



Belgisch Instituut voor
postdiensten en telecommunicatie

**Mededeling van de Raad van het BIPT
van 21 november 2023
betreffende het observatorium van de markt voor
postactiviteiten in België voor 2022**

Inhoudsopgave

1. Samenvatting	4
2. De impact van de pandemie en sterke inflatie op de postale sector	6
3. Scope van het observatorium en structuur van de postmarkt in België	9
3.1. Structuur van de Belgische postmarkt	9
3.2. Operatoren bevestigd in het kader van het observatorium	10
4. Beschrijving van de Belgische markt voor de verstrekking van postdiensten van 2010 tot 2022 ..	15
4.1. Algemeen overzicht van de postmarkt	15
4.1.1. <i>Inkomsten</i>	15
4.1.2. <i>Marktconcentratie</i>	16
4.1.3. <i>Belang van de segmenten</i>	18
4.2. Focus op het brievenpostsegment	20
4.2.1. <i>Algemeen overzicht</i>	20
4.2.1.1. <i>Volumes</i>	20
4.2.1.2. <i>Inkomsten</i>	21
4.2.2. <i>Transactionele post</i>	22
4.2.2.1. <i>Volumes</i>	22
4.2.2.2. <i>Inkomsten</i>	25
4.2.2.3. <i>Kleingebruikerstarieven voor de prior van de aanbieder van de universele dienst</i>	27
4.2.3. <i>Geadresseerde reclamezendingen</i>	32
4.2.3.1. <i>Volumes</i>	32
4.2.3.2. <i>Inkomsten</i>	33
4.2.4. <i>Internationale post</i>	33
4.2.4.1. <i>Volumes</i>	33
4.2.4.2. <i>Inkomsten</i>	34
4.2.4.3. <i>Kleingebruikerstarieven van de aanbieder van de universele dienst</i>	35
4.3. Focus op het segment van de pakjes en exprezzendingen en op e-commerce	37
4.3.1. <i>Volume</i>	39
4.3.2. <i>Inkomsten</i>	41
4.3.3. <i>Impliciet tarief</i>	45
4.3.4. <i>Kleingebruikerstarieven</i>	46
4.4. Focus op het segment van de persdistributie aan de abonnees	48
4.4.1. <i>Volume</i>	48
4.4.2. <i>Inkomsten</i>	49
5. Investerings en tewerkstelling in postactiviteiten	51
5.1. Investerings in de postsector	51
5.2. Tewerkstelling in de postsector	53
6. Toegang tot de postdiensten	56
6.1. Sectoraal overzicht	56
6.1.1. <i>Brievenbussen voor verzending</i>	56
6.1.2. <i>Bemande punten</i>	57
6.1.3. <i>Pakketautomaten</i>	58
6.2. Aanbieder van de universele postdienst (AUPD)	61
6.2.1. <i>Toegangspunten tot de postdiensten</i>	61
6.2.2. <i>Postale service-punten</i>	63
7. Dienstkwaliteit & ecologische impact	65
7.1. Tevredenheid van de gebruikers van postdiensten	65
7.2. Verzendingstermijnen van brievenpost	66
7.3. Ecologische impact	66

Lijst van de figuren

<i>Figuur 1. Vergelijking van evolutie kwartaalvolumes 2020 vs. 2019, 2021 vs. 2020 en 2022 vs. 2021 (YoY)</i>	<i>7</i>
<i>Figuur 2. Segmentering van de postactiviteiten beschouwd in het kader van het observatorium</i>	<i>9</i>
<i>Figuur 3. De geografische gebieden waar de vergunningshouders voor brievenpost actief zijn (2023).....</i>	<i>13</i>
<i>Figuur 4. De voornaamste spelers op de Belgische markt voor de verstrekking van postdiensten (in 2023)</i>	<i>14</i>
<i>Figuur 5. Evolutie van de inkomsten van de postsector over de periode 2000-2022 (in miljoen euro).....</i>	<i>15</i>
<i>Figuur 6. Marktaandeel op basis van de omzet in de Belgische postsector in 2022 (%)</i>	<i>16</i>
<i>Figuur 7. Horizontale concentratie op basis van de omzet door middel van de HHI- en de C4-index.....</i>	<i>17</i>
<i>Figuur 8. Horizontale concentratie op basis van de volumes door middel van de HHI en de C4-index.....</i>	<i>18</i>
<i>Figuur 9. Aandeel van de verschillende segmenten in de omzet van de totale postsector in 2010 in vergelijking met 2022 (%).....</i>	<i>19</i>
<i>Figuur 10. Volume post per inwoner (N)</i>	<i>20</i>
<i>Figuur 11. Volume van de brievenpost (%).....</i>	<i>21</i>
<i>Figuur 12. Inkomsten in het brievenpostsegment (miljoen €).....</i>	<i>21</i>
<i>Figuur 13. Evolutie van de volumes van transactionele post</i>	<i>22</i>
<i>Figuur 14. Verdeling van de volumes van transactionele post (%) (2022)</i>	<i>23</i>
<i>Figuur 15. Evolutie van de volumes van aangetekende zendingen sedert 2010 (gecumuleerde groei).....</i>	<i>24</i>
<i>Figuur 16. Evolutie van de volumes van administratieve post sedert 2010 (gecumuleerde groei).....</i>	<i>24</i>
<i>Figuur 17. Verdeling van de volumes van transactionele post tussen stukpost en grote partijen post (%) (2010, 2021, 2022)</i>	<i>25</i>
<i>Figuur 18. Evolutie van de inkomsten uit transactionele post sedert 2010 (gecumuleerde groei) (%)</i>	<i>26</i>
<i>Figuur 19. Verdeling van de inkomsten uit transactionele post (%) (2010, 2021, 2022)</i>	<i>27</i>
<i>Figuur 20. Prijs van de dienst voor binnenlandse prior- en non-prior enkelstuk postzegel < 50 g (€).....</i>	<i>28</i>
<i>Figuur 21. Prijs van de dienst voor een binnenlandse standaardbrief in Europa (€) (Vermelde tarieven van 2023)</i>	
<i>Figuur 22. Prijzen uitgedrukt in koopkrachtpariteit (KKP) van de dienst voor een binnenlandse standaardbrief in Europa (€) (Vermelde tarieven van 2023)</i>	<i>31</i>
<i>Figuur 23. Evolutie van de volumes van geadresseerde reclame.....</i>	<i>32</i>
<i>Figuur 24. Evolutie van de inkomsten uit reclame (miljoen €)</i>	<i>33</i>
<i>Figuur 25. Evolutie van de volumes van internationale post</i>	<i>34</i>
<i>Figuur 26. Evolutie van de inkomsten uit internationale post (miljoen €).....</i>	<i>35</i>
<i>Figuur 27. Prijs van de dienst voor een intra-Europese standaardbrief in Europa (in nominale waarde) (€) (Vermelde tarieven van 2023)</i>	<i>36</i>
<i>Figuur 28. Verhouding pakketten versus expreszendingen in termen van volume en omzet (2022)</i>	<i>37</i>
<i>Figuur 29. Verhouding B2X, C2X en retours in termen van volume en omzet (2022)</i>	<i>38</i>
<i>Figuur 30. Verhouding levering op adres, bemand postaal punt en pakket automaat (2022)</i>	<i>39</i>
<i>Figuur 31. Evolutie van het volume expresdiensten en pakjes in totaal (in miljoen stuks) en per inwoner (per stuk) per jaar.....</i>	<i>40</i>
<i>Figuur 32. Verdeling van het volume aan pakket- en expresdiensten volgens binnenlandse, uitgaande internationale en binnenkomende internationale zendingen (2022).....</i>	<i>40</i>
<i>Figuur 33. Vergelijking van evolutie kwartaalvolumes binnenlands, internationaal outbound en internationaal inbound 2020 vs 2019, 2021 vs 2020 en 2022 vs 2021 (YoY).....</i>	<i>41</i>

<i>Figuur 34. Evolutie van de omzet in het segment van de expresdiensten en pakjes (miljoen €) en per inwoner (€) per jaar.....</i>	<i>42</i>
<i>Figuur 35. Marktaandeel op basis van de omzet in het segment van de expreszendingen en pakjes (2022) (%)</i>	<i>43</i>
<i>Figuur 36. Marktaandeel op basis van het volume in het segment van de expreszendingen en pakjes (2022) (%)</i>	<i>44</i>
<i>Figuur 37. Marktaandeel op basis van het volume in het segment van de binnenlandse en internationaal binnenkomende expreszendingen en pakjes (2022) (%)</i>	<i>45</i>
<i>Figuur 38. Impliciet tarief binnen het segment van pakket- en expreszendingen (2010-2022)(€).....</i>	<i>46</i>
<i>Figuur 39. Tarieven voor een binnenlands 2kg pakket (2023, euro)</i>	<i>47</i>
<i>Figuur 40. Tarieven voor een 2kg pakket naar Nederland (2023, euro)</i>	<i>47</i>
<i>Figuur 41. Evolutie van de volumes in het segment van de persdistributie aan abonnees (miljoen eenheden) ...</i>	<i>49</i>
<i>Figuur 42. Evolutie van de inkomsten in het segment van de persdistributie aan abonnees (miljoen EUR).....</i>	<i>50</i>
<i>Figuur 43. Investeringen in de postsector (miljoen EUR).....</i>	<i>52</i>
<i>Figuur 44. Investeringen ten overstaan van omzet in de postsector (%)</i>	<i>52</i>
<i>Figuur 45. Loontrekkende tewerkstelling in de postsector (N, vte).....</i>	<i>54</i>
<i>Figuur 46. Aandeel van de postsector in de totale tewerkstelling (%)</i>	<i>54</i>
<i>Figuur 47. Gemiddeld aantal postale items per kalenderdag per vte in de postale sector (N)</i>	<i>55</i>
<i>Figuur 48. Dichtheid van het netwerk van brievenbussen (van bpost) voor verzending (2022)</i>	<i>57</i>
<i>Figuur 49. Dichtheid van het netwerk van bemande punten (2022).....</i>	<i>58</i>
<i>Figuur 50. Evolutie van het aantal pakketautomaten in België (2018-2022)</i>	<i>60</i>
<i>Figuur 51. Dichtheid van het netwerk van pakketautomaten (2022)</i>	<i>60</i>
<i>Figuur 52. Aantal toegangspunten in het kader van de universeledienstverlening</i>	<i>62</i>
<i>Figuur 53. Aantal postale-servicepunten (enkel AUPD)</i>	<i>63</i>
<i>Figuur 54. Gemiddelde bevolking (N) en gemiddelde oppervlakte (km2) bediend per postale-servicepunt (enkel AUPD).....</i>	<i>64</i>
<i>Figuur 55. Verdeling postale-servicepunten anno 2022 (enkel AUPD).....</i>	<i>64</i>
<i>Figuur 56. Aantal ontvankelijke klachten ingediend bij de Ombudsdienst per onderwerp (2017-2022)</i>	<i>65</i>
<i>Figuur 57. Percentage Prior-brieven en aangetekende zendingen afgegeven op D+1 en D+3 (enkel AUPD)</i>	<i>66</i>

1. Samenvatting

1. Sedert begin 2012 houdt het Belgisch Instituut voor postdiensten en telecommunicatie (BIPT) een observatorium bij van de markt voor postale activiteiten in België, vandaag de dag in het kader van de opdracht 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".
2. 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.
3. Deze editie, die een chronologische reeks van 2010 tot 2022 dekt, neemt de indicatoren over die in de vorige editie gepubliceerd zijn en legt bijkomende nadruk op duurzaamheid. De impact van de pandemie op de postale sector was dusdanig groot dat we sinds de twee vorige edities hier een aparte sectie aan hebben gewijd en de thematiek in de diverse onderdelen werden behandeld. Inmiddels kan hieraan de impact van de sterke inflatie die erop volgde worden toegevoegd. De groei van de postale markt liep, na twee jaren op rij met 'double digits', zijnde 10,5% in 2021 tegenover 16,2% in 2020, terug tot 0,6%. Hierdoor bereikt ze niettemin bijna 3,5 miljard euro (3,48 miljard om precies te zijn). Die -beperkte- groei blijft uiteraard toe te schrijven aan het segment van de pakjes en van expres, dat binnen de postale markt steeds meer gewicht krijgt door de opvallende vooruitgang van e-commerce.
4. Ondanks een vermindering van de concentratie blijft de Belgische postale markt anno 2022 in sterke mate geconcentreerd. Bpost, dat actief is in alle postale segmenten, heeft op zichzelf een marktaandeel van meer dan 50%, een cijfer dat daalt sedert 2010, toen het marktaandeel van bpost nog meer dan 70% bedroeg. De vier voornaamste aanbieders (bpost, UPS, DPD en GLS) hebben in termen van omzet, een nog hoog gemeenschappelijk marktaandeel van 79%. In 2010 bedroeg dat marktaandeel 92%.
5. Het segment van de pakjes en expreszendingen vertegenwoordigde 66% van de omzet in de sector in 2022, tegenover 65% in 2021 en 62% in 2020. In 2010 was dat nog maar 20%. De brievenpost, inclusief geadresseerde reclamezendingen, vertegenwoordigde nog 31% van de totale omzet binnen de postsector in 2022 tegenover 74% in 2010. Het segment van de persdistributie bij de abonnees thuis heeft 3% van de inkomsten gegenereerd.
6. Tussen 2021 en 2022 is het volume brievenpost per inwoner gedaald met 7,9%. Het volume brievenpost heeft 93 eenheden per inwoner op jaarbasis bereikt en is zo voor het eerst onder de grens van 100 items per inwoner per jaar gedoken. De bijbehorende omzet daalde minder sterk, met slechts 2,9% ten opzichte van 2021. Transactionele post vormt daarvan nog de grote meerderheid (63% in 2022), gevolgd door geadresseerde reclame met een aandeel van 29% en internationale post met 8%. De transactionele post is in 2022 in volume met 5,6% afgenomen, waarbij bulkzendingen het overgrote deel van de transactionele post uitmaken, 80% in 2022 tegenover 59% in 2010. Van de verschillende categorieën waaruit transactionele post bestaat, zijn bulkzendingen de enige categorie waarvan de omzet is gestegen ten opzichte van 2010. Na 2021, toen de volumes licht afnamen (-0,9%) en de omzet licht steeg

(+4,4%), volgt er een verdere daling aangaande geadresseerde reclame in 2022, met 8,8% in volumes en 7,8% in omzet. De volumes van internationale post blijven tevens dalen, met 19,3%, ook de omzet in dit segment kende een daling in 2022, met 9,3%.¹ Het volume van grote partijen post daalt anno 2022 met 3%, maar de bijbehorende inkomsten stijgen met 3%.

7. Wat betreft het segment van de pakket- en expreszendingen is het aantal zendingen tussen 2010 en 2022 vervijfvoudigd tot 362 miljoen stuks. In 2022 was er echter voor het eerst in onze trendreeks sprake van een volumedaling, met een negatieve groei van 0,6%. Dit staat in schril contrast met de groei van 8,6% uit 2021 en uiteraard nog meer met de recordstijging van liefst 44,5% uit 2020. Bekeken per capita wordt er inmiddels gemiddeld bijna om de 11 dagen een pakket verzonden. In 2022 had 39% van het totaal aantal pakket- en expresdiensten betrekking op binnenlandse zendingen. In 26% van de gevallen ging het om uitgaande internationale zendingen. De overige 34% betrof binnenkomende internationale zendingen. Tussen 2021 en 2022 namen de inkomsten binnen het segment van de pakket- en expreszendingen niettemin toe met 3,9% en bereikten in totaal 2,12 miljard euro. Ook binnen dit segment heeft bpost het grootste marktaandeel, en dit zowel in termen van omzet (20-30%) als volume (30-40%). Op basis van de antwoorden van 12 operatoren uit onze enquête zien we dat circa 87% van het volume aan pakket en expresdiensten in 2022 verzonden werd door een professionele gebruiker (B2X aldus). In ongeveer 8% van de gevallen ging het om een particulier die een pakket verzond (C2X), in de resterende gevallen (circa 4%) ging het om retourzendingen. Aangaande de leveringsmodaliteiten, zien we anno 2022 op basis van de antwoorden van 10 operatoren uit onze enquête, dat ongeveer 77% van alle verzonden pakketten en expreszendingen aan huis of op adres worden geleverd. Bemande postale punten zijn goed voor circa 22%, terwijl pakketautomaten circa 2% van het volume ontvangen. De levering op een andere locatie dan aan huis lijkt aldus in beperkte mate aan belang te winnen.
8. Het volume aan bedeelde pers is wederom gedaald in 2022, met 6,8%, de sterkste daling die we tot op heden hieromtrent hebben vastgesteld. Ook de inkomsten daalden sterker dan voorheen, met 4,9% inmiddels. In totaal spreken we niettemin nog steeds over 388 miljoen bedeelde kranten en magazines en een daarmee samenhangende omzet van 105 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.
9. In vergelijking met 2021 ligt het niveau van investeringen anno 2022, 2,3% hoger, met in totaal 222 miljoen euro. Het gaat niettemin om het hoogste bedrag dat sedert 2010 is vastgesteld, destijds lag de investeringsomvang op slechts 76 miljoen euro. Tal van operatoren zijn de voorbije jaren immers hun capaciteit met betrekking tot de sortering en distributie van pakketten alsook aangaande infrastructuur zoals pakketautomaten aan het uitbreiden. Parallel daarmee zien we voor het zesde jaar op rij qua tewerkstelling een stijging in de postsector, met +0,9% in 2022, een beperktere groei dan in 2021 (toen met 3,5%).

¹ De omvang van deze dalingen wordt gedeeltelijk verklaard door het verdwijnen van G3 Worldwide, dat voorheen volumes en inkomsten boekte in het segment internationale post.

2. De impact van de pandemie en sterke inflatie op de postale sector

10. In de vorige edities van ons observatorium hebben we via een analyse van de volumes van postzendingen tussen de verschillende kwartalen van de jaren 2019, 2020 en 2021, de aandacht kunnen vestigen op de verschillende veranderingen die de komst van COVID-19 heeft teweeggebracht op de Belgische postmarkt. De verschillende beperkingen die de overheden getroffen hebben in 2020 en 2021 moesten er immers voor zorgen dat de verspreiding van het virus werd tegengegaan, met name door de fysieke interacties te verminderen en niet-essentiële fysieke winkels tijdelijk te sluiten². Het resultaat van deze situatie was dubbel.
11. Allereerst het brievenpostsegment waarvan de volumes daalden, met name door de sterke terugval van de reclamezendingen die tijdelijk geen bestaansreden meer hadden (en die zelfs tijdelijk verboden waren³) door de sluiting van sommige fysieke winkels. Anderzijds hebben die winkels zich moeten aanpassen om hun klanten te bereiken, met name via de e-commerce, door nog vaker een onlineverkoopstructuur op te zetten. Aan de consumentenzijde zijn er niet alleen meer mensen overgeschakeld op onlineaankopen, maar bij wie al onlineaankopen verrichte, is die gewoonte verder verankerd. Onlineaankopen strekken zich ook uit naar nieuwe soorten van levensnoodzakelijke producten (zogenaamde "consumptiegoederen voor dagelijks gebruik") en anderzijds artikelen van ongewone omvang of ongewoon gewicht⁴. Dat alles heeft McKinsey ertoe gebracht te stellen dat we op enkele dagen tijd een decennium vooruit zijn gegaan wat het omarmen van onlineaankopen betreft, ofwel 10 jaar in slechts 8 weken.⁵
12. Figuur 1 die de driemaandelijks evolutie tussen 2019, 2020, 2021 en 2022 beschrijft, wijst nogmaals op die eerste in 2020 en 2021 waargenomen veranderingen en illustreert de situatie waarin de Belgische postmarkt zich in 2022 bevindt.
13. Tussen 2019 en 2020 kon er in het eerste kwartaal (Q1) een stijging met 12,3% worden waargenomen voor pakketten en expres en een daling van het brievenpostvolume met 10%. In Q2 zien we de gevolgen van de eerste lockdownperiode (die op 18 maart 2020 begon en tot begin juni 2020 duurde) ten volle kunnen vaststellen met een stijging van 50,9% van de pakket- en expresdiensten ten opzichte van het voorgaande jaar met daarentegen 15,5% minder brievenpost. Na een gematigder Q3 met +38,1% voor het pakjesvolume en het volume expresdiensten en -5,8% voor de brievenpost, stelden we in Q4 een opflakking vast door de tweede lockdown (vanaf 30 oktober 2020). Met name voor het volume van pakket- en expresdiensten, dat met liefst 58% steeg ten opzichte van het vierde kwartaal van 2019. Een

² 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/> (bezoekt op 16 december 2020)

³ 19 maart 2020: "Promotieacties worden verboden: corona gaat winkelen duurder maken" https://www.hbvl.be/cnt/dmf20200318_04894368

⁴ Bpost, de leverancier van de USO in België, verklaarde dat het ook tijdens de eerste periode van lockdown in België goederen zoals cement leverde.

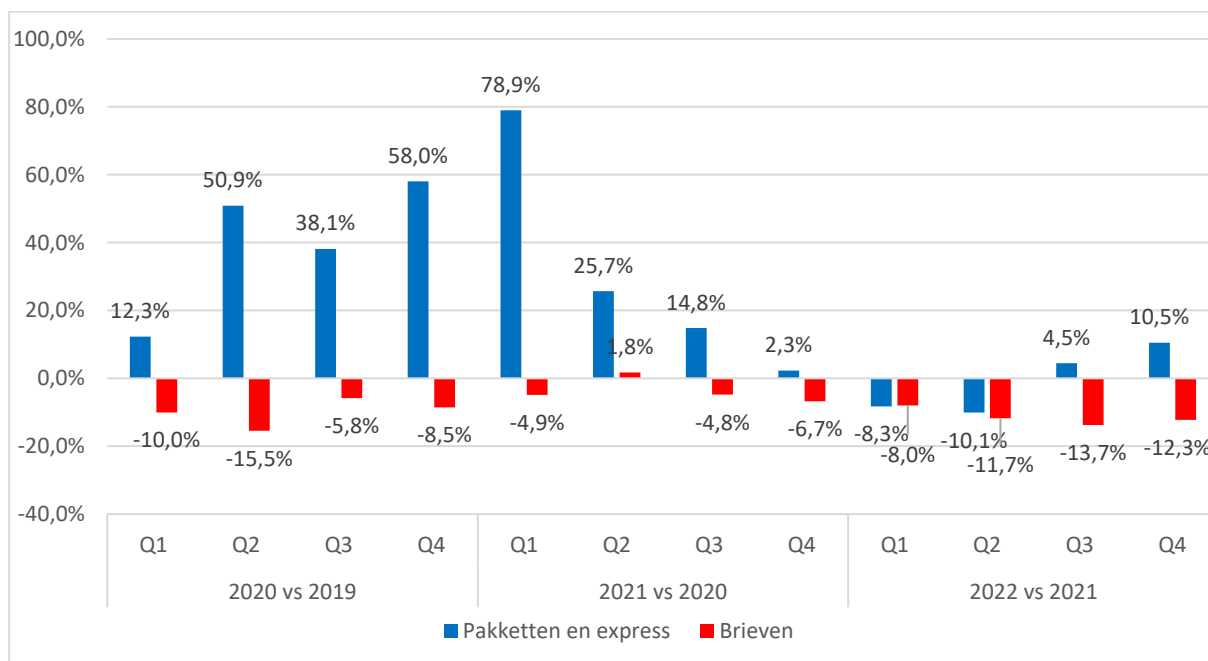
De Standaard 4 mei 2020: https://www.standaard.be/cnt/dmf20200430_04941196 (bezoekt op 16 december 2020)

⁵ 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 (bezoekt op 16 december 2020)

opmerkelijke evolutie, zeker als je in het achterhoofd houdt dat het vierde kwartaal van 2019 ook een hoog volume liet optekenen door de typische piek op het einde van het jaar.

14. Vervolgens is voor de driemaandelijke vergelijking tussen 2020 en 2021 de impact van de toename van de pakketten voor het eerste kwartaal (Q1) groot gebleven, in lijn met de stijgingen van de drie voorgaande kwartalen. Wat niet onlogisch is aangezien de eerste lockdownperiode (vanaf 18 maart 2020) in het eerste kwartaal van 2020 (het kwartaal waarmee vergeleken wordt) bijna geen effect heeft gehad. We kunnen dus een grote toename van de pakketten vaststellen in vergelijking met het eerste kwartaal van 2020 (78,9%) en een daling van de brievenpost (-4,9%). De volgende drie kwartalen volgen op de stijgingen die we zagen in de eerste kwartalen van COVID-19 en hebben dus eerder gematigde veranderingen gekend op het niveau van het segment van de pakketten en expres met respectievelijk 25,7% (Q2), 14,8% (Q3) en 2,3% (Q4). Het brievenpostsegment kende dan weer een lichte stijging in Q2 voordat het in Q3 (-4,8%) en in Q4 (-6,7%) opnieuw daalde.
15. De kwartaalvergelijking tussen 2021 en 2022 laat daarentegen beperktere schommelingen zien dan in 2021. De verschillende kwartalen voor pakket- en expreszendingen laten niettemin dalingen zien van respectievelijk 8,3% en 10,1% voor de eerste twee kwartalen, gevolgd door stijgingen van 4,5% (Q3) en 10,5% (Q4) voor de volgende twee kwartalen. Het niveau van de jaarlijkse groei in het pakket- en expressegment vertraagt dus duidelijk ten opzichte van de stijgingen in de eerste kwartalen van de pandemie. De brievensector, met kwartaalvariaties in volume ten opzichte van 2021 in de orde van -8% (Q1), -11,7% (Q2), -13,7% (Q3) en -12,3% (Q4), zet zijn jaarlijkse daling voort.

Figuur 1. Vergelijking van evolutie kwartaalvolumes 2020 vs. 2019, 2021 vs. 2020 en 2022 vs. 2021 (YoY)



Bron: BIPT

16. Zo lijken, althans op korte termijn, de door de OESO⁶ geïdentificeerde gedragswijzigingen inzake onlineaankopen bevestigd te worden als we kijken naar de volumes van pakketten en expres. Zij tonen aan dat, wanneer we de laatste drie kwartalen van 2020 en 2021 vergelijken evenals de kwartaalcijfers van 2022, de "nieuwe" consumptiegewoonten bijna hetzelfde zijn gebleven als de gewoonten die de consumenten zich eigen hebben gemaakt tijdens de eerste drie kwartalen van de pandemie.

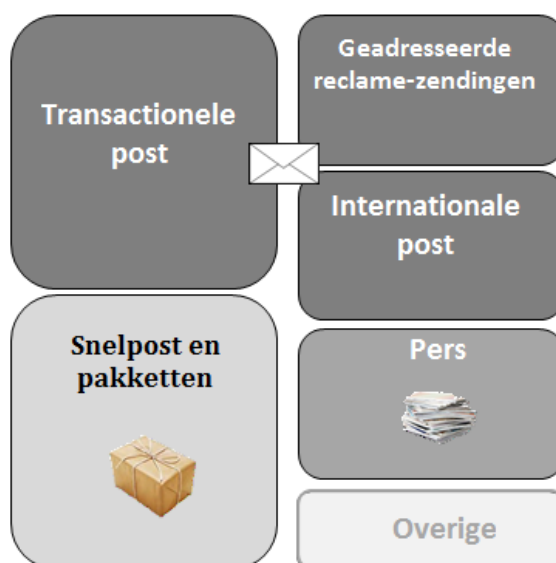
⁶ OESO: E-handel in de tijd van COVID-19
<http://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/e-commerce-in-the-time-of-covid-19-3a2b78e8/> (bezocht op 16 december 2020)

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

3.1. Structuur van de Belgische postmarkt

17. 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 2. Segmentering van de postactiviteiten beschouwd in het kader van het observatorium⁷



18. 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.
19. 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.

⁷ De inhoud van de categorie "transactionele post" wordt beschreven in punt 4.2.2.

3.2. Operatoren bevraagd in het kader van het observatorium

20. 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 24 ondernemingen bevraagd.
21. 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**⁸, **UPS**) aanwezig en actief in de sector van de pakjes en expresdiensten in België. Wat DHL betreft, maken zowel **DHL Express** als **DHL Parcel**⁹, dat sedert 2014 actief is op de Belgische markt, deel uit van dit observatorium. UPS Access Point werd samen met UPS onder één noemer (UPS/UPS Access Point) gebracht. Sedert medio 2016 heeft UPS de gehele integratie van het voormalige Kiala bewerkstelligd.
22. 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.
23. Zo maakt **DPD** deel uit van Geopost¹⁰, een dochter van de Franse groep La Poste, met het op één na grootste netwerk voor pakketleveringen in Europa. DPD werkt vanuit 1 hub¹¹ en 8 depots in België en Luxemburg.
24. **GLS**, dochteronderneming van de Britse historische operator Royal Mail, is gespecialiseerd in de distributie van pakjes. GLS verdeelt jaarlijks ongeveer 862 miljoen pakjes, met name in Europa, voor meer dan 230.000 klanten. Daartoe steunt het op 120 hubs, 1.600 depots en meer dan 22.000 werknemers.
25. **PostNL**, de historische operator en aanbieder van de universele dienst in Nederland, biedt eveneens pakjesdiensten, waaronder tevens farmaceutische zendingen, aan in België.
26. PostNL is in België ook aanwezig via zijn dochteronderneming **Mikropakket**, die gespecialiseerd is in de levering van (waardevolle) pakketten tot 15 kg met levering binnen 24 uur en die in de Benelux B2B- en B2C-diensten aanbiedt.
27. **G3 Worldwide**, dat in handen was van PostNL en voorheen actief was in het internationale zakelijke postsegment, werd in de loop van 2021 ontbonden.
28. **Mondial Relay**, dat voor particulieren ongeveer 140 miljoen pakjes per jaar verdeelt, van 0 tot 150 kg, en dat een netwerk bezit van 58.000 afhaalpunten in Europa, beschikt in België over een netwerk van 1400 afhaalpunten verspreid over het grondgebied. In 2021 raakte

⁸ De overname van TNT door FedEx is sinds 1 oktober 2022 volledig van kracht.

