marktaandeel van 83,1%. In 2010 was dat 92%.

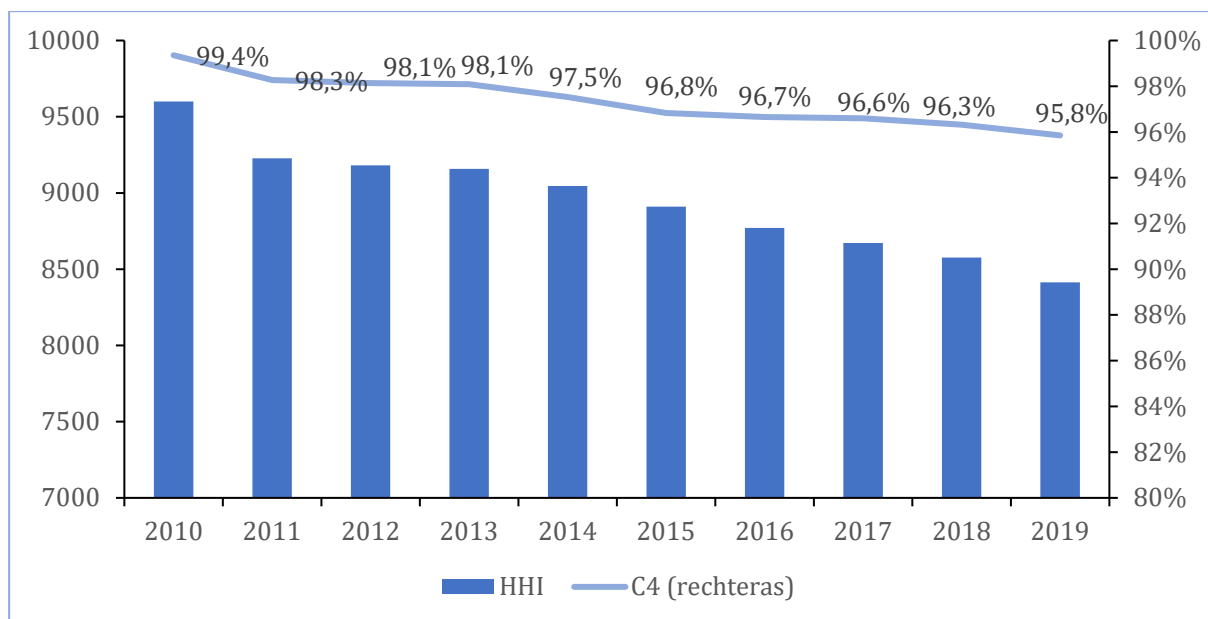
Figuur 5. Horizontale concentratie op basis van de omzet door middel van de HH- en de C4-index



Bron: BIPT

Als men de situatie bekijkt op basis van het volume lijkt die nog kritischer. De oorzaak daarvoor moet gezocht worden in het erg hoge marktaandeel van bpost in de segmenten met de laagste eenheidsprijzen, de brievenpost en (in mindere mate) de persdistributie, segmenten die het grootste deel van de volumes vertegenwoordigen. De HH-index blijft zakken, net als de C4-index, die het gemeenschappelijke marktaandeel van de 4 grootste operatoren weergeeft, welke 95,8% bereikt in 2019, tegenover 96,3% in 2018. Bekijkt men de volumes, dan heeft geen enkele concurrent van bpost meer dan 2% marktaandeel in België.

Figuur 6. Horizontale concentratie op basis van de volumes door middel van de HH- en de C4-index



Bron: BIPT

3.1.3 Belang van de segmenten

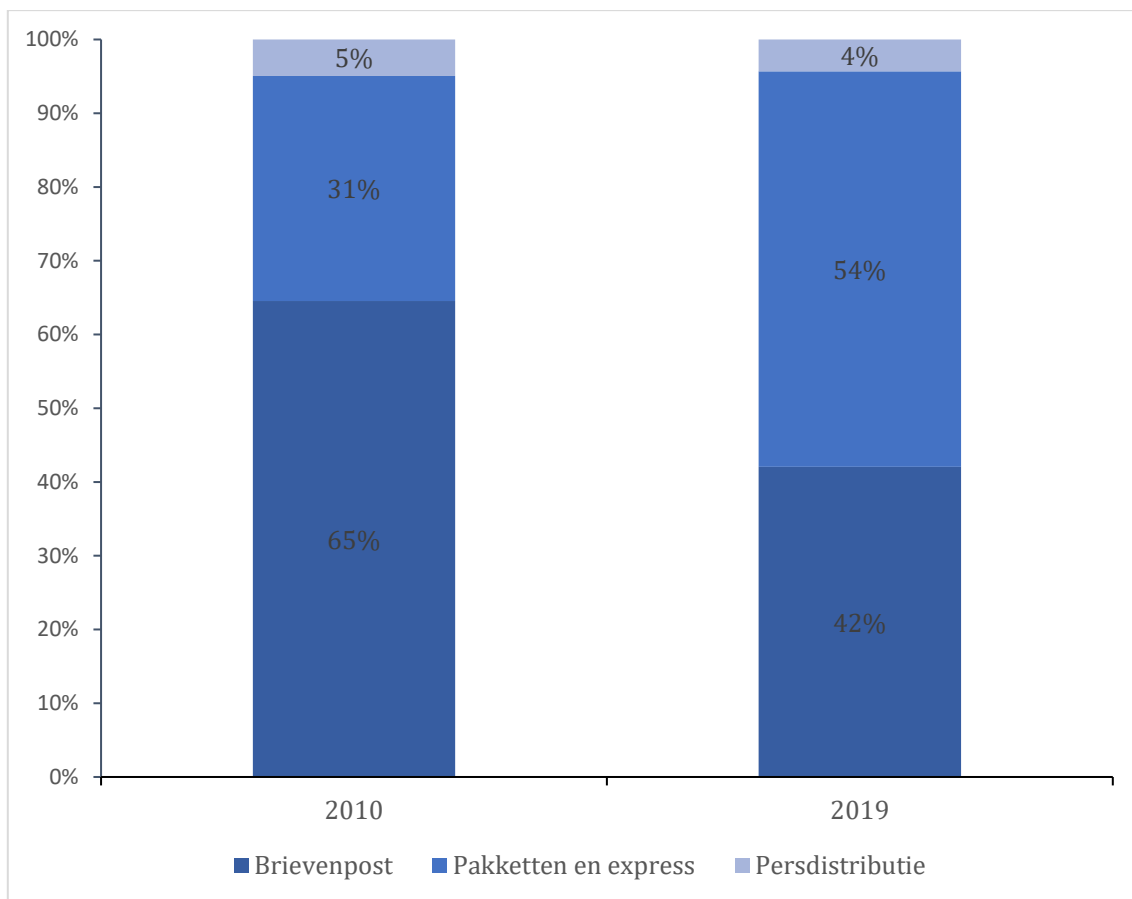
De postsector bestaat uit verschillende segmenten: de brievenpost, de pakjes en expreszendingen en de persdistributie aan abonnees.

De brievenpost, inclusief geadresseerde reclamezendingen, vertegenwoordigde in 2019 nog 42% van de totale omzet in de postsector. Het segment van de pakjes en expreszendingen was goed voor 54% van de gerealiseerde inkomsten. Het derde segment, dat van de distributie van de pers bij de abonnees thuis heeft 4% van de inkomsten gegenereerd. De compensatie die door de staat aan bpost wordt betaald voor het verrichten van de persdistributie aan de abonnees, zit niet vervat in de beschouwde inkomsten.

Vergeleken met 2010 heeft het segment van de persdistributie standgehouden, terwijl de brievenpost gedaald is met 21 procentpunten ten voordele van het segment van pakketten en expreszendingen.

Al deze segmenten van de postmarkt komen verder in dit rapport uitvoeriger aan bod.

Figuur 7. Aandeel van de verschillende segmenten in de omzet van de totale postsector in 2010 in vergelijking met 2019 (%)



Bron: BIPT

3.2 Focus op het brievenpostsegment

3.2.1 Algemeen overzicht

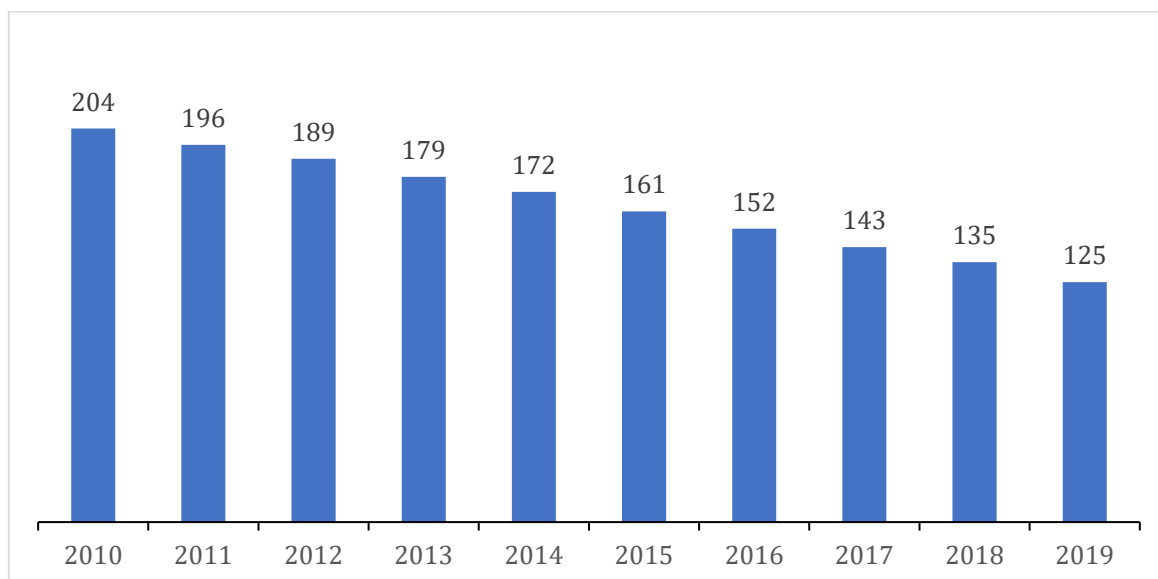
In het kader van dit observatorium omvat het brievenpostsegment transactionele post, geadresseerde reclamezendingen en internationale post. Kortom, brievenpost verwijst naar allerlei brievenpostzendingen, terwijl pakjes en pers niet als brievenpost worden aangemerkt. Deze komen aan bod in aparte rubrieken die speciaal daaraan gewijd zijn (zie 4.3 en 4.4).

3.2.1.1 Volumes

Sedert 2010 stellen we op de markt van de brievenpost een terugloop vast. Tussen 2010 en 2019 is het volume brievenpost per inwoner jaarlijks gedaald met gemiddeld 5,4% (CAGR) en komt nu, in 2019, op 125 postitems per inwoner op jaarbasis. Anno 2010 bedroeg het aantal items nog 204 stuks per inwoner.

De volumedaling per inwoner in 2019 is sterker dan in de voorgaande jaren: -7,7% tegenover -5,5% in 2018. De vorige sterkste daling daarvoor was in 2017: -6,3%. De totale volumes zijn dan weer algemeen verminderd met 7,2% over dezelfde periode.

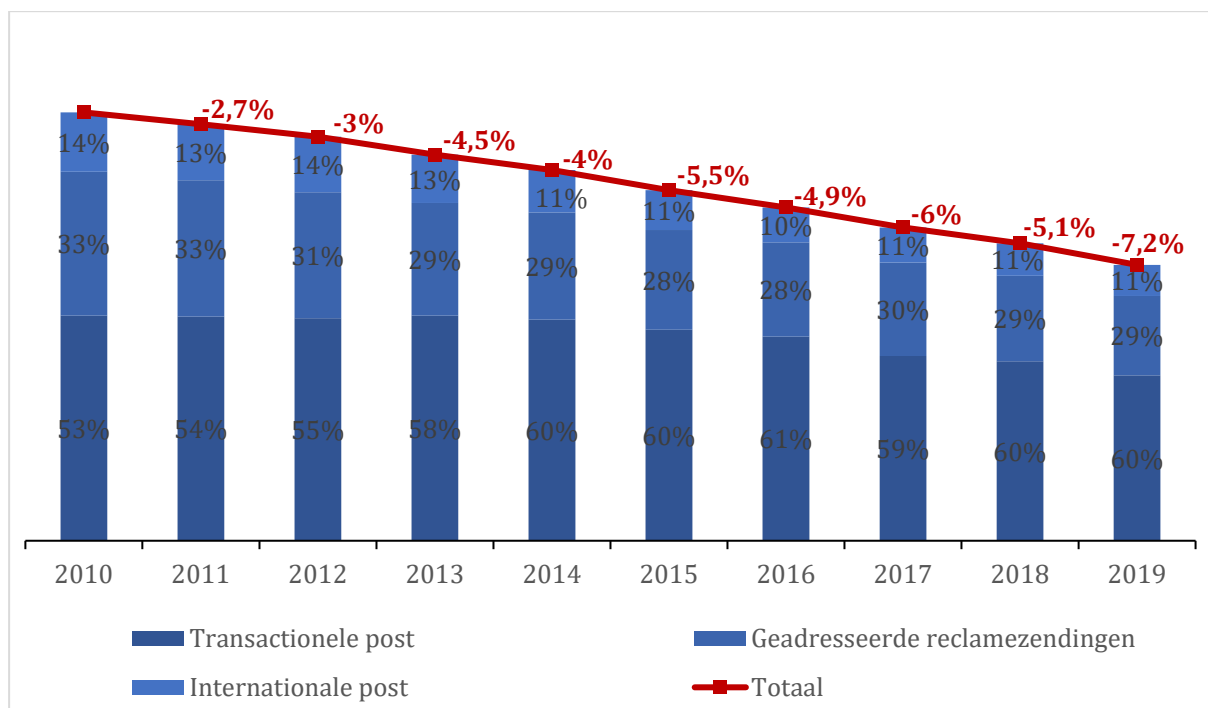
Figuur 8. Volume post per inwoner (N)



Bron: BIPT

Wanneer we de samenstelling van het volume brievenpost nader bekijken, zien we dat de transactionele post nog altijd goed is voor de grote meerderheid van die zendingen (60% in 2019). Geadresseerde reclamezendingen en internationale brievenpost nemen in 2019 respectievelijk 29% en 11% van het totale volume brievenpost voor hun rekening.

Figuur 9. Volume van de brievenpost



Bron: BIPT

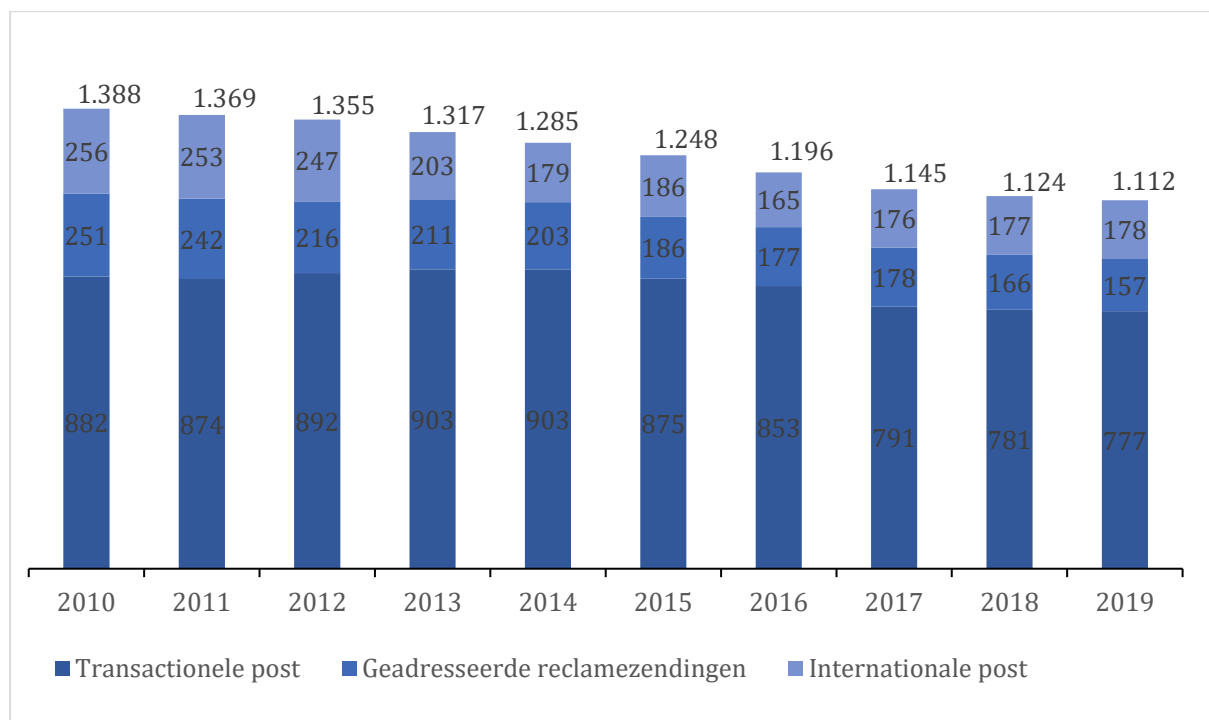
3.2.1.2 Inkomsten

In 2019 blijven de inkomsten uit de brievenpost krimpen, een tendens die begonnen was in 2010; de jongste twee jaar verloopt die krimp evenwel trager. De omzet in het brievenpostsegment bedraagt nog maar 1,112 miljard euro in 2019 tegenover 1,124 miljard euro in 2018, d.i. een daling met 1,1%, tegenover een daling met 1,8% in 2018. Het gaat om de kleinste daling die sedert 2012 is vastgesteld.

De grootste bijdrage in de daling van de inkomsten uit de brievenpost in 2019 komt van de geadresseerde reclame met 0,76 procentpunt, gevolgd door de transactionele post met 0,37 procentpunt. Bij de internationale post zijn de inkomsten over de periode gestegen met een positieve bijdrage van 0,05 procentpunt.

Zoals geïllustreerd wordt in figuur 10 hieronder komt de grote meerderheid van de waarde van dit segment nog altijd voort van de transactionele post, die op zichzelf goed is voor meer dan 70% van de totale inkomsten binnen het segment.

Figuur 10. Inkomsten uit het brievenpostsegment (miljoen euro)



Bron: BIPT

3.2.2 Transactonele post

Het begrip transactonele post dat wordt gebruikt in het kader van dit observatorium verwijst naar brievenpost die wordt verzonden in de vorm van een brief en die een persoonlijke mededeling bevat. Deze brievenpost kan van administratieve aard zijn (bijv. facturen, loonfiches, enz.), of van meer "sociale" aard (bijv. wenskaarten, prentbriefkaarten, privécorrespondentie, enz.).

Ingeschreven zendingen (aangetekende zendingen en zendingen met aangegeven waarde) worden ook beschouwd als deel van de transactonele post, wat daarentegen niet het geval is voor direct mail (geadresseerde reclame).

Ook internationale brievenpost valt buiten het bestek van deze deelrubriek, omdat die aan bod komt in een apart punt (zie 3.2.4).

Transactonele post kan worden verzonden per eenheid (via de rode¹² of blauwe¹³ brievenbussen, de postkantoren of de postwinkels), en in dat geval spreekt men van stukpost, ofwel worden gebundeld wanneer die wordt gedeponereerd bij de postoperator voor verzending; in dat geval spreekt men van een grote partij post.

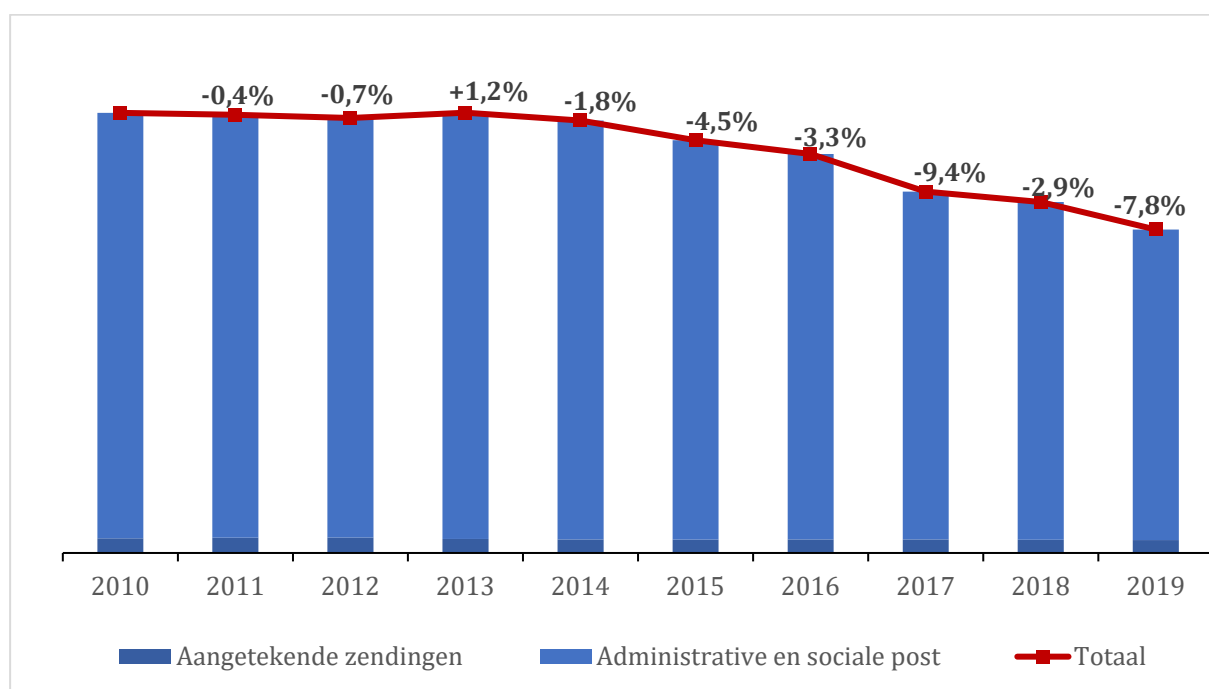
¹² Van bpost

¹³ Van TBC Post

3.2.2.1 Volumes

Onder invloed van e-substitutie (door mobiele telecommunicatie en elektronische alternatieven voor transactionele post) blijven de volumes zakken sedert 2013. De daling bereikt 7,8% in 2019 tegenover 2,9% in 2018. Het gaat om de op een na sterkste daling sedert 2010. In 2017 had de volumedaling 9,4% bereikt.

