

I B P T

**INSTITUT BELGE DES SERVICES POSTAUX
ET DES TÉLÉCOMMUNICATIONS**

**COMMUNICATION DU CONSEIL DE L'IBPT
DU 27 NOVEMBRE 2019
CONCERNANT
L'OBSERVATOIRE DU MARCHÉ DES ACTIVITÉS POSTALES EN BELGIQUE
POUR 2018**

TABLE DES MATIÈRES

Table des matières

1. Synthèse.....	5
2. Portée de l'observatoire et structure du marché postal en Belgique.....	7
2.1 STRUCTURE DU MARCHÉ POSTAL BELGE.....	7
2.2 OPÉRATEURS INTERROGÉS DANS LE CADRE DE L'OBSERVATOIRE.....	8
3. Description du marché belge pour la fourniture de services postaux de 2010 à 2018.....	12
3.1 APERÇU GÉNÉRAL DU MARCHÉ POSTAL.....	12
3.1.1 Revenus.....	12
3.1.2 Concentration du marché.....	13
3.1.3 Importance des segments.....	15
3.2 FOCUS SUR LE SEGMENT DE LA POSTE AUX LETTRES.....	17
3.2.1 Aperçu général.....	17
3.2.2 Courrier transactionnel.....	19
3.2.3 Courrier publicitaire adressé.....	28
3.2.4 Courrier international.....	29
3.3 FOCUS SUR LE SEGMENT DES COLIS ET DES ENVOIS EXPRESS ET SUR L'E-COMMERCE.....	33
3.3.1 Volume.....	34
3.3.2 Revenus.....	36
3.3.4 Tarifs petits utilisateurs du prestataire du service universel.....	39
3.4 FOCUS SUR LE SEGMENT DE LA DISTRIBUTION DE LA PRESSE AUX ABONNÉS.....	40
3.4.1 Volume.....	40
3.4.2 Revenus.....	41
4. Investissements et emploi dans les activités postales.....	42
4.1 INVESTISSEMENTS DANS LE SECTEUR POSTAL.....	42
4.2 EMPLOI DANS LE SECTEUR POSTAL.....	44
5. Accès aux services postaux.....	46
5.1 APERÇU SECTORIEL.....	46
5.1.1 Boîtes aux lettres pour l'envoi.....	46
5.1.2 Points pourvus en personnel.....	47
5.1.3 Distributeurs automatiques de colis.....	48
5.2 PRESTATAIRE DU SERVICE UNIVERSEL POSTAL (PSUP).....	49
5.2.1 Points d'accès aux services postaux.....	49
5.2.2 Points de service postal.....	51
6. Qualité de service.....	53
6.1 SATISFACTION DES UTILISATEURS DE SERVICES POSTAUX.....	53
6.2 DÉLAIS D'ACHEMINEMENT DES ENVOIS DE CORRESPONDANCE.....	54

Liste des figures

Figure 1 : Segmentation des activités postales considérées dans le cadre de l'observatoire	7
Figure 2 : Les principaux acteurs sur le marché belge pour la fourniture de services postaux (en 2018)	11
Figure 3 : Évolution des revenus du secteur postal sur la période 2000-2018 (en millions d'euros).....	12
Figure 4 : Part de marché sur la base du chiffre d'affaires dans le secteur postal belge en 2018 (%).....	13
Figure 5 : Taux de concentration horizontale sur la base du chiffre d'affaires au moyen des indices HHI et C4..	14
Figure 6 : Taux de concentration horizontale sur la base des volumes au moyen des indices HH et C4.....	15
Figure 7 : Part des différents segments dans le chiffre d'affaires du secteur postal global en 2010 par rapport à 2018 (%).....	16
Figure 8 : Volume de courrier par habitant (N).....	17
Figure 9 : Volume de la poste aux lettres.....	18
Figure 10 : Revenus du segment de la poste aux lettres (millions d'euros)	19
Figure 11 : Évolution des volumes de courrier transactionnel	20
Figure 12 : Répartition des volumes de courrier transactionnel (2018).....	21
Figure 13 : Évolution des volumes d'envois recommandés depuis 2010 (croissance cumulée).....	21
Figure 14 : Évolution des volumes de courrier administratif et social depuis 2010 (croissance cumulée).....	22
Figure 15 : Répartition des volumes de courrier transactionnel entre envois égrenés et envois en nombre (2010 par rapport à 2018)	22
Figure 16 : Évolution des revenus pour le courrier transactionnel depuis 2010 (croissance cumulée).....	23
Figure 17 : Répartition des revenus pour le courrier transactionnel (2010 par rapport à 2018)	24
Figure 18 : Prix du service lettre domestique standard < 50g (€)	25
Figure 19 : Prix du service lettre domestique standard en Europe (€)	26
Figure 20 : Prix 2018 et 2019 exprimés en parité de pouvoir d'achat (PPA) du service lettre domestique standard en Europe (€)	27
Figure 21 : Évolution des volumes de publicité	28
Figure 22 : Évolution des revenus de publicité (millions d'euros)	29
Figure 23 : Évolution des volumes de courrier international	30
Figure 24 : Évolution des revenus pour le courrier international (millions d'euros)	31
Figure 25 : Prix du service lettre standard intra-européen en Europe (en valeur nominale) (€).....	32
Figure 26 : Rapport entre colis et services express en volume et en chiffre d'affaires (2018).....	34
Figure 27 : Évolution du volume de services express et de colis au total (en millions d'unités) et par habitant (en unités) par année.....	35
Figure 28 : Répartition du volume de services express et de colis entre envois domestiques, internationaux sortants et internationaux entrants en 2018.....	35
Figure 29 : Répartition du volume entre les services de colis et express domestiques selon les modalités de livraison en 2018.....	36
Figure 30 : Évolution des revenus dans le segment des services de colis et express au total (en millions d'euros) et par habitant (en euros) par année.....	37
Figure 31 : Part de marché sur la base du chiffre d'affaires dans le segment des envois express et des colis 2018 (%).....	37
Figure 32 : Part de marché sur la base du volume dans le segment des envois express et des colis 2018 (%).....	38
Figure 33 : Tarif implicite dans le segment des envois express et des colis 2010-2018 (EUR)	39
Figure 34 : Évolution des prix d'un colis jusqu'à 2 kg envoyé par le prestataire du service universel à destination de la Belgique ou d'un pays voisin	40

Figure 35 : Évolution des volumes dans le segment de la distribution de la presse aux abonnés (en millions d'unités).....	41
Figure 36 : Évolution des revenus dans le segment de la distribution de la presse aux abonnés (en millions EUR)	42
Figure 37 : Investissements dans le secteur postal (millions EUR).....	43
Figure 38 : Investissements par rapport au chiffre d'affaires dans le secteur postal (%)	44
Figure 39 : Emploi salarié dans le secteur postal (N, ETP)	45
Figure 40 : Part du secteur postal dans l'emploi total (%)	46
Figure 41 : Nombre moyen d'articles postaux par jour calendrier par ETP dans le secteur postal (N).....	46
Figure 42 : Densité du réseau de boîte aux lettres (de bpost et TBC) pour l'envoi (2018)	47
Figure 43 : Densité du réseau de points pourvus en personnel (2018)	48
Figure 44 : Densité du réseau de distributeurs automatiques de colis (tant Cubee que DHL Express) (2018)	50
Figure 45 : Nombre de points d'accès dans le cadre de la prestation du service universel	51
Figure 46 : Nombre de points de service postal (PSUP uniquement).....	52
Figure 47 : Population moyenne (N) et surface moyenne (km ²) desservies par point de service postal (uniquement PSUP)	52
Figure 48 : Distribution des points de service postal en 2018 (uniquement PSUP).....	53
Figure 49 : Nombre de plaintes recevables introduites auprès du service de médiation par objet (2017-2018)..	54
Figure 50 : Pourcentage de lettres prior et d'envois recommandés délivrés en J+1 (PSUP uniquement)	55

1. Synthèse

Depuis le début de l'année 2012, l'Institut belge des services postaux et des télécommunications (IBPT) tient à jour un observatoire du marché des activités postales en Belgique, désormais dans le cadre des fonctions qui lui sont attribuées par la loi du 26 janvier 2018 relative aux services postaux. Plus précisément, l'IBPT peut, en vertu de l'article 26 b), demander de manière motivée et proportionnelle aux prestataires de services postaux toutes les informations nécessaires « pour poursuivre des objectifs statistiques précis, pour les analyses de marché et pour toutes les mesures qui peuvent contribuer à la transparence ».