⁹ 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 In <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

¹⁰ GeoPost/DPDgroup werd in 2023 Geopost.. <https://www.geopost.com/fr/entreprise/>

¹¹ DPD versterkt zijn internationale positie met nieuwe hub in Vilvorde. <https://www.dpd.com/be/fr/news/dpd-renforce-sa-position-internationale-gr-ce-son-nouveau-hub-vilvorde/>

bekend dat het Poolse Inpost, bekend van zijn pakketautomaten in diverse Europese landen, Mondial Relay zou overnemen¹². Sinds kort biedt Mondial Relay ook het gebruik van hun eigen pakketautomaten aan in België.

29. **Belgium Parcels Service** is in België dan weer uitsluitend actief in het segment van binnenlandse pakketten.
30. Binnen het pakketsegment is sinds de eerste helft van 2021¹³ ook **Homerr** actief geworden in België (Vlaanderen en Waals-Brabant). Deze van origine Nederlandse operator heeft nu ook tal van punten in België. Homerr steunt met name op verzamelpunten en bestaande routes van logistieke dienstverleners, om zo de CO₂-uitstoot per pakket te drukken. Het opvallende bij deze dienstverlening is dat deze punten ook particulieren kunnen zijn, waardoor afhalen (ruim) na de kantooruren ook een mogelijkheid wordt.
31. **Colis Privé**, een onderneming die historisch gezien in Frankrijk actief is, heeft in 2021 ook haar intrede in België gedaan met de bouw van een logistiek centrum in Willebroek¹⁴ en is inmiddels dus actief in de levering van pakketten op het Belgische grondgebied.
32. Vanaf vorig jaar werden aldus Homerr en Colis Privé toegevoegd aan het observatorium. Ook Budbee, een Zweedse operator - die daarna ook actief werd in Denemarken, Finland en Nederland - streek in de loop van 2021 ook neer in ons land. De focus ligt op de levering van B2C-pakketten in parcel lockers, met name in Vlaanderen en Brussel. Eind oktober 2022 werd aangekondigd dat de Zweedse mededingingsautoriteit de aanvraag heeft goedgekeurd om de krachten te bundelen tussen Budbee en Instabox hieruit zou een nieuw bedrijf gevormd worden onder de naam **Instabee**¹⁵.
33. Het onlineverkoopplatform **Amazon** dat zich van een sorteercentrum in Antwerpen¹⁶ heeft voorzien en dat recent een Belgische versie van zijn onlineverkoopwebsite¹⁷ gelanceerd heeft maakt inmiddels eveneens deel uit van dit observatorium.
34. **Dynallogic**¹⁸ 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

¹² <https://www.property-forum.eu/news/inpost-acquires-mondial-relay-for-513-million/9234>

¹³ 20 april 2021: Homerr breidt uit naar Vlaanderen:

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

¹⁴ 22 oktober 2021: Franse pakjesdienst Colis Privé opent logistiek centrum in Willebroek https://www.nieuwsblad.be/cnt/dmf20211021_95540971

¹⁵ <https://budbee.com/wp-content/uploads/2022/10/instabee-is-officieel-.pdf>

Tevens werd op 10 november 2022 bekend dat Instabox Netherlands B.V., Red je Pakketje B.V. en dochterbedrijven hun activiteiten in Nederland zullen staken.

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

¹⁶¹⁷ februari 2022: Amazon opent eerste bezorgcentrum van België in Antwerpen <https://www.hln.be/binnenland/amazon-opent-eerste-bezorgcentrum-van-belgie-in-antwerpen-stadsbestuur-in-de-wolken-we-halen-een-echte-wereldspeler-in-huis~ad38a8ce/>

¹⁷ 18 oktober 2022: Amazon arriveert nu ook in België <https://techpulse.be/nieuws/348403/amazon-arriveert-nu-ook-in-belgie/>

¹⁸ 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.dynallogic.eu/nl/company/nieuws/bpost-en-dynagroup-bundelen-hun-krachten-en-logistieke-exper>

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.

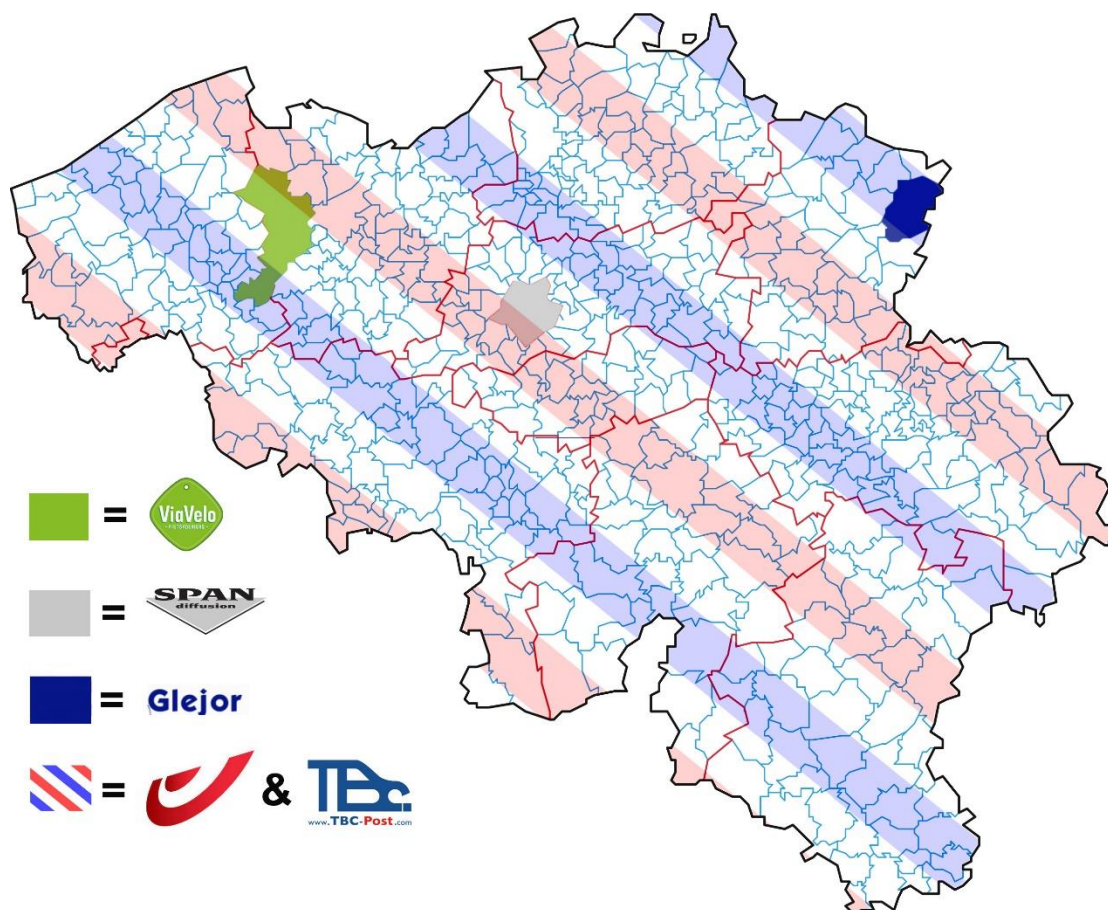
35. Een andere speler waarmee in het kader van dit observatorium rekening wordt gehouden voor het segment van de pakjes en exprezen is **Euro Sprinters**, dochteronderneming van bpost, met als specialisatie expres en logistiek.
36. Wat het perssegment betreft, verzorgt bpost nog tot 31 december 2023 de openbare dienst van vervroegde krantenbezorging (vóór 7.30 uur tijdens de week en 10 uur in het weekend). Deze vervroegde bezorging 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.
37. De tweede speler na bpost binnen het segment van de persdistributie is **PPP**. Dit bedrijf, dat via een management buy-out in 2015 loskwam van voormalig moederbedrijf Belgische Distributiedienst (BD), is vooral actief in de krantenbezorging in Brussel, Antwerpen en in beide Brabantse provincies.
38. **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** -dat een breed pallet biedt aan interstedelijke leveringsoplossingen - zou overnemen van bpost. De effectieve overname vond plaats met ingang van 1 januari 2020.
39. In het noorden van het land is ook **Vlaamse Post** actief in de bezorging van niet-geadresseerde post.
40. SPRL Net Express (bekend onder de handelsnaam **TBC-Post**) is opnieuw opgenomen in dit observatorium.¹⁹ TBC-Post was de eerste speler met vergunning die actief was in het segment van de brievenpost, dat voordien voorbehouden was aan bpost. Het bedrijf had evenwel eind 2019 zijn activiteiten stopgezet, waarna TBC-Post niet meer verscheen tot activiteiten onder een nieuwe vergunning van start gingen.
41. In de loop van 2019 kwamen er daarentegen twee nieuwe, lokale, spelers bij binnen het brievenpostsegment, namelijk **Glejor** en **Span Diffusion**. Vanaf 2020 zijn deze operatoren aldus aanwezig met data die het gehele jaar bestrijken.
42. **Glejor**, een onderneming die aanvankelijk gespecialiseerd was in de verdeling van niet-geadresseerde reclamefolders, heeft een vergunning gekregen om brievenpost te verdelen. De onderneming is van plan om in eerste instantie haar distributie te beperken tot Limburg en meer bepaald de gemeenten Dilsen-Stokkem (postnummer 3650) en Maaseik (postnummer 3680)²⁰.

¹⁹ Sinds 10/11/2020 is er weliswaar een licentie voor SPRL Net Express (dat werkt onder de handelsnaam "TBC Post").

²⁰ Mededeling betreffende de lijst van de aanbieders van postdiensten die houder zijn van een individuele vergunning <https://www.bipt.be/operators/publicatie/mededeling-betreffende-de-lijst-van-de-aanbieders-van-postdiensten-die-houder-zijn-van-een-individuele-vergunning-2023>

43. **Span Diffusion**, dat een vergunning heeft gekregen om geadresseerde reclame te verdelen, beperkt zich tot bezorging in Brussel.
44. In 2023 kreeg een vijfde operator een postvergunning van het BIPT²¹. Het gaat over Dimitri Ornelis, actief onder de handelsnaam **ViaVelo**. Deze onderneming beperkt haar diensten van brievenpostbezorging echter tot het grondgebied van de gemeenten Deinze, Zulte, Aalter en Waregem.
45. De geografische gebieden waar deze vergunningshouders voor brievenpost actief zijn, worden weergegeven in figuur 3 hieronder.

Figuur 3. De geografische gebieden waar de vergunningshouders voor brievenpost actief zijn (2023)



Bron: BIPT

46. 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 ON TIME logistics, die een algemene oplossing aanbieden, waarin zowel stadsopdrachten, postverwerking, expres als kaaiopdrachten begrepen zijn. In dergelijke gevallen werkt men echter veelal via 'sub contracting', wat tot dubbeltellingen zou leiden.

²¹ Idem.

Figuur 4. De voornaamste spelers op de Belgische markt voor de verstrekking van postdiensten (in 2023)

	Geadresseerde post	Pakjes/Expres	Reclamepost	Pers	Internationale post	Overige
Amazon Transport Belgium						
Belgische Distributiedienst*						
Belgium Parcels Service						
bpost						
CityDepot						
DHL Express						
DHL Parcel						
DPD (Belgium) N.V.						
Dynalogic						
Euro Sprinters						
FedEx Belgium						
Glejor						
GLS Belgium N.V.						
Homerr						
Instabee						
Kariboo						
Mikropakket						
Mondial Relay						
PostNL						
PPP						
Span Diffusion						
TBC-Post						
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.

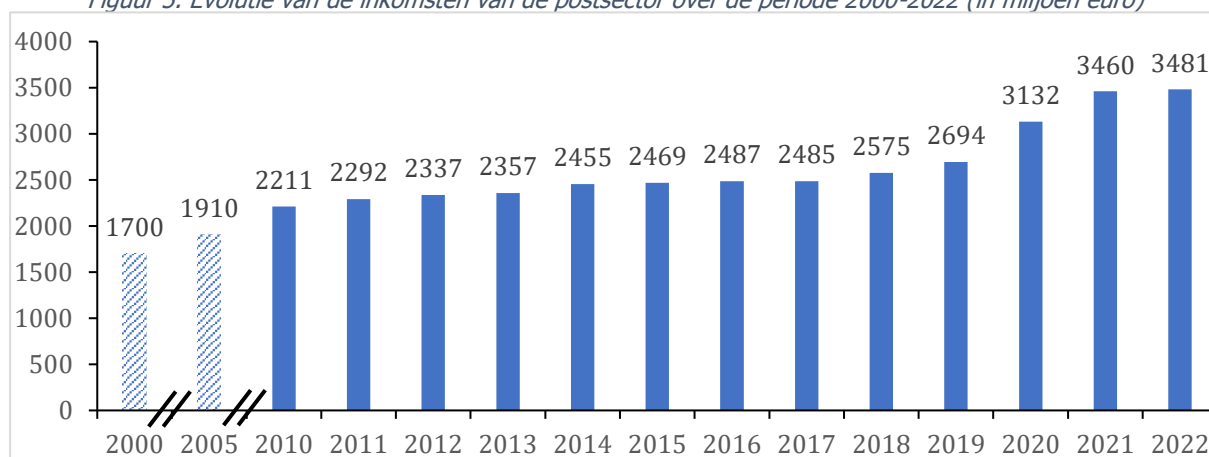
4. Beschrijving van de Belgische markt voor de verstrekking van postdiensten van 2010 tot 2022

4.1. Algemeen overzicht van de postmarkt

4.1.1. Inkomsten

47. De evolutie van de inkomsten²² die door de Belgische postsector worden gegenereerd, wordt weergegeven in figuur 5. Tussen 2010 en 2022 is ze 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 België²³.
48. De beschouwde postoperatoren vertegenwoordigden in 2022 een totaal van 3.481 miljard euro omzet in de postsector. Dat is een stijging met 0,6% ten opzichte van het voorgaande jaar. Na de grootste jaarlijkse stijgingen in de Belgische postsector ooit in 2020 (+16,2% ten opzichte van 2019) en 2021 (+10,5% ten opzichte van 2020), vertraagde de marktgroei tot een niveau dat dicht bij dat van 2016 lag (+0,7% ten opzichte van 2015). De stijging van de omzet van de sector ten opzichte van 2010 is 57,4%, wat gelijk staat aan een gemiddelde jaarlijkse groei (CAGR²⁴) van 3,9%.
49. Er zal in de hoofdstukken van dit verslag dieper ingegaan worden op de omzetcijfers van de verschillende deelsegmenten, namelijk de brievenpost, expres en pakketten en de persdistributie.

Figuur 5. Evolutie van de inkomsten van de postsector over de periode 2000-2022 (in miljoen euro)



Bronnen: NBB en BIPT

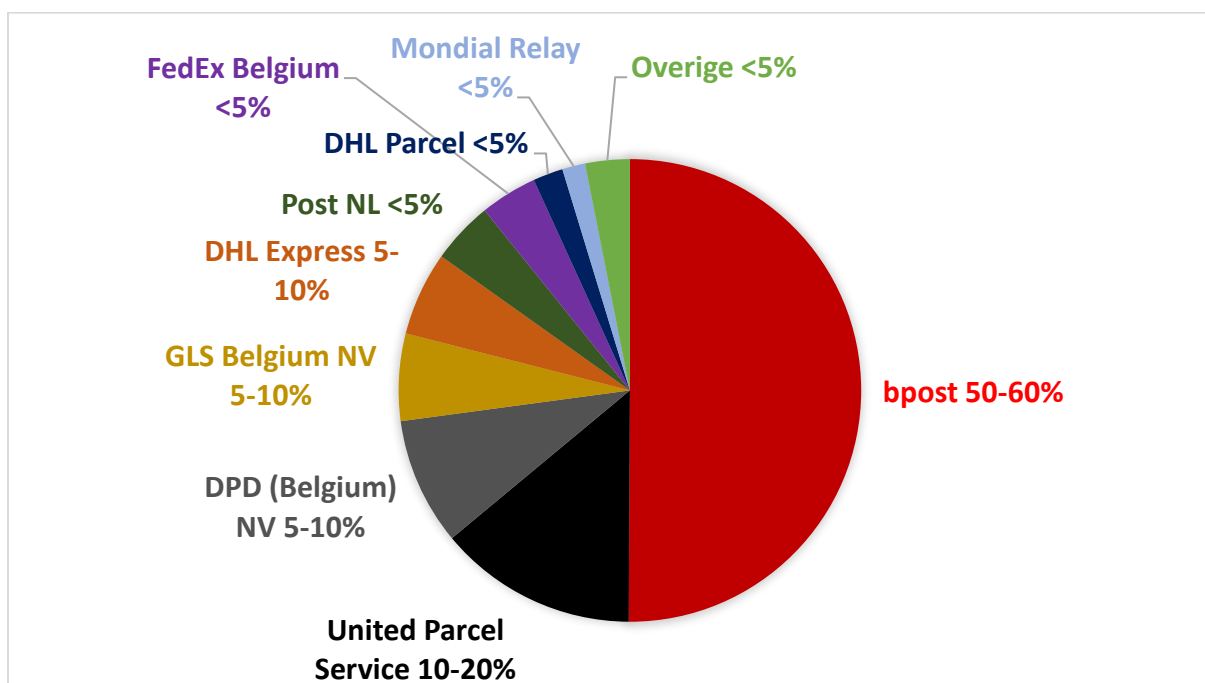
²² Inclusief (voor deze figuur) de transit en diensten met toegevoegde waarde, zoals ophaling aan huis, frankering voor de klant, tijdelijke bewaring van de post, verkoop van adressen, enz. De diensten die specifiek worden aangeboden door de routeurs en groepage-expediteurs vallen buiten het bestek van 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.

²³ De gemiddelde verhouding over de periode 2010-2017 tussen de sectoromzet voor postale activiteiten verkregen via de enquête van 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.

²⁴ Compound annual growth rate wordt ook wel "het gemiddelde jaarlijkse groeipercentage" genoemd.

50. Figuur 6 geeft de marktaandelen van de voornaamste spelers weer in termen van omzet. Deze spelers hebben in 2022 elk minstens 1% marktaandeel in de sector. Het grootste aandeel van de omzet in de sector is in handen van bpost (50-60%). Er zijn natuurlijk nog andere spelers en die onderscheiden zich van elkaar, vooral in het segment van de pakjes en van de expres, dat meer deelsegmenten omvat: binnenlandse zendingen, internationale zendingen, B2B, B2C, C2X²⁵. Zo is UPS de op een na grootste speler met tussen de 10 en 20% marktaandeel in de sector. DPD, GLS en DHL Express hebben tussen 5 en 10% marktaandeel. De overige vermelde spelers (PostNL, DHL Parcel, FedEx en Mondial Relay) alsook alle overige resterende spelers vertegenwoordigen elk minder dan 5% marktaandeel in de sector.
51. In 2022 staan 9 ondernemingen tussen de ondernemingen met minstens 1% van de omzet. Ter vergelijking: in 2010 waren er maar 6 ondernemingen die elk minstens 1% van de totale omzet in de sector hadden.

Figuur 6. Marktaandeel op basis van de omzet in de Belgische postsector in 2022 (%)



Bron: BIPT

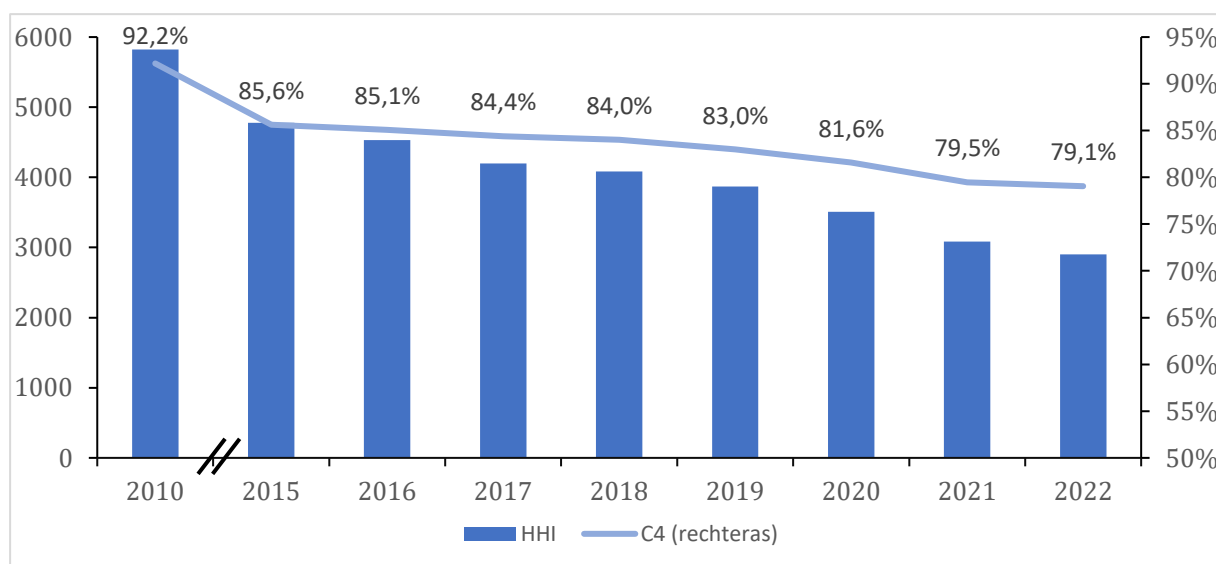
4.1.2. Marktconcentratie

52. Een markt is geconcentreerd wanneer een klein aantal spelers veel marktaandeel in handen hebben. Welnu, men kon in de vorige figuur al makkelijk zien dat de Belgische postmarkt zeer geconcentreerd is, net als het merendeel van de postmarkten in West-Europa.

²⁵ B2B, B2C en C2X staan respectievelijk voor "business to business" of handelsbetrekkingen tussen ondernemingen, "business to consumer" of handelsbetrekkingen van een onderneming met een consument en "consumer to any other party" of handelsbetrekkingen die uitgaan van een consument.

53. Figuur 7 beschrijft de evolutie van de marktconcentratie tussen 2010 en 2022 aan de hand van de C4- en de Herfindahl-Hirschmanindex (HHI). Deze twee indexen maken het, elk op een eigen manier, mogelijk om de marktconcentratie te meten. Zo geeft de C4-index het gecumuleerde marktaandeel weer in termen van omzet van de vier grootste aanbieders en is de HHI-index gebaseerd op de som van de kwadraten van de marktaandelen van alle marktspelers. Die laatste index is in een monopoliesituatie dus gelijk aan 10.000 en gaat omlaag wanneer het aantal spelers stijgt en de variantie in de marktaandelen afneemt.²⁶
54. Er is een belangrijke daling van beide indexen te zien tussen 2010 en 2022 (van 92,2% in 2010 naar 79,1% in 2022 voor de C4-index en een daling tot minder dan 3000 in 2022 voor de HHI-index). Desondanks blijft de Belgische postale markt anno 2022 in sterke mate geconcentreerd.

Figuur 7. Horizontale concentratie op basis van de omzet door middel van de HHI- en de C4-index

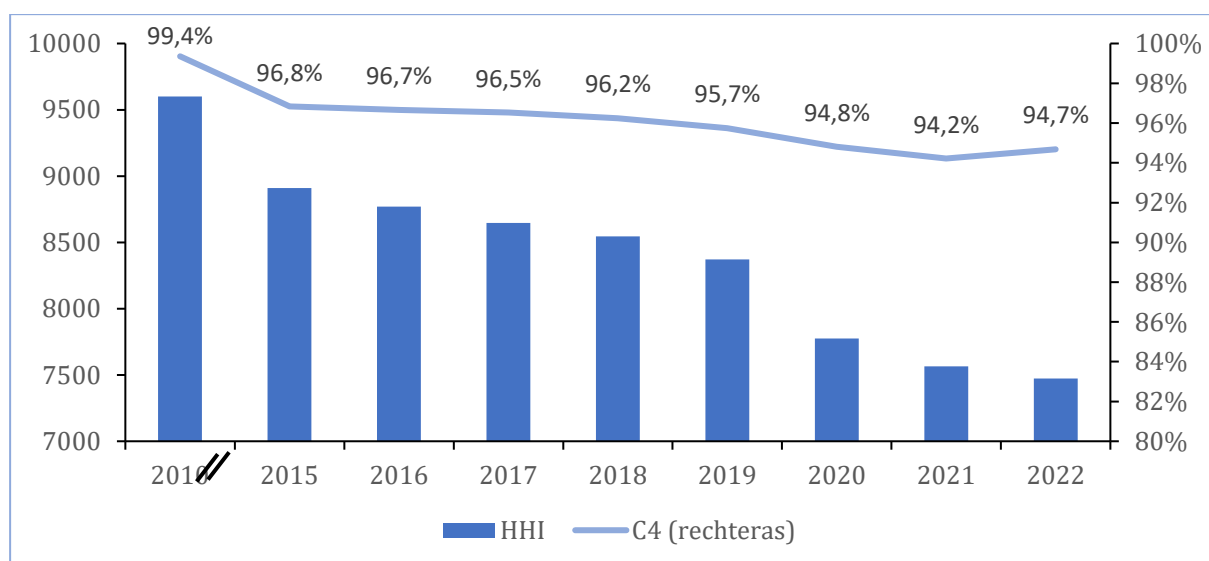


Bron: BIPT

55. Als naar de volumes wordt gekeken, stellen we vast dat de situatie nog kritischer is. Deze vaststelling komt door het feit dat bpost grote marktaandelen heeft in segmenten met hogere volumes en met een lagere eenheidsprijs (de brievenpost en de persdistributie). Welnu, deze twee segmenten vormen het grootste deel van de volumes.
56. De 4 grootste spelers bezitten dus 94,7% marktaandeel in volume in 2022, wat 4,7 procentpunten minder is dan 12 jaar eerder, maar wel 0,5 procentpunt hoger dan 2021. De HHI blijft eveneens, ondanks de daling in de loop van de jaren, erg hoog en beschrijft een erg geconcentreerde markt. Bekijken we de volumes, dan heeft geen enkele concurrent van bpost meer dan 4% marktaandeel in België.

²⁶ Een markt wordt als erg geconcentreerd beschouwd wanneer de index hoger is dan 2500. Tussen 1500 en 2500 is die slechts "beperkt geconcentreerd". Pas onder 1500 wordt van een markt gezegd dat er concurrentie heerst.

Figuur 8. Horizontale concentratie op basis van de volumes door middel van de HHI en de C4-index

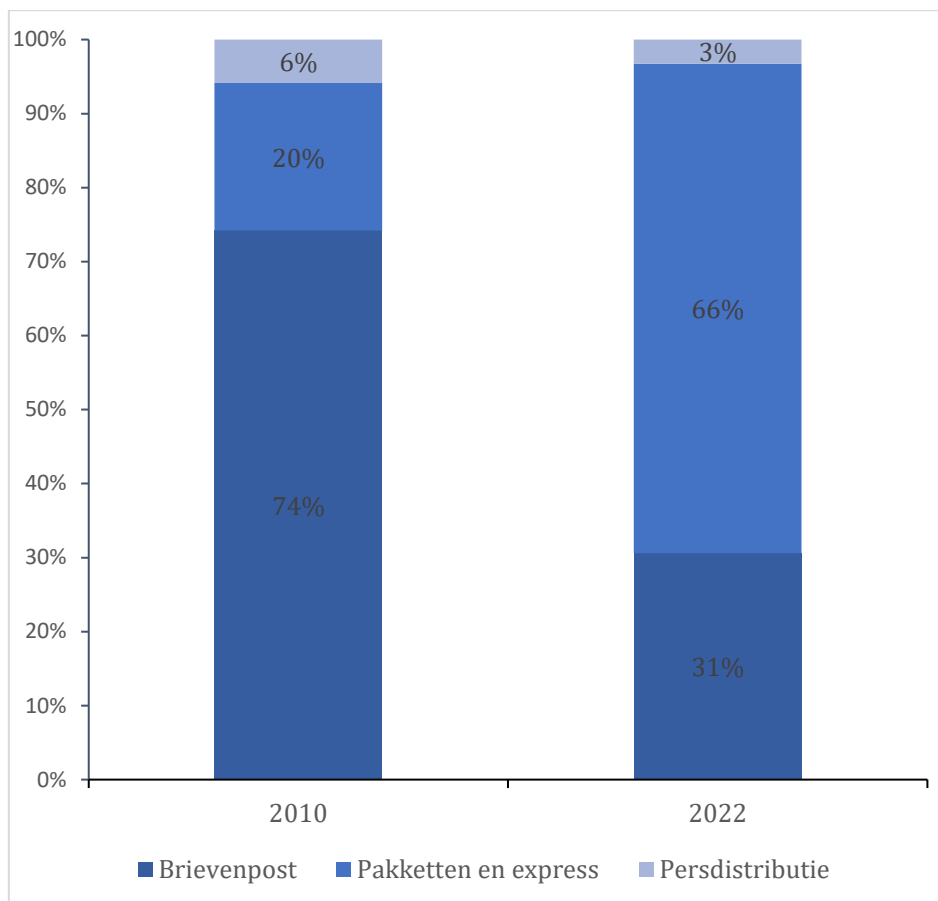


Bron: BIPT

4.1.3. Belang van de segmenten

57. De postsector bestaat uit verschillende segmenten: de brievenpost, de pakjes en exprezendingen, alsook de persdistributie aan abonnees.
58. Figuur 9 geeft de evolutie van de verdeling (in termen van omzet) weer van deze verschillende segmenten tussen 2010 en 2022. Zo vertegenwoordigt de brievenpost (waarin ook de geadresseerde reclamezendingen zitten) in 2022, 31% van de inkomsten in de sector. Dit wordt ruimschoots overschreden door het segment van de pakjes en expresdiensten, goed voor 66% van de inkomsten. Ten slotte vertegenwoordigt het segment van de persdistributie aan de abonnees slechts 3% van de gegenereerde inkomsten. De compensatie die door de Staat aan bpost wordt betaald voor het verrichten van de persdistributie aan de abonnees, zit niet vevat in de beschouwde inkomsten.
59. In vergelijking met 2010 kan worden vastgesteld dat het segment van de persdistributie aan de abonnees gedaald is (-3 procentpunten). Voorts is er een duidelijk verschil wat betreft de verdeling van de inkomsten in de sector, met zo maar even 43 procentpunten minder wat de brievenpost betreft. Het segment van de pakjes en expresdiensten heeft de verschillen van de overige twee segmenten ingepalmd (+46 procentpunten).
60. Al deze segmenten van de postmarkt komen verder in dit rapport uitvoerig aan bod.