Figuur 11. Evolutie van de volumes van transactionele post¹⁴

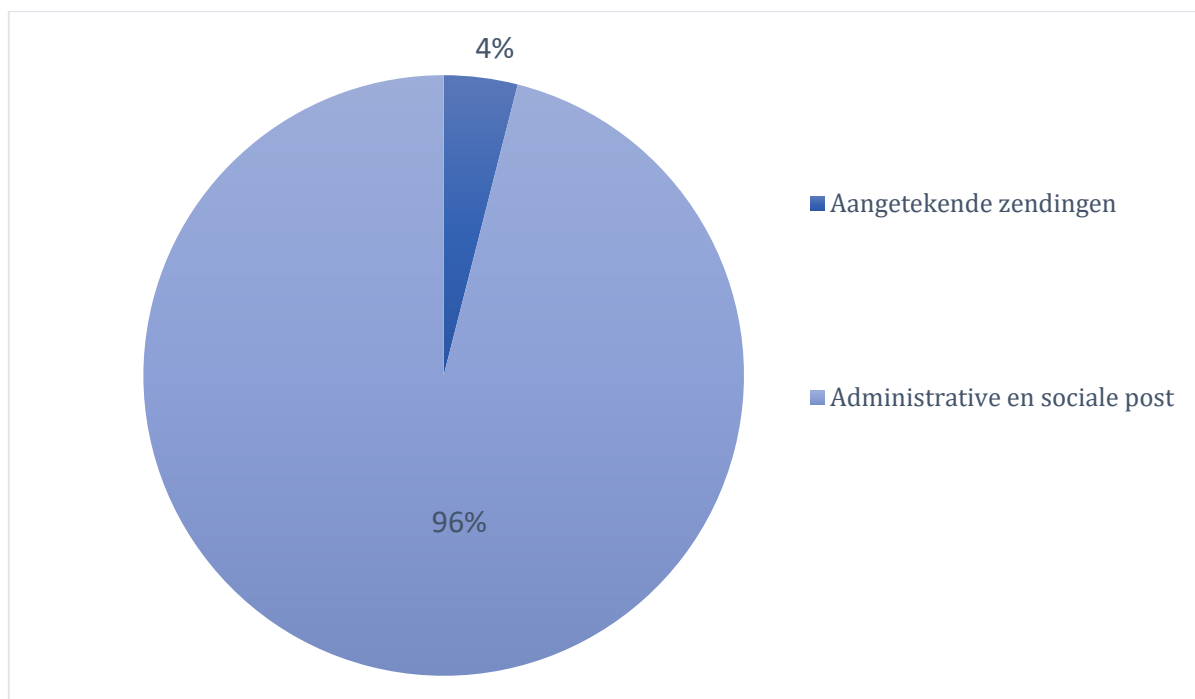


Bron: BIPT

Op het niveau van de samenstelling van het volume van transactionele post in 2019, bestond deze nog steeds in de grote meerderheid uit administratieve en sociale post (96%), terwijl aangetekende zendingen en zendingen met aangegeven waarde slechts 4% van het totale volume uitmaakten. De evolutie van deze verdeling van de volumes tussen administratieve, sociale en geregistreerde zendingen is lichtjes in het voordeel van de geregistreerde zendingen, die minder neigen te dalen.

¹⁴ In de figuren 11 tot 14 wordt geen onderscheid gemaakt tussen stukpost of grote partijen post en dus gaat het daarin om alle volumes transactionele post zonder onderscheid.

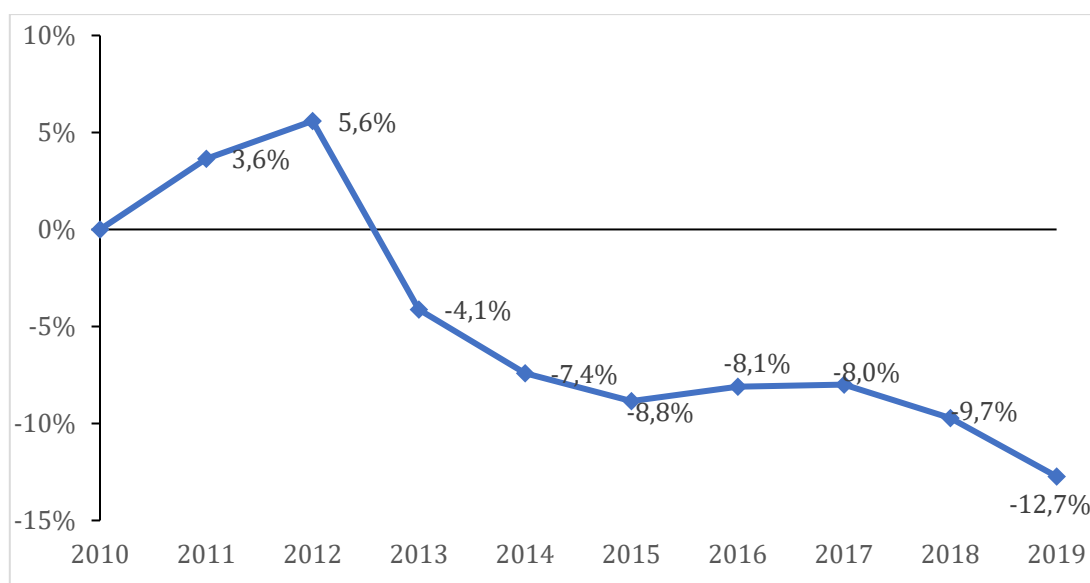
Figuur 12. Verdeling van de volumes van transactionele post (2019)



Bron: BIPT

Terwijl het volume aangetekende zendingen tussen 2010 en 2012 nog steeg, is het in 2013 sterk gekrompen. Deze afkalving van de volumes is ietwat vertraagd in 2014 en 2015. Voor 2016 en 2017 zien we opnieuw een lichte groei in volume, en daarna opnieuw een daling tot een volumeniveau dat 12,7% lager is dan in 2010.

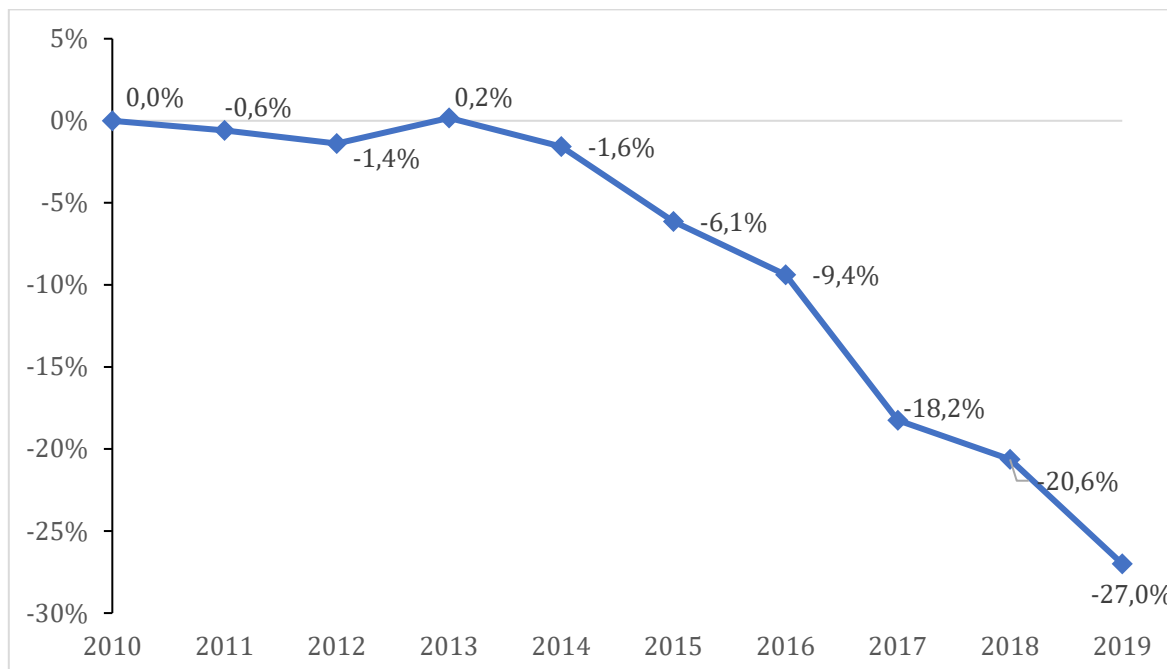
Figuur 13. Evolutie van de volumes van aangetekende zendingen sedert 2010 (gecumuleerde groei)



Bron: BIPT

De volumes van administratieve en sociale post zijn met 27% gezakt over de periode 2010-2019.

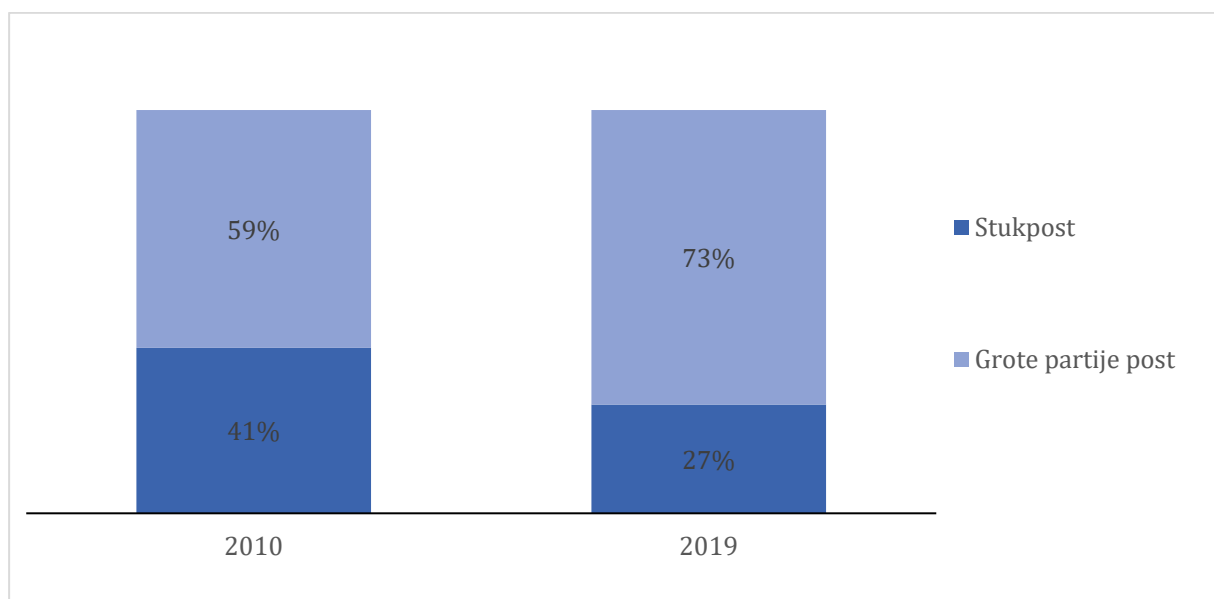
Figuur 14. Evolutie van de volumes van administratieve en sociale post sedert 2010 (gecumuleerde groei)



Bron: BIPT

De volumes transactionele post bestonden in 2019 in meerderheid uit grote partijen post. De respectieve aandelen van de grote partijen post en van de stukpost bedragen 73% en 27%. Sedert 2010 blijft het aandeel van de stukpost zakken.

Figuur 15. Verdeling van de volumes van transactionele post tussen stukpost en grote partijen post (2010 in vergelijking met 2019)



Bron: BIPT

3.2.2.2 Inkomsten

Zoals geïllustreerd wordt in figuur 17 hierna zijn de totale inkomsten voor transactionele post met 11,83% afgenomen tussen 2010 en 2019, waarvan 7 procentpunten toegewezen moeten worden aan de evolutie tussen 2016 en 2017.

Onder de verschillende producten die samen de transactionele post vormen, zijn het de inkomsten die verband houden met administratieve en sociale post, waarbij het gaat om enkelstukken, die het sterkst zijn gedaald in de periode 2010-2019, met -36,79% minder omzet in dat segment sedert 2010.

Terwijl de inkomsten in verband met de enkelstukproducten¹⁵ in totaal zijn gedaald, zijn de inkomsten van de grote partijen post¹⁶ voor het tweede opeenvolgende jaar sedert 2013 gestegen en blijven ze 9,48% hoger dan in 2010.

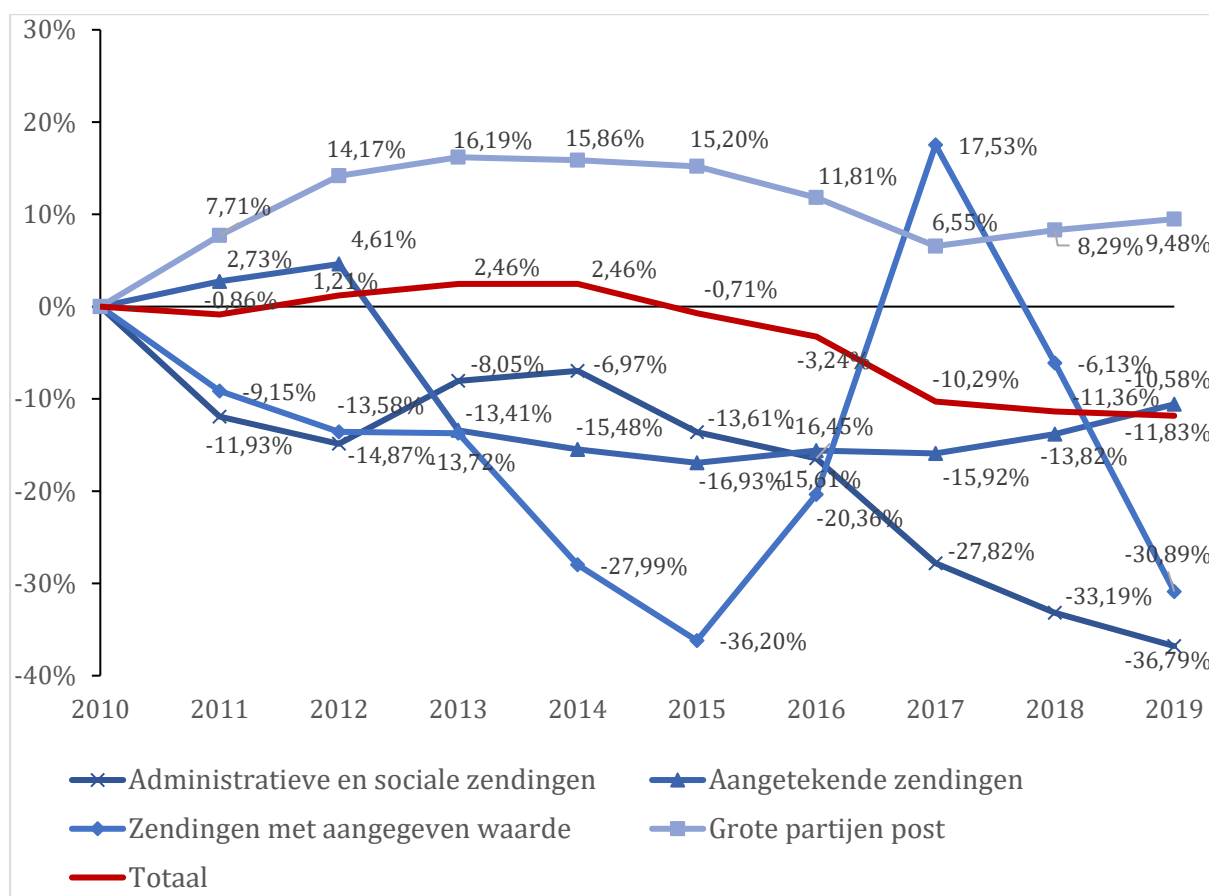
Na twee jaar van heel sterke stijging is de omzet in het segment van de zendingen met aangegeven waarde gedaald en ligt die 30,9% lager dan in 2010. De sterke volatiliteit in dat segment heeft te maken met het lage niveau van de volumes.

Het segment van de aangetekende zendingen stijgt in 2019 in termen van inkomsten en komt nu op een niveau van omzet dat 10,58% lager ligt dan in 2010.

¹⁵ Zie de tendensen voor administratieve en sociale post, aangetekende zendingen en zendingen met aangegeven waarde in figuur 16, die enkel betrekking hebben op stukpost.

¹⁶ Grote partijen post omvatten zowel administratieve post als ingeschreven zendingen.

Figuur 16. Evolutie van de inkomsten uit transactionele post sedert 2010 (gecumuleerde groei)



Bron: BIPT

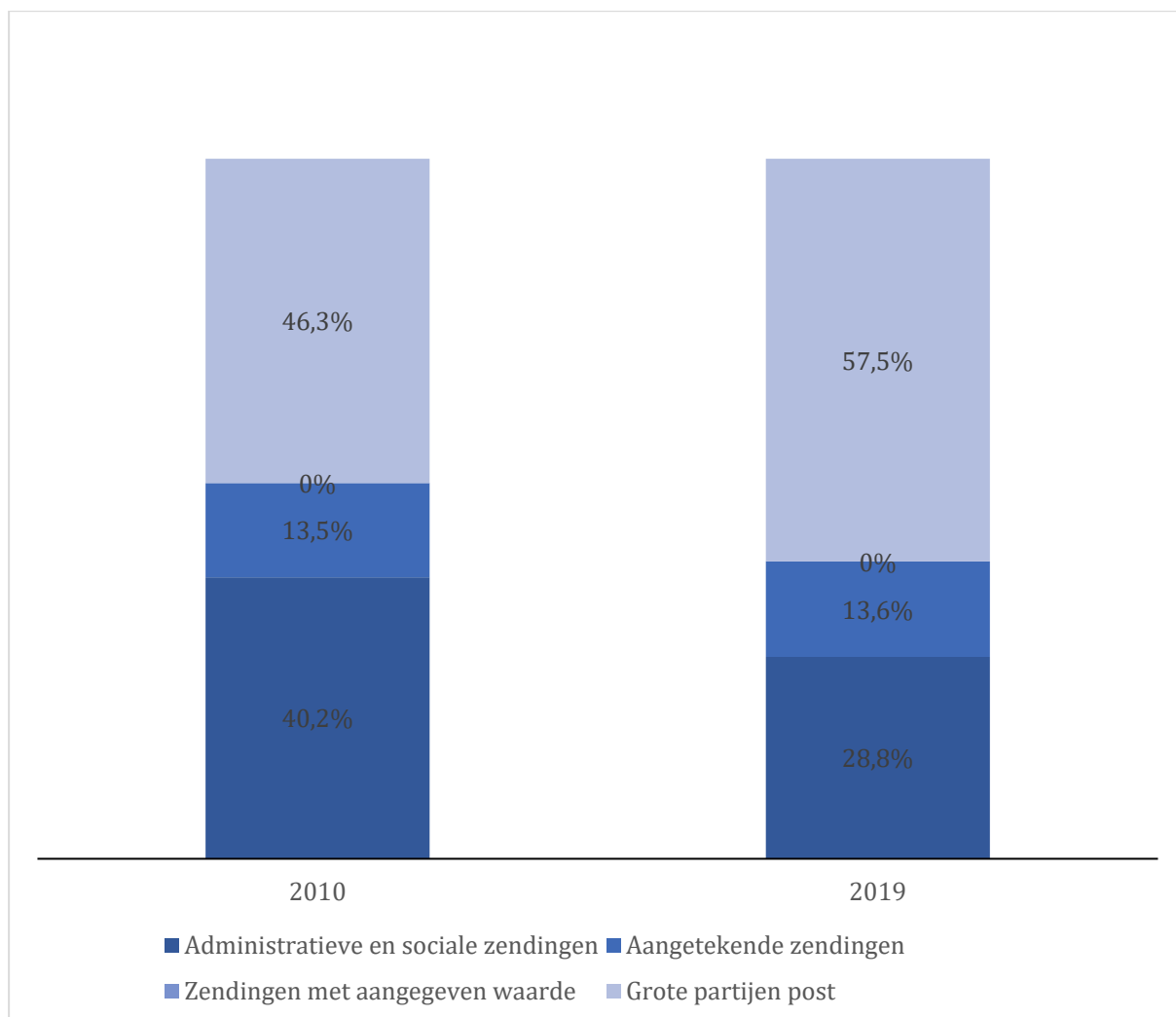
(1) grote partijen post omvatten de gegroepeerde afgifte van de 3 categorieën van transactionele post, namelijk administratieve en sociale post, aangetekende zendingen en zendingen met aangegeven waarde. De variabelen “administratieve en sociale post”, “aangetekende zendingen” en “zendingen met aangegeven waarde” die in de bovenstaande figuur zijn opgenomen, slaan enkel op stukpostzendingen.