Les indicateurs présents dans cet observatoire ont pour objectif de représenter la structure du marché à destination de l'ensemble des parties prenantes du secteur postal (expéditeurs, destinataires, opérateurs, acteurs intermédiaires divers, etc.). Ces indicateurs permettent d'appréhender le marché du point de vue de l'offre, l'évolution de l'activité du prestataire du service universel et de ses concurrents, ainsi que les résultats de l'activité postale en Belgique en termes de qualité de service et d'innovation pour les utilisateurs de ces services.

Cette édition, qui se base entre-temps sur une série chronologique allant de 2010 à 2018, reprend les indicateurs publiés dans l'édition précédente en y ajoutant de nouveaux. Elle accorde ainsi encore plus d'attention au segment des colis et des envois express.

Les tendances annoncées les années précédentes sur le marché postal belge se confirment en 2018. La croissance du marché postal s'accélère et atteint une croissance de 5 % en 2018 contre 3,4 % en 2017 pour atteindre 2,65 milliards d'euros. Ces bonnes performances découlent de deux phénomènes, d'une part la croissance dynamique du segment des colis et de l'express, qui pèse de plus en plus au sein du marché postal, du fait de la progression de l'e-commerce et d'autres part de la baisse plus faible que les années antérieures des revenus issus de la poste aux lettres.

Malgré une diminution de la concentration, le marché postal belge reste fortement concentré en 2018. Ainsi, les quatre prestataires principaux (bpost, UPS, DPD et DHL Express) ont, en termes de chiffre d'affaires, encore une part de marché commune très élevée de 81,5 %. Celle-ci était de 91,3 % en 2010. Active dans tous les segments postaux, bpost détient à elle seule une part de marché importante de plus de 60 %, une position sur le marché qui diminue toutefois légèrement depuis 2010, lorsque la part de marché était encore de plus de 70 %.

Le segment des colis et des envois express a représenté 52 % du chiffre d'affaires du secteur en 2018, contre 49 % en 2017, ce chiffre n'était encore que de 31 % en 2010. Les envois de correspondance, y compris les courriers publicitaires adressés représentaient encore 43 % du chiffre d'affaires total au sein du secteur postal en 2018, contre 64 % en 2010. Le segment de la distribution de la presse au domicile des abonnés a quant à lui généré 5 % des revenus. Par rapport à 2010, le segment de la distribution de la presse a provisoirement résisté, tandis que la poste aux lettres a connu une diminution de 21 points de pourcentage en faveur du segment des colis et de l'express.

Entre 2017 et 2018, le volume d'envois de correspondance par habitant a encore diminué de 5,5 %, pour atteindre 135 articles par habitant sur une base annuelle. Le courrier transactionnel en représente encore la grande majorité (60 % en 2018). Les envois publicitaires adressés, qui ont connu une forte baisse en termes de chiffres d'affaires (-6,7%), et les envois de correspondance internationaux représentent en 2018 respectivement 29 % et 11 % du volume total des envois de correspondance. Les revenus des envois de correspondance diminuent également mais dans une bien moindre mesure que les volumes, -1,8 % en 2018 contre une baisse de 4,3 % en 2017. Cette baisse plus faible des revenus tient à l'augmentation du chiffre d'affaires sur les segments « envois en nombres » et les recommandés. Les revenus des envois de correspondance s'élèvent désormais à 1,124 milliard d'euros.

En ce qui concerne le segment des envois de colis et express, le nombre d'envois a triplé entre 2010 et 2018. Malgré le haut niveau des volumes actuels, ce segment continue de progresser à vive allure. En 2018 aussi, une croissance de pas moins de 15,9 % a été enregistrée, pour atteindre 222 millions d'articles. Par habitant, un colis est désormais envoyé en moyenne tous les 19 jours. En 2018, 36 % du nombre total de services express et de colis concernait des envois domestiques. Dans 35 % des cas, il s'agissait d'envois internationaux sortants. Les 29 % restants étaient des envois internationaux entrants. Entre 2017 et 2018, les revenus dans ce segment ont augmenté de 12,3 % pour atteindre un total de 1,361 milliard d'euros. bpost possède également la plus grosse part de marché dans ce segment, et ce tant en termes de chiffre d'affaires (20-25 %) que de volume (40-45%).

Le volume de la presse distribuée a de nouveau diminué en 2018, de 3,7%. Cela a également eu une répercussion sur les revenus, qui ont diminué de 2,7 %. La distribution de la presse aux abonnés représente encore toutefois un chiffre d'affaires global de 120 millions d'euros en Belgique. La compensation payée par l'État à bpost pour la prestation de la distribution de la presse aux abonnés n'est pas comprise dans les revenus pris en compte.

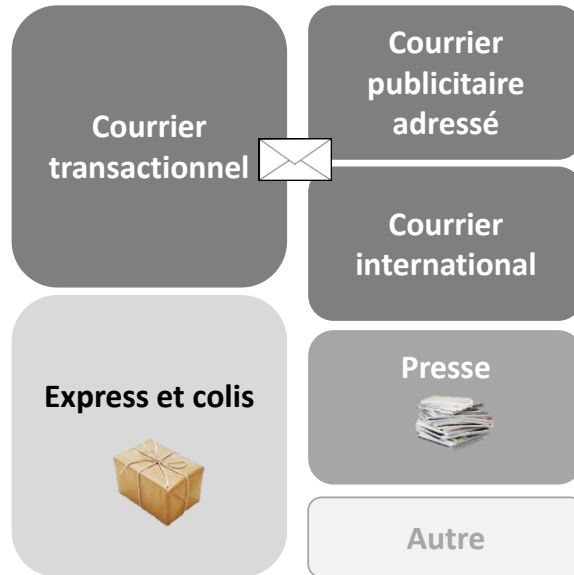
En comparaison avec 2010, le niveau des investissements en 2018 a augmenté de 60,9 %, soit 122 millions d'euros. Il s'agit de la deuxième valeur la plus élevée au cours de cette période, juste après les investissements record de 2017 (132 millions d'euros). De nombreux opérateurs sont en effet en train d'étendre leur capacité concernant le tri et la distribution des colis. De même, le segment florissant des colis et des envois express se fait également sentir en termes d'emplois : pour la deuxième année consécutive, nous avons constaté une augmentation de l'emploi dans le secteur postal (+0,4 %).

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

2.1 Structure du marché postal belge

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

Figure 1 : Segmentation des activités postales considérées dans le cadre de l'observatoire¹



La catégorie « autre » regroupe les services tels que la conservation temporaire de courrier, la réexpédition, l'affranchissement pour le client, la vente d'adresses, etc. qui ne peuvent pas directement être classés dans les autres catégories.

Si elles ne sont pas proposées par des opérateurs postaux, les activités de routage ne sont pas considérées dans le périmètre du présent observatoire. Les activités relatives à la distribution de courrier publicitaire non adressé sont quant à elles reprises à la section 4.2.3. afin de fournir un aperçu global des volumes de publicité déposés directement dans les boîtes aux lettres. Les envois non adressés n'étant cependant pas considérés comme des envois postaux, ceux-ci ne sont pas pris en compte dans les revenus ou volumes mentionnés dans la suite du présent observatoire.

Le marché postal belge est avant tout caractérisé par la présence d'un très grand nombre d'acteurs, réputés fournir des services postaux : en 2018, environ 700 acteurs ont déposé leurs comptes annuels auprès de la Centrale des bilans de la Banque nationale belge sous les codes NACE 53 100 (activités de poste dans le cadre d'une obligation de service universel) et 53 200 (autres activités de poste et de courrier).²

¹ Le contenu de la catégorie « courrier transactionnel » est décrit au point 4.2.2.

² Il convient de remarquer à cet égard que quelques opérateurs postaux sont apparemment classés erronément sous le code NACE 49 410 (transports routiers de fret, sauf services de déménagement).

2.2 Opérateurs interrogés dans le cadre de l'observatoire

Dans ce contexte, l'on s'est efforcé de donner l'image la plus précise possible du secteur à l'aide d'un ensemble le plus représentatif possible d'opérateurs. Au total, 21 entreprises ont été interrogées.

Outre l'opérateur postal historique, **bpost**, en charge de la prestation du service universel, et présent sur l'ensemble des segments, les quatre grands intégrateurs internationaux (**DHL**, **FEDEX**, **TNT**³, **UPS**) sont également présents et actifs dans le secteur des colis et de l'express en Belgique. Pour DHL, tant **DHL Express** que **DHL Parcel**⁴, qui est actif sur le marché belge depuis 2014 et vise les clients de l'e-commerce, font partie du présent observatoire. À compter de la présente édition, **UPS Access Point** est regroupé avec UPS sous une bannière unique (UPS/UPS Access Point). Depuis mi-2016, l'intégration complète de l'ancien Kiala a également été réalisée par UPS.