Figuur 9. Aandeel van de verschillende segmenten in de omzet van de totale postsector in 2010 in vergelijking met 2022 (%)



Bron: BIPT

4.2. Focus op het brievenpostsegment

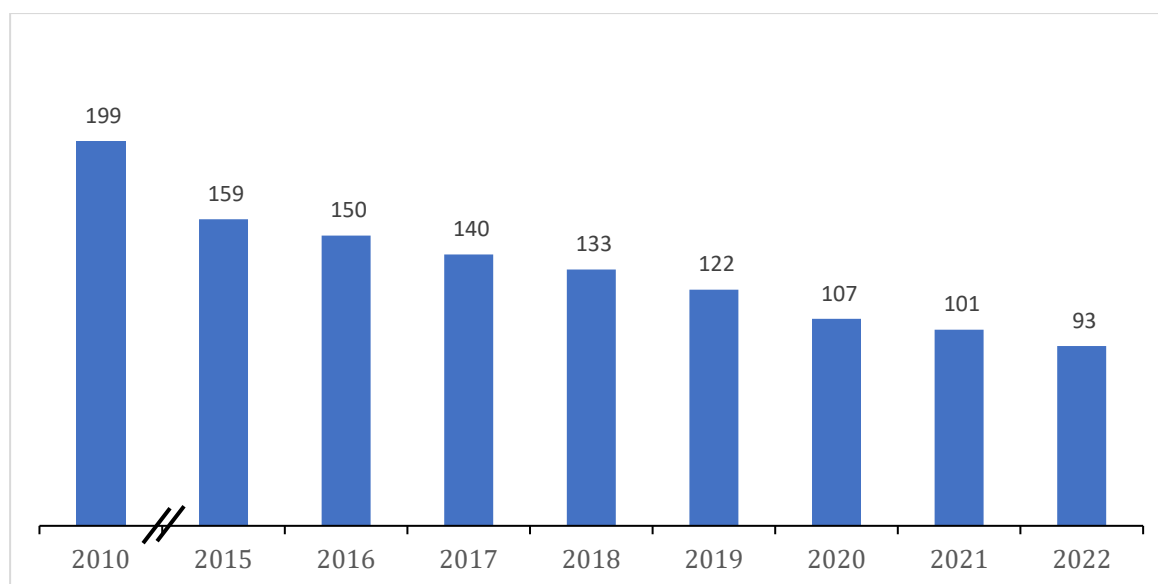
4.2.1. Algemeen overzicht

61. In het kader van dit observatorium omvat het brievenpostsegment de categorieën transactionele post, reclamepost en internationale post²⁷. Dat segment verwijst dus naar allerlei brievenpostzendingen, met uitzondering van pakjes en pers, die niet als brievenpost worden beschouwd. Die zullen worden toegelicht in specifieke hoofdstukken (zie 4.3 en 4.4).

4.2.1.1. Volumes

62. Sedert 2010 stellen we op de markt van de brievenpost een verminderd gebruik van de producten vast. Zo is tussen 2010 en 2022 het volume post per inwoner gedaald met gemiddeld 6,1% (CAGR) per jaar en komt het in 2022 op minder dan de helft van het aantal brieven per inwoner in 2010, ofwel 93 postitems per inwoner op jaarbasis. In 2010 bedroeg dat aantal immers nog 199 stuks.

Figuur 10. Volume post per inwoner (N)

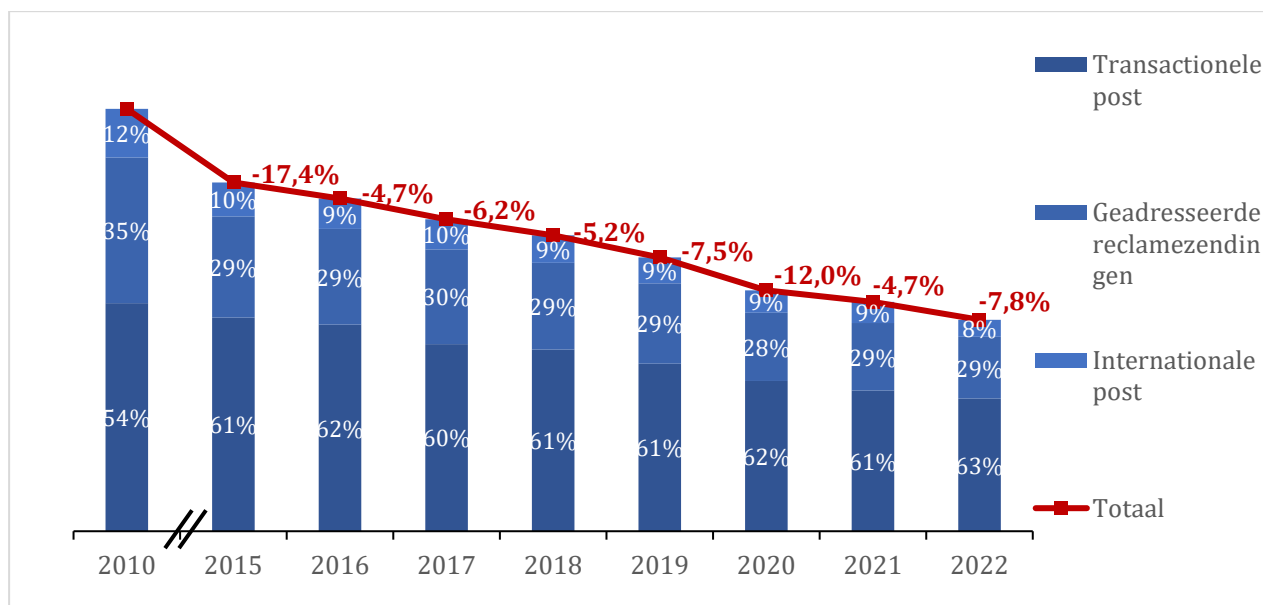


Bron: BIPT

63. Als we aandachtiger kijken naar de samenstelling van de verschillende volumes, stellen we vast dat de transactionele post steeds meer neigt het brievenpostsegment te overheersen (van 54% in 2010 naar 63% in 2022). De categorieën geadresseerde reclamezendingen en internationale post vertegenwoordigen respectievelijk 29% en 8% van het totaal van de brievenpostzendingen in 2022. Na een recorddaling in 2020 (12%) en een meer gematigde jaarlijkse daling in 2021 (4,7%), nam de daling in 2022 weer toe en bedroeg ze 7,8%.

²⁷ Deze categorieën zullen uitvoerig aan bod komen in de delen 4.2.2, 4.2.3 en 4.2.4.

Figuur 11. Volume van de brievenpost (%)

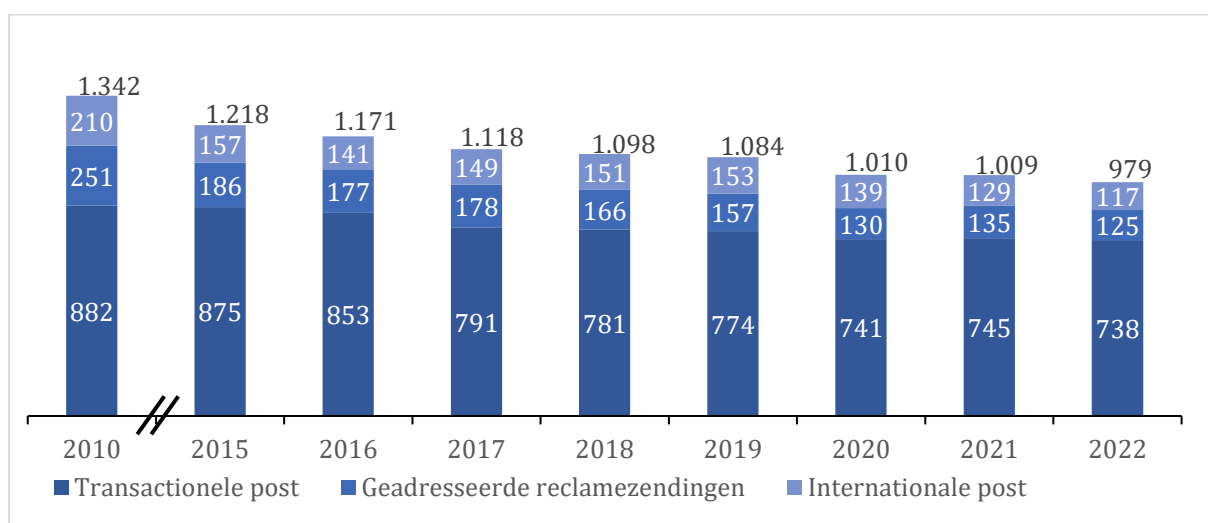


Bron: BIPT

4.2.1.2. Inkomsten

64. De vastgestelde neerwaartse trend van de volumes tekent zich minder scherp af in de cijfers van de inkomsten. Zo zien we in 2022 een omzet van 979 miljoen, namelijk een daling met 2,9% ten opzichte van 2021 (1,009 miljard). Van de verschillende segmenten van de brievenpost daalden de inkomsten uit elk van zijn componenten in 2022. Wat betreft de proporties van elk element, stellen we aldus een stijging vast voor de transactionele post van 1,5 procentpunt, gevolgd door dalingen voor de geadresseerde reclame (0,7 procentpunt) en voor de internationale post (0,8 procentpunt).

Figuur 12. Inkomsten in het brievenpostsegment (miljoen €)



Bron : BIPT

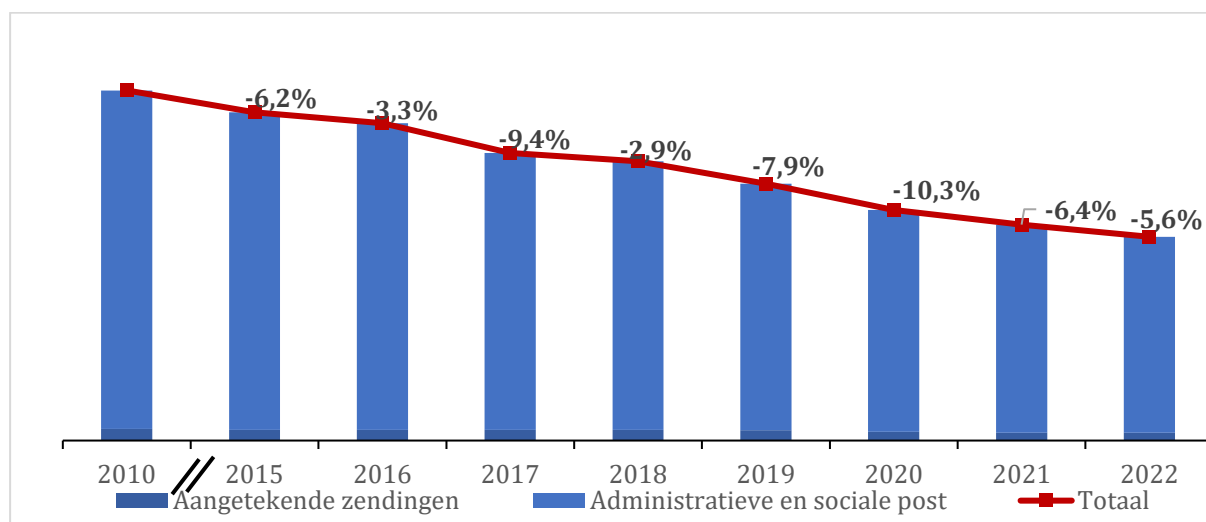
4.2.2. Transactionele post

65. Het begrip transactionele 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.).
66. Ingeschreven zendingen (aangetekende zendingen en zendingen met aangegeven waarde) worden ook beschouwd als deel van de transactionele 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 4.2.4).
67. Transactionele post kan worden verzonden per eenheid (via de rode 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.

4.2.2.1. Volumes

68. Door het effect van de e-substitutie (elektronische alternatieven in allerlei vormen voor transactionele post) blijven de volumes van de transactionele post voortdurend zakken. In 2022 bedroeg de daling van de ingeschreven transactionele post 5,6%. Deze jaarlijkse daling had in 2020 een recordjaar gekend, met -10,3%, en een meer gematigde daling in 2021 (-6,4%). De covidpandemie lijkt de daling echter verder te hebben versneld. Tussen 2010 en 2019 bedraagt de CAGR inderdaad -3,4%, terwijl deze -6% bereikt sinds het uitbreken van de pandemie (2020-2022).

Figuur 13. Evolutie van de volumes van transactionele post²⁸

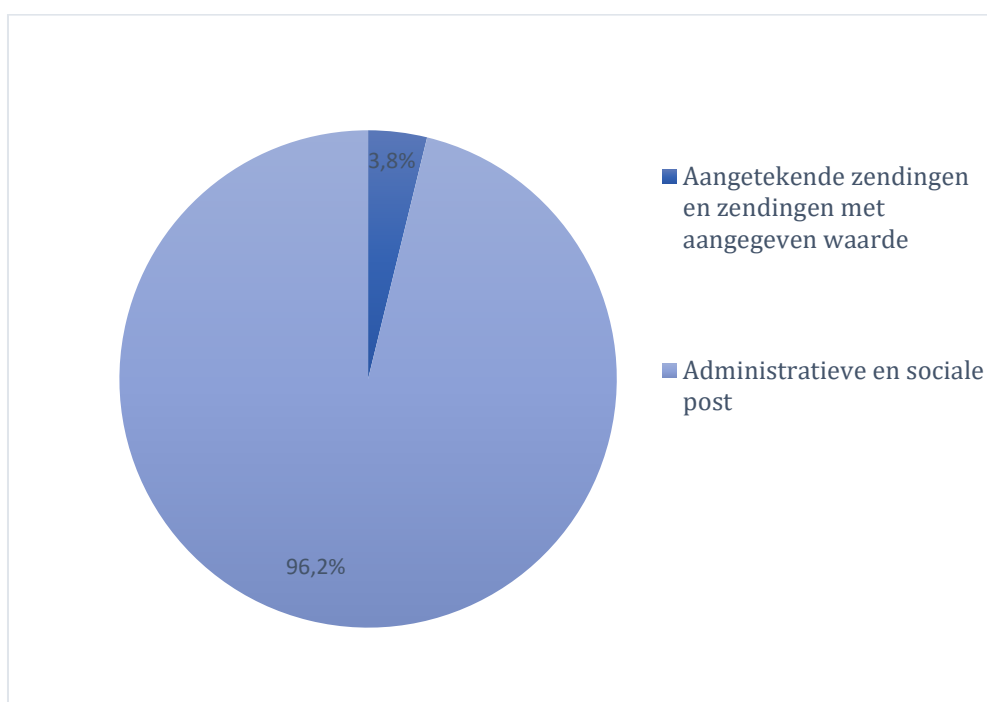


Bron: BIPT

²⁸ In de figuren 12 tot 15 wordt geen onderscheid gemaakt tussen stukpost of grote partijen post en dus gaat het daarin om alle volumes transactionele post zonder onderscheid.

69. Binnen de transactionele post is de verdeling van de aangetekende zendingen en zendingen met aangegeven waarde enerzijds en van de administratieve en sociale post anderzijds voor 2022 respectievelijk 3,8% en 96,2%. Sinds 2017 vertoont het aandeel aangetekende zendingen en zendingen met aangegeven waarde gelijklopende verhoudingen met waarden tussen 3,6% en 4% inzake de aangetekende zendingen (tussen 96% en 96,4% voor de administratieve en sociale post).

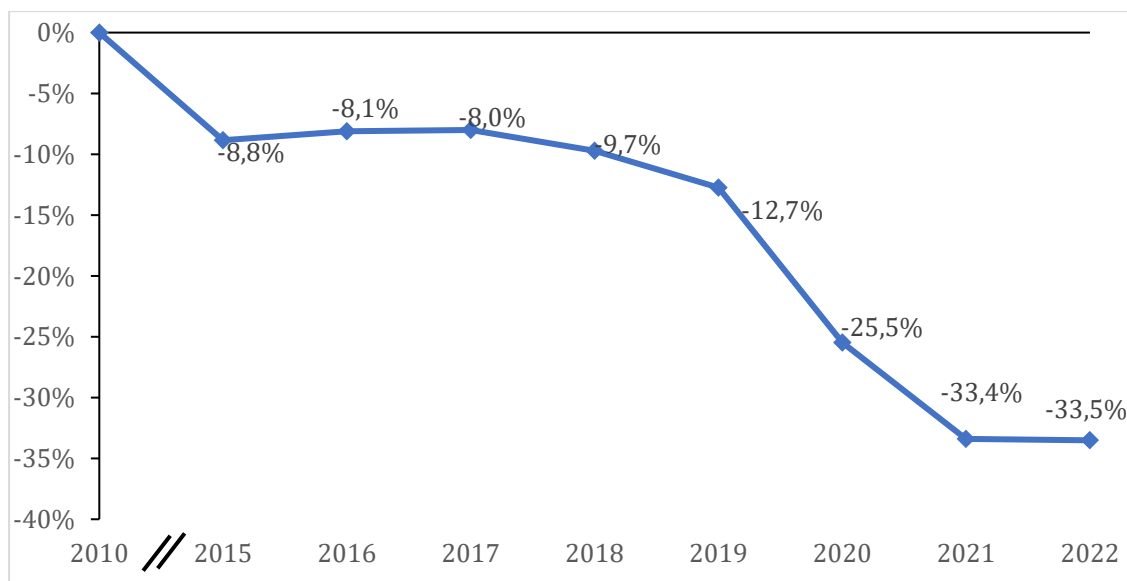
Figuur 14. Verdeling van de volumes van transactionele post (%) (2022)



Bron: BIPT

70. Het volume van aangetekende zendingen heeft snel een plateau bereikt (tussen -8% en -9,7%) in de periode van 2015 tot 2018. Het gaat opnieuw lichtjes omlaag in 2019, waarna in 2020 en 2021 een sterke terugval volgde, met een volumedaling van 33,4% in vergelijking met het jaar 2010 als resultaat. Het jaar 2022 kende een vergelijkbaar aantal als het voorgaande jaar, met een daling van 0,1 procentpunt tot een met 33,5% verminderd volume ten opzichte van 2010.

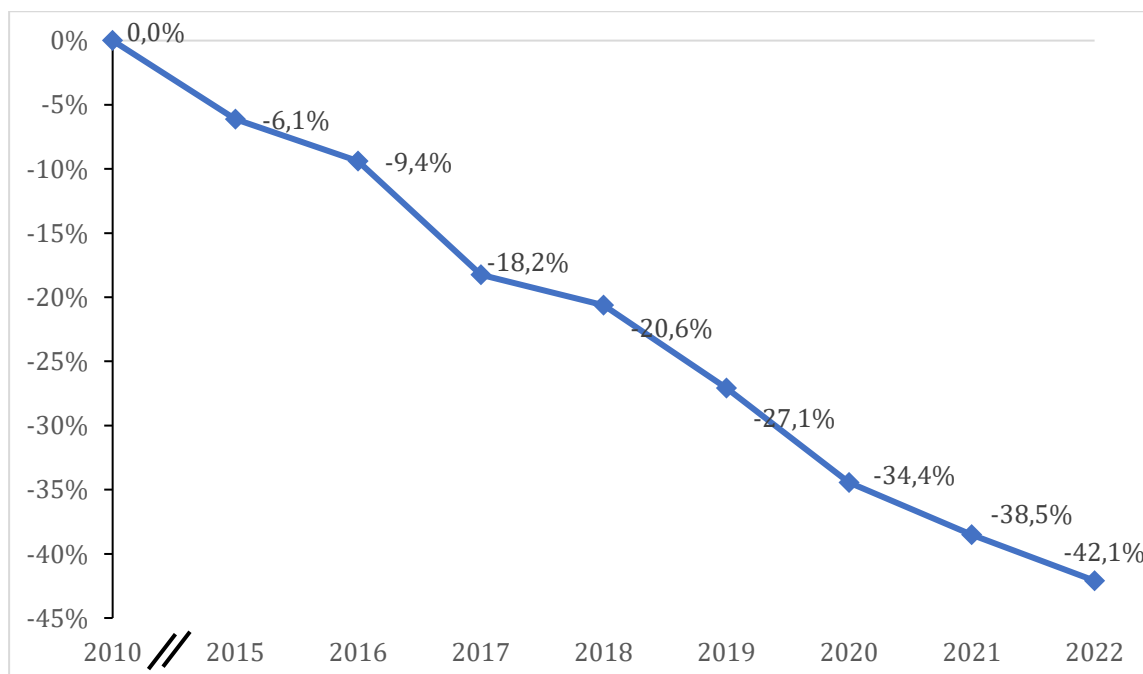
Figuur 15. Evolutie van de volumes van aangetekende zendingen sedert 2010 (gecumuleerde groei)



Bron: BIPT

71. Sinds 2015 is het volume van administratieve post jaarlijks sterk teruggevallen en bereikt in 2022 een daling van 42,1% ten opzichte van 2010.

Figuur 16. Evolutie van de volumes van administratieve post sedert 2010 (gecumuleerde groei)

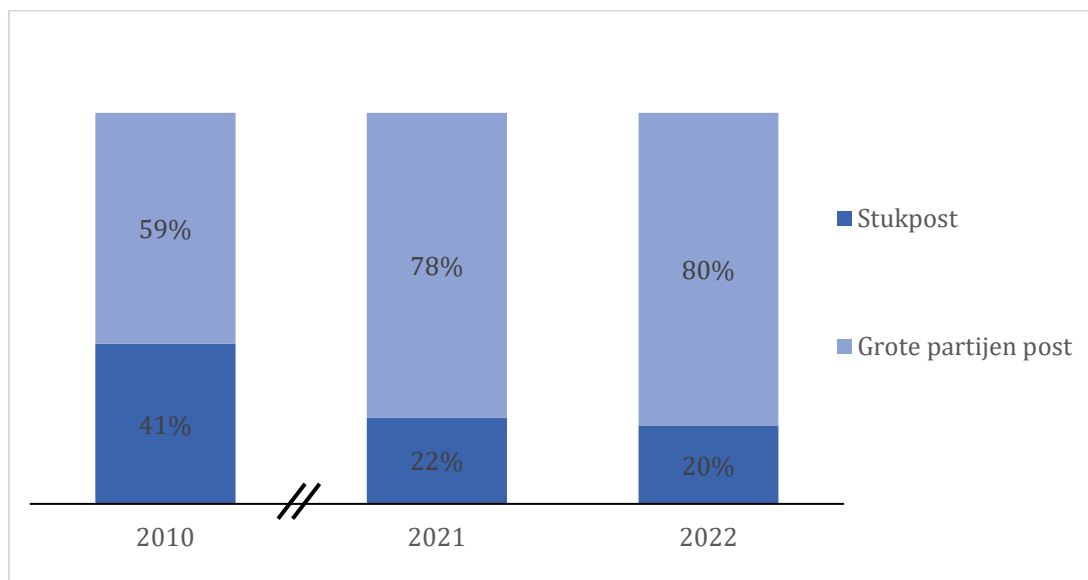


Bron: BIPT

72. De verdeling tussen de volumes van stukpostzendingen en grote partijen post wat transactionele post betreft, is sinds meer dan een decennium sterk geëvolueerd. Zo zijn in

2022, 4 van de 5 zendingen grote partijen post, tegenover ongeveer 6 van de 10 in 2010. Het aandeel stukpost blijft, in vergelijking met grote partijen post, afnemen sedert 2010.

Figuur 17. Verdeling van de volumes van transactionele post tussen stukpost en grote partijen post (%) (2010, 2021, 2022)



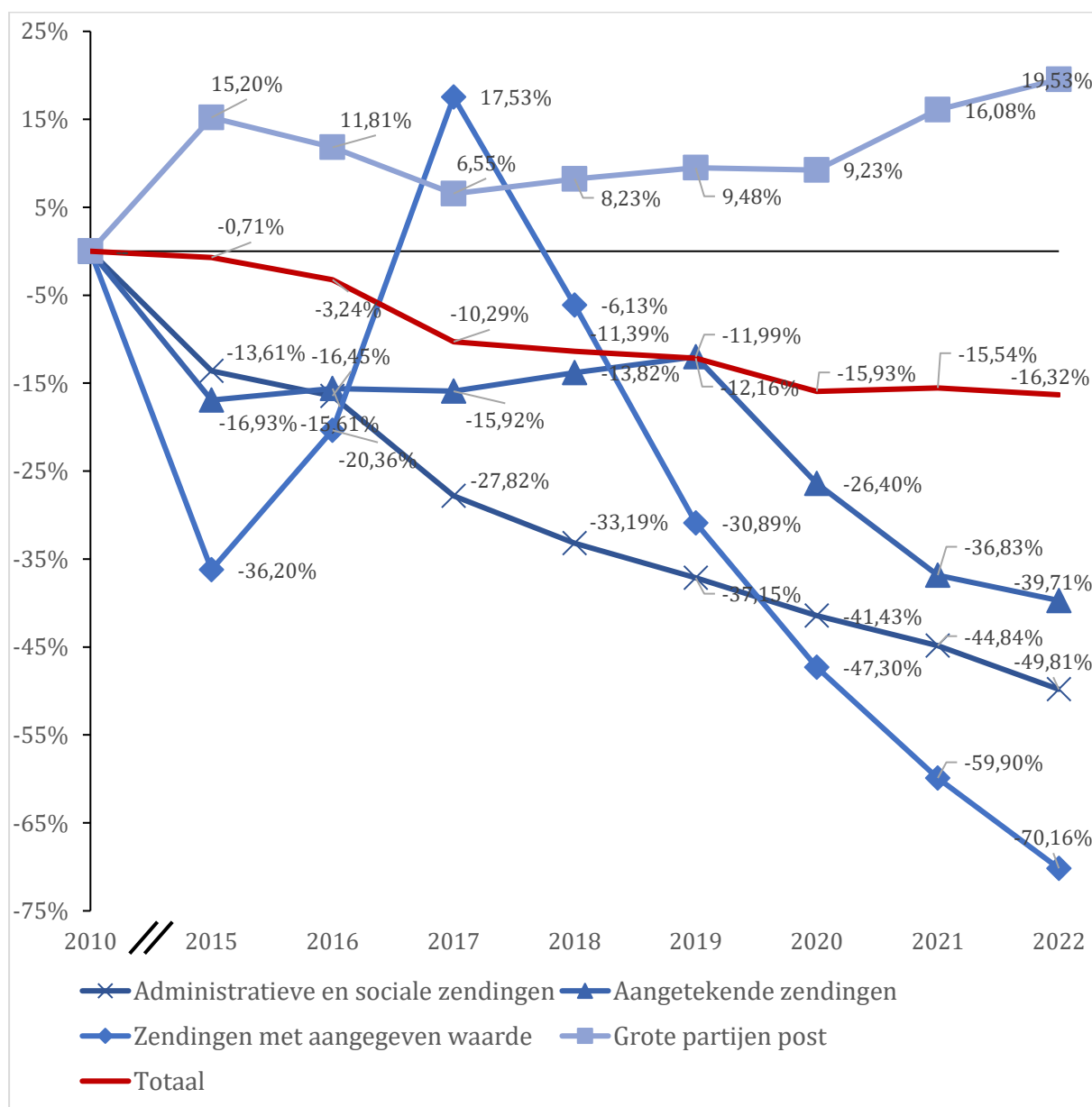
Bron: BIPT

4.2.2.2. Inkomsten

73. Figuur 18 beschrijft de evolutie van de inkomsten van de verschillende segmenten binnen de transactionele post. De totale inkomsten zijn tussen 2010 en 2022 verminderd met 16,3%, waarvan 7 procentpunten tussen 2016 en 2017 en 5 procentpunten tussen 2019 en 2020. Na 2020 stagneerde de totale omzet (ten opzichte van 2010) op ongeveer -16%.
74. Onder de verschillende producten die samen de transactionele post vormen, dalen de inkomsten uit de zendingen met aangegeven waarde (van +17,5% in 2017 naar -70,2% in 2022) en procentueel gaat het om de grootste daling in 2022, in vergelijking met 2010.
75. De administratieve en sociale post is het product met het op een na laagste niveau in 2022. De neerwaartse trend die is ingezet sinds 2013, zet zich voort. In 2022 bedroeg de daling aldus 49,8%.
76. Aangetekende zendingen zijn dan weer opnieuw aan het zakken: na twee lichte stijgingen tussen 2015 en 2019 waarbij ze op -12% kwamen, nemen ze een sterke duik met een verlies van bijna 16 procentpunten in 2020 en nog meer deze 2 voorbije jaren om -39,7% te bereiken in 2022 (ten opzichte van 2010).
77. Ten slotte vormen grote partijen post²⁹ het enige segment dat het hele decennium lang positief is gebleven met een piek in 2022 (+19,5%).