Wanneer we de samenstelling van de inkomsten uit de behandeling van de transactionele post van naderbij bekijken in figuur 18, stellen we vast dat de grote partijen post in 2019 goed waren voor 57,5% van deze inkomsten tegenover 42,5% voor stukpostzendingen.

Van deze 42,5% stukpost was administratieve en sociale post goed voor bij de 28,8% en aangetekende zendingen voor de overige 13,6%. Het aandeel van de inkomsten die worden gegenereerd door zendingen met aangegeven waarde is dan weer tamelijk onbelangrijk: minder dan 0,01% van de totale inkomsten in 2019.

In tegenstelling tot de stukpost is het aandeel van de grote partijen post gestegen en is het zo van 46,3% in 2010 gegaan naar 57,5% in 2019.

Figuur 17. Verdeling van de inkomsten uit transactionele post (2010 versus 2019)



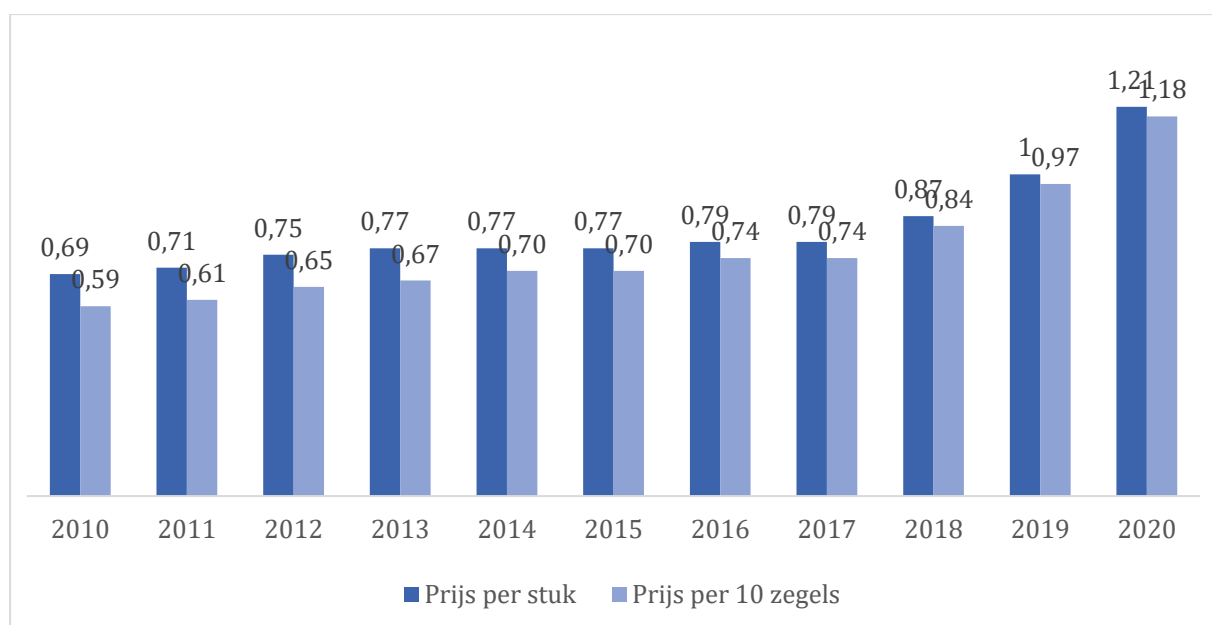
Bron: BIPT

3.2.2.3 Kleingebruikerstarieven voor de prior van de aanbieder van de universele dienst

Het nominale tarief van een binnenlandse priorbrief in België is in 2019 en 2020 gestegen in vergelijking met 2018.

Als we de trend bekijken sedert 2010, zien we dat de prijs van een postzegel gestegen is met 75%. Deze prijsstijging is des te meer uitgesproken als we de prijs per 10 stuks bekijken. In dat geval loopt de sedert 2010 opgetekende gecumuleerde stijging immers op tot 100%; de prijzen zijn dus verdubbeld. Welnu, in het merendeel van de gevallen worden postzegels per 10 stuks verkocht. Ter vergelijking: de gecumuleerde inflatie (HICP)¹⁷ in België bedraagt 17% tussen 2010 en 2019. Na 2017 stelt men, onder de nieuwe wet betreffende de postdiensten van 26 januari 2018, een heel sterke stijging vast van de prijs van een prior postzegel. Zo is de gemiddelde jaarlijkse groei gegaan van 1,9% in de periode 2010-2017 naar 15,3% in de periode 2017-2019¹⁸.

Figuur 18. Prijs van de dienst voor binnenlandse priorbrieven < 50 g (€)



Bron: bpost

Op het niveau van de Europese Unie behoort de prijs in nominale waarde voor het vervoer en de distributie van een genormaliseerde brief in België tot de duurste van de 28 lidstaten, zoals blijkt uit

¹⁷ "Harmonised Index of Consumer Prices" of geharmoniseerd indexcijfer van de consumptieprijzen

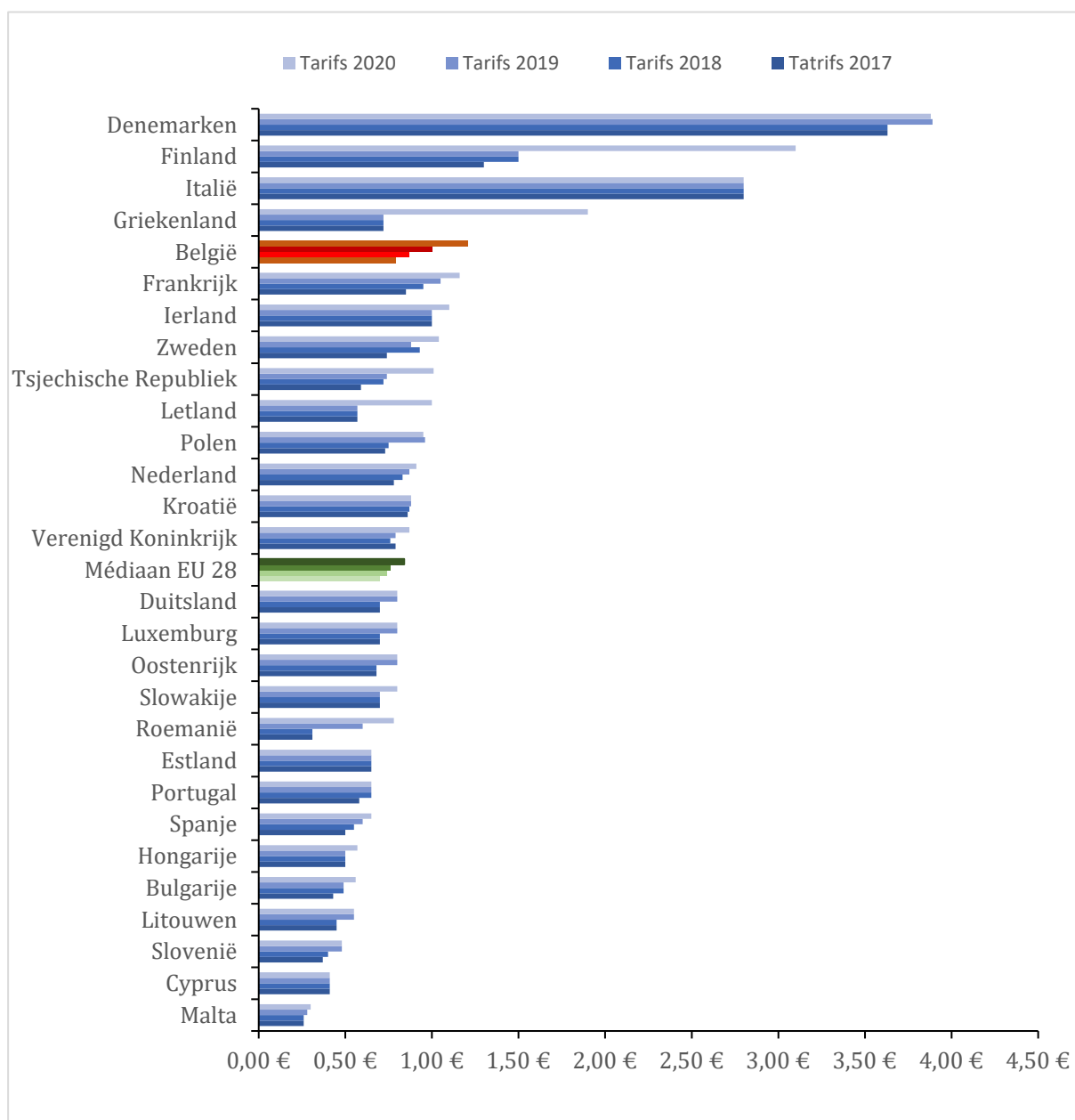
¹⁸ <https://www.bipt.be/nl/operators/post/universele-en-niet-universele-postdiensten/besluit-van-de-raad-van-het-bipt-van-19-juni-2018-betreffende-de-analyse-van-de-tarieven-van-bpost-voor-de-enkelstuktarieven-voor-het-jaar-2018>

<https://www.ibpt.be/nl/operators/post/universele-en-niet-universele-postdiensten/besluit-van-de-raad-van-het-bipt-van-23-november-2018-betreffende-de-analyse-van-de-tariefverhogingen-van-bpost-voor-de-enkelstuktarieven-voor-het-jaar-2019>

<https://www.ibpt.be/fr/operators/postal/services-postaux-universels-et-non-universels/decision-du-conseil-de-libpt-du-17-septembre-2019-concernant-l-analyse-des-augmentations-des-tarifs-unitaires-de-bpost-pour-l-annee-2020>

figuur 20 hierna. In 2020 bedroeg de Europese mediaan¹⁹ voor de frankering van een binnenlandse standaardbrief € 0,84, waarbij het duurste land Denemarken was (€ 3,88) en het goedkoopste Malta (€ 0,30).

Figuur 19. Prijs van de dienst voor een binnenlandse standaardbrief in Europa (€) (Vermelde tarieven van 2020)



Bron: Deutsche Post, Letter Price Survey (2017, 2018, 2019 en 2020)

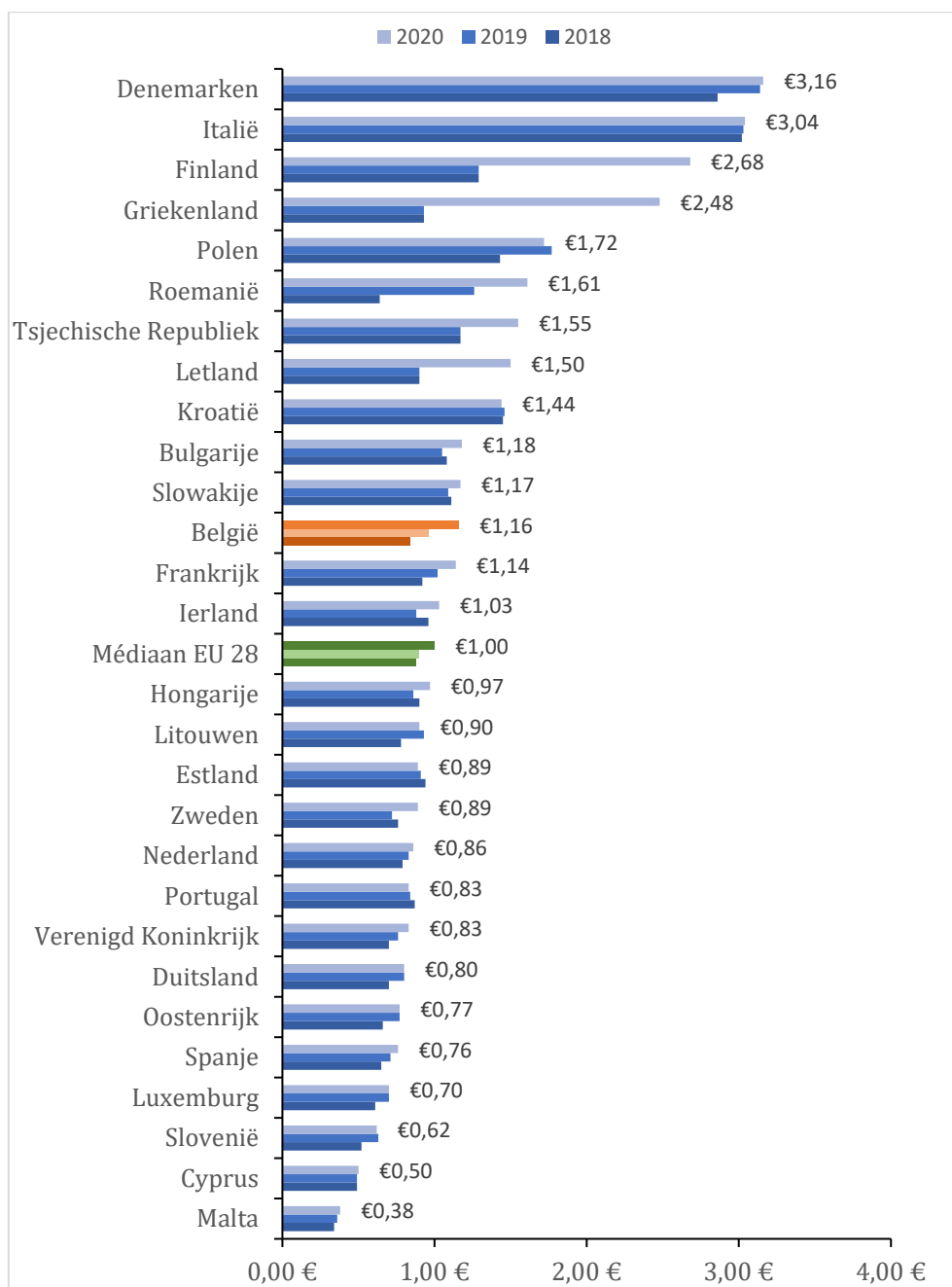
¹⁹ Het gebruik van de mediaan krijgt de voorkeur boven het gemiddelde wegens de uitschieters voor Italië en Denemarken, die het gemiddelde te sterk zouden beïnvloeden.

Dezelfde vergelijking van de prijs van de verrichting inzake vervoer en bedeling van een genormaliseerde brief kan worden gemaakt door de tarieven van de 28 lidstaten uit te drukken in koopkrachtpariteit (KKP), waardoor de verschillen in levensstandaard tussen landen kunnen worden geneutraliseerd.

Wanneer de verschillen in levensstandaard worden geneutraliseerd, behoudt België prijzen die boven de mediaan liggen, hoewel België ten opzichte van de andere voornaamste cost drivers - volume post per inwoner en concentratie van de bevolking - over een zeker voordeel beschikt.

Daarnaast zien we dat de prijzen in Italië en Denemarken hier nog zeer hoog liggen in vergelijking met de overige EU28-landen.

Figuur 20. Prijzen 2018, 2019 en 2020 uitgedrukt in koopkrachtpariteit (KKP) van de dienst voor binnenlandse standaardbrieven in Europa (€) (Vermelde tarieven van 2020)



Bron: Deutsche Post, Letter Price Survey (2018, 2019 en 2020)

3.2.3 Geadresseerde reclamezendingen

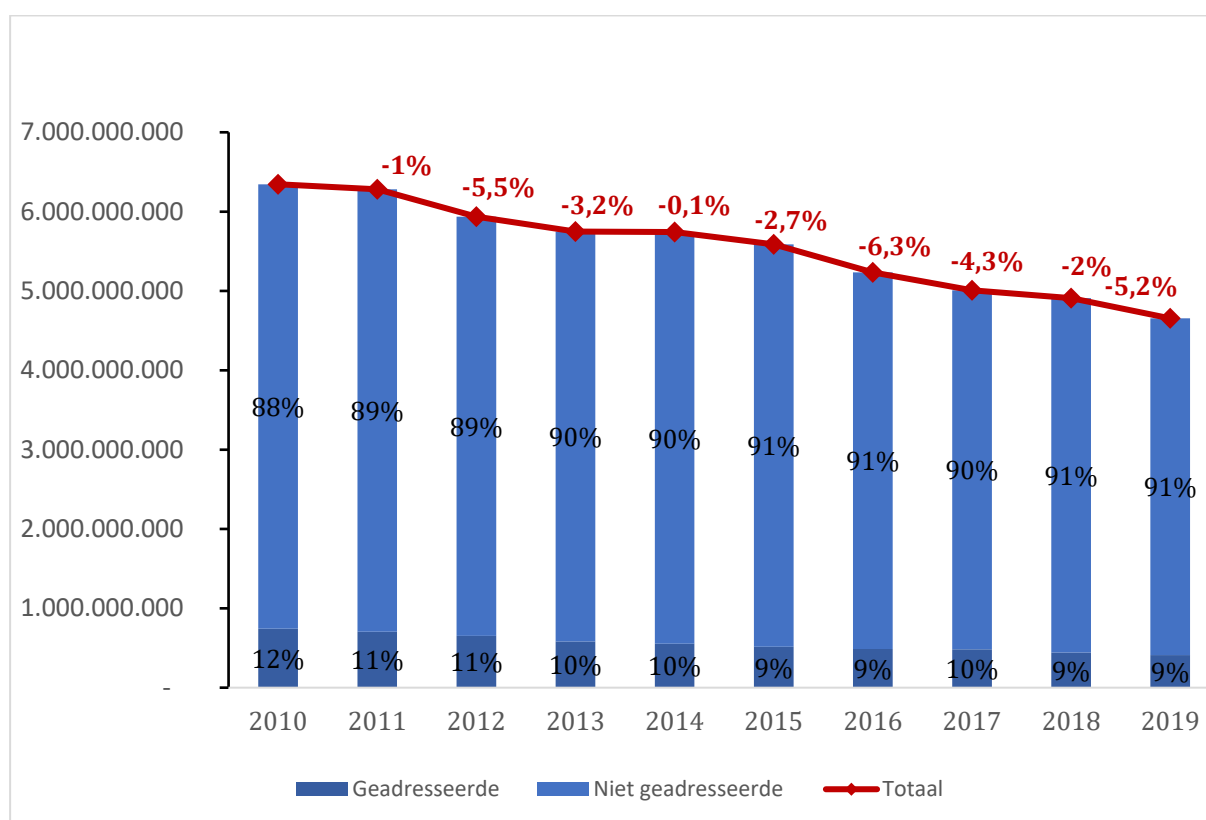
Geadresseerde reclamezendingen maken net als transactionele post deel uit van het segment van de brievenpost. Niet-geadresseerd reclamedrukwerk maakt er daarentegen geen deel van uit omdat de distributie van niet-geadresseerde zendingen geen postdienst is. Toch wordt dit in het kader van dit deel mee in beschouwing genomen om een algemeen beeld te vormen van de evolutie inzake gedrukte reclame (geadresseerd of huis-aan-huisbladen) die de burger geregeld in zijn brievenbus vindt.

3.2.3.1 Volumes

Sedert 2010 daalt het volume aan gedrukte reclame continu. Zowel het volume aan niet-geadresseerde zendingen (-5%) als het volume aan geadresseerde reclame (-7,1%) zijn verder gedaald in 2019.

Qua volume vertegenwoordigen geadresseerde reclamezendingen slechts 9% van het totaal; de grote meerderheid van reclamezendingen is immers niet geadresseerd.

Figuur 21. Evolutie van de volumes reclame



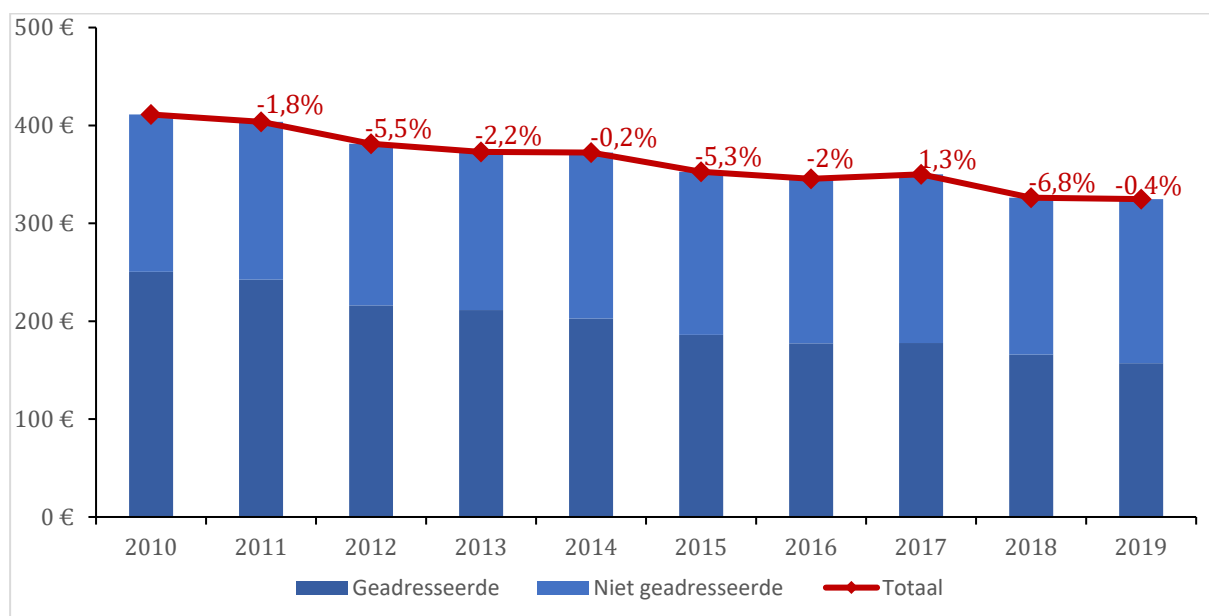
Bron: BIPT

3.2.3.2 Inkomsten

In het algemeen zijn de inkomsten uit geadresseerde reclame en huis-aan-huisbladen sedert 2010 aan het dalen. Na een kleine heropleving in de inkomsten vastgesteld in 2017 met +1,29% zijn deze in 2018 met 6,8% gezakt en met 0,4% in 2019.