Par ailleurs, les postes plus importantes des pays limitrophes sont également actives sur le marché belge. L'on constate ainsi le développement actif de sociétés de courrier spécialisées, issues de grands groupes postaux européens, sur certains segments du marché postal.

Ainsi, **DPD** fait partie de DPDgroup, une filiale du groupe français La Poste, avec le deuxième plus grand réseau pour les distributions de colis en Europe. DPD opère depuis quatre dépôts en Belgique.

GLS, filiale de l'opérateur historique britannique Royal Mail, est spécialisée dans la distribution de colis. GLS distribue environ 436 millions de colis par an en Europe, pour plus de 220 000 clients. Pour ce faire, elle s'appuie sur 39 hubs, 688 dépôts et plus de 14 000 travailleurs. En Belgique, GLS dispose de 2 hubs et de plus de 300 points relais.

PostNL, l'opérateur historique et le prestataire du service universel aux Pays-Bas, propose également des services de colis et des envois pharmaceutiques en Belgique. Grâce à sa collaboration avec Kariboo!, PostNL met à la disposition de ses utilisateurs un large réseau de points colis.

PostNL est également présente en Belgique via sa filiale **Mikropakket**, spécialisée dans le traitement de colis (de grande valeur) pesant jusqu'à 15 kg livrés dans les 24h, et qui propose des services B2B et B2C dans le Benelux.

G3 Worldwide, qui appartient également à PostNL, est, à travers sa filiale Spring Globalmail, quant à elle très présente sur le segment du courrier international pour les

³ Le rachat de TNT par FedEx a été finalisé en 2016, l'intégration est toutefois encore en cours :

http://www.fedex.com/be_francais/enews/2017/february/tnt.html

⁴ DHL Parcel a conclu un accord de coopération avec bpost concernant la livraison de colis et l'utilisation de bureaux de poste et de Points Poste de bpost. Voir De Standaard du 1er décembre 2016 :

http://www.standaard.be/cnt/dmf20161201_02602980 et

<https://www.dhlparcel.be/fr/particuliers/points-denlevement>

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

entreprises : elle distribue quotidiennement à l'international de la correspondance commerciale, des catalogues et des factures.

Mondial Relay, qui assure la distribution aux particuliers d'environ 42 millions de colis par an, allant de 0 à 130 kg, et qui possède un réseau de 36 000 points relais en Europe, dispose en Belgique d'un réseau de 700 points relais répartis sur le territoire.

L'activité principale de **Belgium Parcels Service** consiste également en la livraison de colis et d'envois express en Belgique et au Luxembourg dans les 24h et en France, en Allemagne et aux Pays-Bas dans les 48h.

Plusieurs entreprises ont été l'objet d'un rachat par bpost :

Kariboo! a été fondée en 2014 par LS Distribution Logistics⁵. Elle possède un centre de distribution à Malines et dispose, tout comme UPS Access Point, d'un large réseau de points de retour et d'enlèvement. Kariboo ! se concentre sur les services « e-commerce » et « supply chain » et collabore avec le Relais Colis français, PostNL et DHL Express.

CityDepot vise également une distribution durable de marchandises vers et depuis le cœur des villes, par la route ou le fluvial.

Dynalogic⁶ est une entreprise spécialisée dans les livraisons flexibles et personnalisées de tout format, pouvant aller de très petit, comme un passeport ou des médicaments, à un format 2XL, comme une machine à laver ou un canapé. Il est en outre possible de combiner une distribution avec un montage et une installation à domicile ou de reprendre en retour les matériaux d'emballage et d'anciens produits. Dynalogic propose ses services aux Pays-Bas, en Belgique et au Luxembourg au départ de cinq hubs centraux.

Un autre acteur pris en compte pour le segment des colis et de l'express dans le cadre de cet observatoire est **Euro Sprinters**, filiale de bpost, spécialisée dans l'express et la logistique.

En ce qui concerne le segment de la presse, bpost assure encore jusqu'au 31 décembre 2020 le service public de distribution avancée des journaux (avant 7h30 ou 10h le samedi). Cette distribution avancée concerne uniquement la distribution de quotidiens aux abonnés. Dans le cadre de ce même service public, bpost distribue également des périodiques aux abonnés, mais via les tournées classiques. Malgré ce service de dernier recours, bpost connaît encore une série de concurrents dans le segment de la distribution de la presse.

Le deuxième acteur après bpost dans le segment de la distribution de la presse est **PPP**. Cette entreprise, qui a quitté l'ancienne société mère Belgique Diffusion (BD) via un rachat de

⁵ Le Collège de la concurrence de l'Autorité belge de la concurrence a approuvé, sous certaines conditions, la reprise par bpost d'AMP et de LS Distribution Benelux (selon Trends/Tendances, le 10 novembre 2016 : <http://trends.knack.be/economie/bedrijven/bpost-krijgt-voorwaardelijk-groen-licht-voor-overname-amp-en-krantenwinkels/article-normal-775165.html>).

⁶ Le 12 décembre 2016, bpost et DynaGroup ont signé un accord concernant le rachat, par bpost, de 100 % des parts de DynaGroup.

Le rachat a pour but de renforcer la division colis de bpost avec de nouvelles connaissances logistiques complémentaires et de développer plus rapidement encore la plate-forme de croissance de DynaGroup (au niveau international). <http://www.dynalogic.eu/nl/company/nieuws/bpost-en-dynagroup-bundelen-hun-krachten-en-logistieke-exper>

l'entreprise par les cadres en 2015, est surtout active dans la distribution de quotidiens à Bruxelles, Anvers et les deux Brabants.

Belgique Diffusion (BD) est quant à elle le leader du marché dans la communication toutes-boîtes (envois non adressés) et les expériences de promotion numérique avec l'application et le site Internet MyShopi.

Au nord du pays, **Vlaamse Post** est également active dans la distribution de courrier non adressé. Enfin, cet observatoire intègre aussi l'opérateur **TBC post**, le premier acteur sous licence à opérer sur le segment des envois de correspondance auparavant réservé à bpost.

Par rapport à l'observatoire de l'année passée, notre échantillon du marché postal belge compte 2 acteurs de moins : Ciblex et Bubble Post, cette dernière ayant cessé ses activités.

Du fait de la "réglementation transfrontalière" de la Commission européenne⁷, un certain nombre d'opérateurs du secteur des colis et des services express ont harmonisé leurs résultats au niveau européen. Cela a conduit à une révision de nos séries chronologiques pour les services de colis et d'express.

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

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

Figure 2 : Les principaux acteurs sur le marché belge pour la fourniture de services postaux (en 2018)

	Courrier adressé	Colis/Express	Courrier publicitaire	Presse	Courrier international	Autres
Belgique Diffusion*						
Belgium Parcels Service						
bpost						
CityDepot						
DHL Express						
DHL Parcel						
DPD (Belgium) SA						
Dynalogic						
Euro Sprinters						
FedEx Belgium						
G3 Worldwide (Belgium) NV						
GLS Belgium SA						
Kariboo						
Mikropakket						
Mondial Relay						
Post NL						
PPP						
TBC-Post						
TNT Belgique						
UPS/UPS Access Point						
Vlaamse Post*						

*Dans le cas de Belgique Diffusion et de Vlaamse Post, ce qui est hachuré représente la publicité non adressée, dont le chiffre d'affaires n'est donc pas pris en compte dans le chiffre d'affaires postal total

3. Description du marché belge pour la fourniture de services postaux de 2010 à 2018

3.1 Aperçu général du marché postal

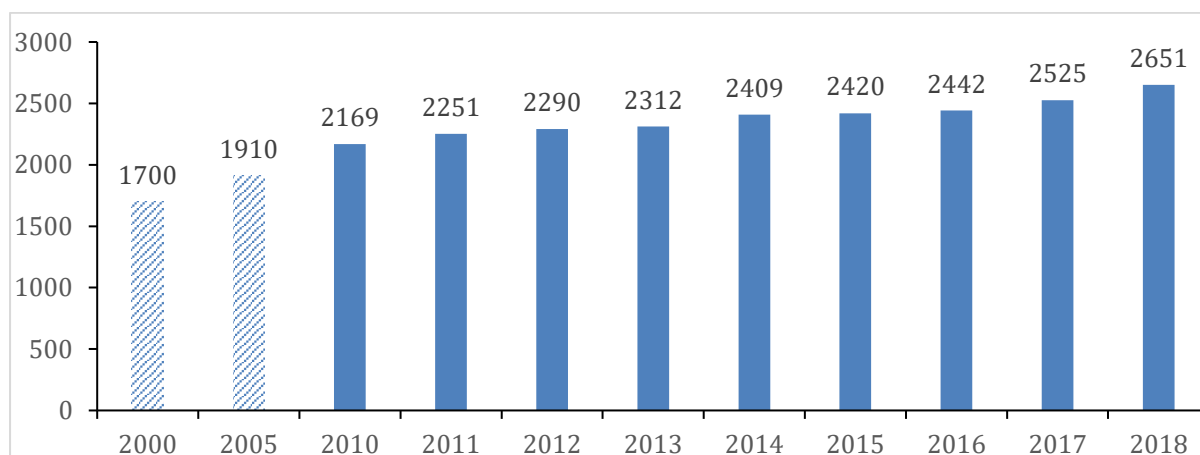
3.1.1 Revenus

L'évolution des revenus⁸ générés par le secteur postal belge est représentée à la figure 3. Entre 2010 et 2018, celle-ci se base sur les résultats de l'enquête. Les colonnes hachurées concernant les années 2000 et 2005 sont des rétroprojections réalisées sur la base des données du secteur de la Banque nationale de Belgique.⁹