²⁹ Grote partijen post omvatten zowel administratieve post als ingeschreven zendingen.

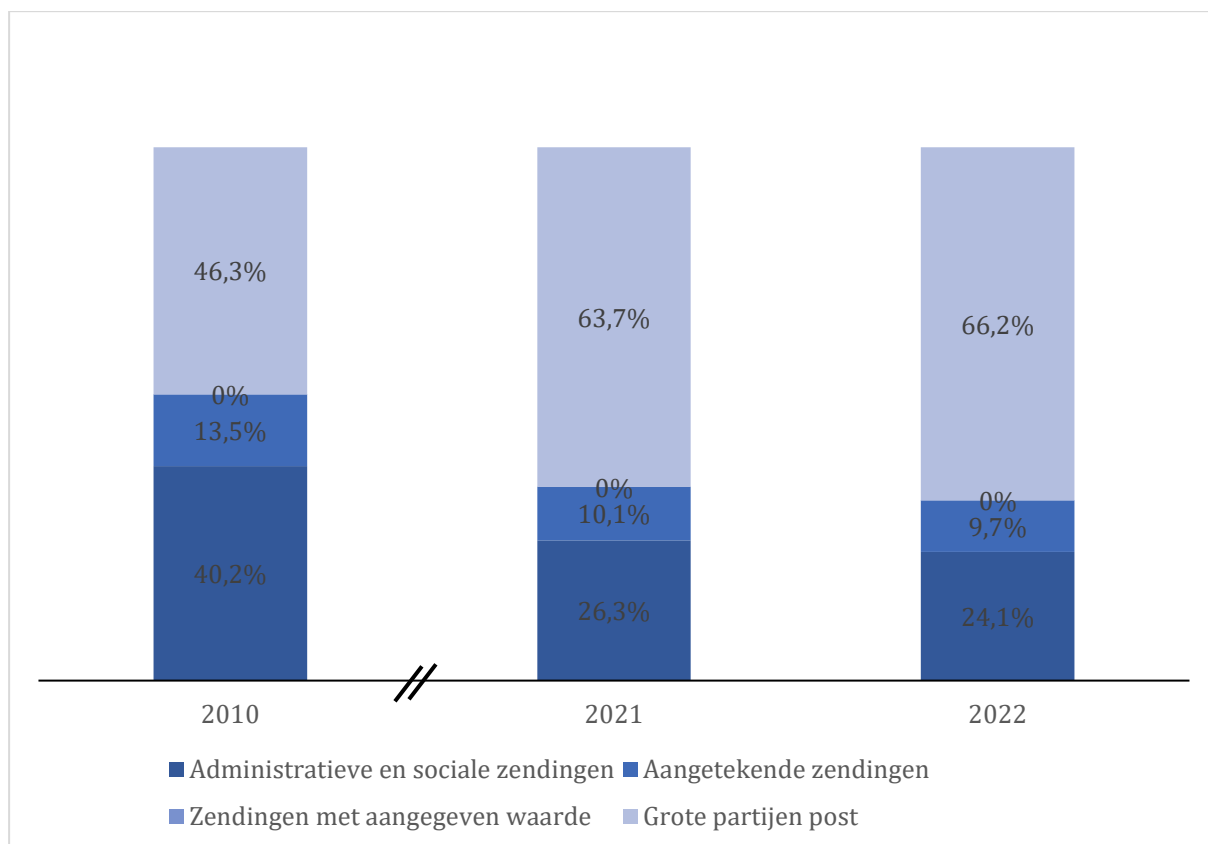
Figuur 18. Evolutie van de inkomsten uit transactionele post sedert 2010 (gecumuleerde groei) (%)



Bron: BIPT

78. Als we de samenstelling van de inkomsten uit de verwerking van de transactionele post nader bekijken, merken we dat de meeste inkomsten (66,2%) in 2022 gegenereerd worden door de grote partijen post. De stukpostzendingen, samengesteld uit aangetekende zendingen (9,7%), zendingen met aangegeven waarde (bijna 0%) en administratieve en sociale post (24,1%), vormen het resterende deel (33,8%). Van deze categorieën zijn de grote partijen transactionele post goed voor een toenemend aandeel van de inkomsten (bijna 20 procentpunten meer tussen 2010 en 2022). In dezelfde periode vormen de aangetekende zendingen (-3,8 procentpunten) en de administratieve en sociale post (-16,1 procentpunten) daarentegen een steeds kleiner deel van de inkomsten uit transactionele post.

Figuur 19. Verdeling van de inkomsten uit transactionele post (%) (2010, 2021, 2022)



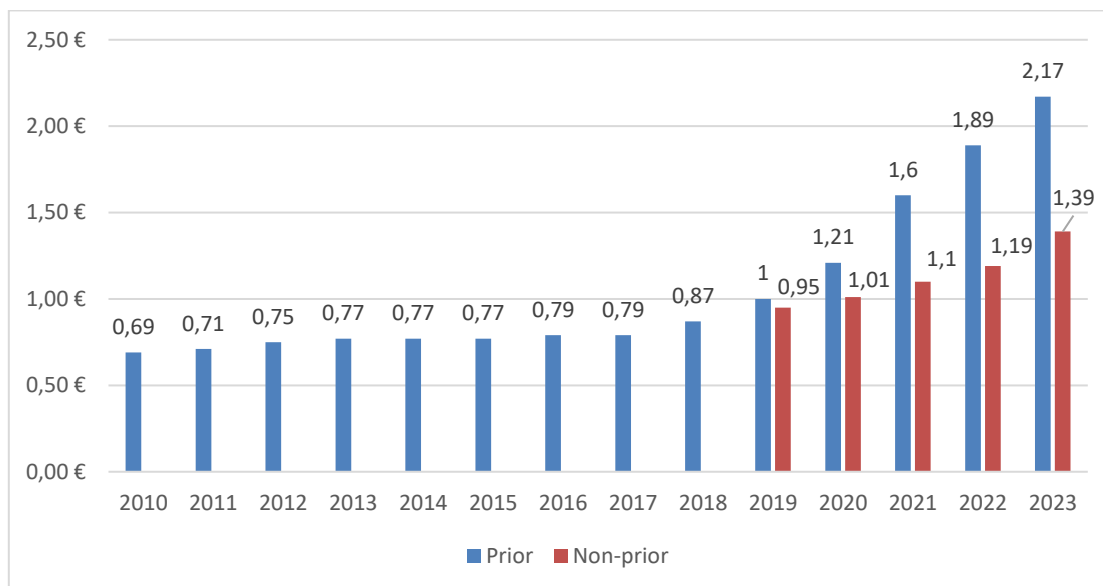
Bron: BIPT

4.2.2.3. Kleingebruikerstarieven voor de prior van de aanbieder van de universele dienst

79. Het nominale tarief van zowel een binnenlandse non-prior (bedeling binnen drie werkdagen) als prior postzegel (bedeling de volgende werkdag) van minder dan 50 gram in België is de laatste jaren aanzienlijk gestegen.
80. Als we de trend bekijken sedert 2010, zien we dat de prijs per stuk van een priorpostzegel gestegen is met 214%. Voor de prijs per 10 zegels is dit fenomeen nog meer uitgesproken: de gecumuleerde stijging bedraagt 263%. Ter vergelijking: de gecumuleerde inflatie (HICP)³⁰ in België bedraagt 33,8% tussen 2010 en 2022.
81. Onder de nieuwe wet betreffende de postdiensten van 26 januari 2018 kan men een duidelijke stijging vaststellen. Zo is de gemiddelde jaarlijkse stijging (CAGR) van de postzegel per stuk gegaan van 1,9% over de periode 2010-2017 naar 18,3% over de periode 2017-2023.
82. Ook voor de non-prior postzegel, die werd geïntroduceerd in 2019, zien we duidelijke tariefstijgingen. Meer bepaald een stijging van 46,3%, van 0,95€ anno 2019 tot 1,39€ anno 2023.

³⁰ Geharmoniseerd indexcijfer van de consumptieprijzen.

Figuur 20. Prijs van de dienst voor binnenlandse prior- en non-prior enkelstuk postzegel < 50 g (€)

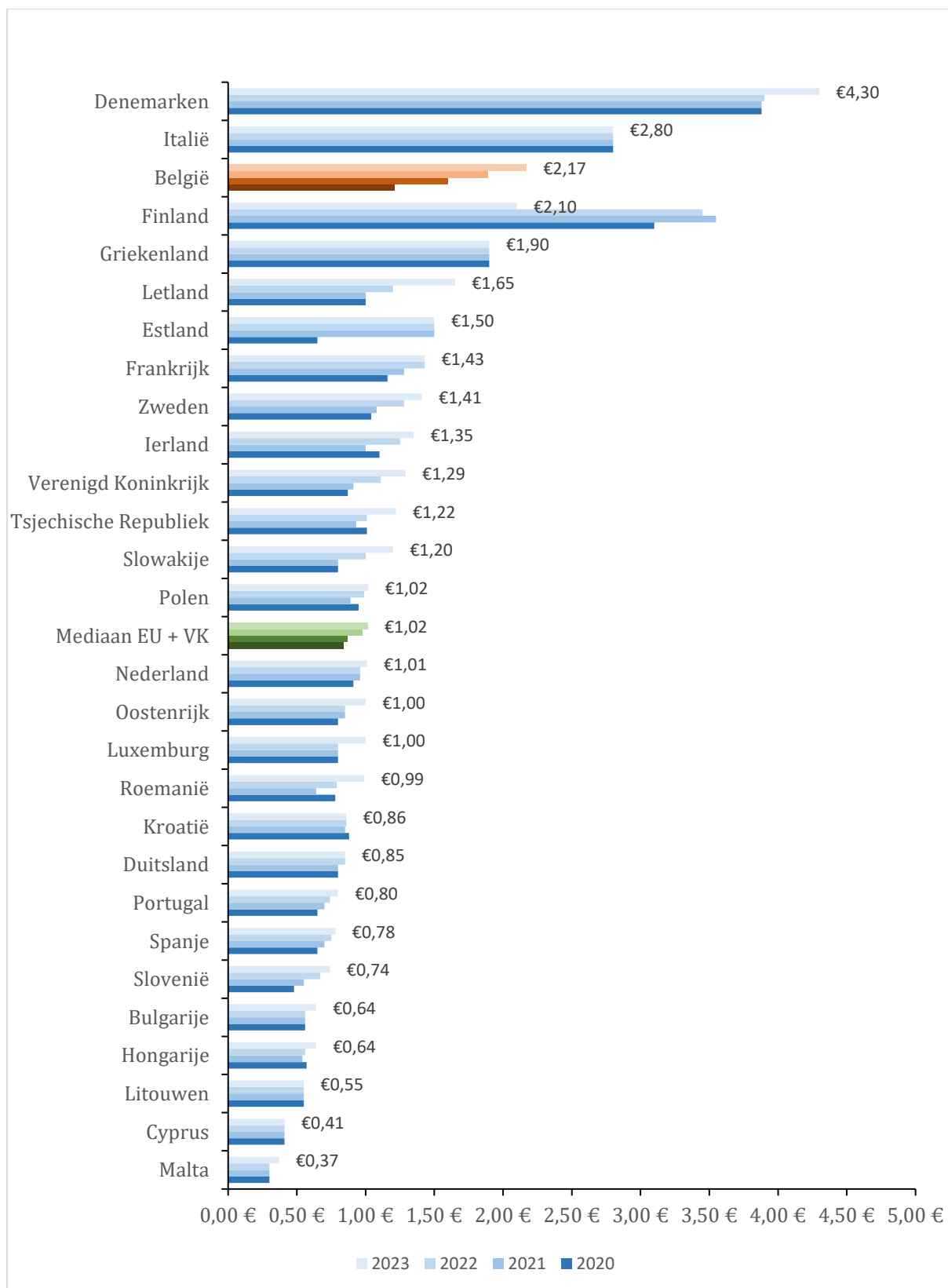


Bron: BIPT

83. Figuur 21 hieronder toont de prijzen van de verschillende diensten voor het vervoer en de bezorging van brieven in standaardformaat in de 27 lidstaten van de Europese Unie en in het Verenigd Koninkrijk. Daar een non-prior niet in alle landen wordt aangeboden, ligt de nadruk hier op de prior postzegel.
84. In 2023 bedraagt de Europese mediaan³¹ voor de frankering van een binnenlandse brief € 1,02, waarbij Denemarken de duurste dienstverlening heeft (€ 4,30) en Malta de meest betaalbare (€ 0,37). België staat op de 3e plaats van de duurste landen. Een jaar eerder was dat nog de 5e.

³¹ De mediaan wordt gebruikt omdat er extreme waarden zijn (Denemarken en Italië) die het gemiddelde te sterk zouden beïnvloeden.

Figuur 21. Prijs van de dienst voor een binnenlandse standaardbrief in Europa (€) (Vermelde tarieven van 2023)

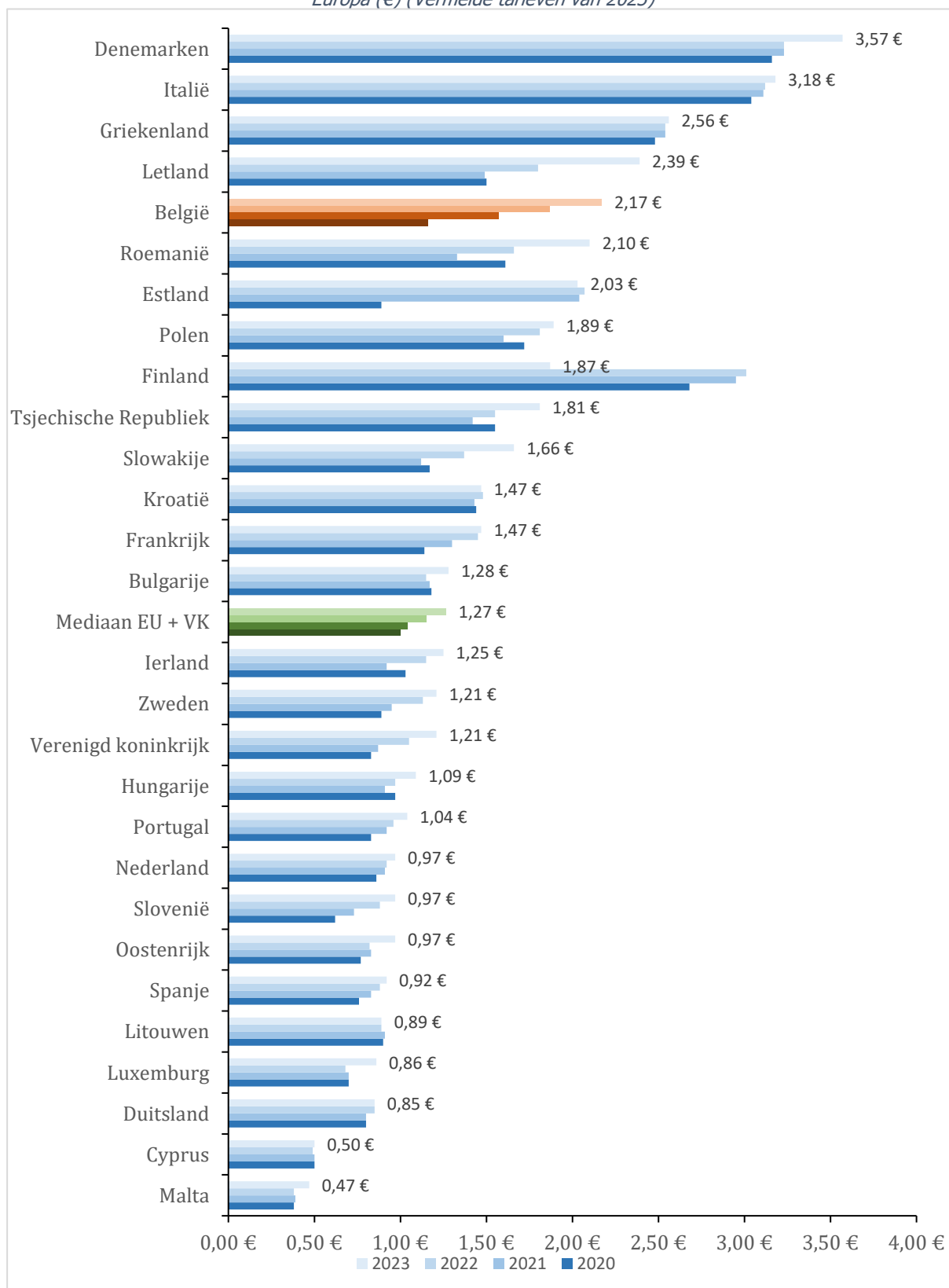


Bron: Deutsche Post, Letter Price Survey (2020, 2021, 2022 en 2023)

85. Een soortgelijke vergelijking kan worden gemaakt voor de prijzen voor het vervoer en de bezorging van brieven in standaardformaat, waarbij de tarieven in de verschillende landen uitgedrukt worden in koopkrachtpariteit (KKP). Dit is een meting waarmee de verschillen in levensstandaard tussen landen geneutraliseerd kunnen worden.

86. Wanneer de verschillen in levensstandaard geneutraliseerd worden dan zit de Europese mediaan op € 1,27. België blijft ruim boven het niveau van deze mediaan (€ 2,17) met een 5e plaats tegenover de 6e plaats in 2022, de 7e plaats in 2021 en de 12e plaats daarvoor. Denemarken blijft het land met de duurste diensten (€ 3,57) en Malta het goedkoopste (€ 0,47).

Figuur 22. Prijzen uitgedrukt in koopkrachtpariteit (KKP) van de dienst voor een binnenlandse standaardbrief in Europa (€) (Vermelde tarieven van 2023)



Bron: Deutsche Post, Letter Price Survey (2020, 2021, 2022 en 2023)

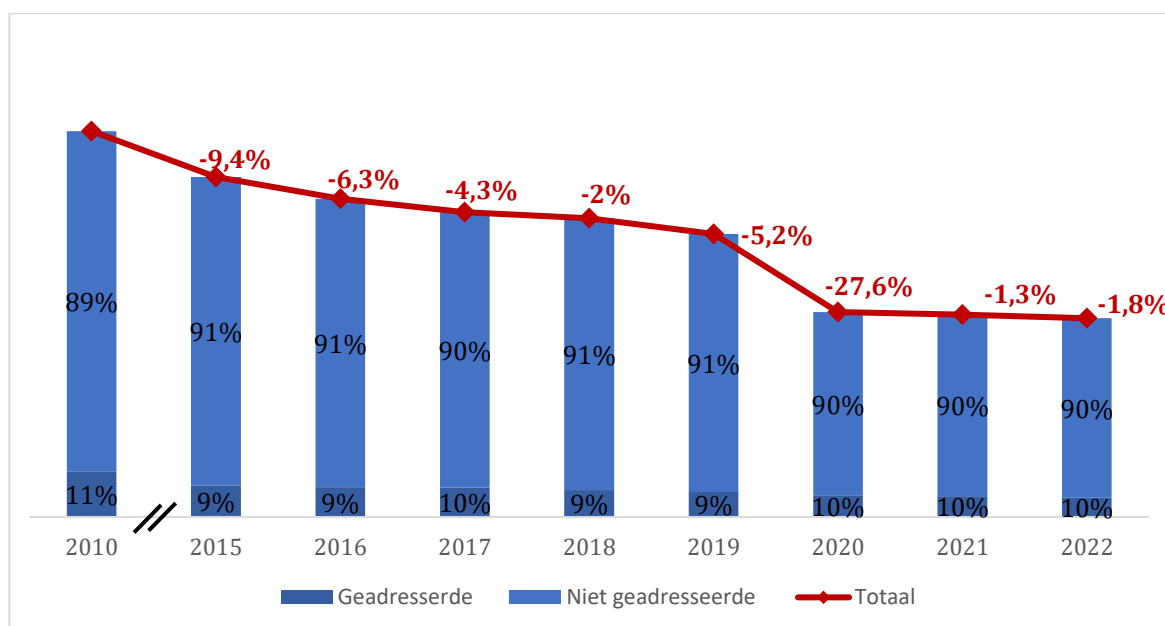
4.2.3. Geadresseerde reclamezendingen

87. 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. Aangaande deze niet-geadresseerde reclame maken steeds meer bedelers uit onze enquête zich trouwens zorgen over de diversiteit aan gemeentelijke belastingen die er geheven wordt op dergelijke vorm van reclame. Het gaat hier aldus om een lokale belasting op de bedeling van niet-geadresseerd drukwerk. Niet alleen verschilt de hoogte ervan danig, en overstijgt deze zelfs de bedelingskost in welbepaalde gemeenten ruim, ook de manier waarop ze wordt geïnd verschilt. Zo rekenen sommige gemeenten deze taks aan de uitreiker aan (op jaarbasis) in plaats van aan de verzender. Op die manier moet de uitreiker deze kost achteraf nog dienen te verhalen op zijn klant, de verzender. De bevraagde bedelers van ongeadresseerde zijn bijgevolg vragende partij voor uniformiteit in het gehele land hieromtrent.

4.2.3.1. Volumes

88. Het volume van gedrukte reclame vermindert gestaag sinds 2010. Dit werd vooral in 2020 nog versterkt, met een daling van 27,6% ten opzichte van 2019 (dit resultaat houdt uiteraard nog steeds verband met de pandemie aangezien aanbiedingen tijdelijk werden verboden tijdens de lockdown). Die daling is in 2021 en 2022 relatief beperkt gebleven met respectievelijk 1,3% en 1,8% op jaarbasis. Ze heeft zich evenwel vertaald in een gelijkaardige daling van de volumes van de geadresseerde en niet-geadresseerde reclame. De verdeling van de volumes blijft inderdaad gelijk met 10% voor geadresseerde post en 90% voor niet-geadresseerde post.

Figuur 23. Evolutie van de volumes van geadresseerde reclame

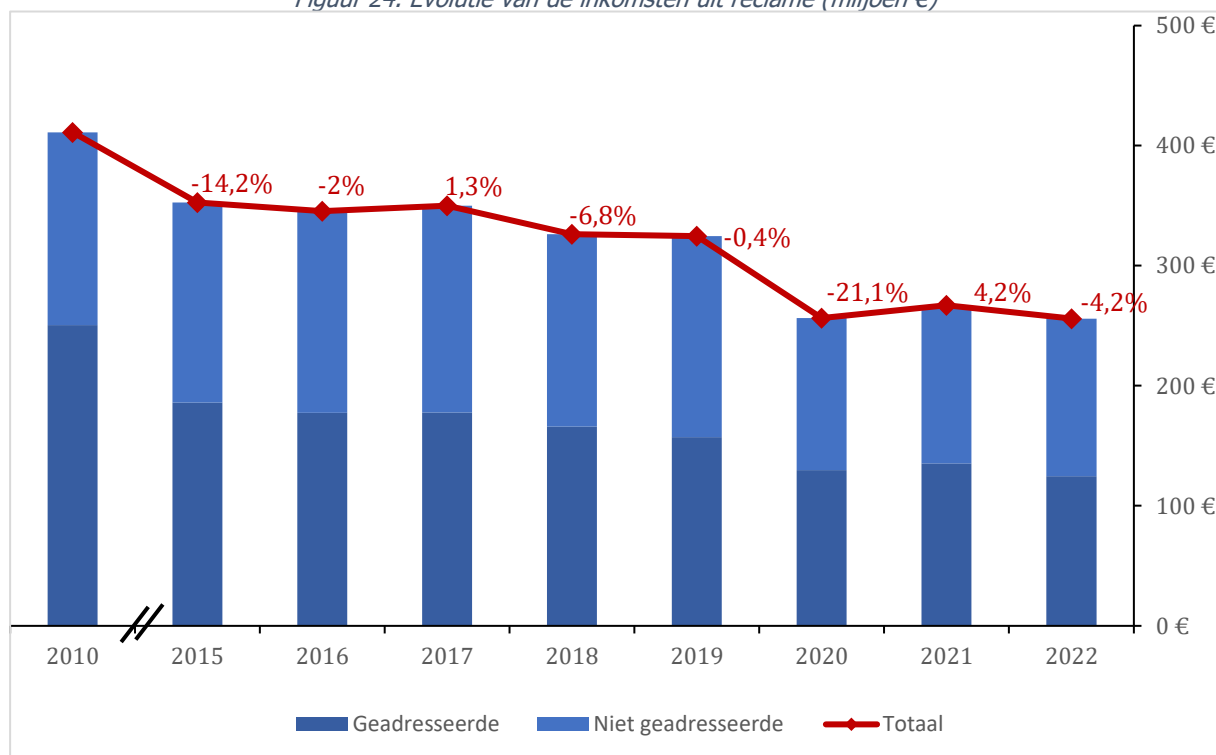


Bron : BIPT

4.2.3.2. Inkomsten

89. De inkomsten uit geadresseerde en niet-geadresseerde reclame zijn verder gedaald in de periode 2010-2022 met de grootste jaarlijkse daling in 2020 (met 21,2%). Enkel 2018 (1,3%) en 2021 (4,2%) hebben een stijging op jaarbasis gekend. In 2022 bedroeg de daling van de inkomsten 4,2% ten opzichte van 2021.

Figuur 24. Evolutie van de inkomsten uit reclame (miljoen €)



Bron: BIPT

4.2.4. Internationale post

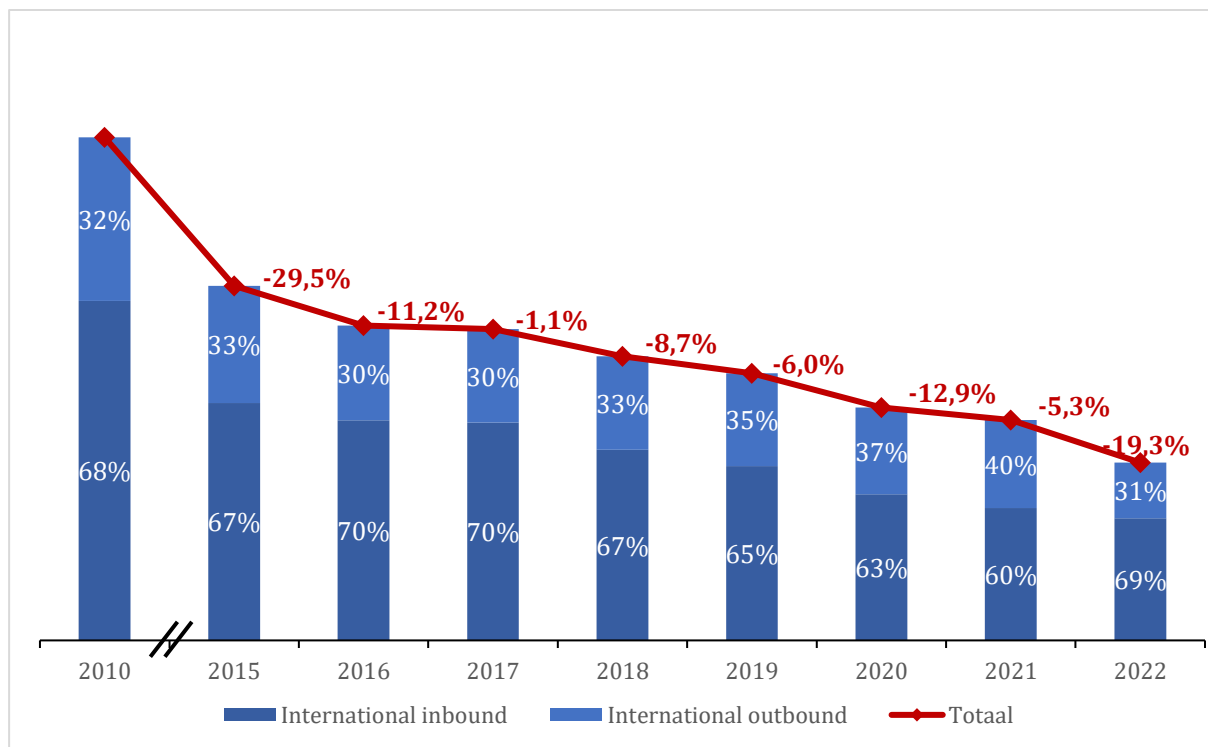
90. Naast transactionele postzendingen en geadresseerde reclamezendingen, bestaat de brievenpost ook uit een derde en laatste categorie van post, namelijk de internationale post. Internationale post verwijst naar de stromen van brievenpost van minder dan 2 kg die uitgewisseld worden tussen België en het buitenland. Het kan daarbij gaan om zowel binnenkomende stromen ("international inbound"), die post in kwestie moet in België worden bezorgd, als om uitgaande stromen ("international outbound"), waarbij het gaat om uitgaande internationale brievenpost die vanuit België verzonden wordt naar andere landen.