Deze inkomstendaling slaat enkel op de geadresseerde zendingen, die dalen met 5,3% in 2019 tegenover -6,7% in 2018, terwijl de ongeadresseerde zendingen in 2019 gestegen zijn met 4,6%, terwijl er in 2018 een daling was van 7%.

Figuur 22. Evolutie van de inkomsten uit reclame (miljoen euro)



Bron: BIPT

3.2.4 Internationale post

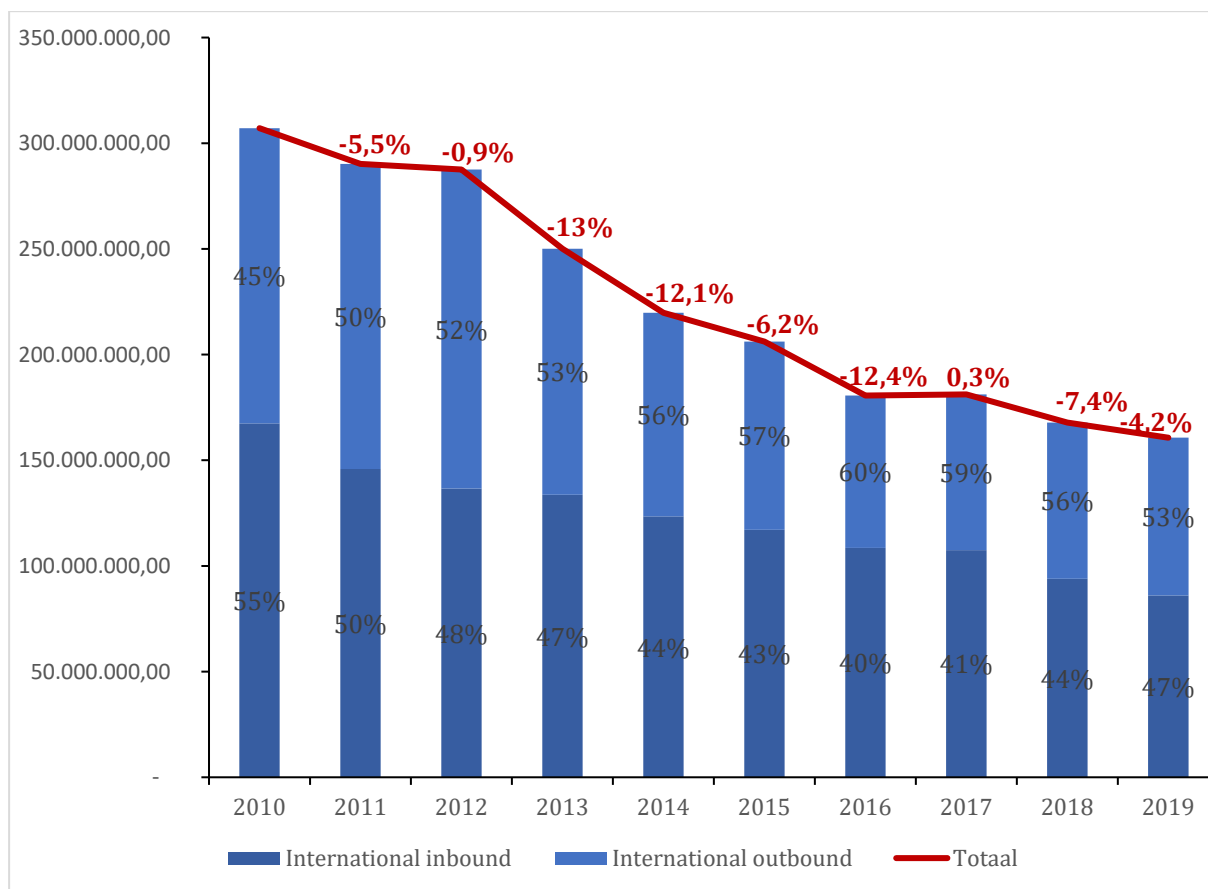
Naast transactionele postzendingen en geadresseerde reclamezendingen, bestaat de brievenpost ook uit een derde en laatste categorie van post, namelijk de internationale post.

Internationale post verwijst naar de stromen van brievenpost van minder dan 2 kg die uitgewisseld worden tussen België en het buitenland. Het kan daarbij gaan om zowel binnenkomende stromen ("international inbound"), de post in kwestie moet in België worden bezorgd, als om uitgaande stromen ("international outbound"), waarbij het gaat om post die vanuit België verzonden wordt naar andere landen.

3.2.4.1 Volumes

De onderstaande grafiek geeft de sterk neerwaartse trend van de binnenkomende en uitgaande volumes weer. Tot in 2016 was de afname van de uitgaande post sterker en steeg het aandeel van de binnenkomende post. Sinds 2017 stelt men een lichte stijging van de volumes van de uitgaande post vast: +2% in 2018 en +1,1% in 2019. Parallel daarmee is de daling van het volume van de binnenkomende post doorgedaan in 2019: -8,4 % tegenover -12,6% in 2018. Toch blijft het volume van de binnenkomende post, 53% van het totaal, groter dan het volume van de uitgaande post, 47%.

Figuur 23. Evolutie van de volumes van internationale post



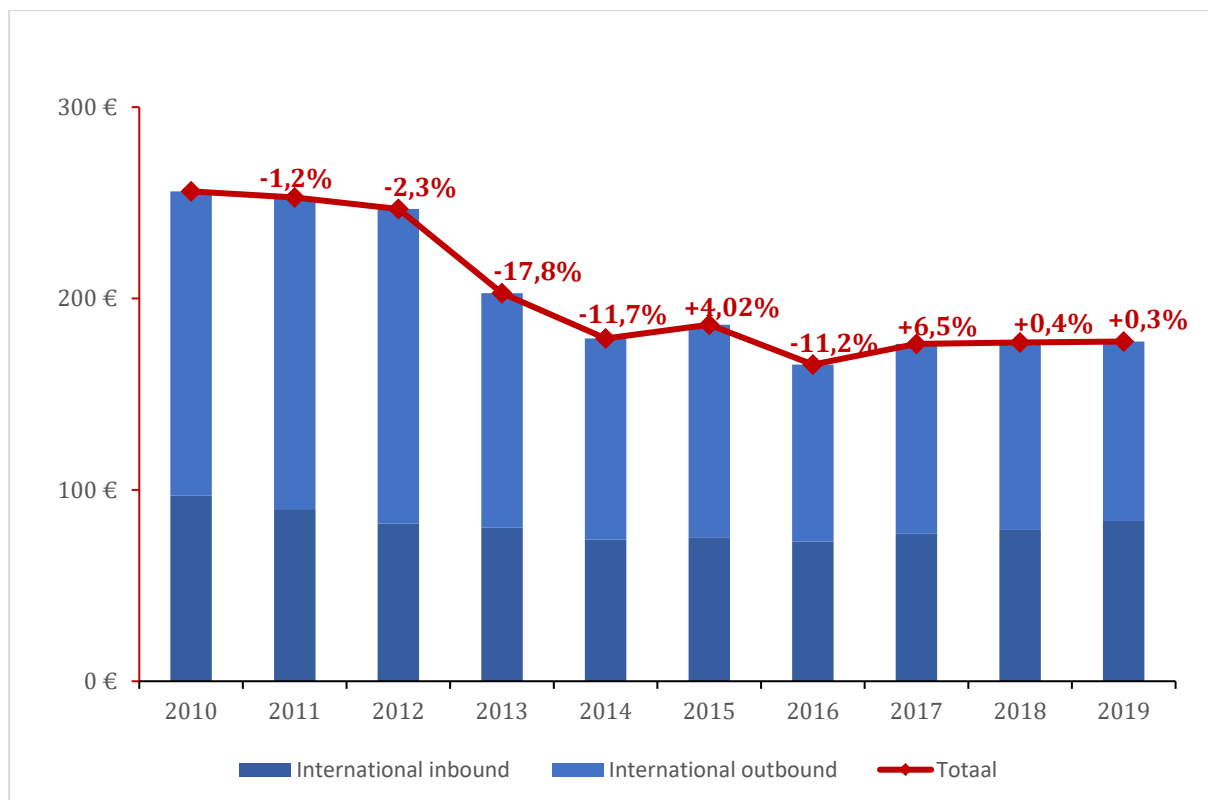
Bron: BIPT

3.2.4.2 Inkomsten

De inkomsten uit de brievenpost komende van of bestemd voor het buitenland stijgen sedert 2016. Omdat de volumes zijn gedaald zou die stijging gelinkt moeten zijn aan hogere prijzen of een andere mix van producten (grotere formaten, meer afgelegde bestemmingen).

In 2019 stijgen enkel bij de binnenkomende internationale post de inkomsten, +6% in 2019, tegenover +2,5% in 2018, en dit ondanks de vastgestelde sterke terugval van de volumes in 2019 en 2018. De afname van de inkomsten uit de uitgaande internationale post versnelt in 2019: -4,3% tegenover -1,2% in 2018 en dit ondanks de toename van de volumes die in die jaren te zien is.

Figuur 24. Evolutie van de inkomsten voor internationale post (miljoen euro)

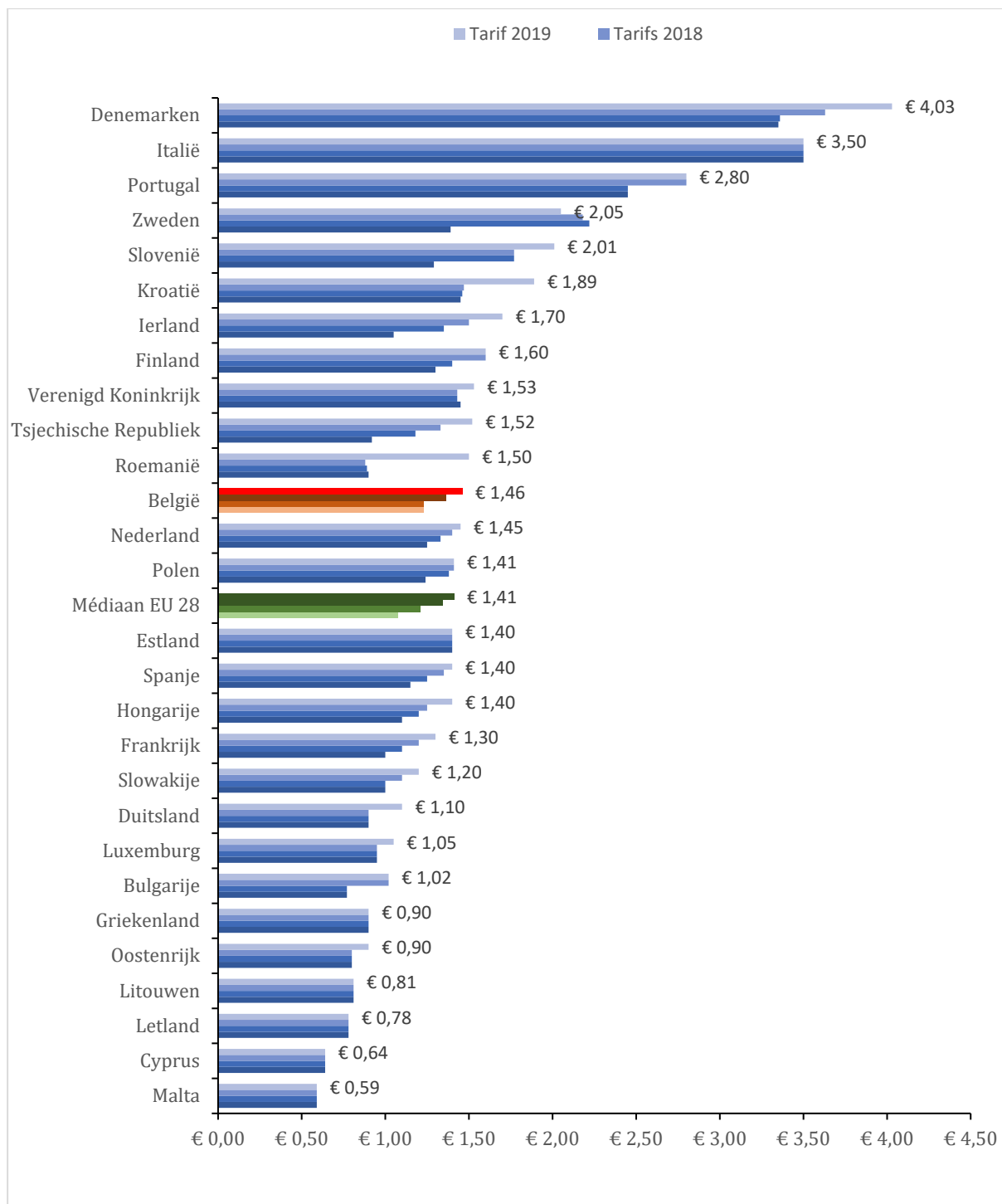


Bron: BIPT

3.2.4.3 Kleingebruikerstarieven van de aanbieder van de universele dienst

Een vergelijking van de prijs, in nominale waarde, van de dienst voor standaardbrieven binnen de EU in de 28 lidstaten leert ons dat België, met een dienst voor brieven binnen de EU die neerkomt op € 1,46, in 2019, boven de Europese mediaan zit (€ 1,41). Daarmee zit België in de middenmoot van de duurste EU-landen, waarbij de eerste plaats in de rangschikking ingenomen wordt Denemarken, waar een brief naar een andere lidstaat verzenden in 2019 € 4,03 kostte. In vergelijking daarmee kostte een brief die verzonden werd vanuit Malta € 0,59 in 2019.

Figuur 25. Prijs van de dienst voor een intra-Europese standaardbrief in Europa (in nominale waarde) (€)
(Vermelde tarieven van 2019)



Bron: Deutsche Post, Letter Price Survey (2016- 2019)

3.3 Focus op het segment van de pakjes en snelpostzendingen en op e-commerce

Gedreven door het groeiende belang van e-commerce, nemen de pakjesmarkt en die van de snelpostzendingen een steeds belangrijker wordende positie in binnen de postale markt. Het algemene overzicht van de postale markt (sectie 3.1.3) gaf reeds aan dat het segment van pakketten en expreszendingen sinds 2017 groter is geworden in termen van inkomsten dan het segment van de brievenpost. Dit overzicht van het segment van de pakjes en van de snelpostzendingen is nog meer uitgesproken geworden in 2019.

In dit hoofdstuk wordt de recente evolutie binnen dit zeer dynamische segment van de pakket- en expresdiensten besproken²⁰. Pakket- en expresdiensten²¹ worden samengenomen in deze analyses.²² Figuur 27 hieronder geeft echter weer dat in termen van volume reguliere pakketdiensten goed zijn voor een aandeel van 83%, ten overstaan van 17% voor expresdiensten. Door het hogere tarief van expresdiensten, nemen deze laatste in termen van omzet echter het dubbele (32%) voor hun rekening.

De erg diverse deelsegmenten²³, namelijk B2B, B2C en C2X, worden hier gebundeld beschouwd omdat met name het type ontvanger voor de operator moeilijk met zekerheid vast te stellen is. Volgens de info die we van de operatoren hieromtrent ontvingen, zou de particuliere markt (C2X) goed zijn voor circa 6% van alle pakket- en expreszendingen. Het merendeel van de zendingen vertrekt aldus vanuit bedrijven richting andere professionele klanten of particuliere eindgebruikers.

Wegens de "cross-border-verordening" van de Europese Commissie hebben een aantal operatoren in de sector van pakjes en snelpostdiensten hun resultaten geharmoniseerd op Europees niveau. Dit heeft geleid tot een herziening van onze chronologische reeksen voor de pakjes- en snelpostdiensten.

²⁰ Er werd aan de operatoren gevraagd om, indien mogelijk, enkel maar data te bezorgen voor pakketten tot 10 kilogram (internationaal binnenkomend tot 20 kilogram).

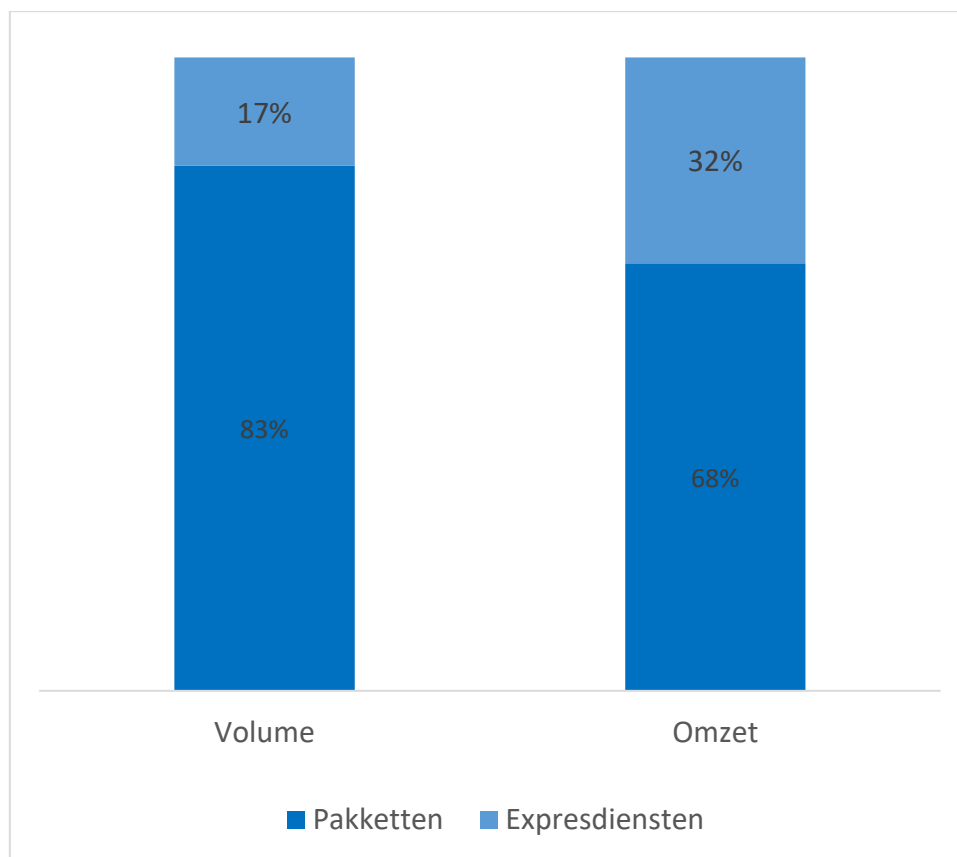
²¹ De grens tussen de pakjes en de snelpostzendingen is moeilijk af te bakenen. Het vervoer van pakjes houdt steeds vaker diensten in waardoor dit steeds dichter aanleunt bij een snelpostzending (traceerdienst van de zendingen, verzekering van de inhoud van het pakket, verzendingstermijnen, enz.). Bovendien bieden heel wat spelers beide soorten diensten aan hun klanten aan.

²² Onder 'expres' verstaat men in het kader van het observatorium zendingen die hoogst tijdsgevoelig zijn en dus voor een welbepaald tijdstip dienen geleverd te worden, dit veelal rechtstreeks zonder gebruik te maken van een distributieronde die ook andere zendingen omvat. Reguliere pakketten daarentegen worden veelal, deel uitmakend van een reguliere distributieronde, binnen D+1 geleverd.

²³ De verschillende pakketleveranciers bedienen veelal verschillende klantensegmenten, zoals bleek uit de e-commercestudie uit 2017 van het BIPT. Zo focussen operatoren zoals FedEx en UPS voornamelijk op het B2B-segment, terwijl bpost een grote speler in het B2C- en C2X-segment is.