Les entreprises considérées représentaient en 2018 un total de 2,65 milliards d'euros de chiffre d'affaires dans le secteur postal. Cela représente une hausse de 5 % par rapport à l'année précédente contre 3,4 % en 2017. Par rapport à l'année 2010, le chiffre d'affaires du secteur a augmenté de 22,2 %, soit un taux de croissance annuel composé (CAGR¹⁰) de 2,5 %. Ainsi la croissance du chiffre d'affaires de 2018 est exceptionnellement élevée et, comme le montrera la suite du présent rapport, est entièrement attribuée au segment des colis et des services express.

La suite du présent rapport aborde plus en détail les chiffres d'affaires des différents sous-segments, à savoir la poste aux lettres, les envois express, les colis et la distribution de la presse.

Figure 3 : Évolution des revenus du secteur postal sur la période 2000-2018 (en millions d'euros)



Source : BNB et IBPT

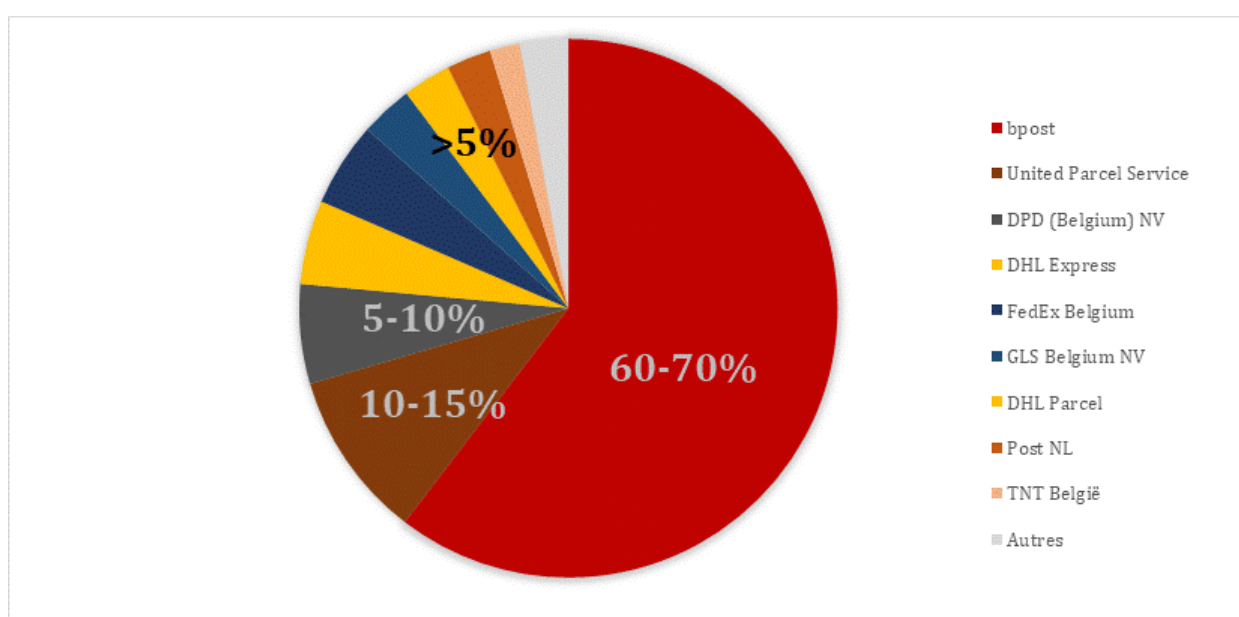
⁸ Y compris les services à valeur ajoutée comme la levée à domicile, l'affranchissement pour le client, la conservation temporaire du courrier, la vente d'adresses, etc. Les services proposés spécifiquement par les routeurs et les consolidateurs ne sont pas repris dans le présent observatoire. Seul le chiffre d'affaires concernant les activités postales, à l'exception de la compensation pour les services d'intérêt économique général, a ainsi été pris en compte pour bpost.

⁹ Le rapport moyen sur la période 2010-2017 entre le chiffre d'affaires sectoriel relatif aux activités postales obtenu par l'enquête réalisée par l'IBPT et le chiffre d'affaires sectoriel enregistré auprès de la BNB, a été appliqué au chiffre d'affaires sectoriel représenté par la BNB pour les années 2000 et 2005. Ceci afin d'arriver à des tailles de commande comparables.

¹⁰ Compound annual growth rate

Divers acteurs sont présents à l'heure actuelle sur le marché postal. La figure 4 représente les prestataires de services postaux qui possédaient au moins 1 % de part de marché en 2018. La plus grande part de marché est détenue de loin par bpost, mais il existe des concurrents, principalement sur le marché des colis postaux et des services express où des sous-segments peuvent être différenciés¹¹ domestiques, internationaux, B2B, B2C et C2X. Ainsi, en 2010, il n'y avait que six concurrents détenant au moins 1 % de part de marché, alors qu'ils sont 9 depuis quelques années. UPS est le seul concurrent de Bpost détenant plus de 10 % de parts du marché postal belge global. DPD, DHL et Fedex détiennent entre 5 et 10 % de part de marché.

Figure 4 : Part de marché sur la base du chiffre d'affaires dans le secteur postal belge en 2018 (%)



Source : IBPT

3.1.2 Concentration du marché

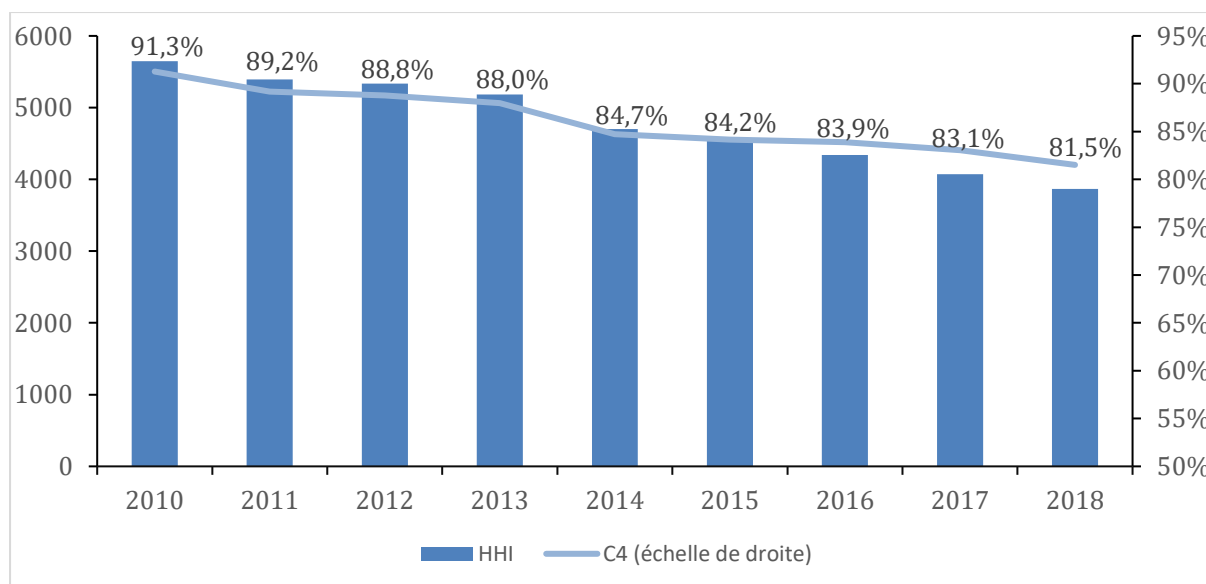
Il ressortait déjà clairement de la figure 5 que le marché postal belge, tout comme celui de ses homologues d'Europe occidentale, connaît une forte concentration. En d'autres termes, le marché est dominé par quelques grands acteurs.