4.2.4.1. Volumes

91. Figuur 25 beschrijft de evolutie van de volumes van binnenkomende en uitgaande internationale post sinds 2010. Aan de hand van die figuur kan de schommeling van de verhouding van beide posttypes van het ene op het andere jaar geïdentificeerd worden. In 2022 zien we een verhouding van 31% voor de uitgaande internationale post en 69% voor de inkomende internationale post. Het globale volume van inkomende en uitgaande

internationale brievenpost is echter gestaag gedaald. Het jaar 2022 kende de grootste daling op jaarbasis (met 19,3%). Deze daling wordt echter verklaard doordat G3 Worldwide niet langer deel uitmaakt van ons observatorium, waarvoor uitsluitend uitgaande zendingen werden opgetekend.

Figuur 25. Evolutie van de volumes van internationale post

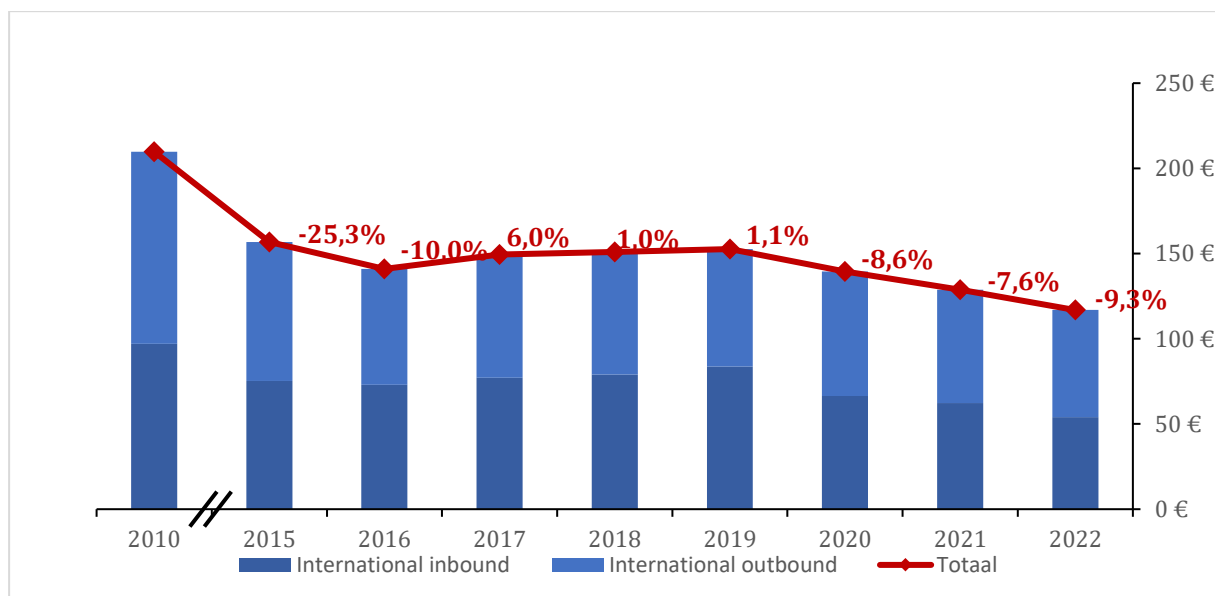


Bron: BIPT

4.2.4.2. Inkomsten

92. De inkomsten uit de brievenpost komende van of bestemd voor het buitenland zijn sedert 2010 betrekkelijk variabel. We zien sterke dalingen, allereerst tussen 2010 en 2015 (-25,3% op 5 jaar) en anno 2016 (-10%). In de jaren 2017, 2018 en 2019 zijn er dan weer gematigde stijgingen (met respectievelijk 6%, 1% en 1,1%). Ten slotte zijn er in 2020 en 2021 twee sterkere dalingen (respectievelijk -8,6% en -7,6%). Voor het jaar 2022 en met de terugtrekking van G3 Worldwide uit het observatorium, blijft de trend ook neerwaarts, met 9,3% minder inkomsten in vergelijking met 2021. De percentages van dalingen en stijgingen gelinkt aan de volumes en aan de inkomsten steken sterk af tegen elkaar: bij de inkomsten zijn deze percentages lager, waarschijnlijk gelinkt aan hogere prijzen of een mix van andere producten (grotere formaten, verdere bestemmingen).

Figuur 26. Evolutie van de inkomsten uit internationale post (miljoen €)

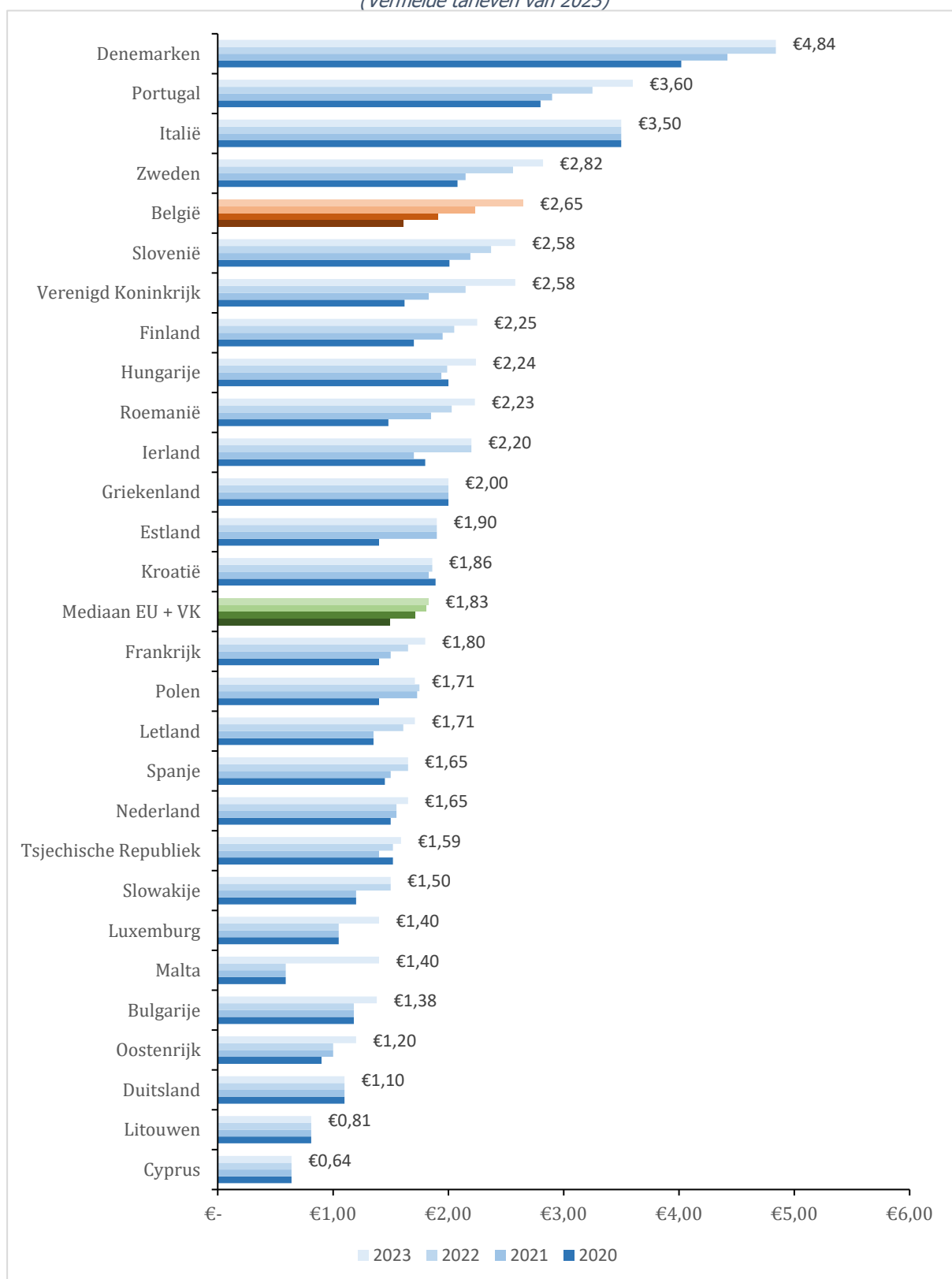


Bron : BIPT

4.2.4.3. Kleingebruikerstarieven van de aanbieder van de universele dienst

93. Als we de prijzen vergelijken van de verschillende universeledienstverleners in Europa wat betreft de dienst voor standaardbrieven binnen de EU, dan zien we dat België boven de Europese mediaan zit (respectievelijk € 2,65 en € 1,83). België is nu 5e in deze ranglijst, tegenover 7e een jaar eerder. Het was nog steeds 12e van dezelfde ranglijst in 2020. Het duurste land blijft Denemarken (€ 4,84) en het meest betaalbare land voor de internationale dienst is nu Cyprus (€ 0,64), dat de plaats van Malta heeft ingenomen.

Figuur 27. Prijs van de dienst voor een intra-Europese standaardbrief in Europa (in nominale waarde) (€)
(Vermelde tarieven van 2023)

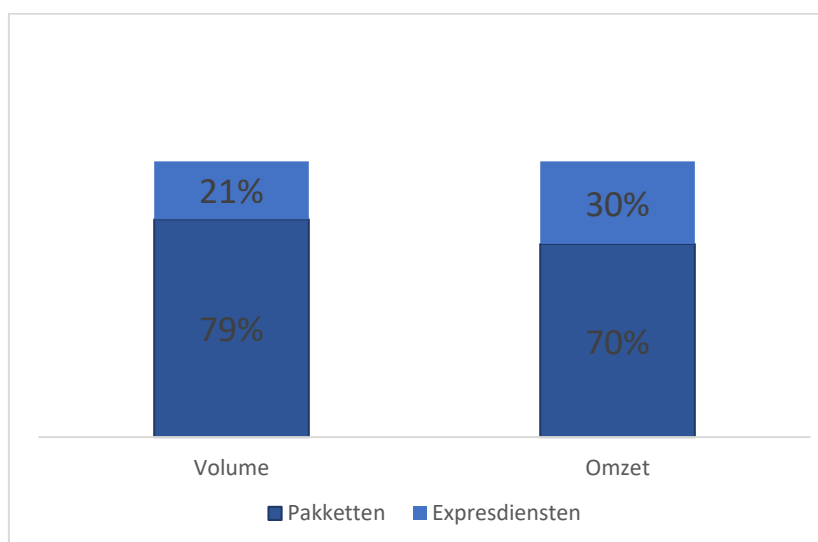


Bron: Deutsche Post, Letter Price Survey (2020, 2021, 2022 en 2023)

4.3. Focus op het segment van de pakjes en expreszendingen en op e-commerce

94. De e-commerce groei in België en elders bezorgde het segment van de pakjes en expreszendingen een steeds groter belang binnen de postmarkt. Zoals reeds eerder aangegeven in de grafiek over het gewicht van de verschillende segmenten (zie 4.1.3) stellen we sedert 2017 vast dat het segment van de pakjes en van de expresdiensten het grootste is geworden. Vandaag is dat segment qua omzet reeds dubbel zo groot als het brievenpostsegment.
95. In dit hoofdstuk zal het gaan over zowel de evolutie van de pakjesmarkt³² als die van de expresdiensten³³; ze zullen dus samen worden geanalyseerd. De verhouding is echter duidelijk in het voordeel van de pakjes, met 79% wat de volumes betreft, tegenover 21% voor expreszendingen, en 70% voor de inkomsten, tegenover 30% voor de expreszendingen (te wijten aan het feit dat expres uiteraard veelal duurder is).

Figuur 28. Verhouding pakketten versus expreszendingen in termen van volume en omzet (2022)



Bron: BIPT

96. Hoewel sommige spelers actief zijn binnen specifieke segmenten (B2B, B2C, C2X), blijft het soort van geadresseerde voor de operator evenwel moeilijk met zekerheid te identificeren. Op basis van de antwoorden van 12 operatoren uit onze enquête hebben we evenwel reeds een indicatie kunnen maken. Zo zien we dat circa 70% van het volume aan pakket en expresdiensten in 2022 verzonden werd door een professionele gebruiker naar een particulier (B2C aldus). Bij ongeveer 17% ging het tussen twee professionele partijen, waarbij het mogelijk weliswaar om paletten en dus meerdere stuks tegelijk kan gaan. In ongeveer 8% van de gevallen ging het om een particulier die een pakket verzond (C2X), in de resterende

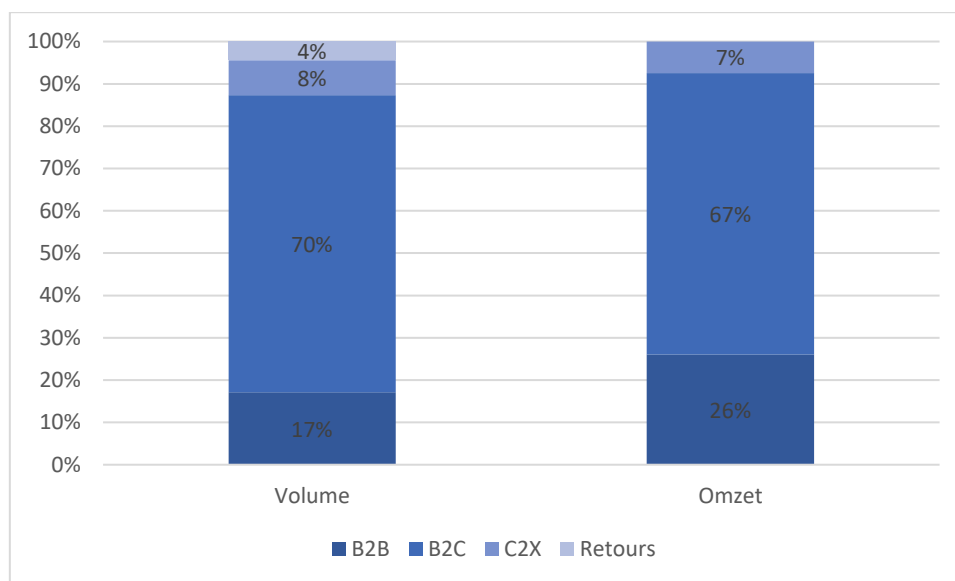
³² Het gaat hier enkel om de pakjes tot 10 kg (behalve de binnenkomende internationale pakjes die tot 20 kg gaan).

³³ Onder 'express' wordt er in het kader van het observatorium zendingen verstaan die hoogst tijdsgevoelig zijn en zodoende voor een welbepaald tijdstip, gekozen door de verzender, dienen geleverd te worden, dit veelal rechtstreeks zonder gebruik te maken van een distributieronde die ook andere zendingen betreft. Bijvoorbeeld door middel van een leveringsgarantie, zoals garantie op levering voor 9u, 10u of 12u de volgende dag. Reguliere pakketten daarentegen worden veelal, deel uitmakend van een reguliere distributieronde, als D+1 (voor binnenlandse zendingen) geleverd.

gevallen (circa 4%) ging het om retourzendingen. B2B is weliswaar goed voor 26% van de omzet, bij B2C is dit niettemin 67%, de resterende 7% is toe te schrijven aan C2X.

97. Het C2X segment lijkt, door onder andere websites als tweedehands.be en apps als Vinted aan belang te winnen, in het verleden werd immers bekomen dat circa 6% van het volume toe te schrijven was aan zendingen door particulieren.

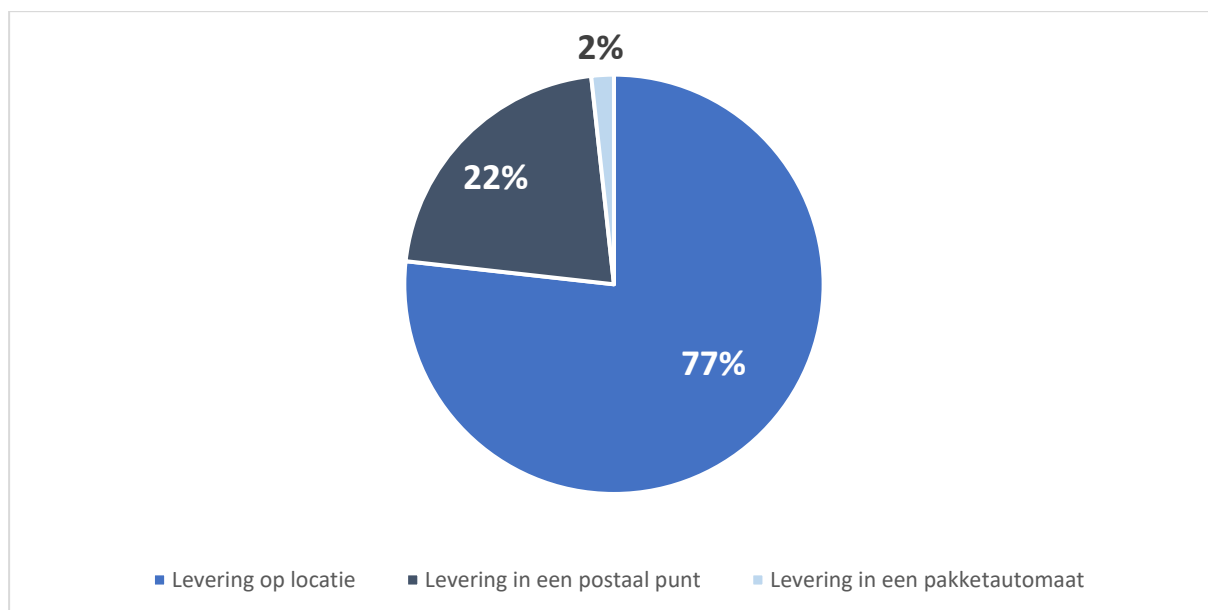
Figuur 29. Verhouding B2X, C2X en retours in termen van volume en omzet (2022)



Bron: BIPT

98. Aangaande de leveringsmodaliteiten, zien we anno 2022 op basis van de antwoorden van 12 operatoren uit onze enquête, dat ongeveer 77% van alle verzonden pakketten en expreszendingen aan huis (op adres en niet in afhaalpunten) worden geleverd. Bemane postale punten zijn goed voor circa 22%, terwijl pakketautomaten afgerond 2% van het volume ontvangen. Alhoewel levering aan huis dus het populairst blijft, zien we niettemin een incrementele stijging in het (relatieve) gebruik van de andere kanalen. Op het netwerk van de operatoren komen we uitgebreid terug in sectie 6.

Figuur 30. Verhouding levering op adres, bemand postaal punt en pakketautomaat (2022)



Bron: BIPT

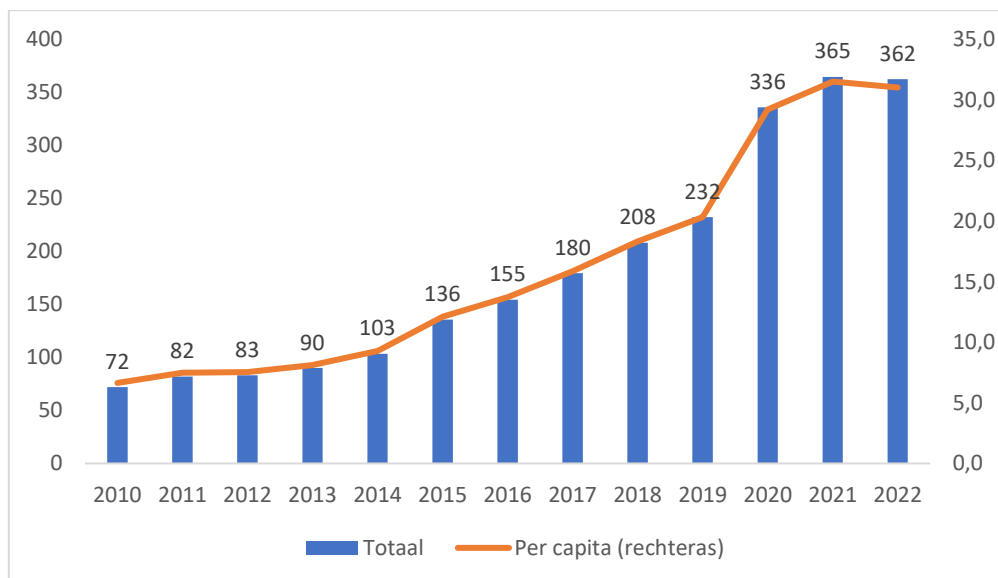
4.3.1. Volume

99. Het segment van pakket- en expreszendingen is het segment dat de jongste jaren het sterkst evolueert. Het heeft in 2020 zelfs voordeel gehaald uit de coronacrisis, toen veel fysieke winkels de deuren moesten sluiten om de verspreiding tegen te gaan. De consumenten zijn dan ook overgeschakeld naar alternatieve oplossingen om in hun behoeften te voorzien. Dit zorgde voor een recordstijging over een jaar: een stijging met 44,5% tussen 2019 en 2020. Anno 2021 was de vooruitgang al beperkter, met 8,6% lag deze zelfs onder de gemiddelde jaarlijkse groeivoet (CAGR) van 14,5% gemeten over de periode 2010-2022. Voor 2022 zien we een verdere trendbreuk, zelfs richting een negatieve groei (-0,6%). Voor het eerst sinds de start van het observatorium stellen we een krimp vast aangaande het volume pakketten en expres. De hoge inflatie, die een afremmend effect heeft op de consumentenbestedingen³⁴ is hier uiteraard niet vreemd aan.
100. Het aantal pakjes per jaar per inwoner volgde de laatste 10 jaar uiteraard dezelfde trend en is meer dan verviervoudigd, van gemiddeld 6,6 naar 31 pakjes per inwoner op jaarbasis. Er wordt dus binnen de 12 dagen een pakje of expreszending verzonden (al dan niet met een consument als bestemming). België zit echter nog een stuk verwijderd van de landen waar het grootste aantal pakjes per capita in Europa worden geregistreerd: Duitsland stond in 2021 aan kop met 56 pakjes.³⁵

³⁴ <https://www.kbc.com/nl/economics/publicaties/energiecrisis-en-consumptie%20.html>

³⁵ ERGP Report on Postal Core Indicator, 2 February 2023

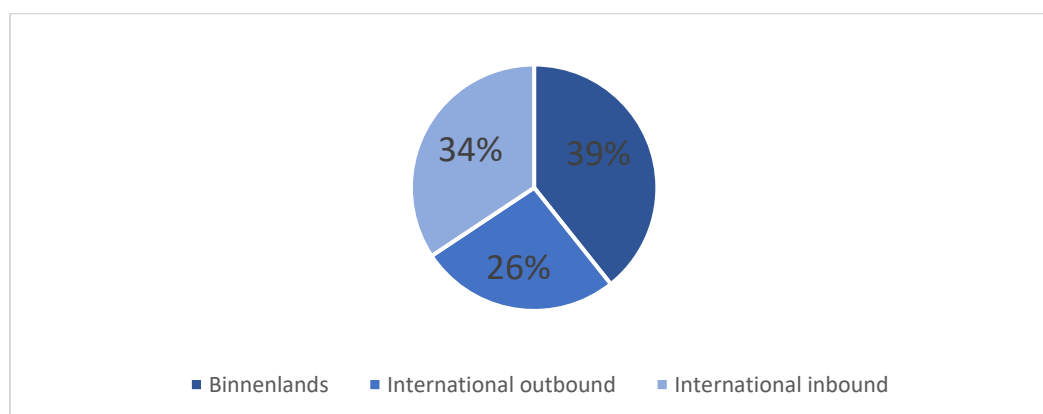
Figuur 31. Evolutie van het volume expresdiensten en pakjes in totaal (in miljoen stuks) en per inwoner (per stuk) per jaar



Bron: BIPT

101. De volgende figuur toont de verdeling van de pakjes en expreszendingen volgens hun herkomst en bestemming. Zo zijn 39% van de pakjeszendingen of expreszendingen in de loop van 2022 binnenlandse zendingen. Ze hebben dus het nationale grondgebied niet verlaten. Het artikel is van een Belgische entiteit naar een andere (natuurlijke persoon of onderneming) gegaan. Het belang van de binnenkomende internationale zendingen bedraagt 34%, dat van uitgaande internationale zendingen 26%. In België worden aldus meer pakjes geïmporteerd dan wel geëxporteerd. Bij onderstaande figuur dienen we nog te bemerken dat deze uiteraard niet alleen e-commerce bevat, zijnde B2C, maar uiteraard tevens ook het belangrijke B2B segment en het (kleinere) C2X. Binnen de EU zien we trouwens, op basis van het eerder aangehaalde ERGP Core Indicators rapport, dat er slechts een handvol landen met meer uitgaande dan binnenkomende pakketten zijn (zogenaamde 'net exporters'). Het gaat hierbij onder andere om buurland Duitsland, dat typisch een sterk ontwikkelde e-commerce sector heeft.

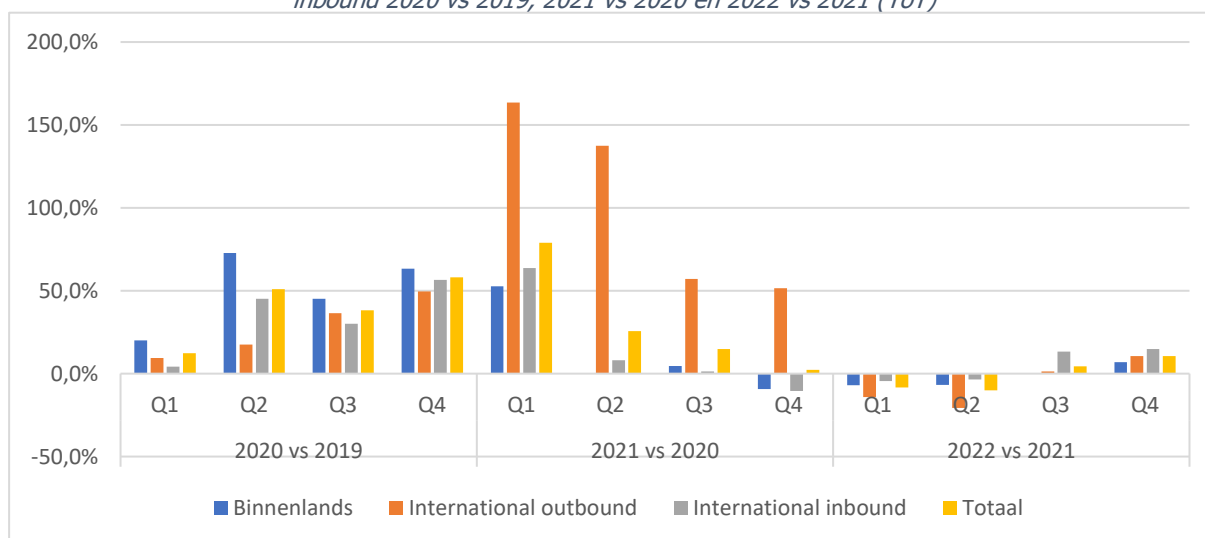
Figuur 32. Verdeling van het volume aan pakket- en expresdiensten volgens binnenlandse, uitgaande internationale en binnenkomende internationale zendingen (2022)



Bron: BIPT

102. Wanneer we kijken naar het volume binnenlands, internationaal outbound (uitgaand) en internationaal inbound (binnenkomend) per kwartaal, dan zagen we doorheen 2020, ten gevolge van de pandemie, verschillende evoluties. Na de eerste lockdown, in het tweede kwartaal (Q2), zagen we met name een toename van het binnenlands volume. Doorheen Q2 2020 steeg het binnenlands volume zelfs met 72,7% ten opzichte van Q2 anno 2019. In dat tweede kwartaal steeg internationaal outbound, de uitgaande pakketten, met 'slechts' 17,5% terwijl internationaal inbound, de binnenkomende pakketten, met 45,1% steeg. De totale stijging voor Q2, zijnde 50,9% zoals besproken in sectie 2 "De impact van de pandemie en sterke inflatie op de postale sector" verhuult dus diverse onderliggende evoluties. Ook in het derde en vierde kwartaal was de sterkste groei te vinden bij binnenlandse pakket- en expresdiensten, maar was het verschil met de andere, internationale, categorieën beperkter.
103. Anno 2021, ten opzichte van 2020, zagen we een andere evolutie. In het eerste kwartaal, toen vergeleken werd met Q1 2020 (dat nog amper impact had van de eerste lockdown), namen we nog een sterke groei van alle categorieën waar (gemiddeld +78,9%), en met name van de uitgaande zendingen. In de kwartalen daarna brokkelde de groei echter stelselmatig af. In 2022 zien we zelfs in de eerste twee kwartalen een negatieve totale groei (-8,3% in Q1 en -10,1% in Q2). Dit met name ingegeven door een sterke negatieve evolutie in de internationale uitgaande zendingen, welke een jaar eerder de groei net nog een boost gaven. Anno Q3 2022 herneemt de totale groei (4,5%), welke in het laatste kwartaal verder wordt geaccentueerd (10,5%), waarbij zowel binnenlandse (+7%), uitgaande (+10,7%) als inkomende (+14,9%) pakket en expresdiensten positieve waarden laten optekenen.