<http://www.bipt.be/nl/operatoren/post/universele-en-niet-universele-postdiensten/mededeling-van-de-raad-van-het-bipt-van-18-mei-2017-betreffende-de-resultaten-van-de-studie-met-betrekking-tot-de-belgische-markt-voor-de-levering-van-pakketten-in-het-kader-van-e-commerce-activiteiten>

Figuur 26. Verhouding pakketten versus expreszendingen in termen van volume en omzet (2019)



Bron: BIPT

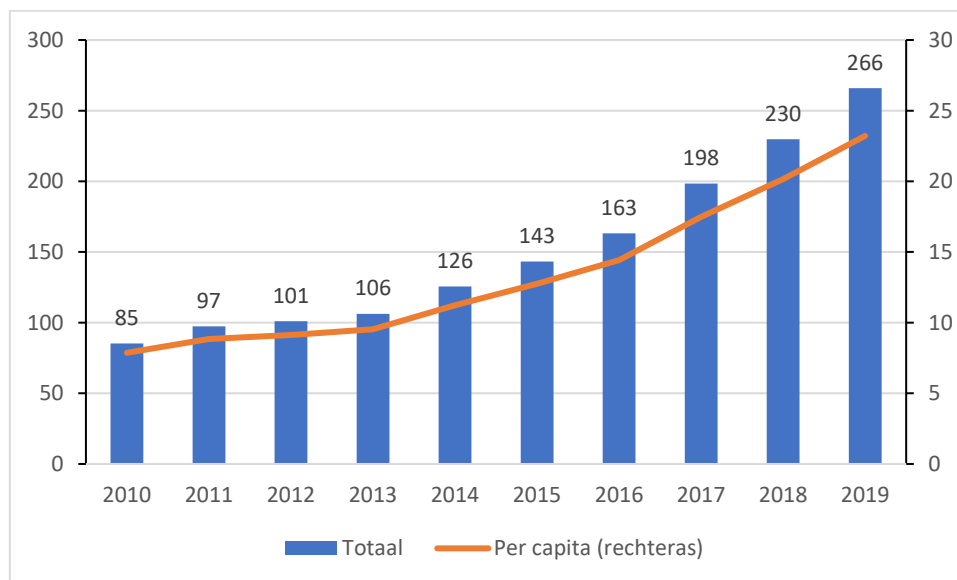
3.3.1 Volume

Het segment van de pakjes en van de snelpostdiensten²⁴ blijft zich heel sterk ontwikkelen. Tussen 2010 en 2019 is er een stevige volumegroei geweest met +212%. Over deze hele periode is het aantal pakketten en expresdiensten, zowel binnenlands, internationaal binnenkomend als internationaal uitgaand samengeteld, dus meer dan verdrievoudigd van 73 miljoen stuks in 2010 tot 266 miljoen in 2019. Ten opzichte van 2018 is het volume met 15,7% gestegen. Dit percentage is nog steeds hoger dan de samengestelde jaarlijkse groeivoet (CAGR) sinds 2010, die 13,47% bedraagt. Ondanks het hoge niveau van de bereikte volumes blijft dit segment zich nog steeds fors ontwikkelen.

Per inwoner is het aantal snelpostdiensten en geleverde pakjes per jaar met meer dan 10 stuks gestegen, gaande van gemiddeld 6,8 in 2010 tot 23,2 in 2019. Daarbij wordt per inwoner om de 16 dagen een pakje verstuurd of een snelpostdienst gebruikt. Ondanks deze forse stijgingen, zijn de volumes in België per inwoner (anno 2018) nog altijd lager dan in landen zoals Duitsland (40), het

Verenigd Koninkrijk (38) en Nederland, waar inmiddels 29 zendingen van dat type worden bedield per inwoner²⁵.

Figuur 27. Evolutie van het volume snelpostdiensten en pakjes in totaal (in miljoen stuks) en per inwoner (in stuks) per jaar

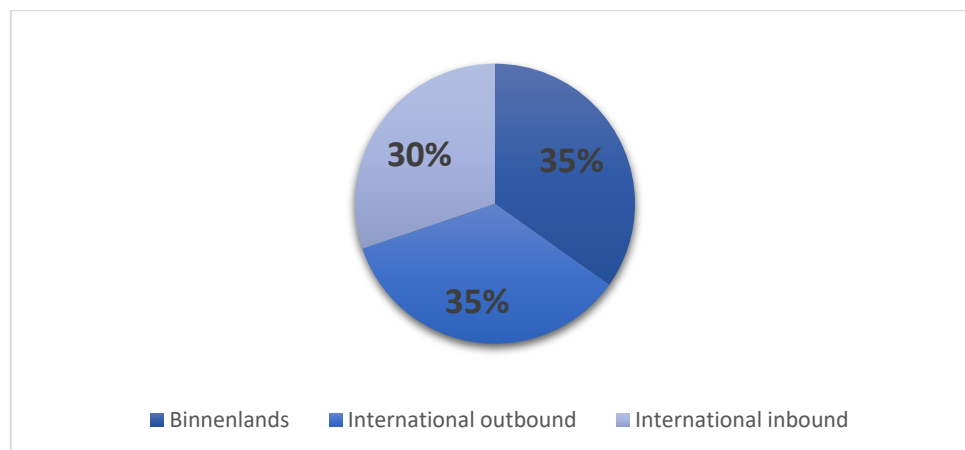


Bron: BIPT

Figuur 28 laat zien dat 35% van het totale aantal snelpostdiensten en pakjes in 2019 binnenlandse zendingen waren. Deze zendingen zijn dus verstuurd vanaf het Belgische grondgebied om vervolgens elders in het land te worden ontvangen. In 35% van de gevallen betrof het uitgaande internationale zendingen (international outbound), dus verstuurd vanuit België naar het buitenland. De resterende 30% van het totale aantal zendingen was afkomstig uit het buitenland en werd verdeeld in België (international inbound). In België zijn er dus meer uitgaande pakketten en expresleveringen dan binnenkomende. In minder dan één op vijf gevallen is de internationale zending bestemd voor of afkomstig van een niet-Europees land.

²⁵ ERGP Report on core indicators for monitoring the European postal market, 16 december 2019

Figuur 28. Verdeling van het volume aan pakket- en expresdiensten volgens binnenlands, uitgaand internationaal en binnenkomend internationaal anno 2019



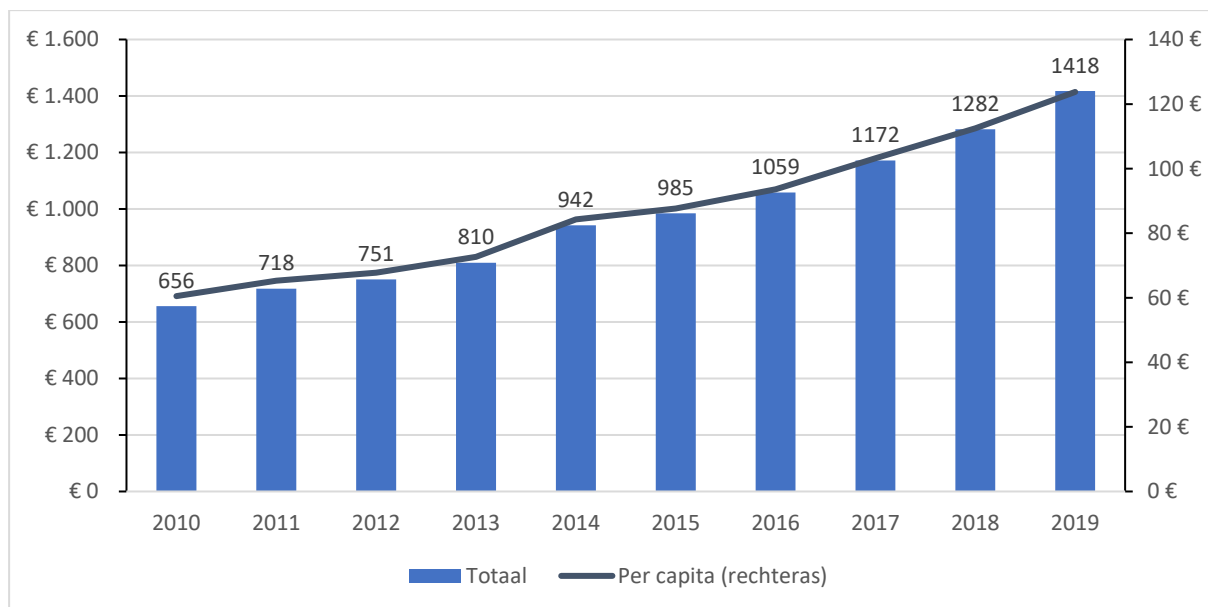
Bron: BIPT

3.3.2 Inkomsten

In termen van gerealiseerde omzet kende het segment van pakket- en expresdiensten een meer bescheiden, maar evengoed continue stijging tussen 2010 en 2019. Gaandeweg groeiden, met een samengestelde jaarlijkse groeivoet (CAGR) van 8,9% per jaar, de totale inkomsten van 656 miljoen euro tot 1.418 miljoen euro. Tussen 2018 en 2019 nam de globale gerealiseerde omzet binnen het segment nog met een stevige 10,6% toe, iets meer dus dan de samengestelde jaarlijkse groeivoet over de periode 2010-2019.

In 2019 werd gemiddeld per inwoner 123,76 euro besteed aan pakket- en expresdiensten, d.i. bijna dubbel zoveel als in 2010.

Figuur 29. Evolutie van de inkomsten in het segment van de snelpostdiensten en pakjes in totaal (miljoen euro) en per inwoner (euro) per jaar

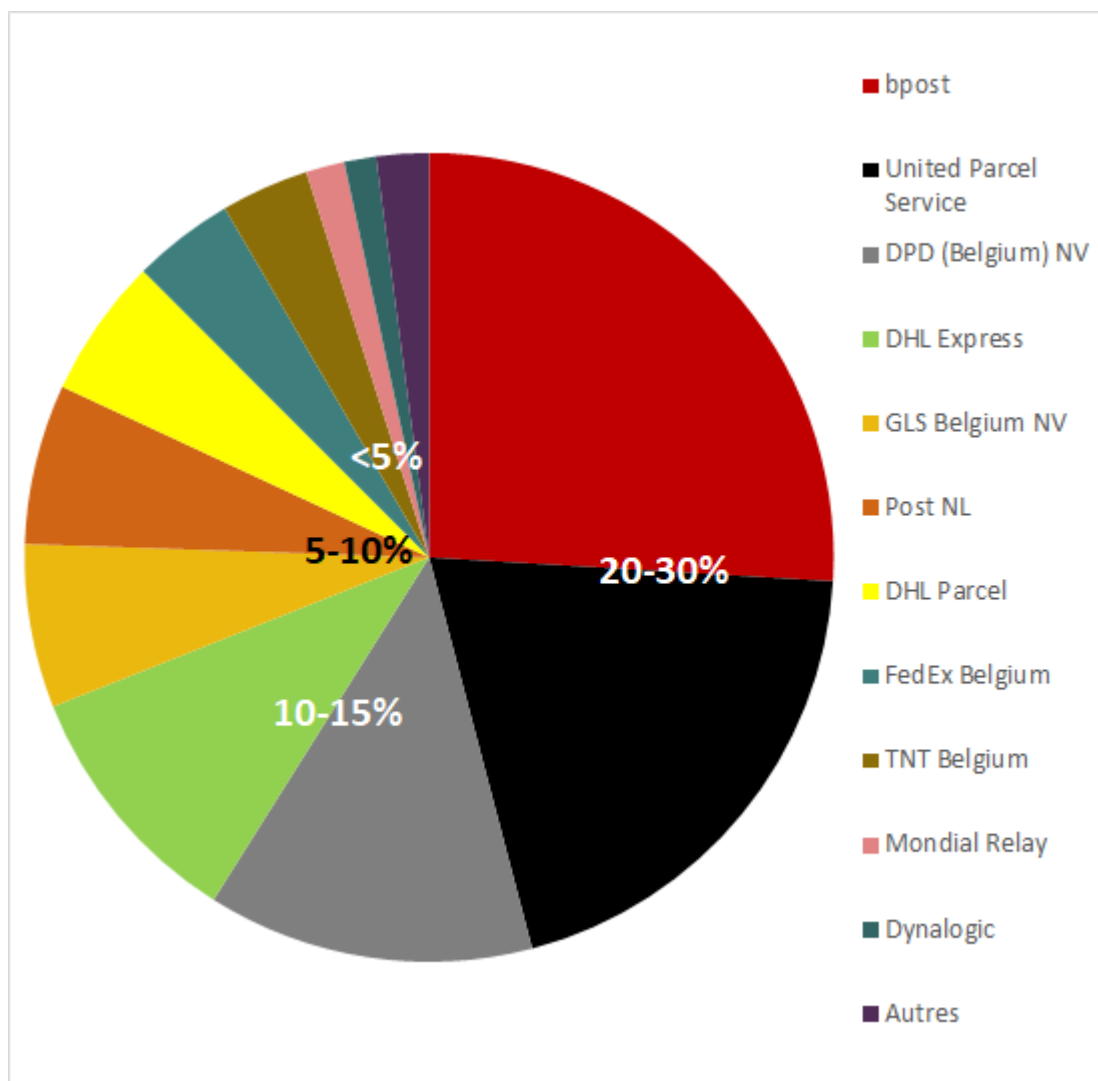


Bron: BIPT

Figuur 31 geeft een overzicht van de marktaandelen op basis van de omzet binnen het gezamenlijke segment van pakketten en expresdiensten.

Bpost, UPS/UPS Access Point, DPD en DHL vertegenwoordigen samen circa 70% van deze markt in termen van omzet. Daarnaast hadden drie andere operatoren, namelijk GLS, DHL Parcel en PostNL, met meer dan 5% marktaandeel elk, gezamenlijk ongeveer 20% marktaandeel in handen. De overige operatoren vertegenwoordigden de resterende 5 à 10%.

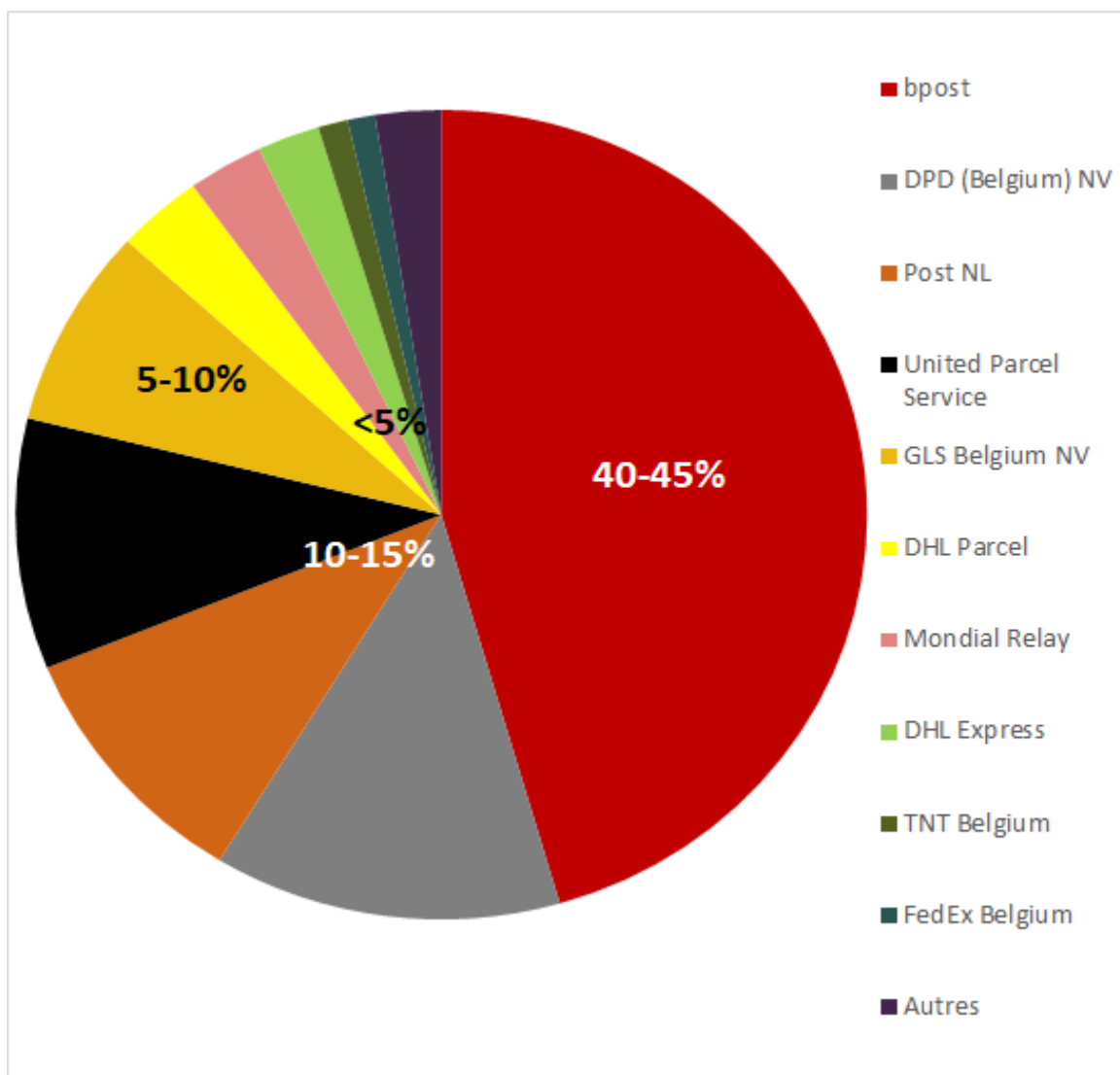
Figuur 30. Marktaandeel op basis van de omzet in het segment van de snelpostdiensten en pakjes in 2019 (%)



Bron: BIPT

Wanneer de marktaandelen worden bekeken op basis van volume krijgen we een sterk verschillend beeld. Dat verschil komt door het feit dat expreszendingen hoger geprijsd zijn, zodat deze bij eenzelfde volume hogere inkomsten en dus marktaandelen genereren die in termen van omzet hoger zijn dan van volume. Bekeken in volume zien we zodoende het marktaandeel van de pakketleveranciers flink toenemen. Zo is er bijna een verdubbeling van het marktaandeel van bpost, dat naar 40-45% gaat. Bovendien wordt PostNL, bekeken in volume, de 3e grootste speler binnen dit segment met tussen de 10 en 15% marktaandeel. De operatoren die focussen op expreszendingen hebben daarentegen een kleiner marktaandeel op basis van volume. Zo behaalt UPS 5-10% marktaandeel en DHL Express minder dan 5%.

Figuur 31. Marktaandeel op basis van het volume in het segment van de snelpostdiensten en pakjes in 2019 (%)



Bron: BIPT

3.3.3 Impliciet tarief

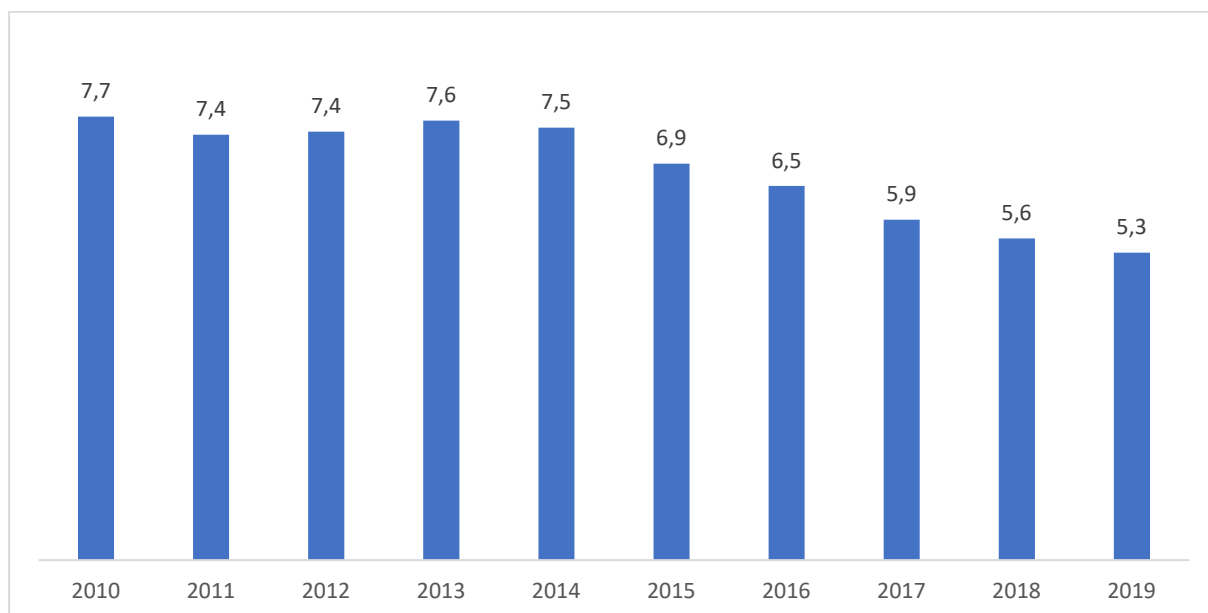
Wanneer we omzet en volume met elkaar confronteren krijgen we een impliciet tarief. Dit is het gemiddelde tarief per eenheid binnen het segment, met alle operatoren, formaten en bestemmingen tezamen beschouwd. In de voorgaande paragrafen zagen we reeds dat het volume binnen het segment van pakketten en expreszendingen sterker was gestegen dan de omzet, waardoor het impliciete tarief dan ook omlaag ging. Die daling van het impliciete tarief kan worden verklaard door verschillende aspecten:

- de sterkere groei van de volumes van standaardpakketten dan de volumes van duurdere expreszendingen;
- de volumegroei wordt in essentie getrokken door de grootste e-commercespelers, die het voordeel hebben van lagere prijzen;

- doordat de groei getrokken wordt door e-commerce stijgt het C2X-segment, met hogere prijzen, minder dan het B2X-segment;
- een sterkere concurrentie in een groeisector waar de schaalvoordelen groot zijn, zet de operatoren ertoe aan zich meer te bekommeren om hun marktaandeel dan om de onmiddellijke rentabiliteit;
- formaten die de neiging zouden hebben om kleiner te worden.

Deze impliciete tarieven verschillen danig van de tarieven die bekomen werden uit de Cross-border analyse²⁶, echter ging het in dit laatste geval over een erg beperkt deel van de markt, zijnde kleingebruikerstarieven (C2X), en lag de focus duidelijker op internationale tarieven.

Figuur 32: Impliciet tarief binnen het segment van pakket- en expreszendingen 2010-2019 (EUR)



Bron: BIPT

3.3.4 Kleingebruikerstarieven van de aanbieder van de universele dienst

Voor een indicatie inzake de evolutie van de tarieven van een pakket kijken we naar de kleingebruikerstarieven van een pakket tot 2 kg verzonden via de universeledienstverlener.