La figure 5 approfondit ce point et représente l'évolution de la concentration horizontale à l'aide des indices C4 et Herfindahl-Hirschman (HHI). L'indice C4 représente la part de marché composée en termes de chiffre d'affaires des quatre principaux prestataires. L'indice HHI se base sur la somme des carrés des parts de marché et prend ainsi en compte plus de prestataires que les quatre principaux uniquement. L'indice HHI est égal à 10 000 dans un monopole et tend vers des valeurs inférieures à mesure que la variance dans les parts de marché diminue.

¹¹ À savoir « business to business », « business to consumer » et « consumer to any other party ».

Malgré une diminution de la concentration, tant en termes d'indice HHI que d'indice C4, le marché postal belge reste fortement concentré en 2018. Les quatre prestataires principaux (bpost, UPS, DHL Express, DPD) détiennent par exemple toujours une part de marché commune très importante de 81,5 %. Elle était de 91,3 % en 2010.

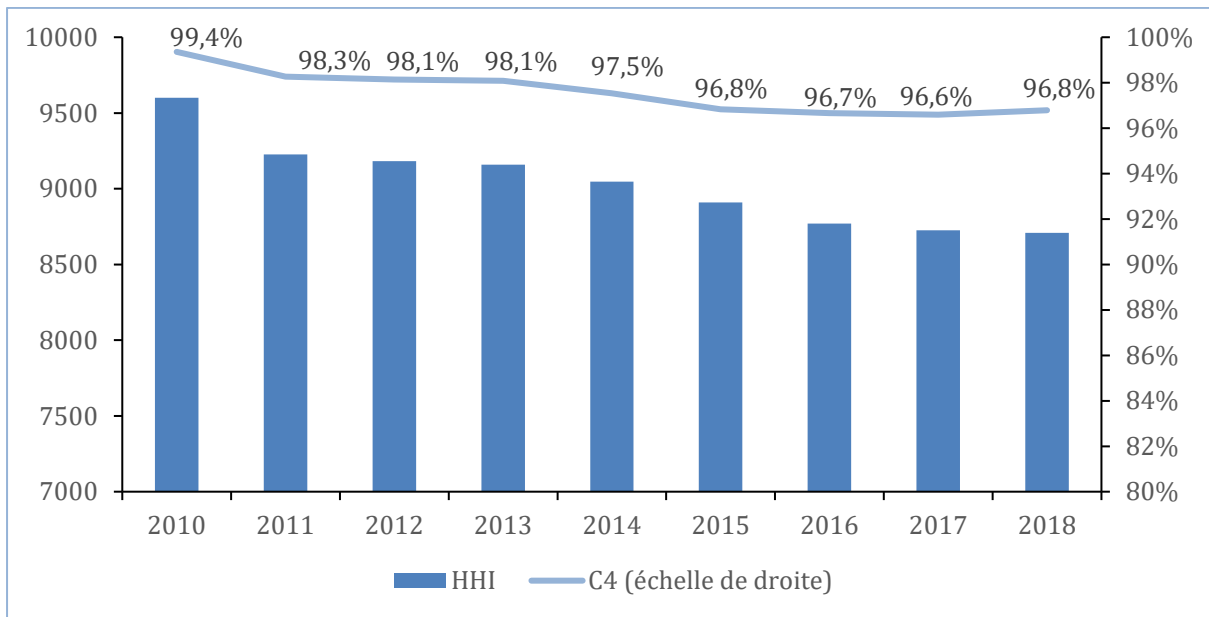
Figure 5 : Taux de concentration horizontale sur la base du chiffre d'affaires au moyen des indices HHI et C4



Source : IBPT

En examinant la situation sur la base du volume, celle-ci semble encore plus critique. Il faut en chercher la cause dans la part de marché très élevée de bpost dans les segments aux prix unitaires plus faibles, la poste aux lettres et (dans une moindre mesure) la distribution de la presse, des segments qui représentent l'essentiel des volumes. L'indice HHI continue de diminuer, mais lorsque l'on considère l'indice C4 qui représente la part de marché conjointe des 4 plus gros opérateurs, l'on observe pour la première fois depuis 2010 une augmentation de la part de marché conjointe de ces 4 plus gros opérateurs, qui atteignent ensemble une part de marché de 96,8 % en 2018 contre 96,6 % en 2017. En considérant les volumes, aucun concurrent de bpost ne dispose de plus de 2 % de part de marché en Belgique.

Figure 6 : Taux de concentration horizontale sur la base des volumes au moyen des indices HH et C4



Source : IBPT

3.1.3 Importance des segments

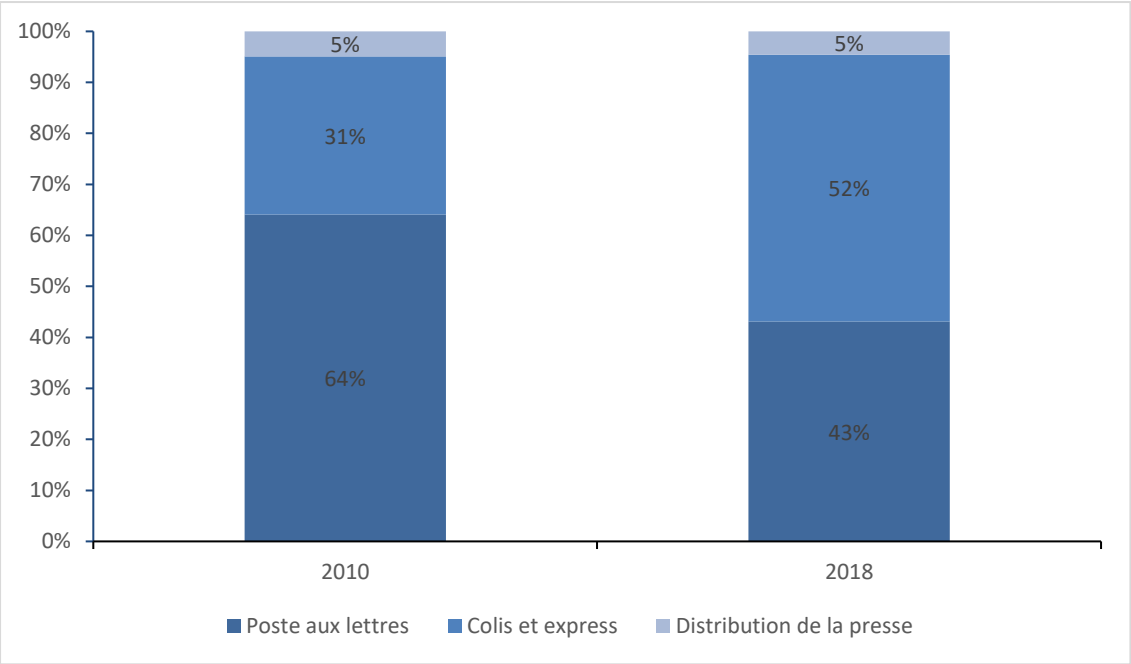
Le secteur postal se divise en différents segments : la poste aux lettres, les colis et envois express et la distribution de la presse aux abonnés.

La poste aux lettres, y compris le courrier publicitaire adressé, représentait en 2018 encore 43 % du chiffre d'affaires total du secteur postal. Le segment des colis et de l'express quant à lui a assuré 52 % des revenus réalisés. Le troisième segment, celui de la distribution de la presse au domicile des abonnés, a généré 5 % des revenus. La compensation payée par l'État à bpost pour la prestation de la distribution de la presse aux abonnés n'est pas comprise dans les revenus considérés.

Par rapport à 2010, le segment de la distribution de la presse s'est maintenu, tandis que les envois de correspondance ont connu une diminution de 21 points de pourcentage en faveur du segment des colis et de l'express.

Tous ces segments du marché postal sont détaillés dans la suite du présent rapport.