Figuur 33. Vergelijking van evolutie kwartaalvolumes binnenlands, internationaal outbound en internationaal inbound 2020 vs 2019, 2021 vs 2020 en 2022 vs 2021 (YoY)

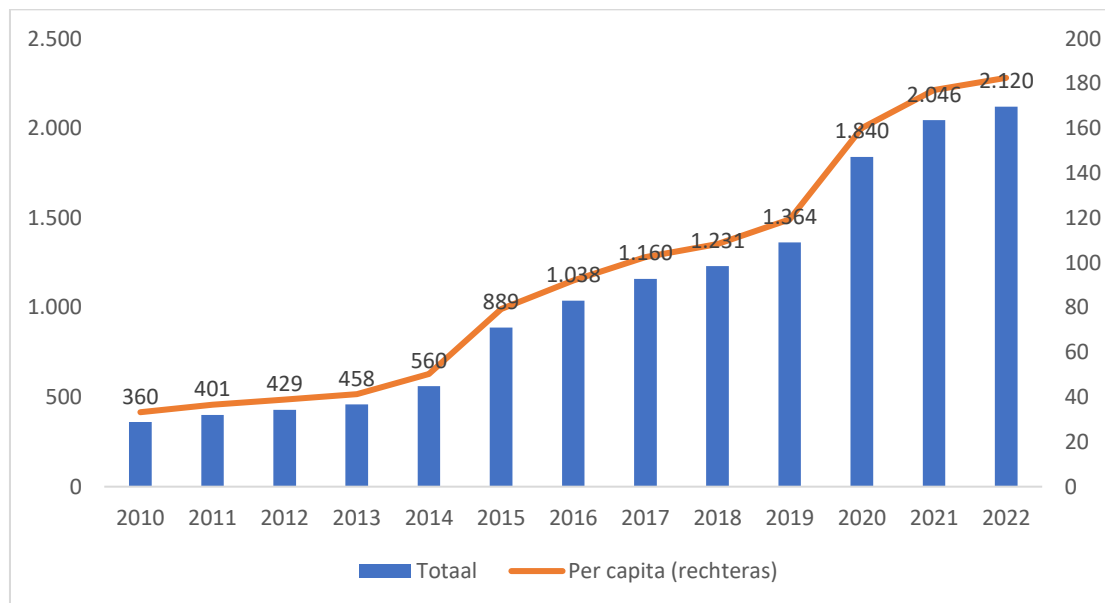


Bron: BIPT

4.3.2. Inkomsten

104. In tegenstelling tot bij het volume, stellen we bij de omzet nog wel een stijging vast anno 2022. De inkomsten van het segment van de pakjes en van de expreszendingen bereiken een nieuw hoogtepunt met een cijfer dat 2.120 miljoen euro bereikt. Dat komt overeen met een stijging van 3,9%, niettemin het laagste groei sinds 2010. Het gewogen gemiddeld groeicijfer van de laatste 12 jaar bedroeg trouwens liefst 15,9%. Deze omzet vertegenwoordigt in 2022 gemiddeld € 182 per Belg per jaar, goed 5 keer meer dan het niveau van in 2010.

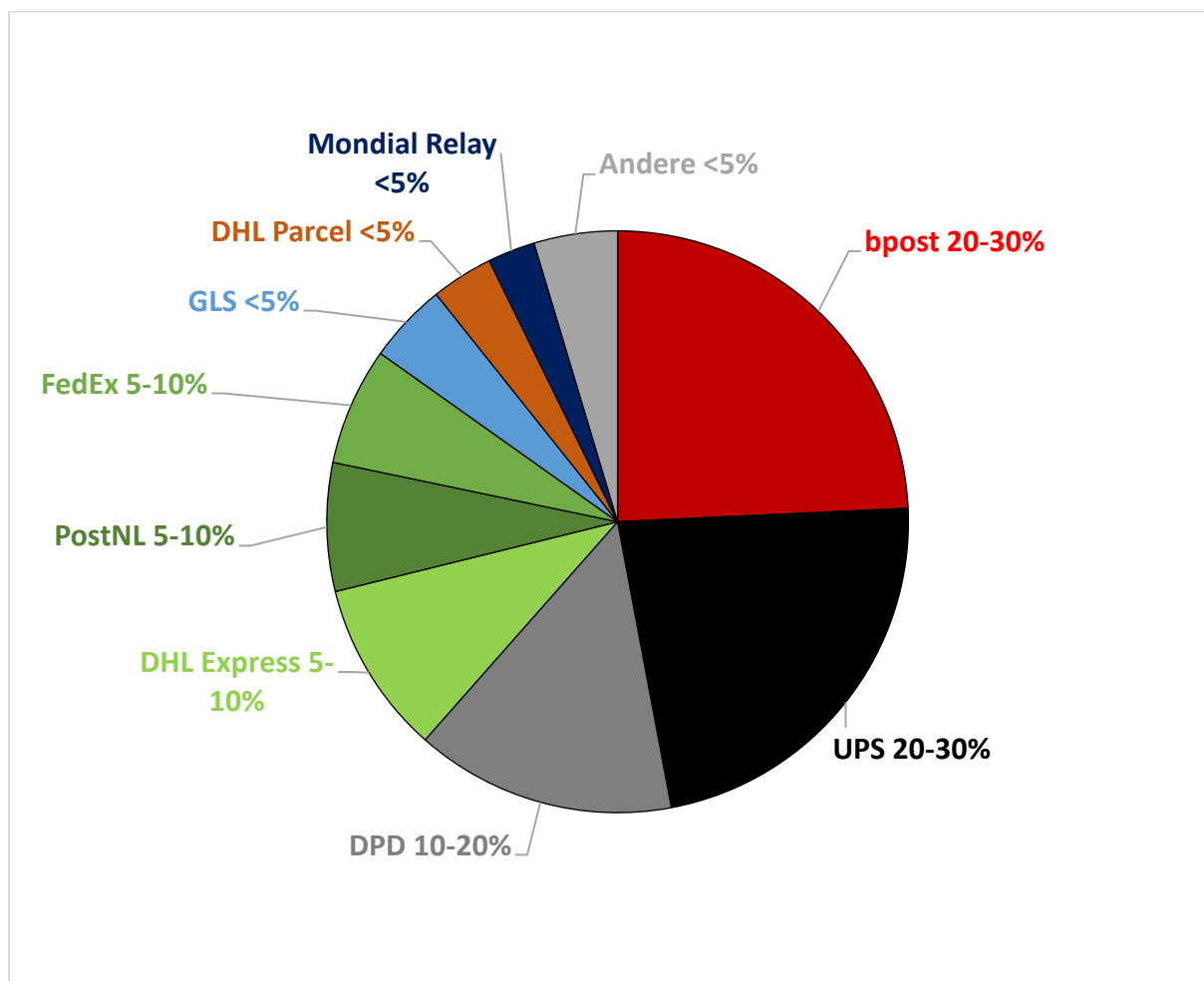
Figuur 34. Evolutie van de omzet in het segment van de expresdiensten en pakjes (miljoen €) en per inwoner (€) per jaar



Bron: BIPT

105. Figuur 35 hieronder geeft het marktaandeel weer van de verschillende spelers binnen het segment van de pakjes en expresdiensten op basis van de omzet in 2022. Zo hebben bpost, United Parcel Service en DPD elk meer dan 10% marktaandeel en vertegenwoordigen ze samen circa 60% marktaandeel. Vervolgens hebben DHL Express, PostNL en FedEx (inclusief TNT inmiddels) elk tussen de 5 en 10% marktaandeel. De overige operatoren hebben elk een marktaandeel van minder dan 5%.

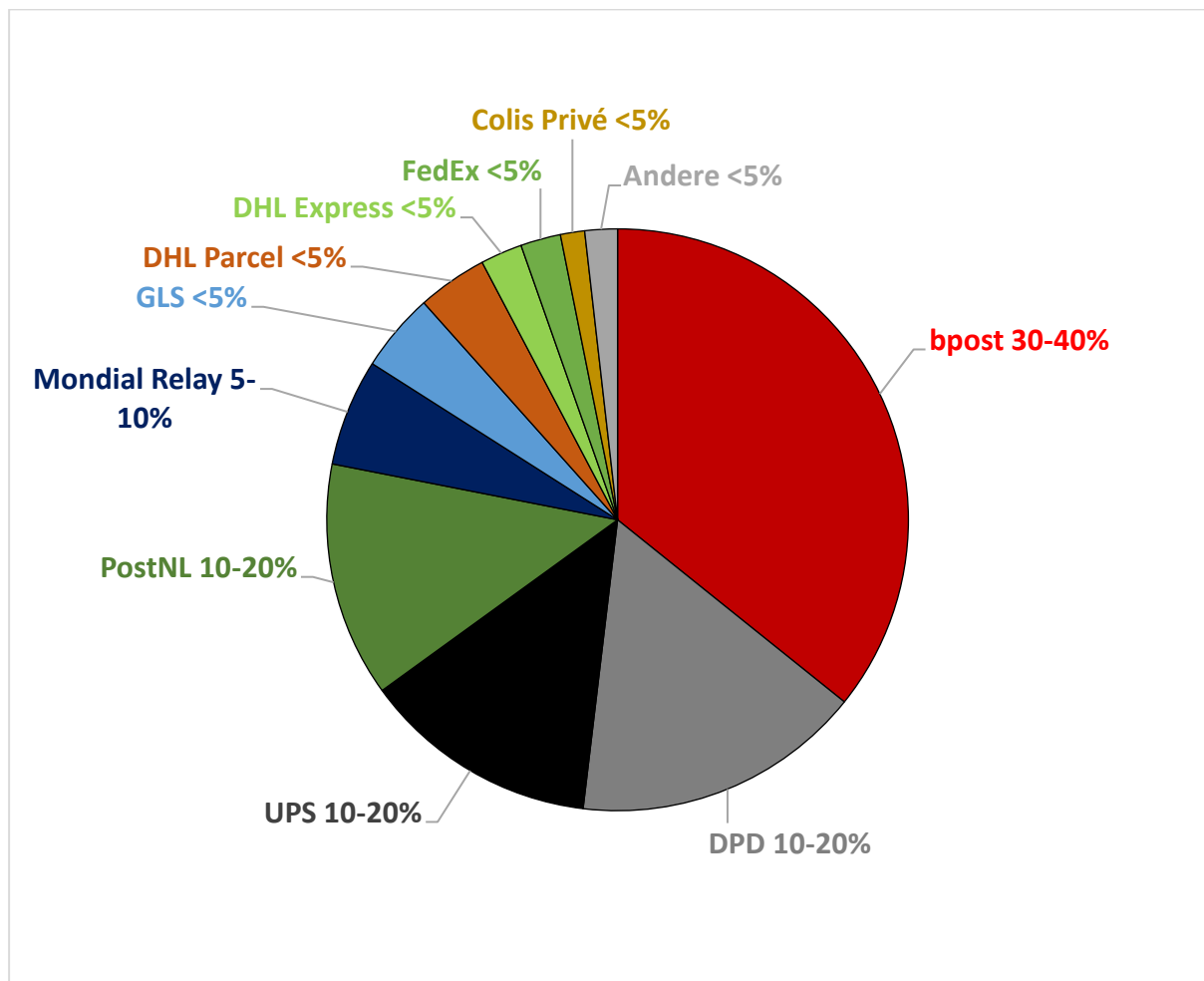
Figuur 35. Marktaandeel op basis van de omzet in het segment van de exprezendingen en pakjes (2022) (%)



Bron: BIPT

106. Een soortgelijke analyse met marktaandelen kan worden gemaakt op basis van volume, wat andere resultaten oplevert. Bpost heeft het grootste marktaandeel met meer dan 30% in termen van volume. DPD, United Parcel Service en PostNL hebben elk minstens 10% marktaandeel. Mondial Relay heeft 5 tot 10% marktaandeel en de rest van de spelers hebben elk een marktaandeel van minder dan 5%.
107. Er wordt opgemerkt dat de marktspelers die gespecialiseerd zijn in de expresdienst veelal lagere volumes hebben, maar hogere prijzen hanteren. Aldus hebben UPS, FedEx en DHL Express een kleiner marktaandeel in volume, in vergelijking met de percentages marktaandeel qua omzet. Ook het omgekeerde effect doet zich voor. Zo zullen sommige spelers die focussen op het pakjessegment, meer volume realiseren dan sommige van hun concurrenten, wegens een segment met lagere prijzen. PostNL en bpost bijvoorbeeld hebben hogere percentages wat betreft de marktaandelen in volume dan in omzet.

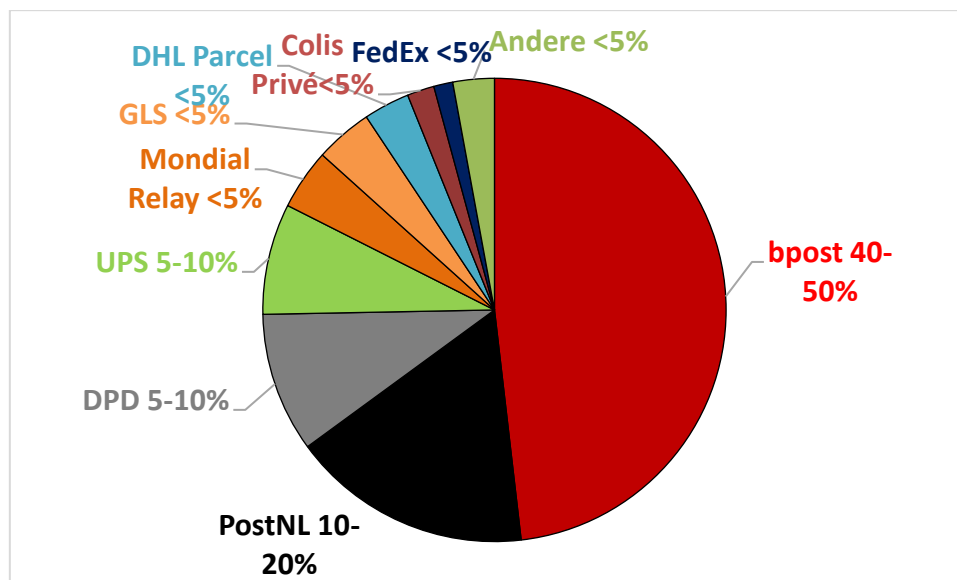
Figuur 36. Marktaandeel op basis van het volume in het segment van de expreszendingen en pakjes (2022) (%)



Bron: BIPT

108. Wanneer we dieper inzoomen op het marktaandeel in termen van volume, kunnen we oog hebben voor de pakketten die worden bedield in België. Dit zijn aldus de binnenlandse of internationaal binnenkomende zendingen die we met name bedield zien worden door de bestelwagens die in ons straatbeeld opduiken. Binnen dit specifieke segment zien we dan bijvoorbeeld ook dat het aandeel van bpost groeit tot tussen de 40 en 50% voor 2022, idem zien we PostNL in dit geval naar plaats twee schuiven, terwijl internationale spelers (die ook met name actief zijn in het internationaal uitgaand verkeer) zoals DPD en UPS een beduidend lager aandeel bekomen.

Figuur 37. Marktaandeel op basis van het volume in het segment van de binnenlandse en internationaal binnenkomende expreszendingen en pakjes (2022) (%)



Bron: BIPT

4.3.3. Impliciet tarief

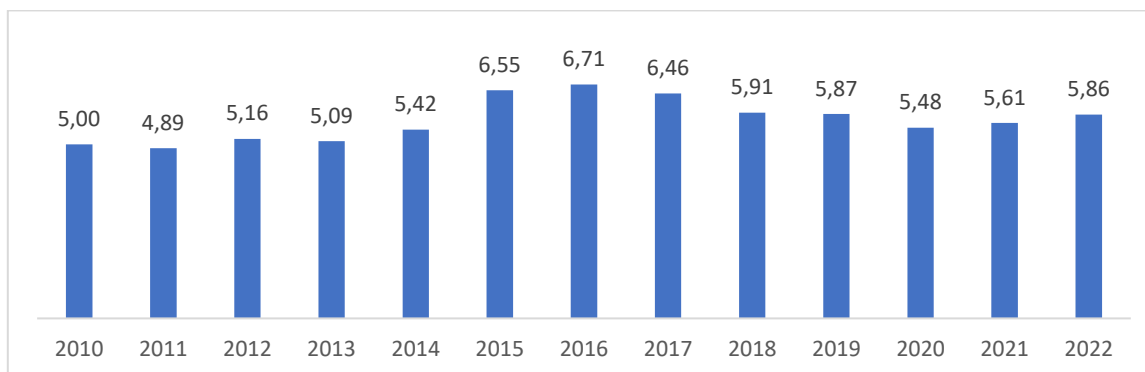
109. Wanneer we omzet en volume met elkaar confronteren krijgen we een impliciet tarief (ARPU oftewel average revenue per unit). Dit is het gemiddelde tarief per eenheid binnen het segment, met alle operatoren, formaten en bestemmingen tezamen beschouwd. Het volume binnen het segment van pakketten en expreszendingen is na 2016 en tot 2020 sterker gestegen dan de omzet, waardoor het impliciete tarief is afgenomen. Sinds 2020 zien we echter, vermoedelijk mede gedreven door een hogere inflatie, een stijging met betrekking tot het impliciet tarief. Het -nog steeds- lager niveau van de globale ARPU ten opzichte van 2016 (figuur 38) kan worden verklaard door verschillende aspecten:

- 109.1. sterkere groei van de volumes van standaardpakketten dan de volumes van duurdere expreszendingen;
- 109.2. de volumegroei wordt in essentie getrokken door de grootste e-commercespelers, die het voordeel hebben van lagere prijzen;
- 109.3. 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.

110. Deze impliciete tarieven verschillen danig van de tarieven die bekomen werden uit de Cross-border analyse³⁶, 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.

³⁶ <https://bipt.be/operators/publication/mededeling-betreffende-de-beoordeling-van-de-weerhouden-bpost-tarieven-in-het-kader-van-de-europese-verordening-betreffende-grensoverschrijdende-pakketbezorgdiensten>

Figuur 38. Impliciet tarief binnen het segment van pakket- en expreszendingen (2010-2022)(€)



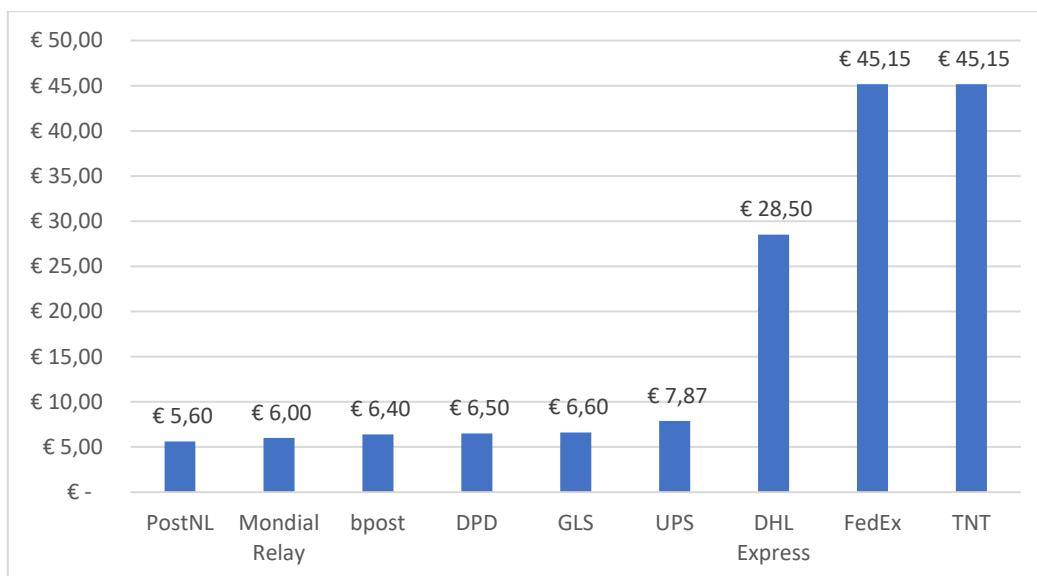
Bron : BIPT

4.3.4. Kleingebruikerstarieven

111. In 2021 publiceerde het BIPT een instrument om tarieven voor een 2kg pakket voor kleingebruikers te vergelijken, zodoende zonder volumekortingen. Dit instrument³⁷, geeft de tarieven - op 1 januari - van alle operatoren voor het verzenden van een - veelgebruikt - pakket van 2kg. Voor elke bestemming, zijnde België of ergens anders in Europa, is het mogelijk om na te gaan welke operatoren er diensten aanbieden. Naast de tarieven voor deze bestemmingen geeft de tool eveneens talrijke nuttige gegevens weer, zoals bijvoorbeeld de minimale en maximale dimensies en gewichten, de aanwezigheid van een standaard verzekering of zelfs ophaling aan huis. Deze info wordt weldra geïntegreerd binnen www.postaalpunt.be.
112. De tarieven voor een 2kg pakket met thuislevering binnen België anno 2023 worden weergegeven in figuur 39. Meteen valt er een discrepantie in de prijzen op, met name wanneer men de tarieven van expresleveranciers onderzoekt die uiteraard een geheel andere dienst aanbieden zoals een uitermate snelle levering. Naast de tarifaire aspecten, merkt men vaak nog onderlinge verschillen, zoals een verschil in aangeboden verzekering, of nog de maximale dimensies of gewicht, die het nodig maken goed te vergelijken om een optimale keuze te maken. De tariefvergelijker van het BIPT tracht deze oefening voor de kleingebruiker te vergemakkelijken. Tevens krijgt men via de vergelijker ook zicht op goedkopere alternatieven, zoals de levering in een postaal punt in plaats van levering aan huis. Daarbij verschijnt ook bijvoorbeeld Homerr met een tarief van 3,69 euro.

³⁷ <https://www.bipt.be/consumenten/publication/tariefvergelijker-2kg-pakket-binnen-belgie-en-europa>

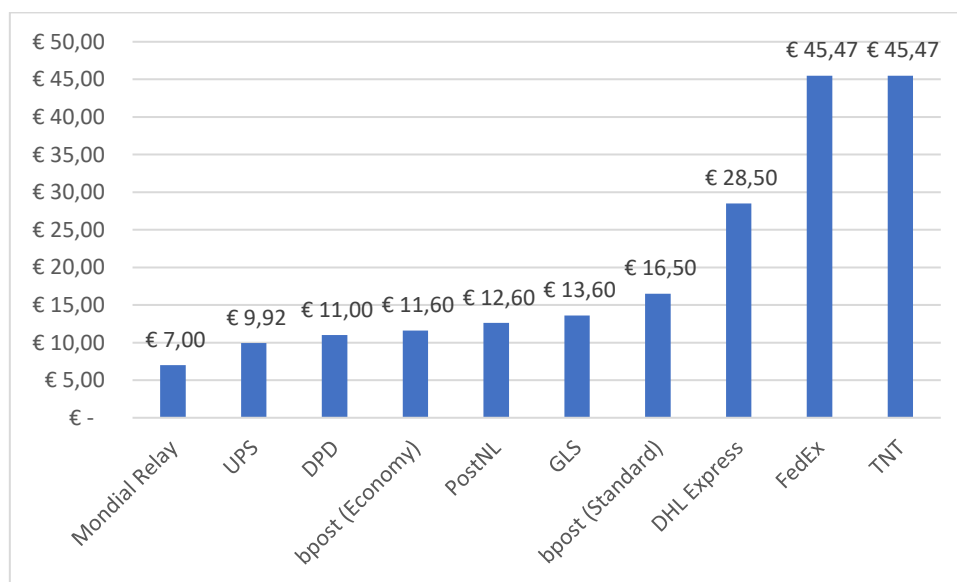
Figuur 39. Tarieven voor een binnenlands 2kg pakket (2023, euro)



Bron: BIPT (tariefvergelijker)

113. Bij pakketzendingen naar het buitenland wordt vergelijker nog interessanter, zoals blijkt uit figuur 40. De verschillen nemen dan, zoals hier bij verzending vanuit België naar een adres in Nederland, nog toe.

Figuur 40. Tarieven voor een 2kg pakket naar Nederland (2023, euro)



Bron: BIPT (tariefvergelijker)

bpost Economy is een pakket zonder bijvoorbeeld track & trace, bpost Standard bevat deze optie echter wel

4.4. Focus op het segment van de persdistributie aan de abonnees

114. 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 afgesloten tussen bpost en de Belgische Staat. Sinds 1 januari 2016, en -door twee verlengingen- nog tot 31 december 2023³⁸, is het een afzonderlijke dienst van 'last resort' geworden die buiten het beheerscontract valt. Deze DAEB, waarop de uitgevers naar eigen wens een beroep kunnen doen, wordt nu door bpost uitgevoerd en bestaat uit:
- 114.1. 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;
 - 114.2. de thuisbezorging van tijdschriften aan de abonnees via de klassieke verdeelrondes, van maandag tot vrijdag.
115. 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.³⁹ Er zijn nog andere spelers actief in dit segment, zoals PPP.⁴⁰

4.4.1. Volume

116. Sinds 2012 daalt het totale volume van bedeelde pers, na in 2011 gepiekt te hebben op 568 miljoen bedeelde exemplaren op jaarbasis. Tussen 2021 en 2022 nam het globale volume met 6,8% af, de sterkste daling die we ooit noteerden (de afgelopen jaren bedroeg de daling bijvoorbeeld 1,6% en 4,1%). Inmiddels wordt er 31,8% minder pers bedeeld in vergelijking met 2011.
117. Bij de tijdschriften is de algemene jaarlijkse daling al langer aan de gang en stellen we, na een vertraging tot -0,3% vorig jaar, opnieuw een versnelling vast van -8,4% tot 196 miljoen bedeelde stuks in 2022. Het volume aan bedeelde kranten stagneerde pas later en kende sinds 2013 een beperkte terugval, welke in 2022 -5,2% bedroeg. Hiermee worden er nog steeds 192 miljoen kranten bedeeld.

³⁸ 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. Deze concessie werd inmiddels tevens met 2 jaar verlengd, tot eind 2022:

<https://press.bpost.be/communicatie-met-betrekking-tot-de-persconcessies>

Een bijkomende verlenging voor 1 jaar werd door de Ministerraad op 18 november 2022 goedgekeurd (BELGA: Ministerraad verlengt contract persconcessies bpost met een jaar)

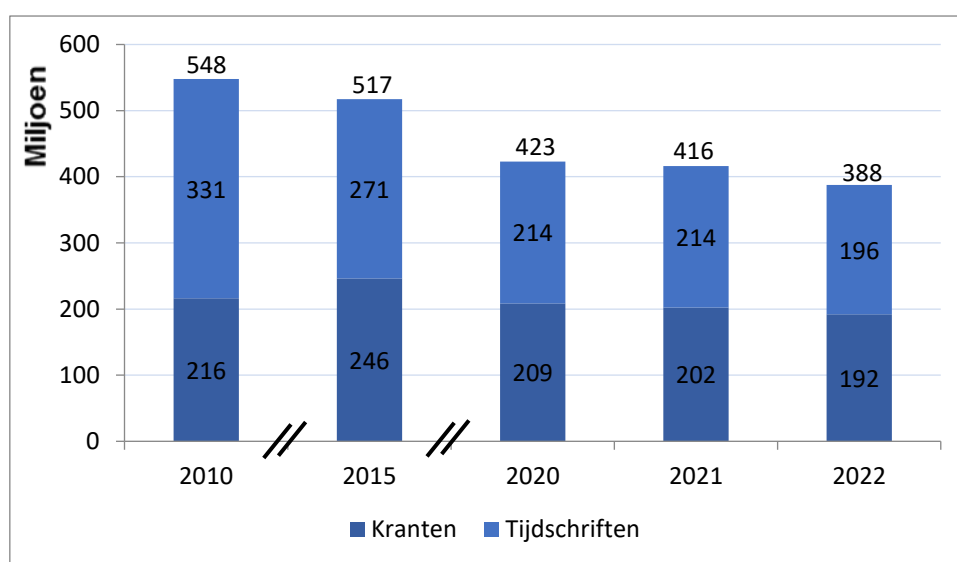
³⁹ Ter info, op 1 september 2022 besloot ACM dat bpost B.V. Aldipress mag overnemen. Aldipress houdt zich bezig met de distributie en (trade-)marketing van tijdschriften, stripalbums, romans en puzzelboekjes bestemd voor de losse verkoop door retailers binnen Nederland.

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

⁴⁰ 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.

118. Hierdoor worden er bijna evenveel kranten (49,5%) als tijdschriften (50,5% in het aandeel aan pers) bedeed, terwijl anno 2010 nog 60,5% van het volume aan pers bestond uit tijdschriften.

Figuur 41. Evolutie van de volumes in het segment van de persdistributie aan abonnees (miljoen eenheden)



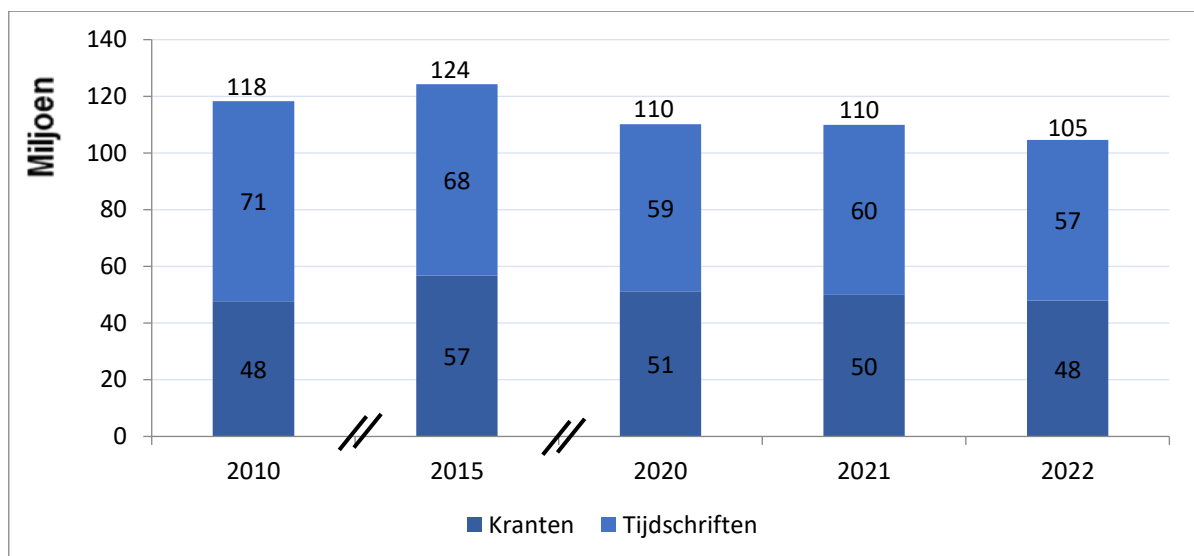
Bron: BIPT

4.4.2. Inkomsten

119. Aan de inkomstzijde zien we dat de neergaande fase zich pas vanaf 2014 heeft ingezet. Anno 2022 daalden ook de inkomsten echter sterker dan voorheen (met -4,9%). Dit is een verschil met het recente verleden, toen respectievelijk -0,2% en -3,4% voor 2021 en 2020 werden opgetekend. Niettemin loopt de inkomstendaling al op tot -21,1% in vergelijking met 2013. Ook bij de tijdschriften (-4,1%) valt er anno 2022 een zwaardere daling op te merken ten opzichte van de kranten (-5,6%).
120. 54,2% van de inkomsten zijn toe te schrijven aan de bedeling van tijdschriften, tegenover 45,8% aan de bedeling van kranten. Anno 2010 bedroeg deze verhouding nog 59,7% versus 40,3%.
121. 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.⁴¹

⁴¹ Volgens de federale begroting bedroeg de geraamde betaling (initiële kredieten) aangaande de persconcessie in totaal 176 miljoen euro in 2022.