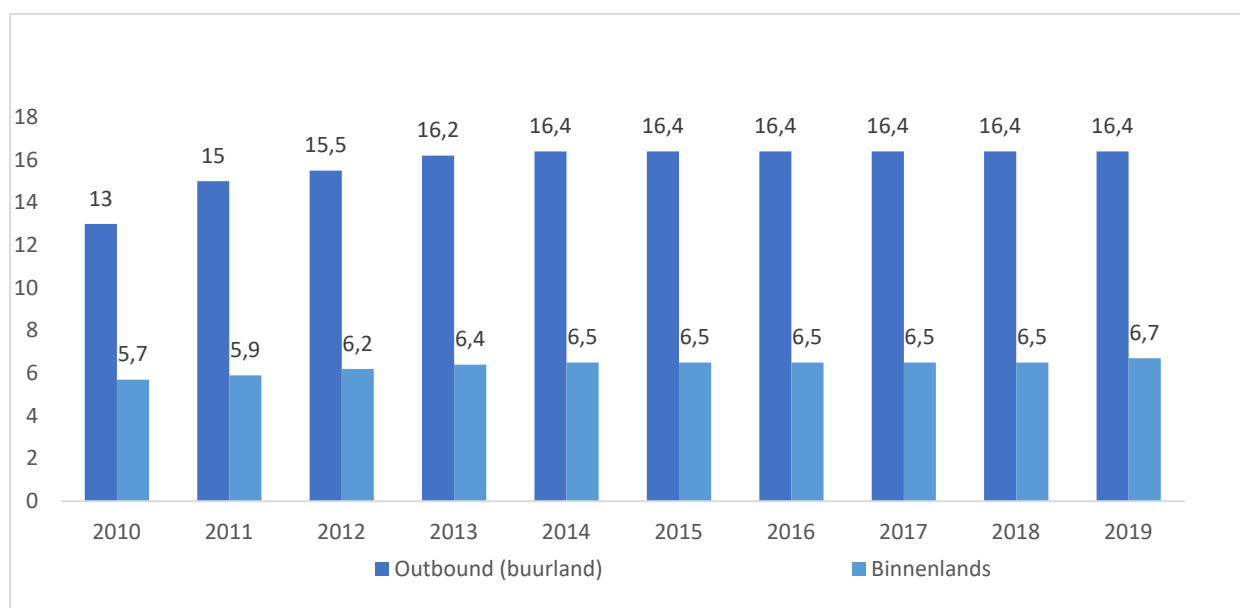
²⁶ <https://bipt.be/operators/publication/mededeling-betreffende-de-beoordeling-van-de-weerhouden-bpost-tarieven-in-het-kader-van-de-europese-verordening-betreffende-grensoverschrijdende-pakketbezorgdiensten>

Binnen België steeg de prijs van een dergelijke zending van 5,7 euro in 2010 naar 6,7 euro²⁷ in 2019, of een stijging van 17,5%. Het Europese gemiddelde voor een binnenlands pakket van 2 kg lag anno 2019 op 6,17 euro.²⁸

De prijs van een zending naar een buurland steeg sterker, met 26,2%, van 13 euro (2010) naar 16,4 euro (2019). Hier is de prijs sinds 2014 gelijk gebleven. In 2019 lag de gemiddelde Europese prijs van een 2 kg-zending naar een buurland op 18,7 euro, maar er zijn wel grote verschillen tussen de Europese landen: zo was er in Denemarken een prijs van 38,2 euro, tegenover 9,8 euro in Nederland, bijvoorbeeld.

De tarieven van grensoverschrijdende pakketten die onder de UD vallen worden behandeld in een verordening van de Europese Commissie²⁹. Deze verordening stipuleert onder andere dat de nationale regulatoren de prijzen voor internationale pakketten voor kleingebruikers dienen te monitoren en (hoge) prijzen van de nationale universeledienstverlener dienen te analyseren.

Figuur 33: Evolutie van de prijzen van een pakket tot 2 kg verzonden door de universeledienstverlener met als bestemming België of een buurland



Bron: BIPT

3.4 Focus op het segment van de persdistributie aan de abonnees

De distributie van de erkende pers, waarbij de items worden afgeleverd bij de abonnee thuis, is een dienst van algemeen economisch belang (DAEB), die tot 2015 nog behoorde tot het 5e beheerscontract

²⁷ Indien het label voor de zending online wordt aangemaakt en betaald, en vervolgens zelf wordt afgedrukt, dan zakte het tarief in 2018 naar 5,5 euro.

²⁸ ERGP Report on core indicators for monitoring the European postal market, 29 november 2018

²⁹ Deze tarieven voor 2019, zowel nationaal als intra-Europees, zijn momenteel reeds beschikbaar op de website van de Europese Commissie: https://ec.europa.eu/growth/sectors/postal-services/parcel-delivery/public-tariffs-cross-border_en

afgesloten tussen bpost en de Belgische Staat. Sinds 1 januari 2016, en nog tot 31 december 2020³⁰, is het een afzonderlijke dienst van 'last resort' geworden die buiten het (6e) beheerscontract valt. Deze DAEB, waarop de uitgevers naar eigen wens een beroep kunnen doen, wordt nu door bpost uitgevoerd en bestaat uit:

- de vervroegde thuisbezorging van kranten aan de abonnees via specifiek ingelegde rondes vóór 7.30 u 's morgens van maandag tot vrijdag en vóór 10 u op zaterdag;
- de thuisbezorging van tijdschriften aan de abonnees via de klassieke verdeelrondes, van maandag tot vrijdag.

Als aanbieder die belast is met deze DAEB in verband met de distributie van de erkende pers aan de abonnees, is bpost de belangrijkste operator in het segment van thuislevering van persartikelen. Er zijn nog andere spelers actief in dit segment, zoals PPP.³¹

3.4.1 Volume

Sinds 2012 daalt het totale volume van bedeelde pers, na in 2011 gepiekt te hebben op 568 miljoen bedeelde exemplaren op jaarbasis. Tussen 2018 en 2019 nam het globale volume met 6% af, een daling die wederom sterker is dan die van het jaar voorheen. Inmiddels wordt er 22,4% minder pers bedeeld in vergelijking met 2011.

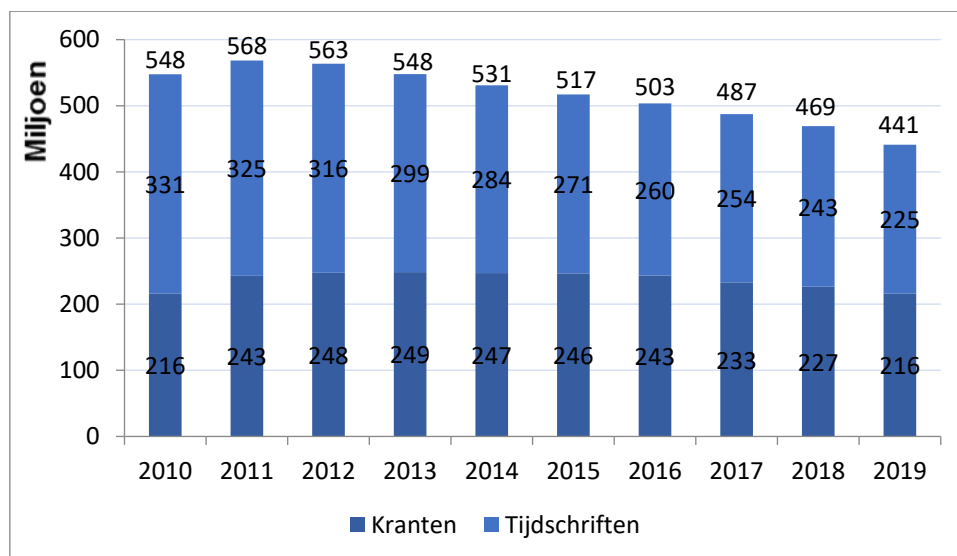
Bij de tijdschriften is de daling al langer aan de gang en stellen we opnieuw een versnelde daling vast, met name van -7,3% tot 225 miljoen bedeelde stuks in 2019. Het volume aan bedeelde kranten stagneerde pas later en kende sinds 2013 een beperkte terugval, welke in 2019 -4,6% bedroeg. Hiermee worden er nog steeds 216 miljoen kranten bedeeld.

51% van de bedeelde pers omvat tijdschriften, de rest bestaat uit kranten (49%).

³⁰ Op 16 oktober 2015 heeft de Ministerraad, na een openbare, transparante en niet-discriminerende procedure, beslist om de concessies voor de bezorging van erkende kranten en erkende tijdschriften voor de periode 2016-2020 toe te wijzen aan bpost.

³¹ Asendia Belgium heeft zijn bedrijfsactiviteiten per 1 juli 2016 beëindigd en zijn ondernemingsnummer geschrapt. Ook Deltamedia werd voorheen opgenomen in dit observatorium. Het bedeelde tot april 2016 pers voor de groep Mediahuis.

Figuur 34. Evolutie van de volumes in het segment van de persdistributie aan abonnees (miljoen eenheden)



Bron: BIPT

3.4.2 Revenus

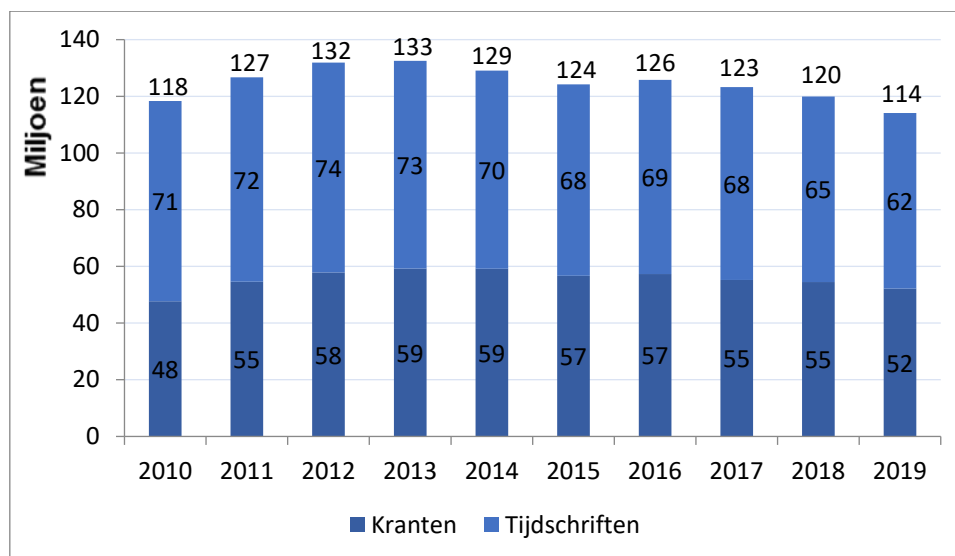
Aan de inkomstzijde zien we dat de neergaande fase zich pas vanaf 2014 heeft ingezet. Anno 2019 daalden de inkomsten wederom, en voor het eerst met meer dan 4%, zijnde -4,8% ten opzichte van 2018. Niettemin loopt de inkomstendaling al op tot -13,9% in vergelijking met 2013. Anno 2019 is de daling (-5,3%) bij de tijdschriften voor het tweede jaar op rij sterker dan bij de kranten (-4,3%).

54,3% van de inkomsten zijn toe te schrijven aan de bedeling van tijdschriften, tegenover 45,7% aan de bedeling van kranten.

Er moet worden opgemerkt dat de compensatie die door de overheid wordt betaald aan bpost, voor het verrichten van de DAEB inzake persdistributie aan de abonnees, niet vervat zit in de beschouwde inkomsten.³²

³² Volgens de federale begroting, initiële kredieten 2019, bedroeg de geraamde betaling aangaande de concessie voor de bezorging van kranten en tijdschriften 170,294 miljoen euro in 2019.

Figuur 35. Evolutie van de inkomsten in het segment van de persdistributie aan abonnees (miljoen EUR)



Bron: BIPT

Voor de volledigheid vermelden we dat AMP deel uitmaakt van bpost.³³ AMP levert echter niet aan huis maar in de (kranten)winkel. Daarnaast voorziet het ook in de distributie van pers voor losse-nummerv verkoop in de winkel. De inkomsten en het volume van dit bedrijf zijn niet opgenomen in de bovenstaande overzichten, die specifiek betrekking hebben op de bedeling aan huis.

4. Investerings en tewerkstelling in postactiviteiten

4.1 Investerings in de postsector

In 2019 werd voor in totaal aan 123 miljoen euro geïnvesteerd³⁴ in de postsector door de operatoren uit onze steekproef. Het gaat hierbij om een stijging van 30,3% ten opzichte van 2018, toen de investeringen 94 miljoen euro bedroegen. De investeringen anno 2019 liggen zelfs 3 miljoen hoger ten opzichte van de vorige uitschieter, van 2017 met 120 miljoen. Vergeleken met 2010 ligt het niveau van investeringen in 2019 zelfs 61,5% hoger. De mediane waarde van de periode 2010-2019 bedraagt trouwens 94 miljoen euro, of 29 miljoen euro minder dan de waarde van de investeringen in 2019. Het gaat dus om een historisch hoog cijfer dat uiteraard te wijten is aan de bloei van het segment van pakketten en expreszendingen. Operatoren zijn immers nog steeds hun capaciteit aangaande de sortering en distributie van pakketten aan het uitbreiden.³⁵

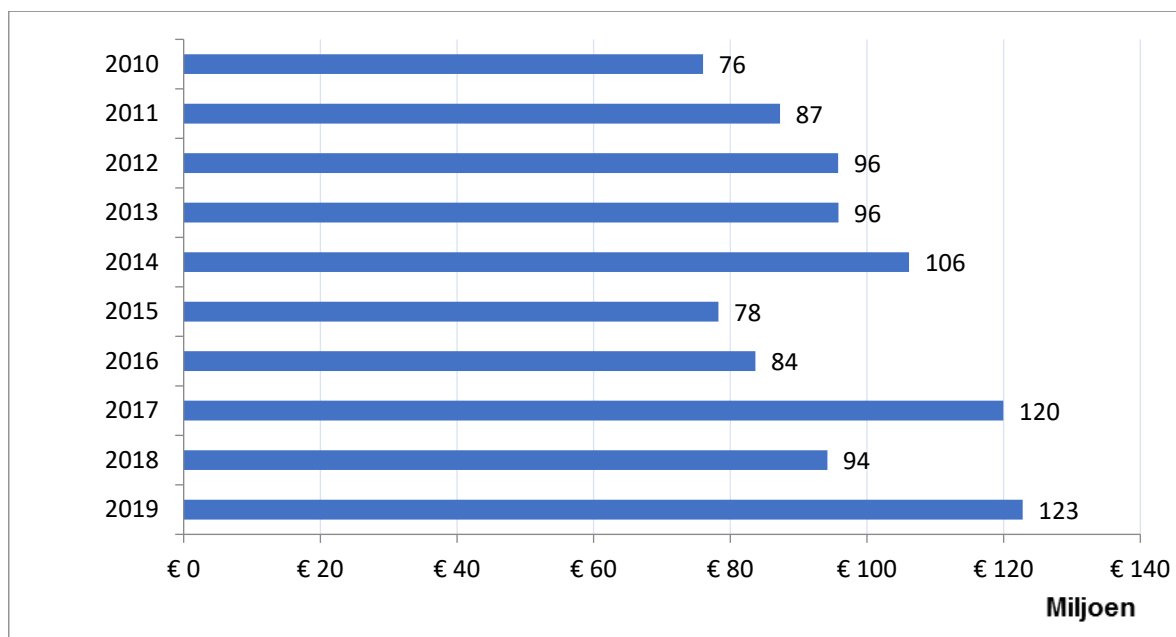
³³ Het Mededingingscollege van de Belgische Mededingingsautoriteit heeft in 2016 onder bepaalde voorwaarden de overname door bpost van AMP en LS Distribution Benelux goedgekeurd (<https://www.bma-abc.be/nl/beslissingen/16-cc-32-bpost-amp-ls-distribution>).

³⁴ Het gaat hier om uitbreidingsinvesteringen binnen België. De tijdreeks werd tevens herzien daar in het verleden soms ook investeringen in het buitenland werden meedeeld.

³⁵ Enkele voorbeelden :

13 juli 2018: <https://www.transportmedia.be/postnl-opent-twee-eerste-sorteercentra-in-belgie/>

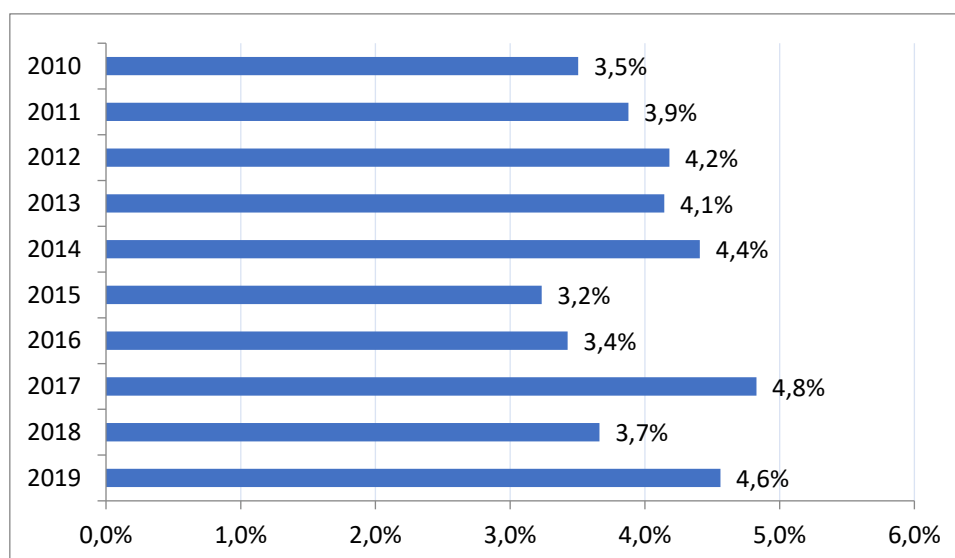
Figuur 36. Investerings in de postsector (miljoen EUR)



Bron: BIPT

De uitgevoerde investeringen in de postsector bedroegen anno 2019 4,6% van de gerealiseerde omzet. Dit is lager dan de waarde die in recordjaar 2017 (toen zelfs 4,8%) werd opgetekend, maar hoger dan in alle andere jaren overheen de beschouwde periode.

Figuur 37. Investerings ten overstaan van omzet in de postsector (%)



Bron: BIPT

4.2 Tewerkstelling in de postsector

14 oktober 2019: <https://www.postnl.be/over-postnl-belgie/pers-en-nieuws/nieuws/2019/postnl-breidt-capaciteit-van-distributie-centra-uit.html>

In 2019 was de postale sector op directe wijze, met eigen loontrekkenden, goed voor de tewerkstelling van 31.701 personen op 30 juni³⁶ van dat jaar. Tijdens de laatste twee edities van het observatorium stelden we reeds vast dat de onophoudelijke daling in tewerkstelling, sinds het begin van onze tijdreeks in 2000, omgebogen was. Anno 2019 zien we dan ook opnieuw een beperkte stijging (+1,4%) tegenover het aantal tewerkgestelden in het jaar ervoor. Voor het eerst stellen we zelfs een stijging vast van meer dan 1%. Deze stijging is gedreven door de erg sterke toename van het aantal pakketten en exprezendingen. Niettemin ligt het aantal tewerkgestelden in de postsector in 2019 nog steeds bijna 1/6^e (-16,3%) lager dan in 2010. Ten opzichte van 2000 is het aantal tewerkgestelden zelfs met bijna 40% gedaald (-36,2%).

Bekeken in voltijdse equivalenten³⁷ (vte's) is de herneming deze keer iets zwakker (+0,4%), wat aanleiding geeft tot een totaal van 26.792 voltijdse equivalenten in 2019. Dit is ook hier niettemin een daling van 1/5^e (-19,2%) ten opzichte van 2010, en zelfs meer dan 40% (-41,7%) ten opzichte van 2000. Anno 2019 werkt zeven op de tien werknemers in de postsector voltijds.

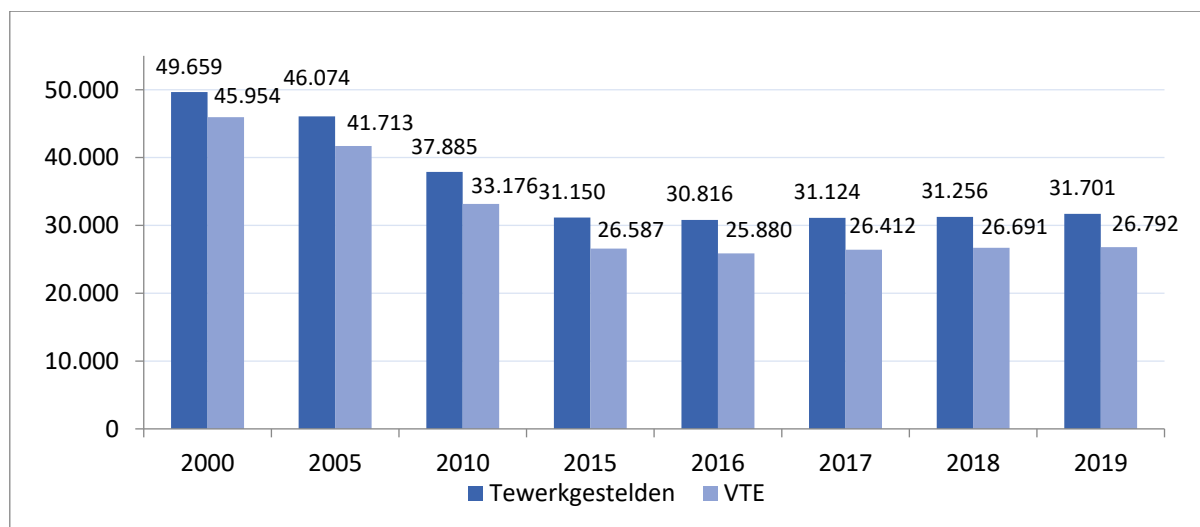
Bpost is nog steeds de grootste werkgever binnen de sector, maar niettemin is inmiddels één op vijf werknemers in de postale sector tewerkgesteld bij een alternatieve operator.