Figure 7 : Part des différents segments dans le chiffre d'affaires du secteur postal global en 2010 par rapport à 2018 (%)



Source : IBPT

3.2 Focus sur le segment de la poste aux lettres

3.2.1 Aperçu général

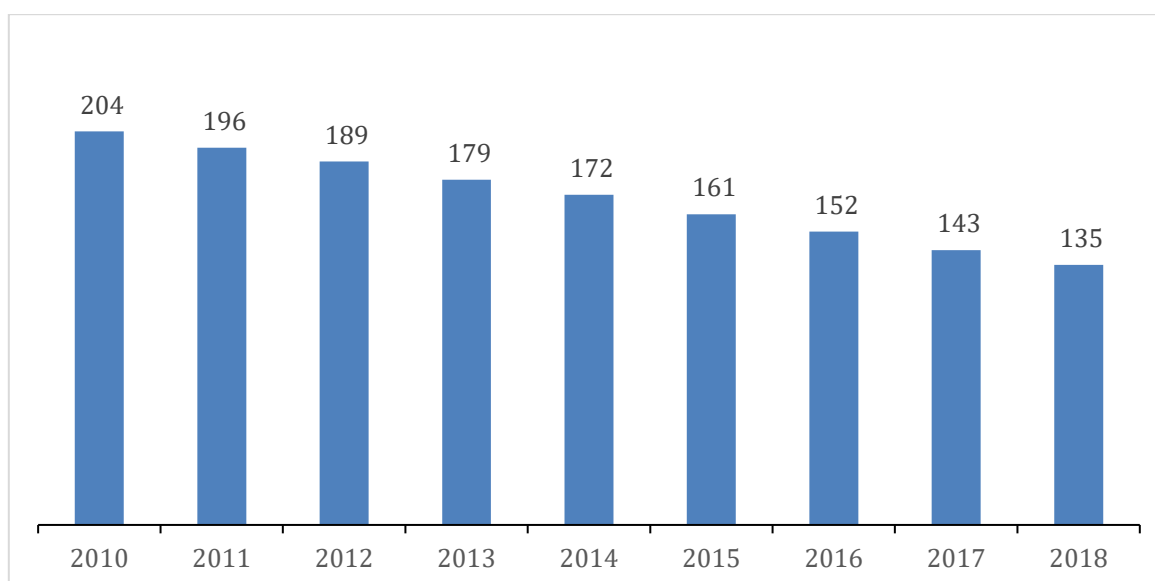
Dans le cadre du présent observatoire, le segment de la poste aux lettres inclut le courrier transactionnel, le courrier publicitaire adressé et le courrier international. En résumé, la poste aux lettres fait référence aux envois de correspondance de tout type, les colis et la presse n'étant pas considérés comme des envois de correspondance. Ceux-ci font l'objet de sections séparées qui leur sont spécialement consacrées (voir 4.3 et 4.4).

3.2.1.1 Volumes

Depuis 2010, nous constatons un recul sur le marché de la poste aux lettres. Entre 2010 et 2018, le volume de courrier par habitant a diminué de 5 % en moyenne par an (CAGR), pour atteindre désormais, en 2018, 135 articles postaux par habitant sur une base annuelle. En 2010, le nombre d'articles par habitant s'élevait encore à 204 unités.

La baisse de volume par habitant en 2018 est légèrement plus faible que l'année précédente, -5,5% contre -6,3% en 2017. Les volumes totaux ont quant à eux enregistré une baisse globale de 5,1 % sur la même période.

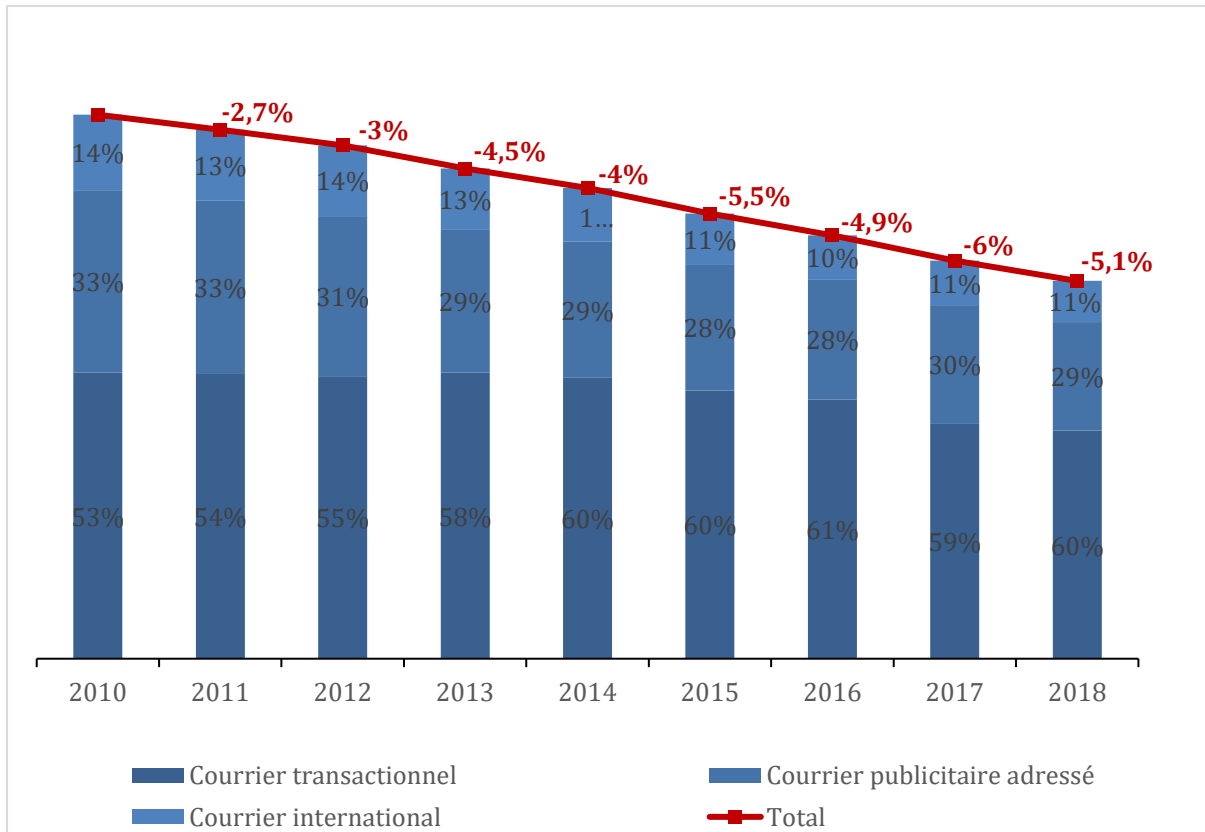
Figure 8 : Volume de courrier par habitant (N)



Source : IBPT

Si l'on observe de plus près la composition du volume d'envois de correspondance, l'on constate que le courrier transactionnel représente toujours la grande majorité de ceux-ci (60,3 % en 2018). Les envois publicitaires adressés et les envois de correspondance internationaux représentent en 2018 respectivement 28,8 % et 10,9 % du volume total des envois de correspondance.

Figure 9 : Volume de la poste aux lettres



Source : IBPT

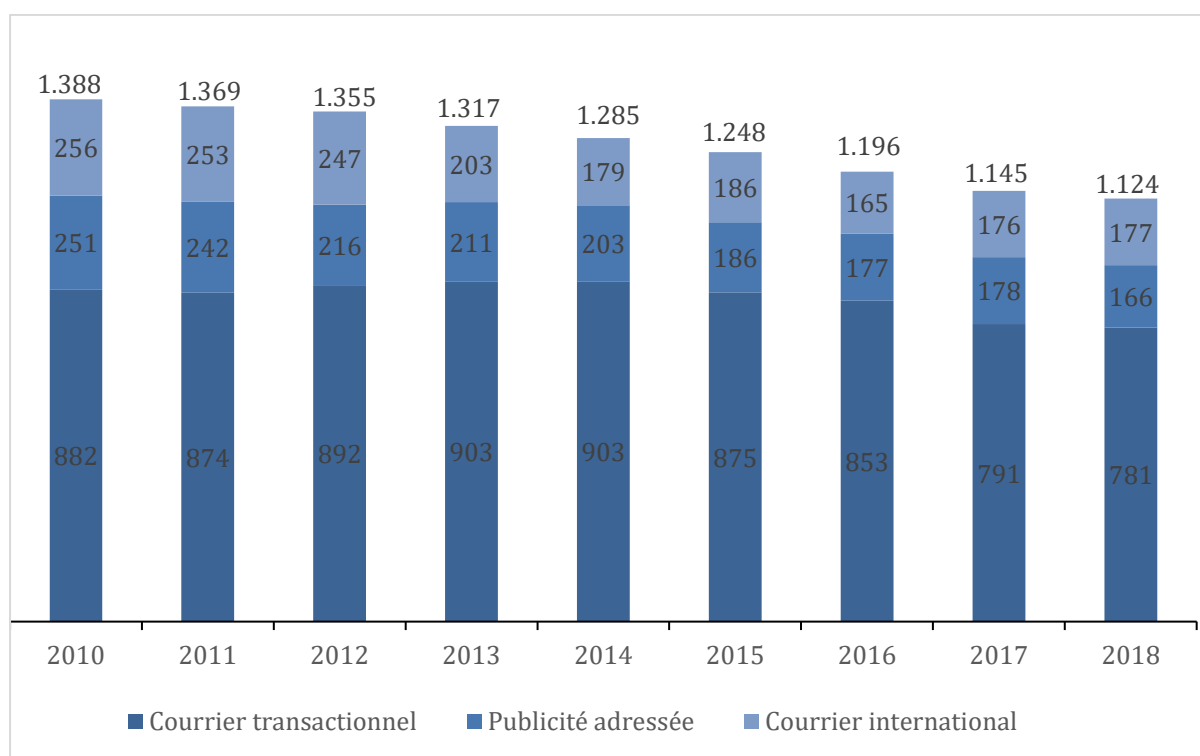
3.2.1.2 Revenus

En 2018, les revenus issus de la poste aux lettres continuent leur contraction entamée depuis 2010, et ne s'élèvent désormais plus qu'à 1,124 milliard d'euros en 2018 contre 1,145 milliard d'euros en 2017, soit une baisse de 1,8 % contre une baisse de 4,3% en 2017. Il s'agit de la plus faible baisse depuis 2012.