Figuur 42. Evolutie van de inkomsten in het segment van de persdistributie aan abonnees (miljoen EUR)



Bron: BIPT

122. Voor de volledigheid vermelden we dat AMP deel uitmaakt van bpost.⁴² AMP levert echter niet aan huis maar in de (kranten)winkel. Daarnaast voorziet het ook in de distributie van pers voor losse-nummerverkoop 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.

⁴² 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>).

5. Investerings en tewerkstelling in postactiviteiten

5.1. Investerings in de postsector

123. In 2022 werd voor in totaal aan 222 miljoen euro geïnvesteerd⁴³ in de postsector door de operatoren uit onze steekproef. Het gaat hierbij om een stijging van 2,3% ten opzichte van 2021, dit is echter bovendien bovenop de stijgingen van 21,6% anno 2021 en van 45,5% die in 2020 werd vastgesteld. Figuur 43 geeft weer dat algemeen genomen de investeringen in de postale sector duidelijk toenemen overheen het laatste decennium. Vergeleken met 2010 ligt het niveau van investeringen in 2022 zelfs 192,5% oftewel 146 miljoen euro hoger. De mediane waarde van de periode 2010-2022 bedraagt trouwens 96 miljoen euro, of 126 miljoen euro minder dan de waarde van de investeringen in 2022. Het gaat dus om een historisch hoog cijfer dat uiteraard te wijten is aan de bloei van het segment van pakketten en exprezendingen. Operatoren zijn immers nog steeds hun capaciteit aangaande de sortering en distributie van pakketten aan het uitbreiden.⁴⁴ Van de investeringen anno 2022 gaat het in 90,5% om materiële vaste activa, versus 9,5% in immateriële vaste activa. Waardoor er ten opzichte van 2021 nog 2 procentpunten meer in materiële vaste activa wordt geïnvesteerd.

⁴³ Het gaat hier om uitbreidingsinvesteringen binnen België. De tijdreeks werd anno 2019 tevens herzien daar in het verleden soms ook investeringen in het buitenland werden meegedeeld.

⁴⁴ Enkele voorbeelden :

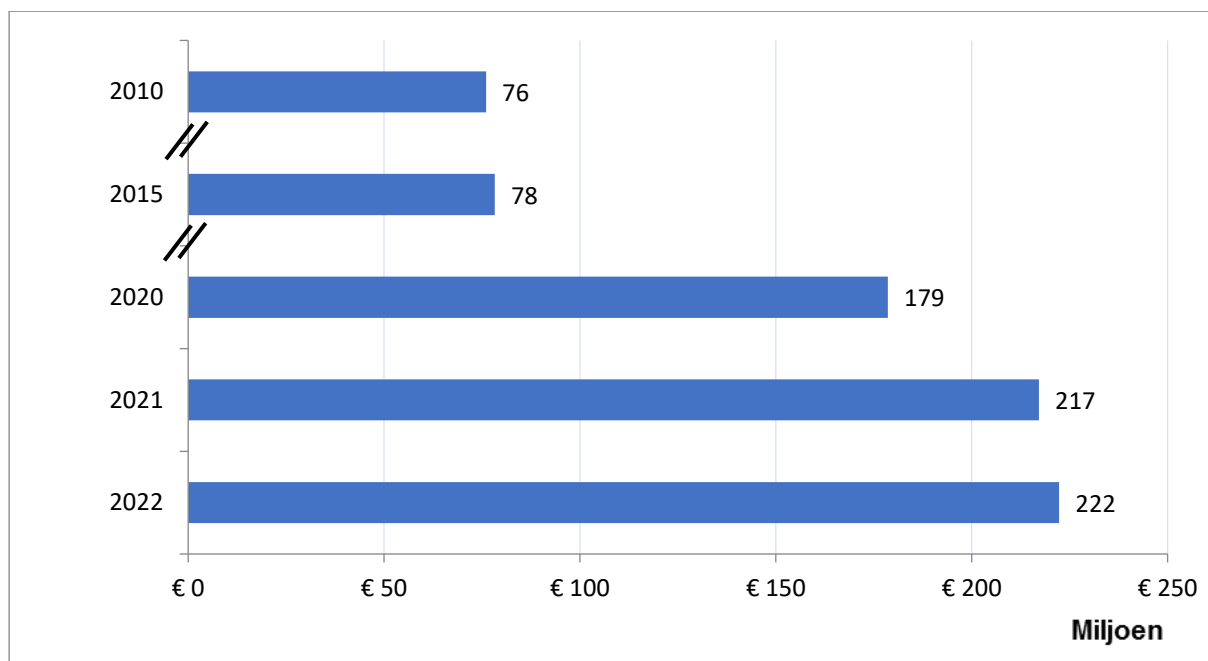
13 juli 2018 "PostNL bouwt twee eerste sorteercentra in België": <https://www.transportmedia.be/postnl-opent-twee-eerste-sorteercentra-in-belgie/>

14 oktober 2019 "PostNL breidt capaciteit van distributiecentra in België uit met een derde": <https://www.postnl.be/over-postnl-belgie/pers-en-nieuws/nieuws/2019/postnl-breidt-capaciteit-van-distributiecentra-uit.html>

23 juli 2020: "DPD investeert 60 miljoen euro en creëert dit jaar 500 nieuwe jobs in België" <https://www.dpd.com/be/nl/2020/07/23/dpd-investeert-60-miljoen-euro-en-cre-ert-dit-jaar-500-nieuwe-jobs-in-belgi/>

30 september 2022: „DHL Express investeert in gloednieuw en duurzaam service center in Courcelles" (Belga) <https://www.dhlexpress.be/nl/sustainability/dhl-express-invests-in-brand-new-and-sustainable-service-centre-in-courcelles/>

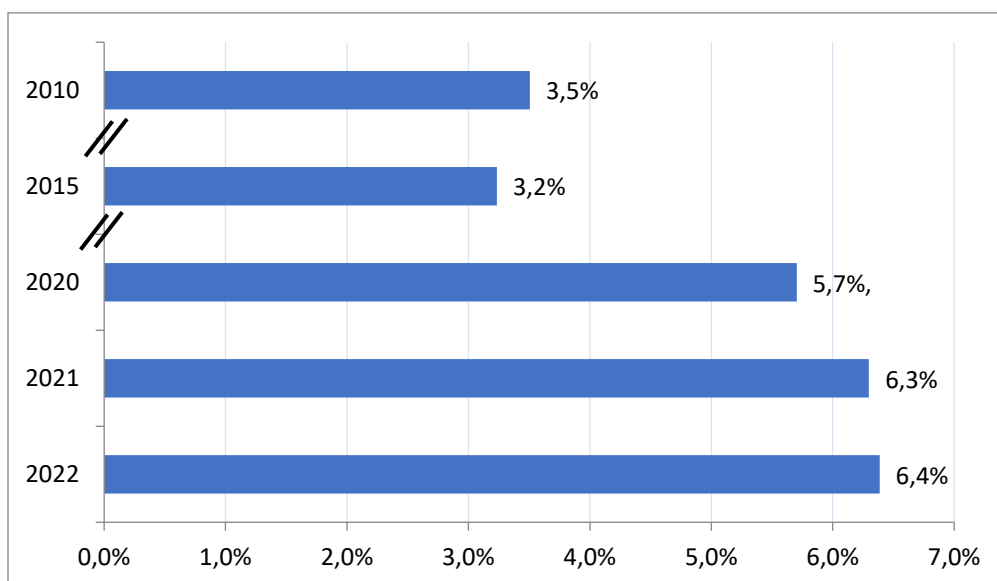
Figuur 43. Investerings in de postsector (miljoen EUR)



Bron: BIPT

124. De uitgevoerde investeringen in de postsector bedroegen anno 2022 6,4% van de gerealiseerde omzet. Dit is, ondanks de recordomzet (zie ook sectie 4.1.1) die werd behaald in 2022 en waartegen het niveau van de investeringen wordt afgezet. De verhouding investeringen versus omzet ligt daardoor ongeveer anderhalve procentpunt hoger dan de hoge waardes die nog anno 2017 (4,8%) en 2019 (4,6%) werden genoteerd.

Figuur 44. Investerings ten overstaan van omzet in de postsector (%)



Bron: BIPT

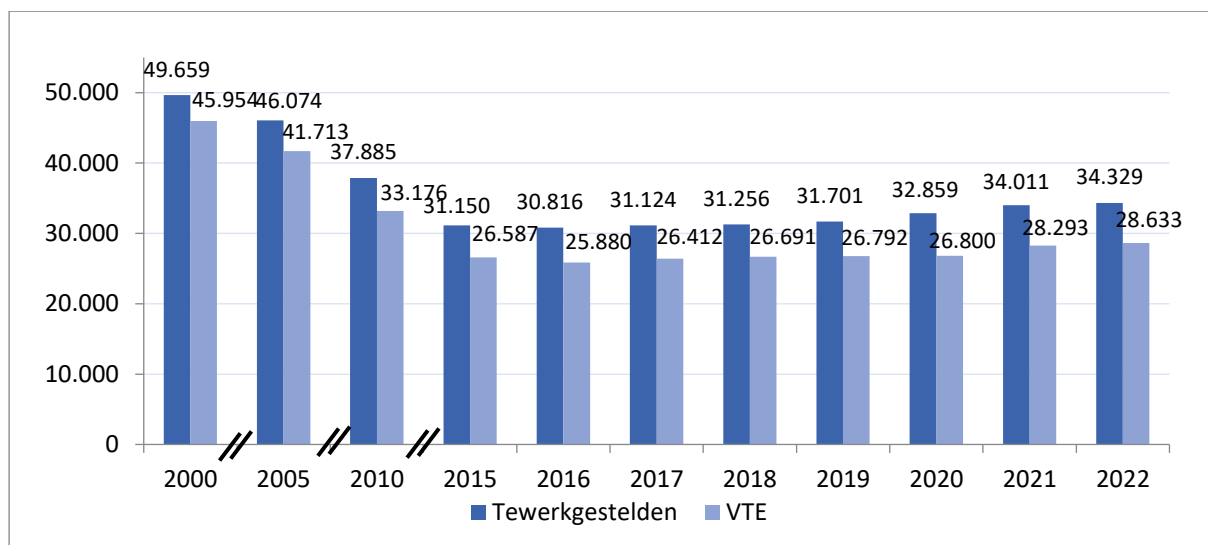
5.2. Tewerkstelling in de postsector

125. Op 30 juni⁴⁵ 2022 telde de sector van de postale activiteiten niet minder dan 34.329 loontrekkenden in termen van rechtstreekse tewerkstelling. Dit vertegenwoordigt een beperkte stijging met 0,9% ten opzichte van het jaar 2021. Achter dit globaal cijfer zit echter een daling van het personeel bij de universele dienstverlener bpost (nace 53.1) met 1,5% tot 25.971 werknemers en een stijging van 9,5% bij de alternatieve operatoren (nace 53.2) tot 8.358 werknemers. In de postale sector blijft bpost niettemin nog altijd de grootste werkgever, goed voor circa 3 van de 4 werknemers.
126. Over een langere termijn bekeken nemen we globaal genomen al sedert enkele jaren een trendbreuk waar. Terwijl de sector in de jaren 2000 een vermindering van het personeelsbestand op het niveau van de werknemers beleefde, zien we, met name dankzij het toenemende aandeel pakjes en expreszendingen in de volumes van de zendingen, een lichte stijging in tewerkstelling sedert 2017. Inmiddels zelfs 11,4% meer loontrekkenden in deze sector ten opzichte van het dieptepunt in 2016. Het huidig niveau ligt echter ruim onder de niveaus van de jaren 2000. Zo is er tussen 2010 en 2022 nog steeds een verschil in tewerkstelling in de postsector (-9,4%). Dat verschil is nog groter tussen 2000 en 2021 (ongeveer -30,9%).
127. Wat de voltijdequivalenten (vte's)⁴⁶ betreft, is de globale stijging anno 2022 eveneens beperkt (+1,2%). Ook hier is er een groot verschil tussen 2022 en de jaren 2010 en 2000, respectievelijk -13,7% en -37,7%. In 2022 werken iets meer dan 9 op 10 werknemers in de postsector voltijds.
128. Naast de eigen "vaste" werknemers zijn er ook nog tijdelijke werknemers en komt onderaanneming /zelfstandige tewerkstelling ook in ruime mate voor in de postale sector. Zo lag, bekeken op basis van onze enquête, het aantal tijdelijke werknemers op 30 juni 2022, op een totaal van circa 3.150 personen, flink meer dan een jaar eerder (+75%). Weliswaar zagen we bij deze categorie anno 2021 een beperkter eindejaarseffect, waarbij op 31 december 2021 het aantal tijdelijke werknemers steeg tot circa 3.700. Bij de zelfstandige tewerkstelling in onderaanneming wezen de antwoorden op onze enquête op 6.900 personen, een toename van ongeveer 5%. Rekening houdend hiermee zorgt de postale sector dus voor nog meer tewerkstelling, zijnde op indirecte wijze, dan wordt weergegeven via figuur 45.

⁴⁵ Wij bestuderen systematisch de situatie op 30 juni van het jaar in kwestie, d.i. op het einde van het tweede kwartaal. De werkgelegenheid is dan typisch minder seizoengevoelig.

⁴⁶ Om het effectief verrichte werk zo correct mogelijk weer te geven, gaat het hier om voltijdequivalenten, buiten gelijkgestelde dagen. Gelijkgestelde dagen zijn periodes zoals onvrijwillige werkloosheid, arbeidsongeschiktheid, moederschapsverlof en vervroegd pensioen, waarin niet gewerkt is, maar die toch worden meegeteld voor de pensioenloopbaan.

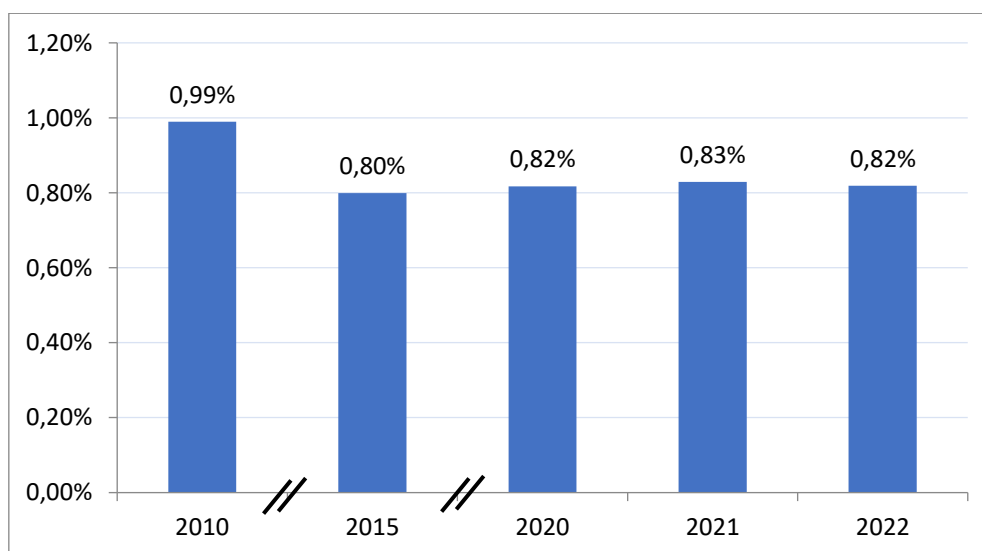
Figuur 45. Loontrekkende tewerkstelling in de postsector (N, vte)



Bron : RSZ

129. Wanneer rekening wordt gehouden met de tewerkstelling in alle sectoren en de evolutie ervan, dan stelt men vast dat het aandeel van de werknemers die in de postsector werken 0,82% bedraagt in 2022. In vergelijking met 2010 gaat het om een vermindering van bij de 0,2 procentpunten. De recente stijgingen in het aantal werknemers (waarvan de grootste in 2020 (+3,7%) en 2021 (+3,5%)) die toe te schrijven zijn aan de enorme groei van de expresszendingen en pakjes (zie punt 4.3), hebben echter dat percentage van 0,78% (tussen 2017 en 2019) doen omhooggaan naar dat wat we nu vaststellen.

Figuur 46. Aandeel van de postsector in de totale tewerkstelling (%)

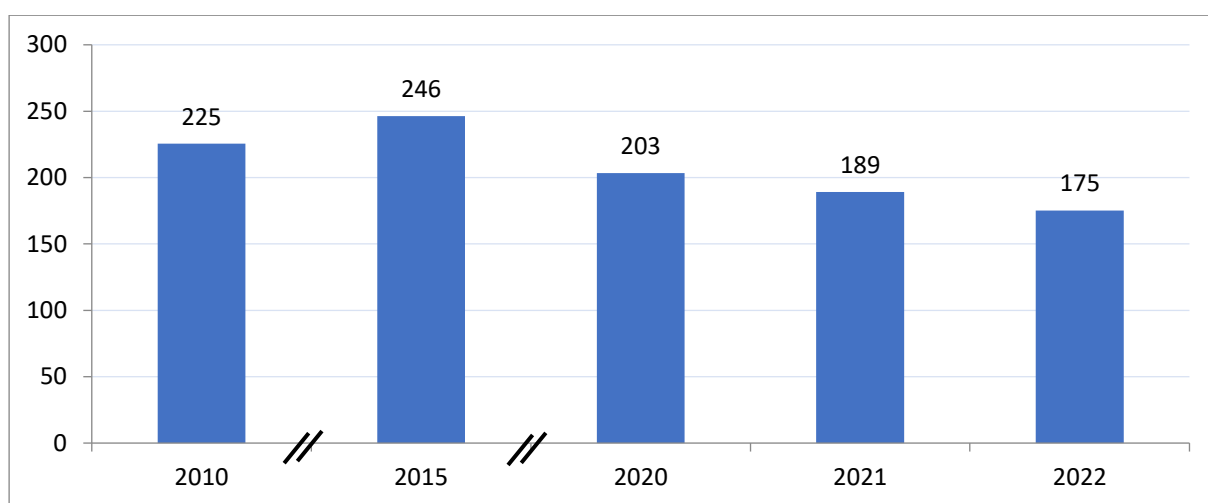


Bron : RSZ⁴⁷

⁴⁷ 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 (telkens voor juni) bekeken in termen van arbeidsplaatsen.

130. De volgende figuur geeft het gemiddelde aantal postale items weer (pakjes, expresdiensten, brieven of persdistributie aan de abonnees) per voltijdequivalent. Na een stijging tussen 2010 en 2011 van 225 naar 243 eenheden, bleef dat cijfer wat steken tussen 2011 en 2016 (tussen 243 en 249 eenheden per vte) voordat het sterk daalde vanaf 2017. In 2022 bedraagt dat cijfer 175 eenheden per voltijdequivalent. Het gaat om een negatief verschil van 50 eenheden ten opzichte van 2010 en van 73 ten opzichte van 2014 (jaar met het hoogste cijfer). De verklaring van dat cijfer ligt met name in de terugval van het volume van de brievenpost en de stijging van het volume van de pakjes en expreszendingen. De verrichtingen (verwerking en levering) voor die laatste twee vergen immers meer behandeling per geleverde eenheid.

Figuur 47. Gemiddeld aantal postale items per kalenderdag per vte in de postale sector (N)



Bronnen: RSZ en BIPT

6. Toegang tot de postdiensten

131. Naast meer dan 50 sorteercentra en ongeveer vier keer 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.

6.1. Sectoraal overzicht

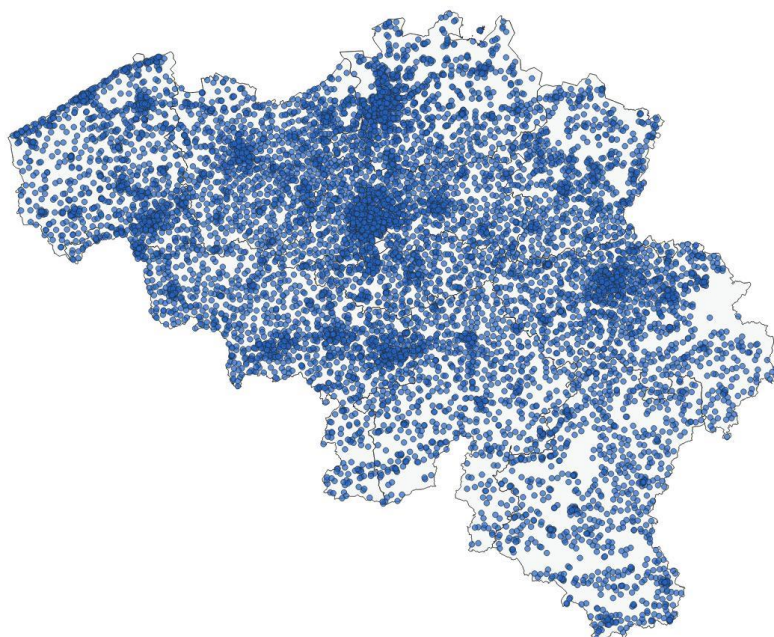
6.1.1. Brievenbussen voor verzending

132. Brievenbussen voor verzending werden in België tot voor kort door zowel de universeledienstverlener bpost als licentiehouder Mosaïc (bekend onder de handelsnaam TBC-Post) beschikbaar gesteld aan de gebruikers. Echter staakte Mosaïc eind 2019 zijn activiteiten⁴⁸, zodat op onze momentopname van 31 december 2022 enkel nog de rode bussen⁴⁹ van bpost zichtbaar zijn. Aangezien ook bpost het aantal rode brievenbussen fors liet dalen anno 2019 (zie ook sectie 6.2.1), telde ons land eind 2022 nog 9.900 brievenbussen voor verzending. Vier jaar eerder bedroeg dit aantal nog 12.597 stuks (zijnde van oftewel bpost of Mosaïc/TBC-Post) in totaal. Eind 2022 is er gemiddeld nog één brievenbus per 3,1 km² of per 1.180 inwoners.

⁴⁸ L’Echo 14 December 2019: “TBC Post, le seul rival de bpost dans l’activité de courrier, depose le bilan”.

⁴⁹ 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>

Figuur 48. Dichtheid van het netwerk van brievenbussen (van bpost) voor verzending (2022)



Bron: BIPT

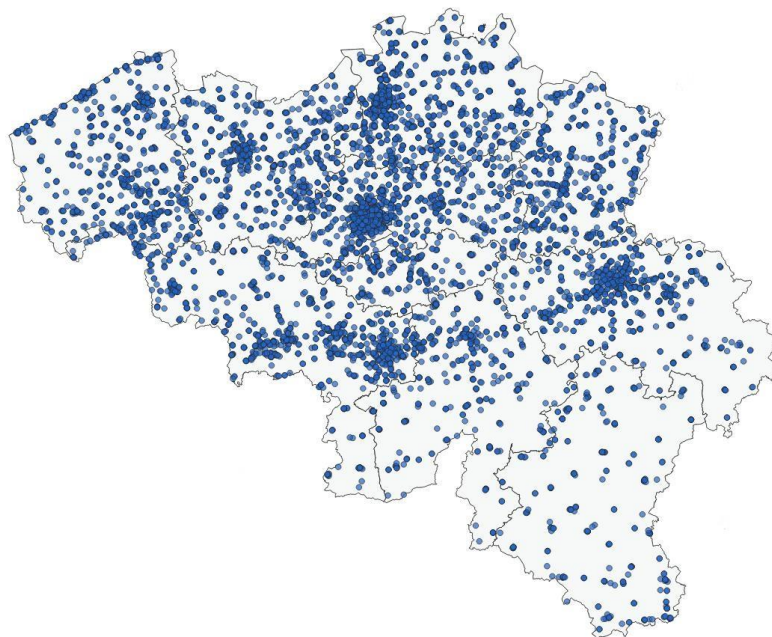
6.1.2. Bemandede punten

133. Het belang van bemandede punten is het laatste decennium, 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. Bemandede punten, meestal reeds bestaande winkels, hebben bovendien als voordeel dat ze snel ingeschakeld kunnen worden en een lage investeringskost ter opstart vergen (in tegenstelling tot bijvoorbeeld de pakketautomaten onder sectie 6.1.3). Het hebben van een ruim netwerk aan bemandede punten is dus niet langer beperkt tot de universeledienstverlener. In totaal hadden alle operatoren, eind 2022, samen 8.703 bemandede punten. Daarmee zien we dat de er duidelijk opnieuw aangesloten wordt bij de trend van het toenemend aantal bemandede punten, met een groei van 1.248 postale punten (of 16,7%) ten opzichte van een jaar eerder. Anno 2020 werd de stijgende trend even onderbroken, onder andere door het feit dat Mosaïc/TBC-Post zijn activiteiten staakte.
134. Dit geeft voor 2022 in totaal gemiddeld één bemand punt per 3,5 km² of per 1.342 inwoners. Figuur 49 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 kan immers voorkomen dat bepaalde bemandede punten, zoals krantenwinkels of benzinestations, voor meer dan één operator werken.⁵⁰ Daarenboven stelt bijvoorbeeld bpost zijn netwerk van bemandede punten ook open aan DHL Parcel.⁵¹

⁵⁰ We zien de laatste jaren bijvoorbeeld dat in bijna 3 op 10 gevallen de straatnaam en huisnummer van een bemand punt meermaals voorkomen in de database.

⁵¹ Voorheen deed Kariboo! dit eveneens voor PostNL, echter rolt PostNL sinds eind 2019 een eigen netwerk uit (op 26/09/2019): https://www.standaard.be/cnt/dmf20190926_04629899

Figuur 49. Dichtheid van het netwerk van bemande punten (2022)



Bron: BIPT

6.1.3. Pakketautomaten

135. Een trend die het afgelopen decennium de kop op stak zijn de pakketautomaten.⁵² 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.
136. In België startte bpost in 2014 met de uitbouw van een netwerk van pakketautomaten, en dit zowel voor verzending als ontvangst van pakketten.⁵³ 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 2018.⁵⁴ Eind 2019 telde het echter 186 locaties met automaten. Deze werden op dat moment niet langer Cubee genoemd, maar simpelweg 'bpost pakjesautomaat'.
137. Anno 2020 had bpost het aantal locaties met pakketautomaten reeds fors uitgebreid, tot 375 in totaal. Deze groei verklaart zich onder andere dankzij het project Ecozone in Mechelen⁵⁵, waar 51 locaties met pakketautomaten te vinden zijn. Het gaat hierbij typisch om verplaatsbare pakketautomaten met een beperkter aantal vakken, zonder elektriciteit en verankering. In juli 2021 kondigden bpost en de stad Leuven trouwens aan dat Leuven een

⁵² Deutsche Post DHL Group startte in 2001 met een proefproject "Packstations".