Naast deze eigen werknemers zijn er ook nog tijdelijke werknemers en zelfstandige tewerkstelling in onderaanneming in ruime mate aanwezig in de postale sector. Zo lag, bekeken op basis van onze enquête, het aantal tijdelijke werknemers op 30 juni 2019, op een totaal van circa 4.200 personen, oftewel ongeveer 1/3^e meer dan een jaar eerder. Bij de zelfstandige tewerkstelling in onderaanneming bedroeg het aantal ongeveer 6.150 personen, een toename van bijna 1/10^e. Rekening houdend hiermee zorgt de postale sector dus voor nog meer tewerkstelling, zijnde ook op indirecte wijze door tijdelijke werknemers en tewerkstelling in onderaanneming, dan wordt weergegeven via figuur 39.

³⁶ We bekijken telkens de situatie op 30 juni, zodoende einde tweede kwartaal, van het betreffende jaar, omdat de tewerkstelling op dat tijdstip typisch het minst gevoelig is voor seizoensschommelingen.

³⁷ Om de effectief gepresteerde arbeid zo goed mogelijk weer te geven, gaat het hierbij om voltijdse equivalenten exclusief gelijkgestelde dagen. Gelijkgestelde dagen zijn periodes, zoals onvrijwillige werkloosheid, arbeidsongeschiktheid, bevallingsrust en bruggpensioen, waarin niet werd gewerkt maar die toch meetellen in de berekening van de pensioenloopbaan.

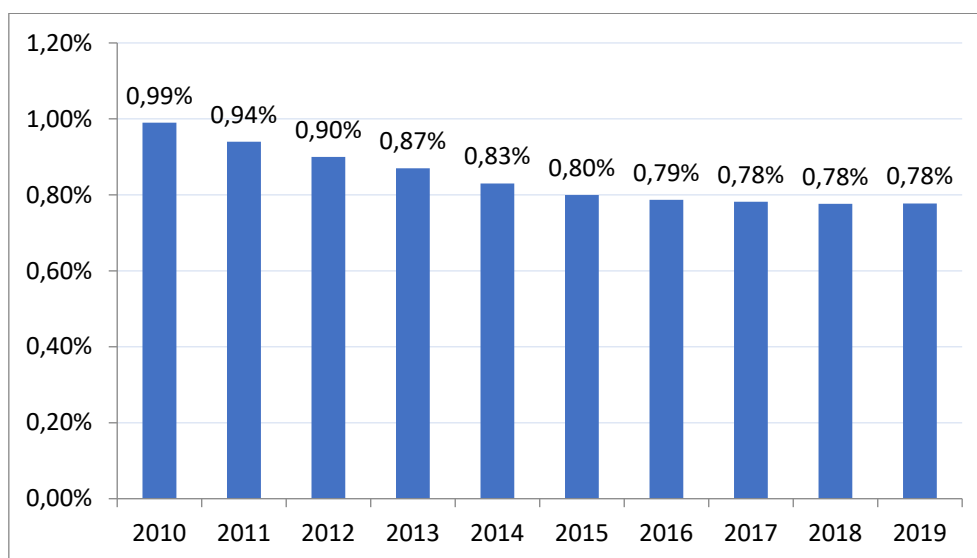
Figuur 38. Loontrekkende tewerkstelling in de postsector (N, vte)



Bron: RSZ

Bekeken ten opzichte van de totale tewerkstelling, zien we dat anno 2010 ongeveer 1% van alle werkenden op rechtstreekse wijze tewerkgesteld was in de postale sector. In 2019 was dit nog slechts 0,78%. De kentering vanaf 2017, waarbij de tewerkstelling in de postsector opnieuw steeg, kon deze coëfficiënt stilaan stabiliseren. De rechtstreekse tewerkstelling in de postale sector groeit nu in hetzelfde tempo als de totale tewerkstelling.

Figuur 39. Aandeel van de postsector in de totale tewerkstelling (%)

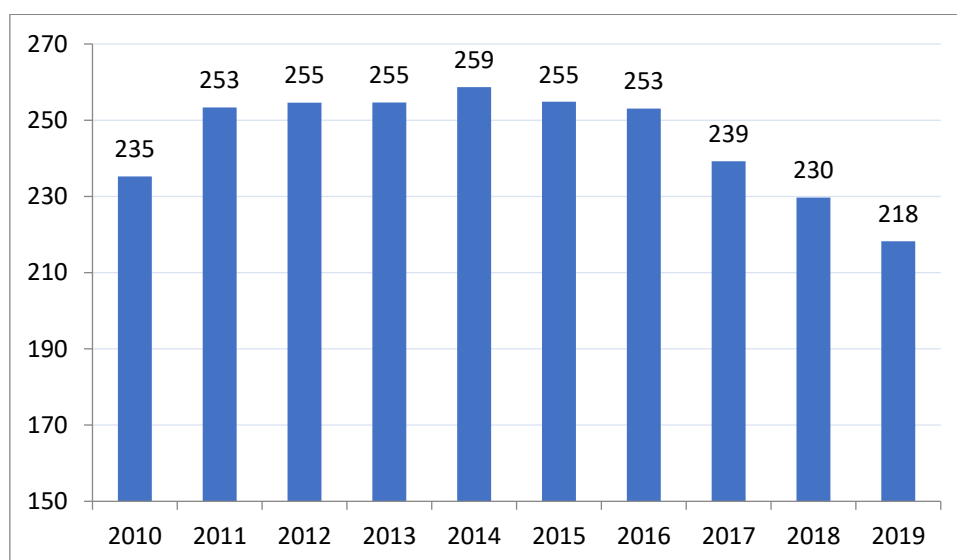


Bron: RSZ³⁸

³⁸ De gedecentraliseerde RSZ-data met betrekking tot de totale tewerkstelling zijn allesomvattend, en bevatten in dit geval ook gegevens komende van (het voormalige) RSZPPO en HVKS. De totale tewerkstelling wordt bekeken in termen van arbeidsplaatsen.

Het aantal poststukken per voltijdsequivalent in de postsector daalt sinds 2015 als gevolg van de afname van het aantal brievenpost en de toename van het aandeel pakketten inclusief verwerking, met name bezorging, meer handling per geleverde eenheid. Zo werden in 2019 218 zendingen (variërend van brieven tot pakketten, inclusief exprespostzendingen, kranten of tijdschriften) gemiddeld verwerkt per postmedewerker per kalenderdag, gedefinieerd in termen van voltijdse werkdagen (VTE). . Gemiddeld zijn dit 41 artikelen per dag minder dan in 2014.

Figuur 40. Gemiddeld aantal postale items per kalenderdag per vte in de postale sector (N)



Bron: RSZ en BIPT

5. Toegang tot de postdiensten

Naast een goede dertig sorteercentra en ongeveer tienmaal zoveel distributiecentra, hebben de postale operatoren in België ook een ruim netwerk aan toegangspunten voor de gebruikers. Allereerst geven we een sectoraal overzicht van deze toegangspunten, alvorens in te zoomen op het netwerk van de universeledienstverlener.

5.1 Sectoraal overzicht

5.1.1 Brievenbussen voor verzending

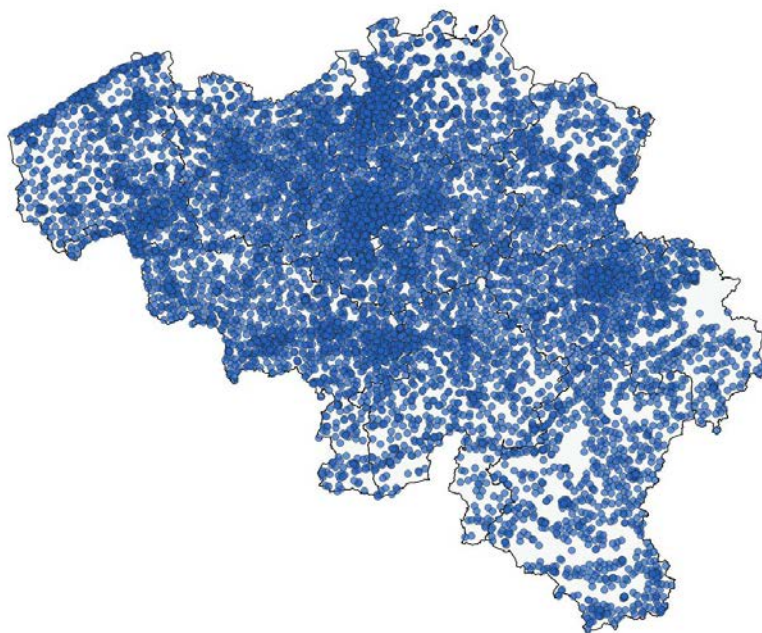
Brievenbussen voor verzending werden in België tot voor kort door zowel de universeledienstverlener bpost als licentiehouder TBC-Post beschikbaar gesteld aan de gebruikers. Echter staakte TBC-Post eind 2019 zijn activiteiten³⁹, zodat op onze momentopname van 31 december 2019 enkel nog de rode bussen⁴⁰ van bpost zichtbaar zijn. Aangezien ook bpost het aantal rode brievenbussen fors liet dalen

³⁹ L'Echo 14 December 2019: "TBC Post, le seul rival de bpost dans l'activité de courrier, depose le bilan".

⁴⁰ Sinds eind 2016 is bpost begonnen met de uitrol van nieuwe en beter beveiligde brievenbussen, welke een witte kleur hebben en voorzien zijn van een rood logo:
<https://www.tijd.be/ondernemen/diensten/bpost-zet-slot-op-2-500-rode-postbussen/9823665.html>

(zie ook sectie 5.2.1), telde ons land eind 2019 nog slechts 10.005 brievenbussen voor verzending. Een jaar eerder bedroeg dit aantal nog 12.597 in totaal, zijnde van oftewel bpost of TBC-Post. Eind 2019 is er gemiddeld nog één brievenbus per 3 km² of per 1.141 inwoners.

Figuur 41. Dichtheid van het netwerk van brievenbussen (van bpost) voor verzending (2019)



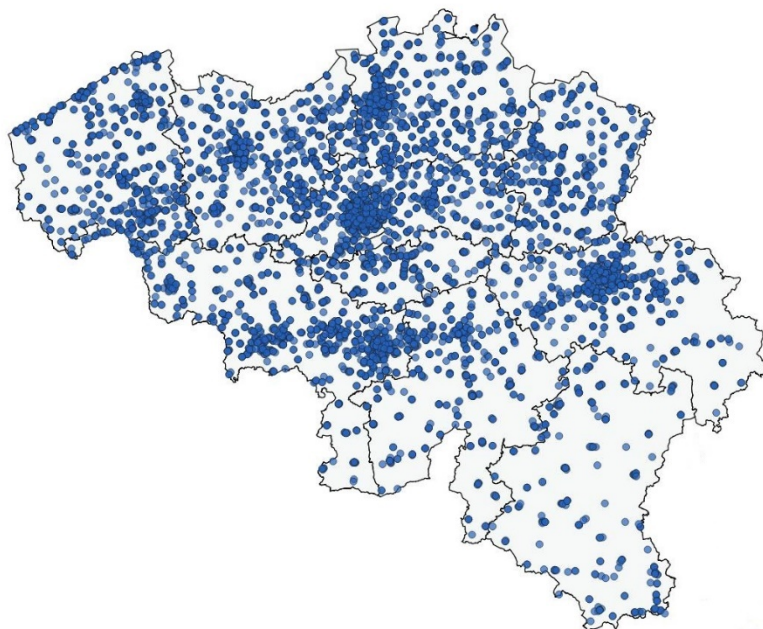
Bron: BIPT

5.1.2 Bemande punten

Het belang van bemande punten is de laatste jaren, sinds de ‘e-commerce boom’, flink toegenomen. Operatoren voelen zich immers genoodzaakt een netwerk van punten aan te bieden zodat postale gebruikers een pakket enerzijds kunnen afhalen en anderzijds kunnen binnenbrengen voor verzending of retour. Het hebben van een ruim netwerk aan bemande punten is dus niet langer beperkt tot de universeledienstverlener. In totaal hadden alle operatoren, eind 2019, samen 7.774 bemande punten, oftewel 40 stuks minder dan een jaar eerder. Het feit dat TBC-Post zijn activiteiten staakte heeft een verdere stijging van het aantal bemande punten in een daling omgebogen. Dit geeft in totaal gemiddeld één bemand punt per 4 km² of per 1.486 inwoners. Figuur 43 toont aan dat deze punten met name te vinden zijn in centrumsteden en dichter bevolkte gebieden. Hierbij dienen we weliswaar op te merken dat dezelfde locaties meermaals kunnen voorkomen. Het gebeurt immers dat bepaalde bemande punten, zoals krantenwinkels of benzinestations, voor meer dan één operator werken. Daarenboven stelt bijvoorbeeld bpost zijn netwerk van bemande punten ook open aan DHL Parcel.⁴¹

⁴¹ Voorheen deed Kariboo! dit eveneens voor PostNL, echter rolt PostNL sinds eind 2019 een eigen netwerk uit van inmiddels reeds goed 350 punten (op 26/09/2019): https://www.standaard.be/cnt/dmf20190926_04629899

Figuur 42. Dichtheid van het netwerk van bemande punten (2019)



Bron: BIPT

5.1.3 Pakketautomaten

Een trend die de afgelopen jaren de kop op stak zijn de pakketautomaten.⁴² Deze automaten, uitgerust met een aantal beveiligde kastjes, zijn doorgaans geïnstalleerd op drukke locaties en kunnen veelal 24/7 worden gebruikt voor de verzending en/of ontvangst van pakketten.

In België startte bpost in 2014 met de uitbouw van een netwerk van pakketautomaten, en dit zowel voor verzending als ontvangst van pakketten.⁴³ Twee jaar later nam bpost een meerderheidsbelang in De Buren, een Nederlands netwerk van pakketautomaten. Nadien werden de Belgische bpost-automaten, net als diegene in het buitenland, omgedoopt tot 'Cubee'. Cubee werd bovendien een open netwerk, waar ook andere operatoren gebruik van kunnen maken, zoals bijvoorbeeld GLS en DHL Parcel. Bpost stelde als doelstelling om het Belgische netwerk snel uit te breiden tot 450 "parcel lockers" tegen eind 2018.⁴⁴ Eind 2019 telde het echter 186 locaties met automaten. Deze worden trouwens inmiddels niet langer Cubee genoemd, maar simpelweg 'bpost pakjesautomaat'.

Naast bpost beschikte ook DHL Express over pakketautomaten, zij het enkel voor het verzenden van pakketten. Deze werden echter buiten gebruik gesteld eind 2019. Daarnaast, en buiten de scope van dit observatorium, zijn er tevens ook operator-onafhankelijke initiatieven zoals BringMe⁴⁵, Facility

⁴² Deutsche Post DHL Group startte in 2001 met een proefproject "Packstations".

⁴³ Jaarverslag bpost 2014: <http://corporate.bpost.be/~media/Files/B/Bpost/annual-reports/ar-2014.PDF>

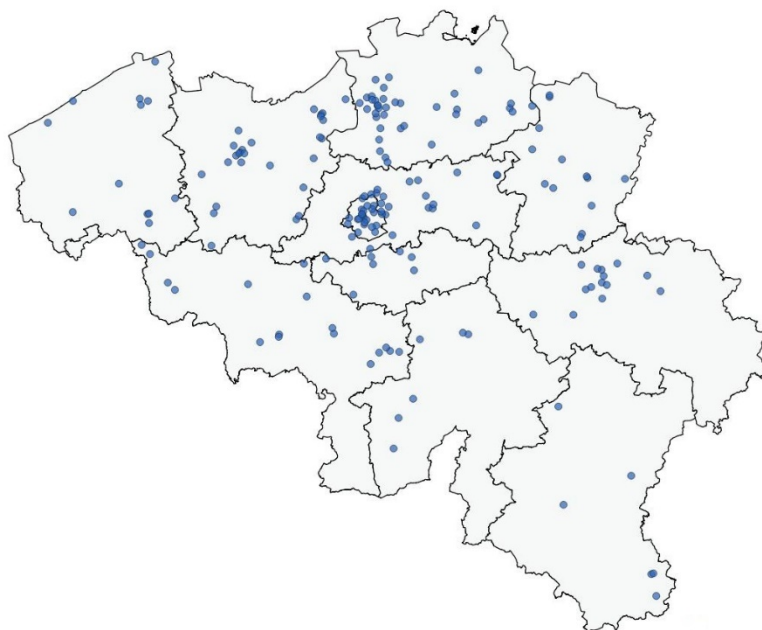
⁴⁴ Bpost press release (4 oktober 2017): http://corporate.bpost.be/media/press-releases/2017/04-10-2017?sc_lang=nl-BE

⁴⁵ <https://www.bringme.com>

Lockers⁴⁶ en ParcelHome⁴⁷, die ervoor zorgen dat men thuis of op het werk een pakje in een pakketautomaat kan laten leveren.⁴⁸

Eind 2019 bedroeg het totale aantal pakketautomaten in België zodoende 186 stuks in totaal, oftewel 6 meer dan een jaar eerder. Gemiddeld gezien komt dit totaal neer op één pakketautomaat per 164 km² of per 61.361 inwoners. Figuur 44 toont dat pakketautomaten voornamelijk te vinden zijn in centrumsteden en dichter bevolkte gebieden.

Figuur 43. Dichtheid van het netwerk van pakketautomaten (bpost) (2019)



Bron: BIPT

5.2 Aanbieder van de universele postdienst (AUPD)

5.2.1 Toegangspunten tot de postdiensten

We nemen in deze sectie het netwerk aan brievenbussen, postkantoren en postwinkels van de universeledienstaanbieder bpost onder de loep.

Het voornaamste verschil tussen postkantoren en postwinkels⁴⁹ ligt in het feit dat de eerstgenoemde door een postoperator zelf worden beheerd, terwijl de laatstgenoemde geëxploiteerd worden door derden voor rekening van een postoperator.

⁴⁶ <http://www.facilitylockers.com/welcome.html>

⁴⁷ <https://www.parcelhome.com>

⁴⁸ Een andere trend is deze van de pakketbussen, welke eventueel gecombineerd kunnen worden met een brievenbus. Onder andere Renson biedt deze onder de naam e-Safe aan. <https://www.renson-outdoor.be/nl-be/tuinelement-overzicht/pakketbrievenbus>

⁴⁹ Bpost geeft de naam "PostPunten" aan zijn postwinkels.

Zowel de postwet als het 6e beheerscontract⁵⁰ stellen vereisten in verband met het netwerk van de universeledienst aanbieder. Artikel 16, § 1, 1°, van de wet van 26 januari 2018 betreffende de postdiensten, stelt dat in elke gemeente van het Rijk, met inbegrip van de gefusioneerde gemeenten die op 31 december 1971 een afzonderlijke bestuurlijke eenheid vormden, zich ten minste één toegangspunt dient te bevinden voor het deponeren van postzendingen. Het 6e beheerscontract gaat via artikel 10 verder en stelt onder andere dat er minimaal 1.300 postale-servicepunten, met minstens een basisassortiment, dienen te zijn tijdens de looptijd van het contract. Tevens dient bpost een minimum van 650 postkantoren te garanderen, minimaal één in elk van de 589 gemeenten⁵¹.

Anno 2019 kende het aantal toegangspunten van de universeledienstverlener veelal slechts een beperkte daling, enkel aangaande de brievenbussen voor verzending was de reductie uitgesproken (-26,4%)⁵².