C'est la publicité adressée qui a le plus contribué à la baisse des revenus dans la poste aux lettres en 2018, à hauteur de 0,99 point de pourcentage suivie du courrier transactionnel avec 0,83 point de pourcentage. Le courrier international quant à lui a vu ses revenus augmenter sur la période avec une contribution positive de 0,07 point de pourcentage.

Comme l'illustre la figure 10 ci-dessous, la grande majorité de la valeur de ce segment est toujours issue du courrier transactionnel, qui représente à lui seul plus de 69 % des revenus totaux du segment.

Figure 10 : Revenus du segment de la poste aux lettres (millions d'euros)



Source : IBPT

3.2.2 Courrier transactionnel

La notion de courrier transactionnel utilisée dans le cadre de cet observatoire désigne les envois de correspondance expédiés sous la forme de lettre et contenant une communication personnelle. Ces envois de correspondance peuvent être aussi bien de nature administrative (par ex. factures, fiches de paie, etc.) que de nature plus « sociale » (par ex. cartes de vœux, cartes postales, correspondance privée, etc.).

Les envois enregistrés (recommandés et à valeur déclarée) sont également considérés comme faisant partie du courrier transactionnel, ce qui n'est en revanche pas le cas des envois de publipostage (publicité adressée).

Les correspondances internationales ne sont pas non plus reprises dans cette sous-section, car elles font l'objet d'un point séparé (voir 4.2.4).

Le courrier transactionnel peut faire l'objet soit d'une expédition à l'unité (via les boîtes aux lettres rouges¹² ou bleues¹³, les bureaux de poste ou les magasins postaux), dans ce cas il est qualifié d'égrené, soit d'une massification des volumes lors du dépôt auprès de l'opérateur postal pour expédition, dans ce cas on parlera d'envois en nombre.

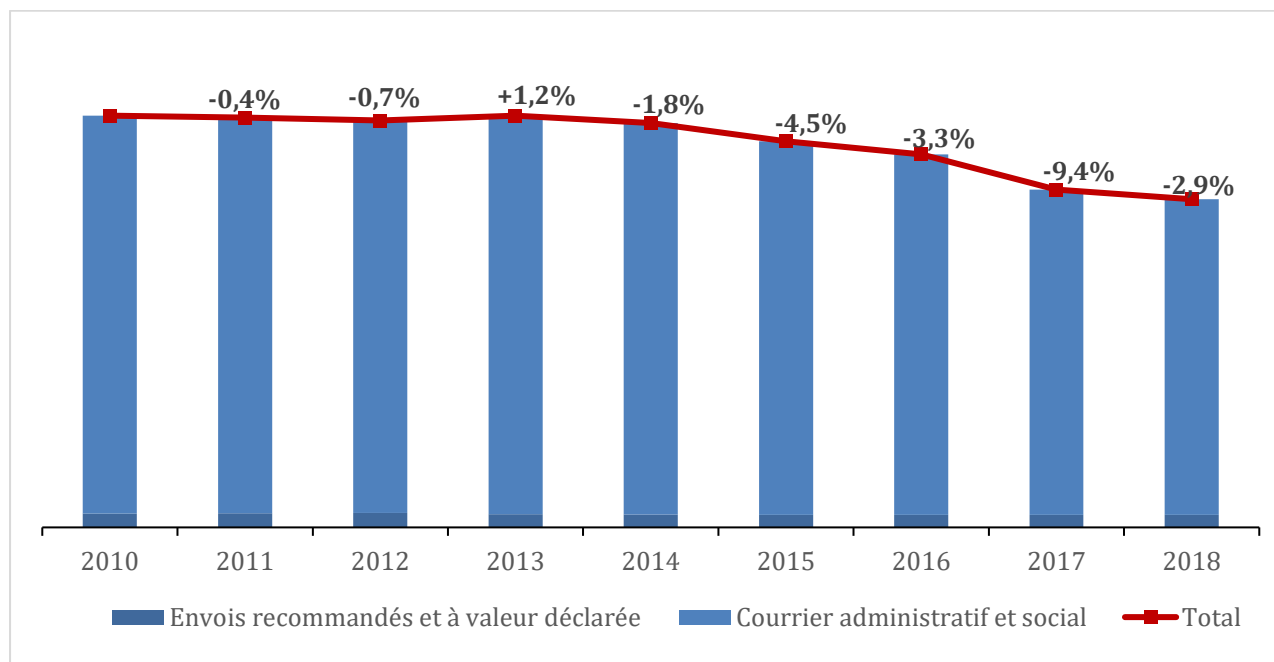
¹² De bpost

¹³ De TBC Post

3.2.2.1 Volumes

Sous l'effet de l'e-substitution (par les télécommunications mobiles et des alternatives électroniques au courrier transactionnel), les volumes continuent de baisser depuis 2013, la baisse atteint 2,9% en 2018 contre 9,45 % en 2017. Il s'agit de la plus faible baisse depuis 2014.

Figure 11 : Évolution des volumes de courrier transactionnel¹⁴

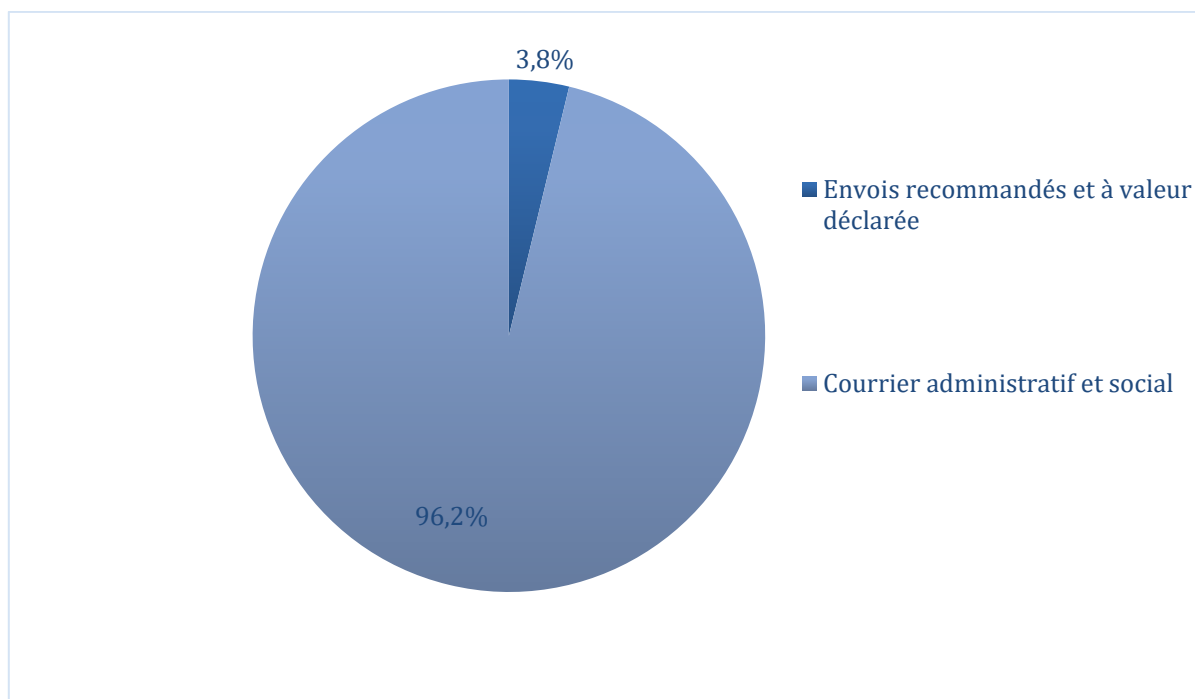


Source : IBPT

Au niveau de la composition du volume de courrier transactionnel en 2018, celui-ci était toujours en grande majorité composé de courrier administratif et social (96,2 %), les envois recommandés et à valeur déclarée ne représentant que 3,8 % du volume total. L'évolution de cette répartition des volumes entre envois administratifs et sociaux et envois enregistrés se fait légèrement au profit des envois enregistrés qui ont tendance à moins baisser.