⁵³ Jaarverslag bpost 2014: <http://corporate.bpost.be/~media/Files/B/Bpost/annual-reports/ar-2014.PDF>

⁵⁴ Bpost press release (4 oktober 2017): http://corporate.bpost.be/media/press-releases/2017/04-10-2017?sc_lang=nl-BE

⁵⁵ <https://www.bpost.be/nl/ecozone-mechelen>

tweede Vlaamse Ecozone zal worden, waarin kranten, brieven en pakjes CO₂-vrij worden bezorgd tegen eind 2021.⁵⁶ Ook in Bergen is er inmiddels een -eerste Waalse- Ecozone gekomen.⁵⁷

138. Naast bpost beschikt ook DHL Express sinds 2020 opnieuw over pakketautomaten, zij het enkel voor het verzenden van pakketten. Ook Instabee, een van origine Zweedse operator die werd opgericht in 2016, kwam in 2021 naar de Belgische markt⁵⁸. Zij zijn volop hun netwerk aan het uitbouwen en zorgden, samen met het verder toenemend aantal Ecozones van bpost, voor wederom een sterke toename in het aantal lockers in België. Eind 2022 bedroeg het totale aantal pakketautomaten in België 791 stuks, oftewel 243 meer dan een jaar eerder en zelfs 603 meer dan drie jaar voordien. Op vier jaar tijd spreken we zelfs van meer dan een verviervoudiging, zoals weergegeven door figuur 50. Gemiddeld gezien komt dit totaal neer op één locatie met pakketautomaat per 38,6 km² of per 14.767 inwoners. Ter vergelijking, drie jaar eerder was dit nog slechts één locatie per 164,1 km² of per 61.361 inwoners. Figuur 51 toont dat pakketautomaten nog steeds voornamelijk te vinden zijn in centrumsteden en dichter bevolkte gebieden.
139. Naar de toekomst toe kunnen we verwachten dat niet enkel bpost en Instabee hun aantal locaties nog zullen laten toenemen, maar is er ook Mondial Relay dat anno 2023 stilaan pakketautomaten begint te installeren sinds hun overname door (lockerspecialist) InPost.
140. Daarnaast, en buiten de scope van dit observatorium, zijn er tevens ook operator-onafhankelijke initiatieven zoals BringMe⁵⁹, Facility Lockers⁶⁰ en ParcelHome⁶¹, die ervoor zorgen dat men thuis of op het werk een pakje in een pakketautomaat kan laten leveren.⁶²

⁵⁶ https://www.groenleuven.be/tweede_vlaamse_ecozone

⁵⁷ <https://press.bpost.be/een-primeur-in-wallonie-bpost-ontwikkelt-een-uitstootvrije-zone-voor-pakjesbezorging-in-bergen>

⁵⁸ Na Zweden volgden eerder al Denemarken, Finland en Nederland alvorens Budbee naar België kwam

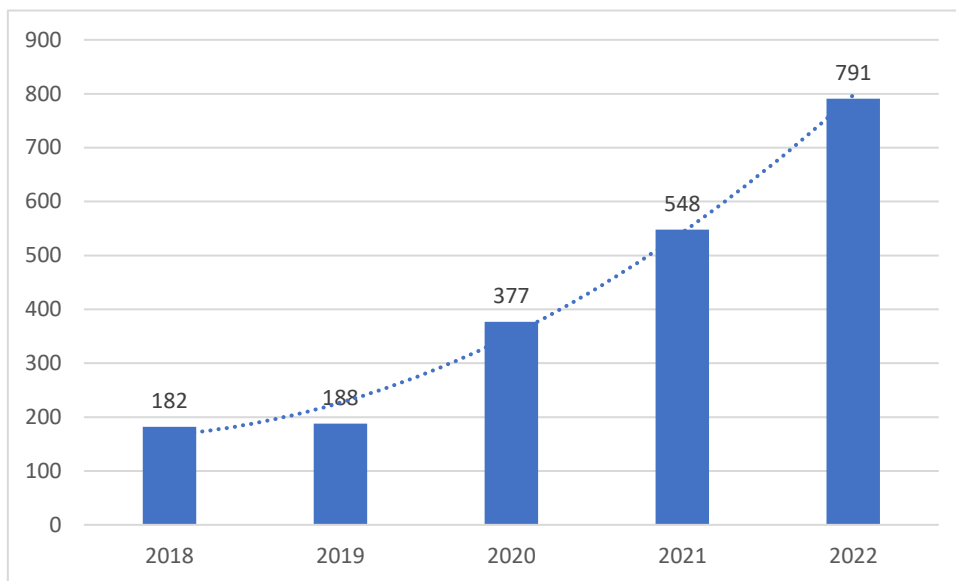
⁵⁹ <https://www.bringme.com>

⁶⁰ <http://www.facilitylockers.com/welcome.html>

⁶¹ <https://www.parcelhome.com>

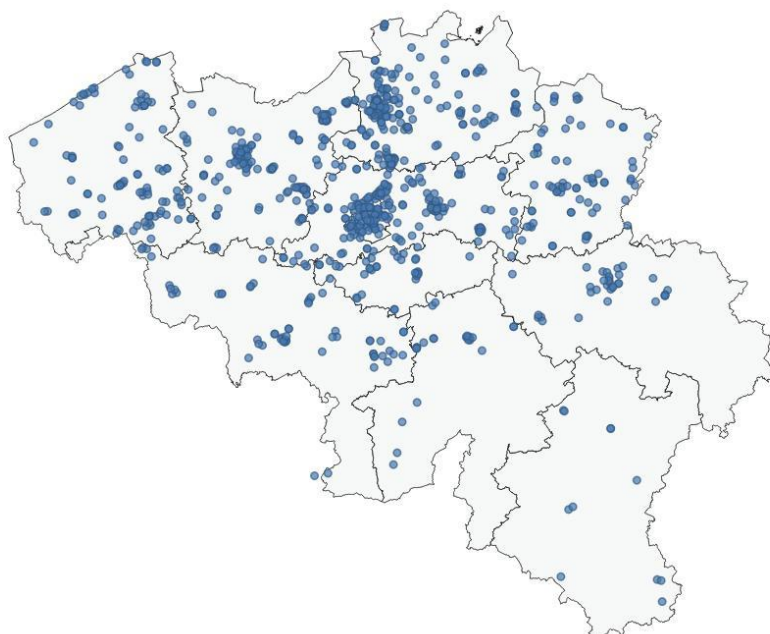
⁶² Een andere trend is deze van de pakketbussen, welke eventueel gecombineerd kunnen worden met een brievenbus. Onder andere Renson biedt deze onder de naam e-Safe aan. <https://www.renson-outdoor.be/nl-be/tuinelement-overzicht/pakketbrievenbus>

Figuur 50. Evolutie van het aantal pakketautomaten in België (2018-2022)



Bron: BIPT

Figuur 51. Dichtheid van het netwerk van pakketautomaten (2022)



Bron: BIPT

6.2. Aanbieder van de universele postdienst (AUPD)

6.2.1. Toegangspunten tot de postdiensten

141. We nemen in deze sectie het netwerk aan brievenbussen, postkantoren en postwinkels van de universeledienstaanbieder bpost onder de loep.
142. Het voornaamste verschil tussen postkantoren en postwinkels⁶³ 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.
143. Zowel de postwet als het 7e beheerscontract⁶⁴ stellen vereisten in verband met het netwerk van de universeledienstaanbieder. 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 7e 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 gemeenten⁶⁵.
144. Anno 2022 kende het aantal toegangspunten van de universeledienstverlener een beperkte stijging⁶⁶.

⁶³ Bpost geeft de naam "PostPunten" aan zijn postwinkels.

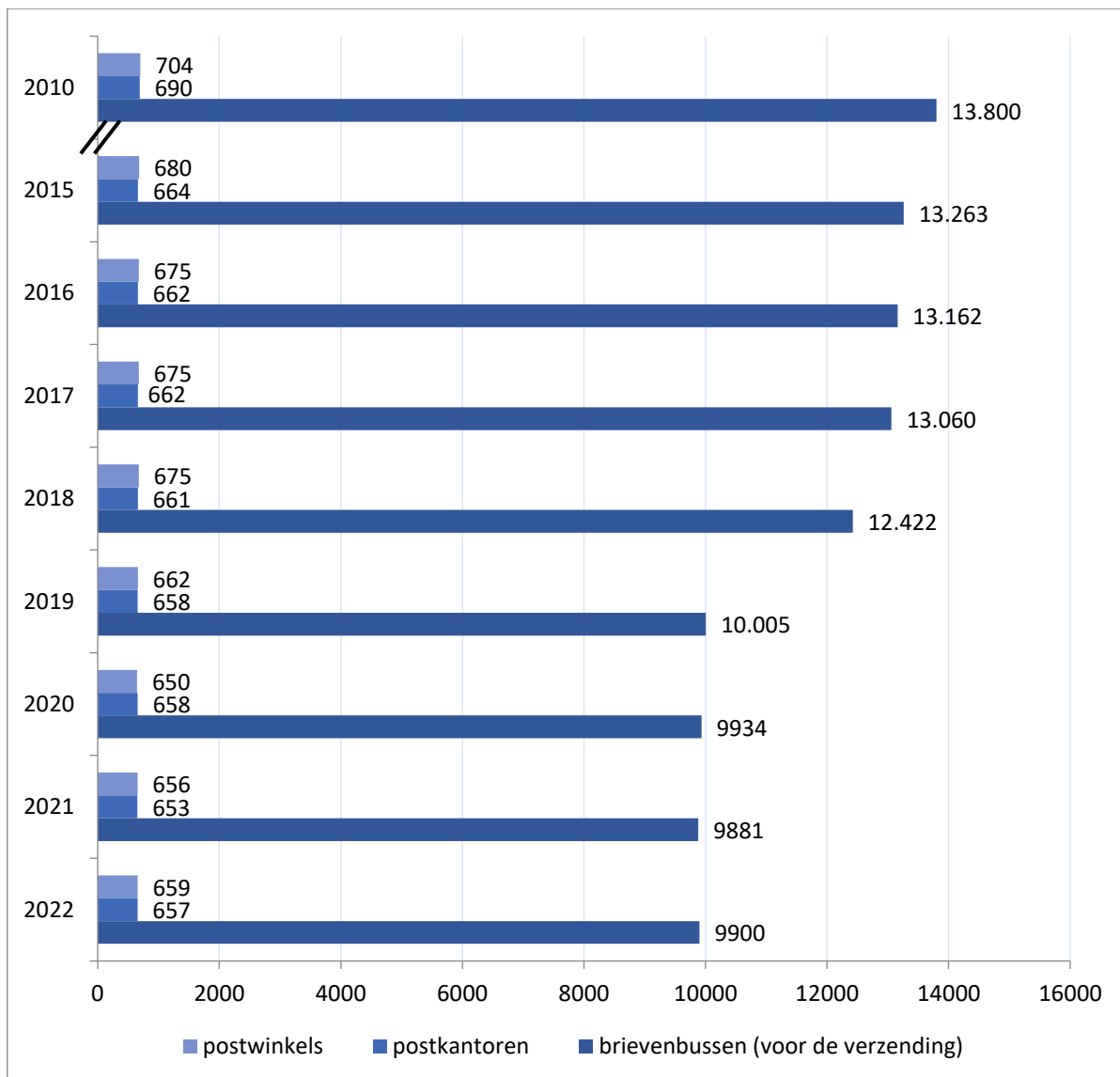
⁶⁴ Dit is een dienst van algemeen economisch belang, die deel uitmaakt van het 7e beheerscontract en waarvoor bpost een jaarlijkse vergoeding ontvangt. Volgens de federale begroting bedroeg de geraamde betaling (initiële kredieten) aangaande het 7e beheerscontract in totaal 156 miljoen euro in 2022.

⁶⁵ Op 1 januari 2019 fuseerden 15 Vlaamse gemeenten met elkaar tot 7 nieuwe gemeenten waardoor er nog 581 gemeenten overblijven.

⁶⁶ Begin 2019 heeft bpost het aantal rode brievenbussen echter sterk laten dalen, waardoor de daling in het aantal rode brievenbussen anno 2019 -19,5% betrof:

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

Figuur 52. Aantal toegangspunten in het kader van de universeledienstverlening⁶⁷



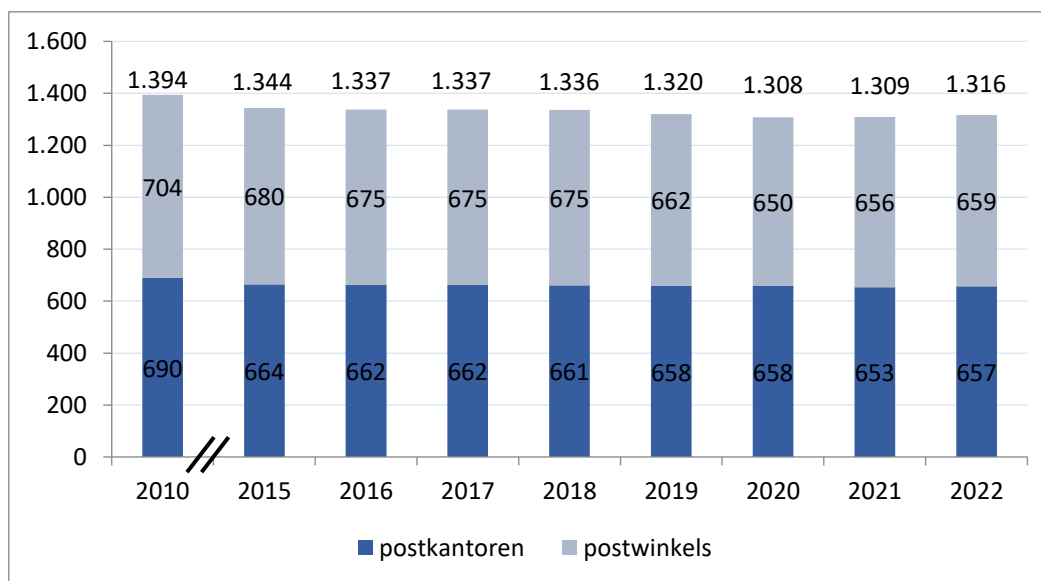
Bron: BIPT

⁶⁷ Het gaat hier enkel om de toegangspunten van de aanbieder van de universele dienst.

6.2.2. Postale service-punten

145. Eind 2022 verstreekte de aanbieder van de universele postdienst (AUPD) postdiensten via 1.316 servicepunten (postkantoren of postwinkels) die gespreid zijn over het gehele Belgische grondgebied.⁶⁸ Dit zijn 7 punten meer dan in 2021, het nettoresultaat van 4 bijkomende postkantoren en 3 postwinkel. Ten opzichte van 2010 is er echter sprake van een duidelijke terugval met 78 servicepunten, waarvan 33 postkantoren en 45 postwinkels. Maar met 1.316 postale-servicepunten en meer specifiek 659 postkantoren zit bpost nog steeds boven de eerder aangehaalde vereisten.

Figuur 53. Aantal postale-servicepunten (enkel AUPD)



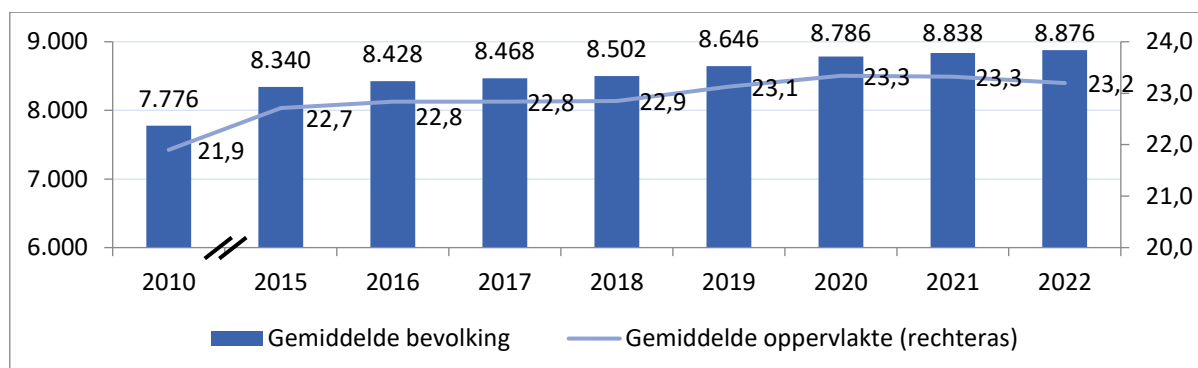
Bron: BIPT

146. Door een stijging van de bevolking dient het postale-servicepunten logischerwijze steeds meer personen te bedienen; gemiddeld genomen was er anno 2022 één postale-servicepunt per 8.876 inwoners. Dat is exact 1.100 inwoners per postpunt meer dan in 2010. Gemiddeld gezien moet elk postale-servicepunt nu aldus 14,1% meer inwoners bedienen dan in 2010 het geval was. Een postale-servicepunt is gemiddeld verantwoordelijk voor de bediening van een gebied van 23,2 km². Bekeken vanuit Europees perspectief⁶⁹ zit België in de achterhoede van het Europese peloton aangaande het aantal postale-servicepunten per capita van de universeledienstverlener.

⁶⁸ Daarnaast zijn er nog 'parcel shops' vanuit de overname van Kariboo welke enkel gericht zijn op pakketten.

⁶⁹ ERGP Report on core indicators for monitoring the European postal market, 2 February 2022

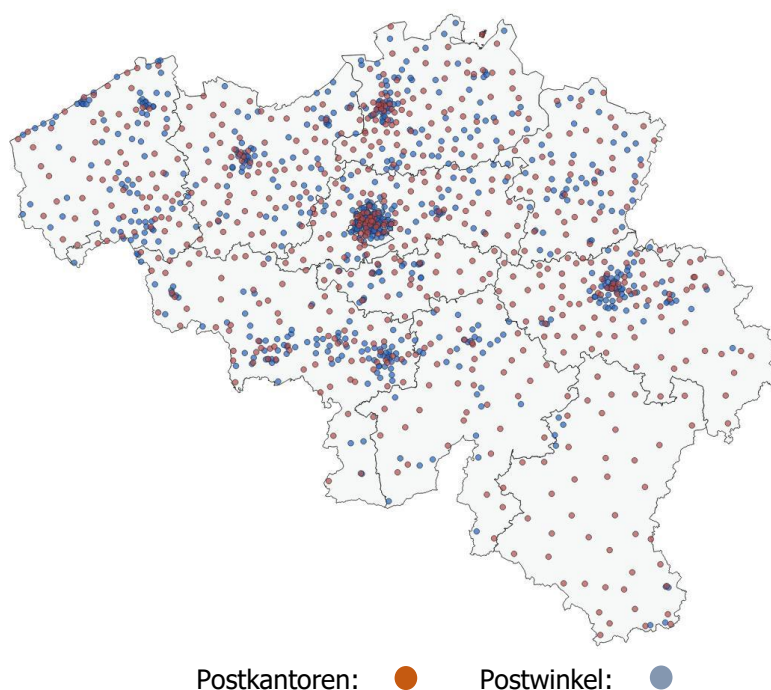
Figuur 54. Gemiddelde bevolking (N) en gemiddelde oppervlakte (km²) bediend per postale-servicepunt (enkel AUPD)



Bron: BIPT

147. De geografische spreiding van postkantoren en postpunten wordt in detail weergegeven in figuur 55.
148. 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 55. Verdeling postale-servicepunten anno 2022 (enkel AUPD)



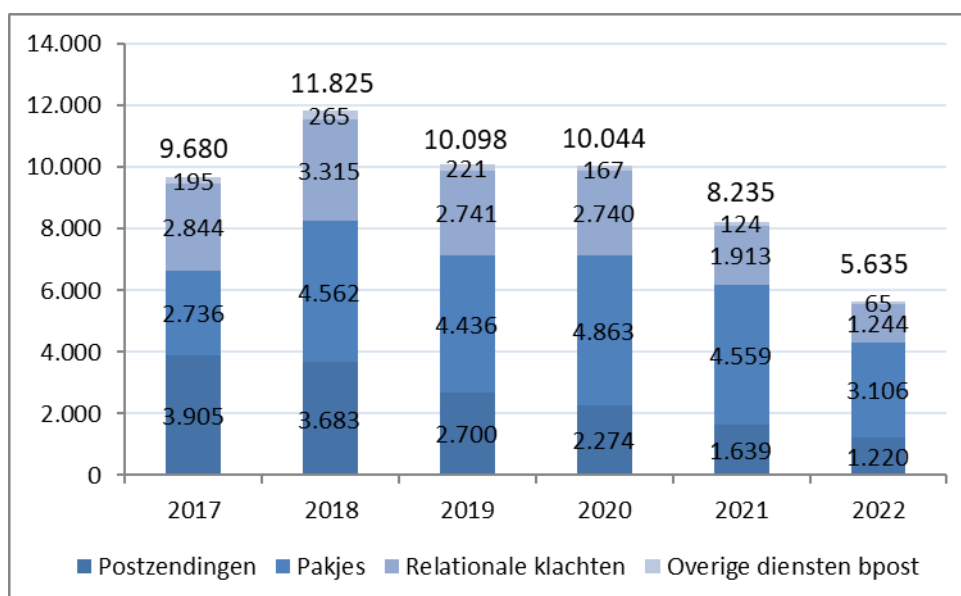
Bron: BIPT

7. Dienstkwaliteit & ecologische impact

7.1. Tevredenheid van de gebruikers van postdiensten

149. In 2022 werden er 5635 ontvankelijke klachten ingediend. 21,7% daarvan hield verband met een 'postzending', waarmee de ombudsdienst brieven (gewone en aangetekende), facturen, tijdschriften en dagbladen aanduidt. Dit betekent een beperkte stijging, komende van 19,9% in 2021, na jaren van onophoudelijke daling van het belang van deze categorie.
150. De toename in e-commerce-activiteiten maakt dat inmiddels meer dan de helft (55,1%) van de klachten gelinkt was aan de verzending van pakketten, zijnde een quasi status quo ten opzichte van 2021 maar weliswaar een stijging van 26,8 procentpunten ten overstaande van 2017. Opvallend voor deze categorie was de stijging van het aantal klachten anno 2020 gelinkt aan de nieuwe Europese BTW-regelgeving voor invoer van goederen in de EU.
151. 22,1% 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.
152. De resterende klachten (1,2%) 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 56. Aantal ontvankelijke klachten ingediend bij de Ombudsdienst per onderwerp (2017-2022)

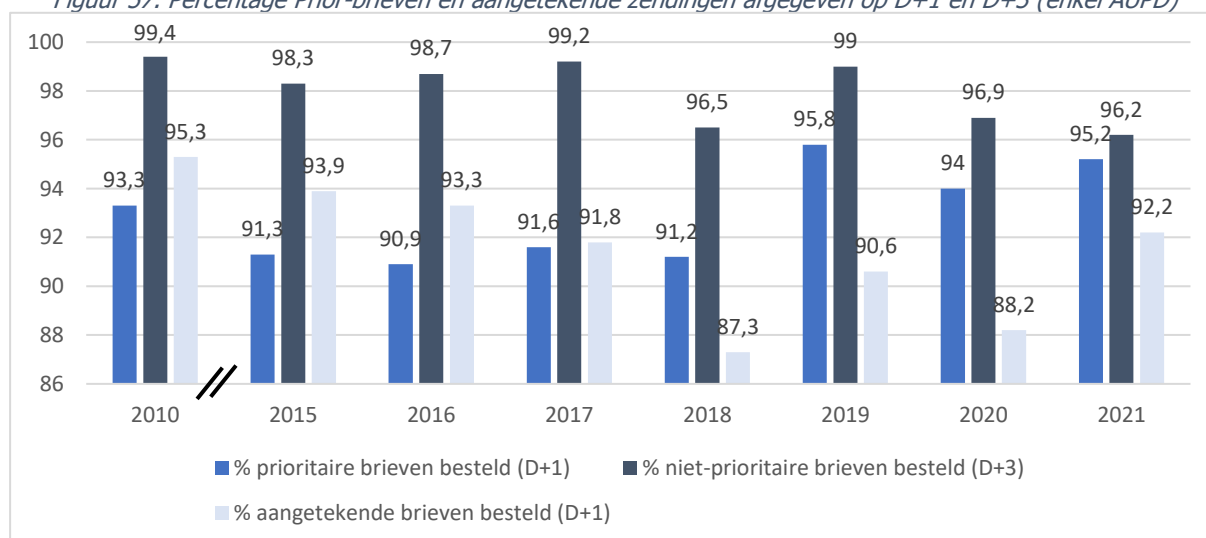


Bron: ombudsman poste

7.2. Verzendingstermijnen van brievenpost

153. De kwaliteit van de binnenlandse prioritaire stukpostbriefwisseling (D+1)⁷⁰ in 2021 bedroeg 95,2%. Dat resultaat ligt in lijn met dat van de twee voorgaande jaren en ligt duidelijk hoger dan het resultaat dat werd geregistreerd van 2015 tot en met 2018. Hiermee is bpost 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).
154. De kwaliteit van de binnenlandse niet-prioritaire stukpostbriefwisseling (D+3⁷¹) in 2021 bedroeg 96,2%. Dit resultaat ligt daarentegen lager dan wat we in de rest van de beschouwde periode konden vaststellen en waarmee een dalende tendens duidelijk wordt. Sinds 1 januari 2019 werd er een nieuwe differentiëring doorgevoerd 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 sinds 2019 voor de binnenlandse prioritaire stukpostbriefwisseling (D+1) ligt dan ook deels aan de voorkeur van de consument voor de dienstverlening van niet-prioritaire stukpostbriefwisseling (D+3) waardoor de prioritaire stukpostbriefwisseling (D+1) vanaf 1 januari 2019 significant minder volume vertegenwoordigt dan ervoor.

Figuur 57. Percentage Prior-brieven en aangetekende zendingen afgegeven op D+1 en D+3 (enkel AUPD)



Bron: BIPT

7.3. Ecologische impact

155. Ook op de postale sector komt er steeds meer druk om de ecologische impact te beperken. Een aantal operatoren maakt er zelfs zijn 'unique selling proposition' van, denken we bijvoorbeeld maar aan ecologische stadsleveringen. In 2022 lanceerden Citydepot en

⁷⁰ Levering op de volgende werkdag (Dag+1)

⁷¹ Levering binnen de 3 werkdagen (Dag+3). Tot en met 31/12/2018 was de leveringstermijn 2 werkdagen voor de niet-prioritaire stukpostbriefwisseling.

Universiteit Antwerpen⁷² bijvoorbeeld hun CO₂-calculator. Deze tool laat toe om via een geijkte wetenschappelijke meetmethode de totale CO₂-uitstoot te berekenen op het niveau van zendingen (met door de klant zelf gekozen locaties van verzending en bestemming) én te vergelijken tussen (omvangrijke) operatoren. Voor deze operatoren werd het gehele netwerk, gaande van sorteer- en distributiecentra tot de vloot aan voertuigen, in kaart gebracht. Zo kan een klant berekenen welke besparing in CO₂ hij realiseert.

156. Het voordeel van een dergelijke aanpak is inderdaad de vergelijkbaarheid, niet enkel over de tijd heen maar ook over operatoren heen. Dit is ook de insteek van de tools die werden ontwikkeld door UPU (OSCAR⁷³) en IPC (EMMS/SMMS). Bij de vragenlijst van het observatorium van vorig jaar, werd voor het eerst gepeild naar de duurzaamheid van leveringen in België. Dit werd gedaan door middel van twee vragen, enerzijds aangaande de gemiddelde uitstoot van CO₂ anno 2021 per pakje en anderzijds naar de gemiddelde verbetering van dergelijke uitstoot per pakje ten opzichte van een jaar eerder. Slechts drie operatoren wisten hieromtrent input aan te leveren, waarin emissies worden aangestipt van 152 gram tot 300 gram CO₂ per pakje. De uitstootdaling ten opzichte van een jaar eerder varieerde van -14% tot -39%.
157. Voor 2022 werd er niet alleen meer reactie bekomen betreffende deze vragen, reeds zes operatoren konden de gemiddelde uitstoot per pakje aangeven, de vragenlijst werd tevens uitgebreid. Zo weten we dat de gewogen gemiddelde uitstoot per pakje 245 gram CO₂ bedraagt en dat dit gemiddeld een verbetering van 3% betekent ten opzichte van de situatie in 2021. Hierbij werd er gevraagd om het traject van de 'first' tot en met de 'last mile', dus inclusief rechtstreekse en onrechtstreekse uitstoot bij eventuele ophaling, sortering, transport en distributie, mee in rekening te nemen. Tevens weten we via de bijkomende vragen ook dat gemiddeld gezien de hit rate 98,2% bedraagt. Dit wil dus zeggen dat 98 op de 100 pakjes of expreszendingen bij de eerste leveringspoging kunnen worden afgeleverd. Tot slot wordt 3,6% van alle pakketten en expreszendingen bedeed door elektrische voertuigen of (bak)fietsen.
158. Tijdens de voorbereidende gesprekken wezen operatoren reeds vorig jaar op een wetgevend hiaat. Zo werd er aangegeven dat de omschakeling naar elektrische voertuigen potentieel een beperking van de laadcapaciteit van bestelwagens met zich meebrengt. Immers, door de zware batterijen zijn elektrische voertuigen veelal zwaarder dan soortgelijke alternatieven op fossiele brandstof. Gegeven het maximale gewicht voor een rijbewijs B op 3,5 ton ligt, laat dit minder marge over aan laadcapaciteit voor pakketten. In Nederland is er sinds 2019 een proefproject dat voor elektrische bestelwagens een uitzondering tot 4,25 ton voorziet onder rijbewijs B. Een tussentijdse aanpassing van de Europese Rijbewijsrichtlijn zou dit ook definitief moeten mogelijk maken.⁷⁴ Ook in België is afgelopen jaar een dergelijk proefproject gestart voor elektrische of waterstofbestelwagens, dit project zal lopen tot 31 augustus 2026.⁷⁵

⁷² <https://www.bdlogistics.be/nl/zakelijke-oplossingen/nieuws/bd-logistics-en-universiteit-antwerpen-lanceren-innovatieve-co2>

⁷³ <https://oscar.post/#/dc>

⁷⁴ <https://transportlogistiek.nl/branche/beleid/regeling-b-rijbewijs-voor-elektrische-bestelwagen-tot-4-250-kilo-krijgt-vervolg/>

⁷⁵ <https://mobiliteit.belgium.be/nl/weg/erkenning-als-professioneel/rijbewijs/rijbewijs-b-zero-emissie-bestelwagens-max-425-t>

Mededeling van de Raad van het BIPT van 21 november 2023 betreffende het observatorium van de markt voor postactiviteiten in België voor 2022

Axel Desmedt
Lid van de Raad

Bernardo Herman
Lid van de Raad

Luc Vanfleteren
Lid van de Raad

Michel Van Bellinghen
Voorzitter van de Raad