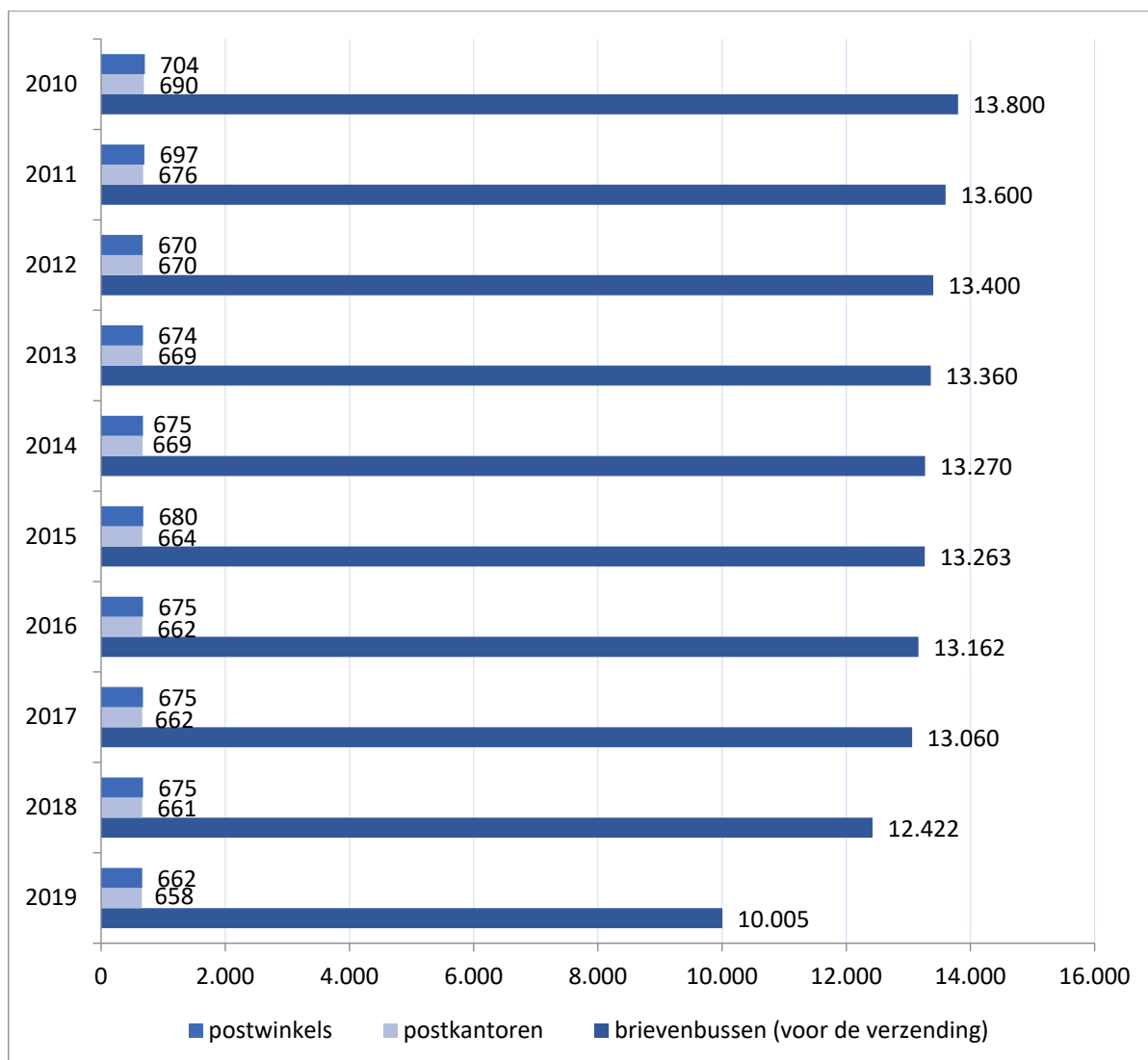
⁵⁰ Dit is een dienst van algemeen economisch belang, die deel uitmaakt van het 6e beheerscontract en waarvoor bpost een jaarlijkse vergoeding ontvangt. Volgens de federale begroting, initiële kredieten 2019, bedroeg de geraamde betaling aangaande het 6e beheerscontract in totaal 100,181 miljoen euro in 2019.

⁵¹ Op 1 januari 2019 fuseerden 15 Vlaamse gemeenten met elkaar tot 7 nieuwe gemeenten waardoor er nog 581 gemeenten overblijven.

⁵² Begin 2019 heeft bpost het aantal rode brievenbussen echter sterk laten dalen:

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

Figuur 44. Aantal toegangspunten in het kader van de universeledienstverlening⁵³



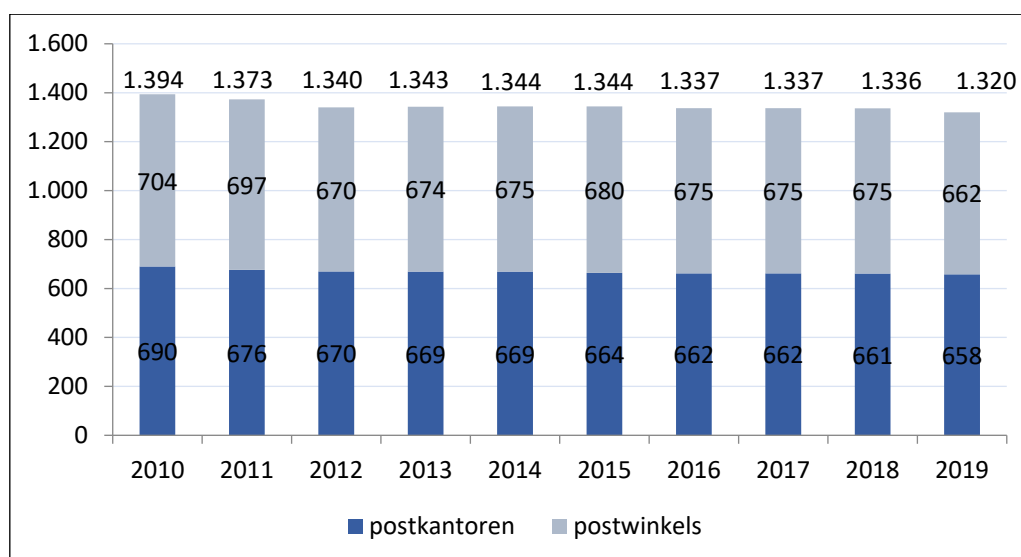
Bron: BIPT

5.2.2 Postale service-punten

In 2019 verstrekte de aanbieder van de universele postdienst (AUPD) postdiensten via 1.320 servicepunten (postkantoren of postwinkels) die gespreid zijn over het gehele Belgische grondgebied. Dit zijn 16 punten minder dan in 2018, of meer in detail 13 postkantoren en 3 postpunten minder. Ten opzichte van 2010 is er echter sprake van een duidelijke terugval met 74 servicepunten, waarvan 32 postkantoren en 42 postwinkels. Maar met 1.320 postale-servicepunten en meer specifiek 658 postkantoren zit bpost nog steeds boven de eerder aangehaalde vereisten.

⁵³ Het gaat hier enkel om de toegangspunten van de aanbieder van de universele dienst.

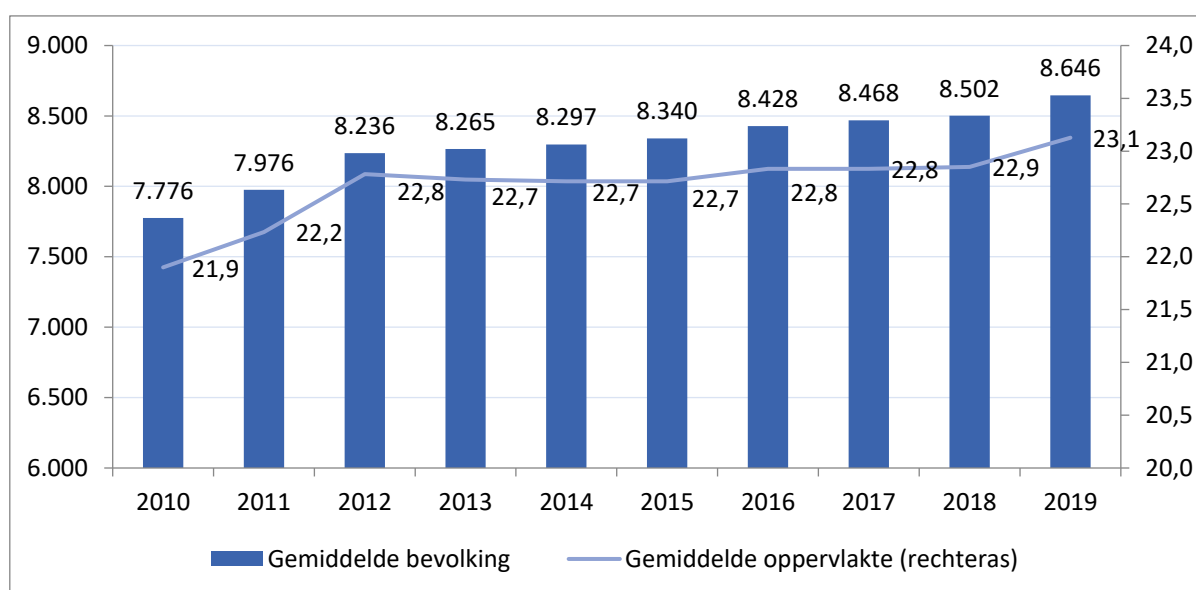
Figuur 45. Aantal postale-servicepunten (enkel AUPD)



Bron: BIPT

Door een stijging van de bevolking dient echter een kleiner wordend aantal postale-servicepunten logischerwijze steeds meer personen te bedienen; gemiddeld genomen was er anno 2019 één postale-servicepunt per 8.646 inwoners. Gemiddeld gezien moet elk postale-servicepunt nu 11,2% meer inwoners bedienen dan in 2010 het geval was. Een postale-servicepunt is gemiddeld verantwoordelijk voor de bediening van een gebied van 23,1 km². Bekeken vanuit Europees perspectief⁵⁴ zit België in de achterhoede van het Europese peloton aangaande het aantal postale-servicepunten per capita van de universeledienstverlener.

Figuur 46. Gemiddelde bevolking (N) en gemiddelde oppervlakte (km²) bediend per postale-servicepunt (enkel AUPD)



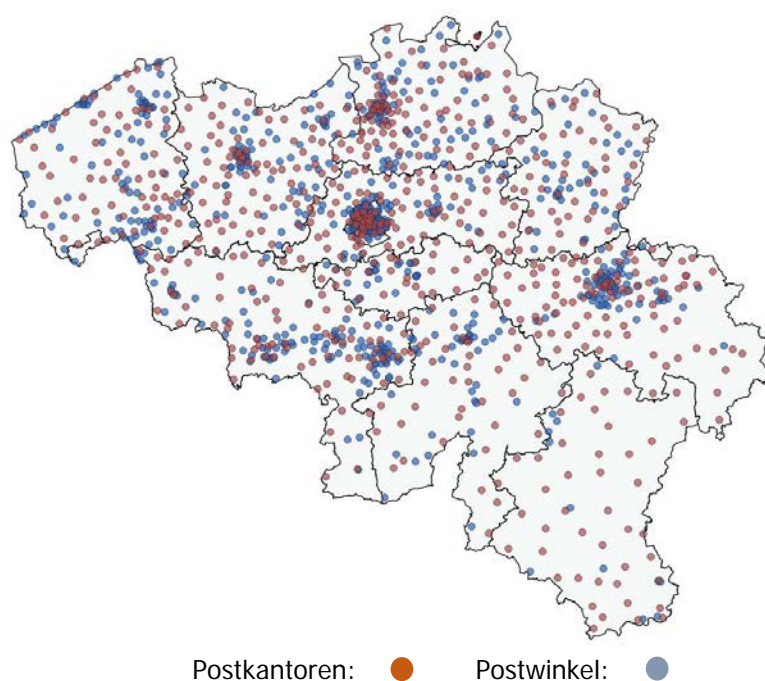
Bron: BIPT

⁵⁴ ERGP Report on core indicators for monitoring the European postal market, 17 December 2019

De geografische spreiding van postkantoren en postpunten wordt in detail weergegeven in figuur 48.

Alhoewel beide typen bemande punten ongeveer dezelfde aantallen kennen, is de spreiding ervan héél anders. Meer dan 60% van de postkantoren bevindt zich in semi-stedelijk of landelijk gebied; bij de postpunten daarentegen bevindt bijna 70% zich in zuiver stedelijk gebied. Het belang van postkantoren, en de verplichting van minimaal één kantoor per gemeente, in het kader van sociale cohesie, wordt daardoor duidelijk. Zeker in dunbevolkte regio's zoals de provincie Luxemburg is dat het geval.

Figuur 47. Verdeling postale-servicepunten anno 2019 (enkel AUPD)



Bron: BIPT

6 Dienstkwaliteit

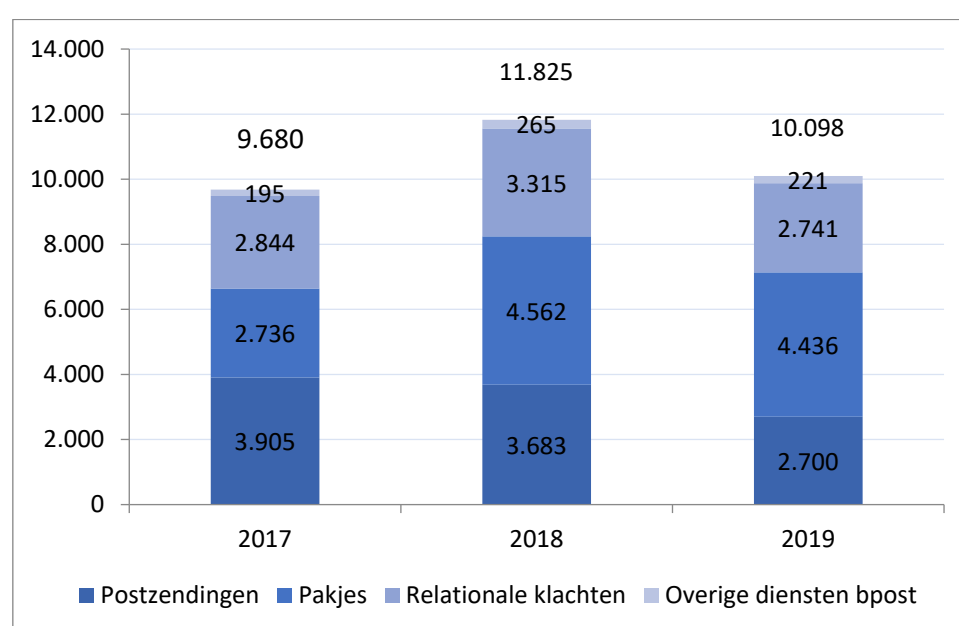
6.1 Tevredenheid van de gebruikers van postdiensten

In 2019 werden 10.098 ontvankelijke klachten ingediend bij de Ombudsdienst voor de postsector, oftewel 14,6% minder dan in 2018.⁵⁵ Van de ingediende klachten hield nog 26,7% verband met een 'postzending', waarmee de ombudsdienst brieven (gewone en aangetekende), facturen, tijdschriften en dagbladen aanduidt. De toename in e-commerce-activiteiten maakt dat reeds 43,9% van de klachten gelinkt was aan de verzending van pakketten, zijnde een stijging van 5,4 procentpunten ten opzichte

⁵⁵ Zie Jaarverslag ombudsdienst voor de postsector **2019**.

van 2018 en zelfs 15,7 procentpunten ten overstaande van 2017. 27,1% van de klachten waren daarentegen toe te schrijven aan de relatie tussen operator en klant. Elke ontvankelijke klacht is een uiting van ontevredenheid over de afhandeling van een klacht door het bedrijf. Bij de relationele klachten noteert de ombudsdienst expliciete of herhaalde meldingen van deze ontevredenheid over het verkregen antwoord of de voorgestelde oplossing van de operator in kwestie, de houding van medewerkers, enzovoort. De resterende klachten (2,2%) hebben betrekking op overige diensten van bpost (vooral ongeadresseerd drukwerk en financiële post) die onder de bevoegdheid van de Ombudsdienst voor de postsector vallen.

Figuur 48. Aantal ontvankelijke klachten ingediend bij de Ombudsdienst per onderwerp (2017-2019)



Bron: OMPS

6.2 Verzendingstermijnen van brievenpost

De kwaliteit van de binnenlandse prioritaire stukpostbriefwisseling (D+1)⁵⁶ in 2019 bedroeg 95,8%. Dat was het beste resultaat van de afgelopen tien jaren. De kwaliteit van de binnenlandse niet-prioritaire stukpostbriefwisseling (D+3⁵⁷) in 2019 is 99%. Sinds 1 januari 2019 werd er een nieuw distributiemodel ingevoerd door bpost: (i) prioritaire stukpostbriefwisseling (D+1) en (ii) niet-prioritaire stukpostbriefwisseling (D+3). Volgens bpost bedroegen de relatieve aandelen in volume voor prioritaire stukpostbriefwisseling (D+1) en niet-prioritaire stukpostbriefwisseling (D+3) in het jaar 2019 respectievelijk 15 % en 85 %. Het goede resultaat van 95,8 % in 2019 voor de binnenlandse prioritaire stukpostbriefwisseling (D+1) ligt deels aan de voorkeur van de consument voor de dienstverlening van

⁵⁶ Levering op de volgende werkdag (Dag+1)

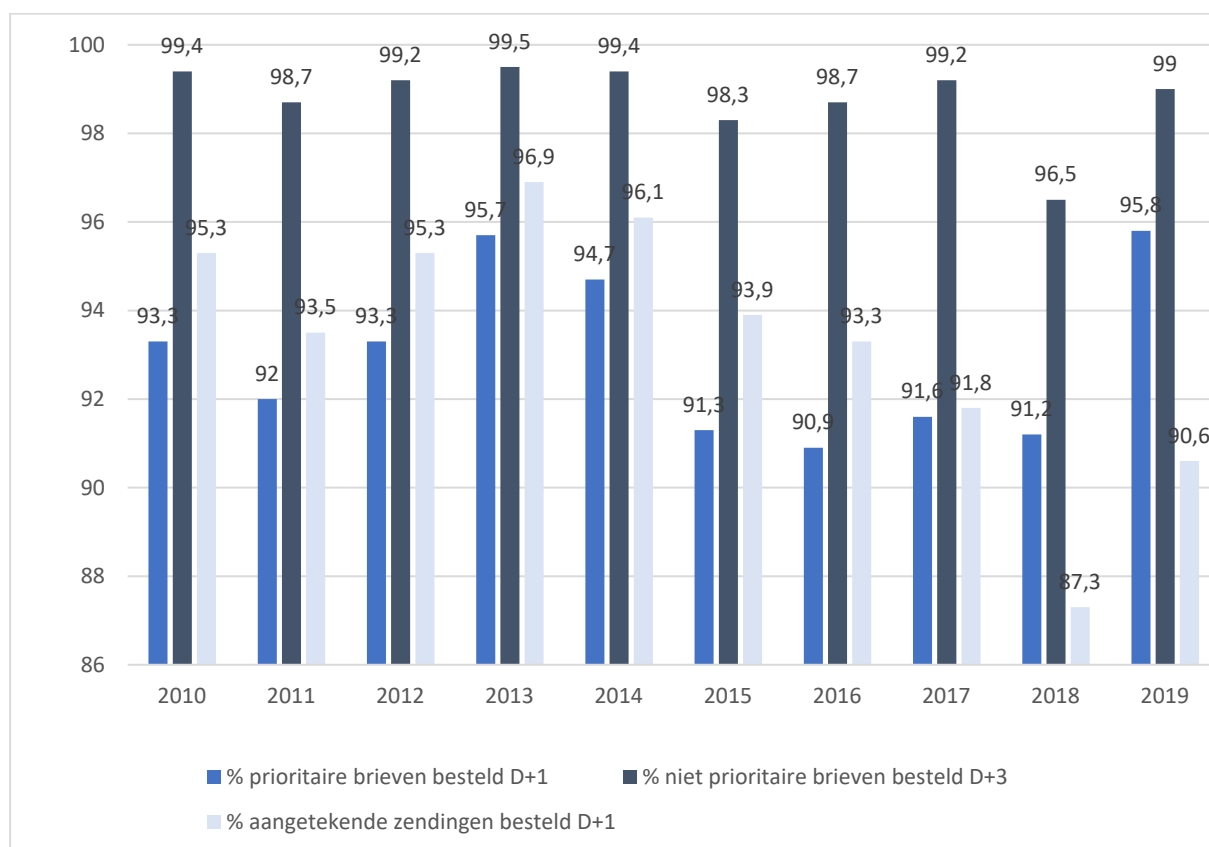
⁵⁷ Levering binnen de 3 werkdagen (Dag+3). Tot en met 31/12/2018 was de leveringstermijn 2 werkdagen voor de niet-prioritaire stukpostbriefwisseling.

niet-prioritaire stukpostbriefwisseling (D+3) waardoor de prioritaire stukpostbriefwisseling (D+1) vanaf 1 januari 2019 significant minder volume vertegenwoordigt dan ervoor.

Bpost is de verplichting nagekomen, die is opgelegd door artikel 34, 2°, a), van het KB van 11 januari 2006 tot toepassing van titel IV, om ten minste 93% van de binnenlandse prioritaire stukpostbriefwisseling te verzenden binnen een termijn van (D+1). In 2019 is namelijk 95,8% van dergelijke brievenpost op de bestemming toegekomen binnen (D+1). Er is dus geen noodzaak om een correctiemaatregel hieromtrent op te leggen aangezien de minimale verplichting van 93% behaald werd.

Het BIPT stelt echter ook vast dat twee van de volgende diensten die behoren tot de universele dienst de doelstelling niet heeft behaald die vastgesteld is in artikel 5 van het UDV⁵⁸-beheerscontract, namelijk van 95% op tijd verdeelde brievenpost: de binnenlandse aangetekende stukpostzendingen en de binnenkomende prioritaire grensoverschrijdende stukpostbrievenpost.

Figuur 49. Percentage Prior-brieven en aangetekende zendingen afgegeven op D+1 en D+3 (enkel AUPD)



Bron: BIPT

⁵⁸ UDV oftewel universele dienstverlening

MEDEDELING VAN DE RAAD VAN HET BIPT VAN 16 OKTOBER 2020 BETREFFENDE HET
OBSERVATORIUM VAN DE MARKT VOOR POSTACTIVITEITEN IN BELGIË VOOR 2019

Axel Desmedt
Lid van de Raad

Jack Hamande
Lid van de Raad

Luc Vanfleteren
Lid van de Raad

Michel Van Bellinghen
Voorzitter van de Raad