¹⁴ Les figures 11 à 14 ne font pas de distinction entre envois égrenés ou en nombre et reprennent donc tous les volumes de courrier transactionnel sans distinction.

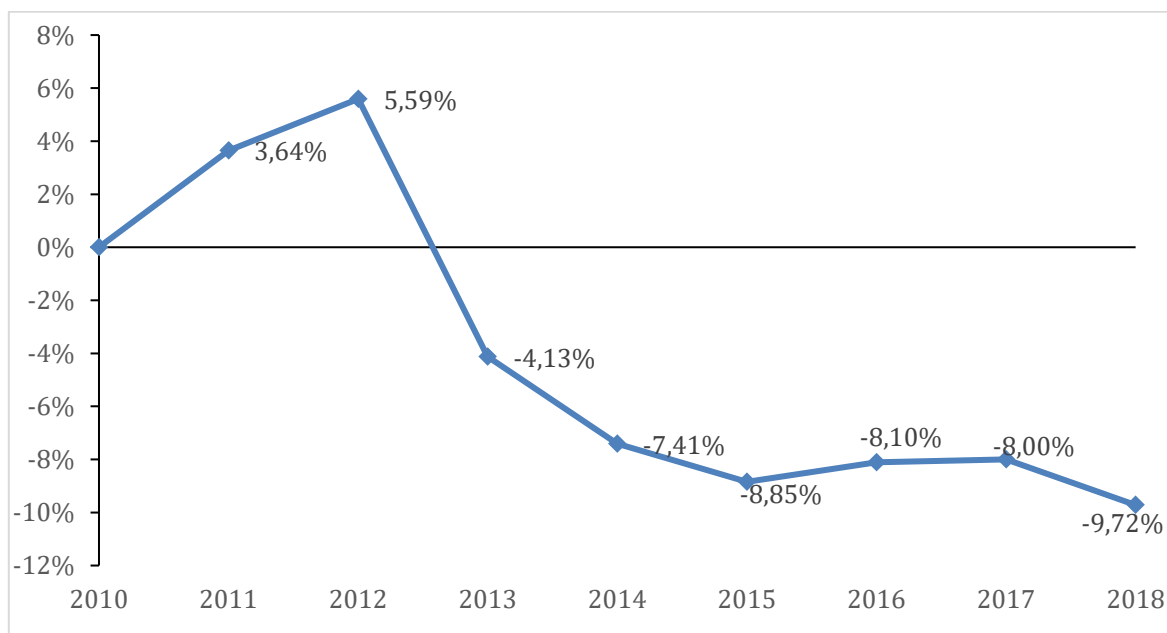
Figure 12 : Répartition des volumes de courrier transactionnel (2018)



Source : IBPT

Si le volume d'envois recommandés était encore en croissance entre 2010 et 2012, il s'est fortement contracté en 2013. Cette érosion des volumes a quelque peu ralenti en 2014 et 2015. En 2016 et 2017, l'on constate de nouveau une augmentation prudente en termes de volumes et une nouvelle baisse ensuite en 2018 pour atteindre un niveau de volume qui est 9,72 % plus faible qu'en 2010.

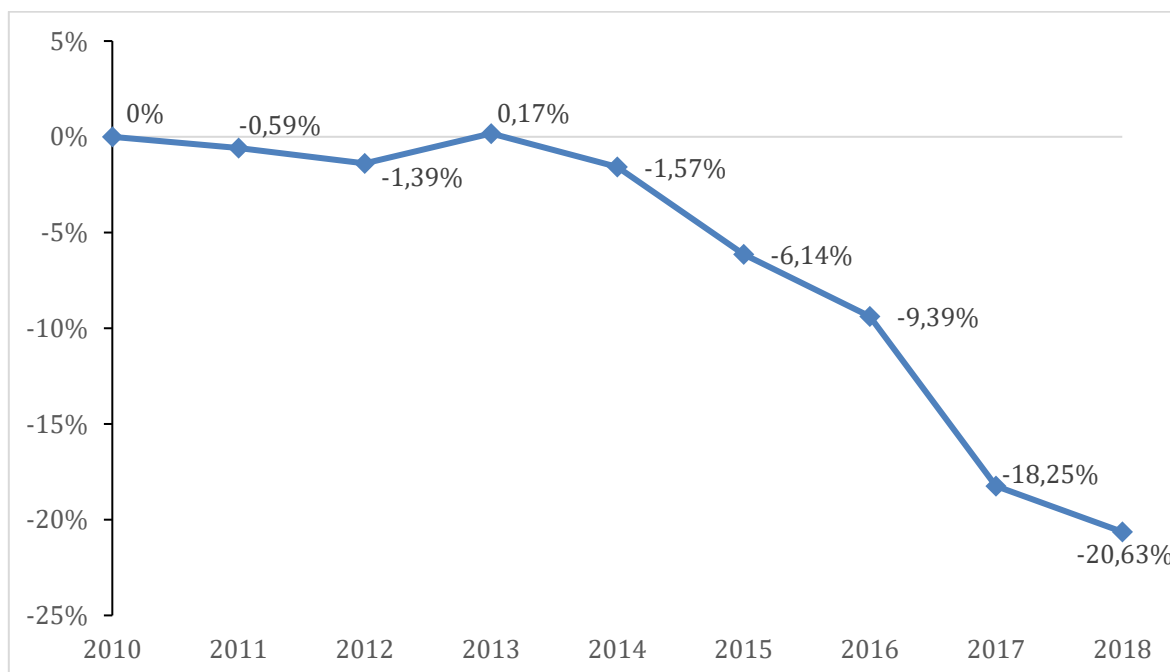
Figure 13 : Évolution des volumes d'envois recommandés depuis 2010 (croissance cumulée)



Source : IBPT

Les volumes de courrier administratif et social se sont érodés de 20,63 % sur la période 2010-2018.

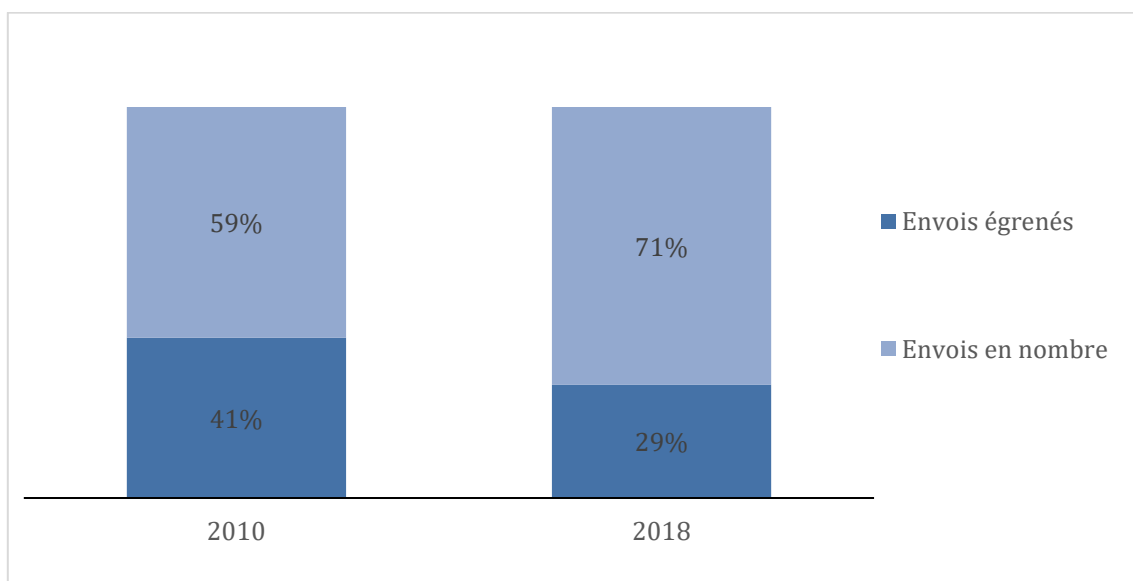
Figure 14 : Évolution des volumes de courrier administratif et social depuis 2010 (croissance cumulée)



Source : IBPT

Les volumes de courrier transactionnel étaient, en 2018, majoritairement composés d'envois en nombre. Les parts respectives des envois en nombre et des courriers égrenés sont de 71 % contre 29 %. La part du courrier égrené continue de baisser depuis 2010.

Figure 15 : Répartition des volumes de courrier transactionnel entre envois égrenés et envois en nombre (2010 par rapport à 2018)



Source : IBPT

3.2.2.2 Revenus

Comme l'illustre la figure 17 ci-après, les revenus totaux pour le courrier transactionnel ont diminué de 11,36 % entre 2010 et 2018, dont 7 points de pourcentage sont à attribuer à l'évolution entre 2016 et 2017.

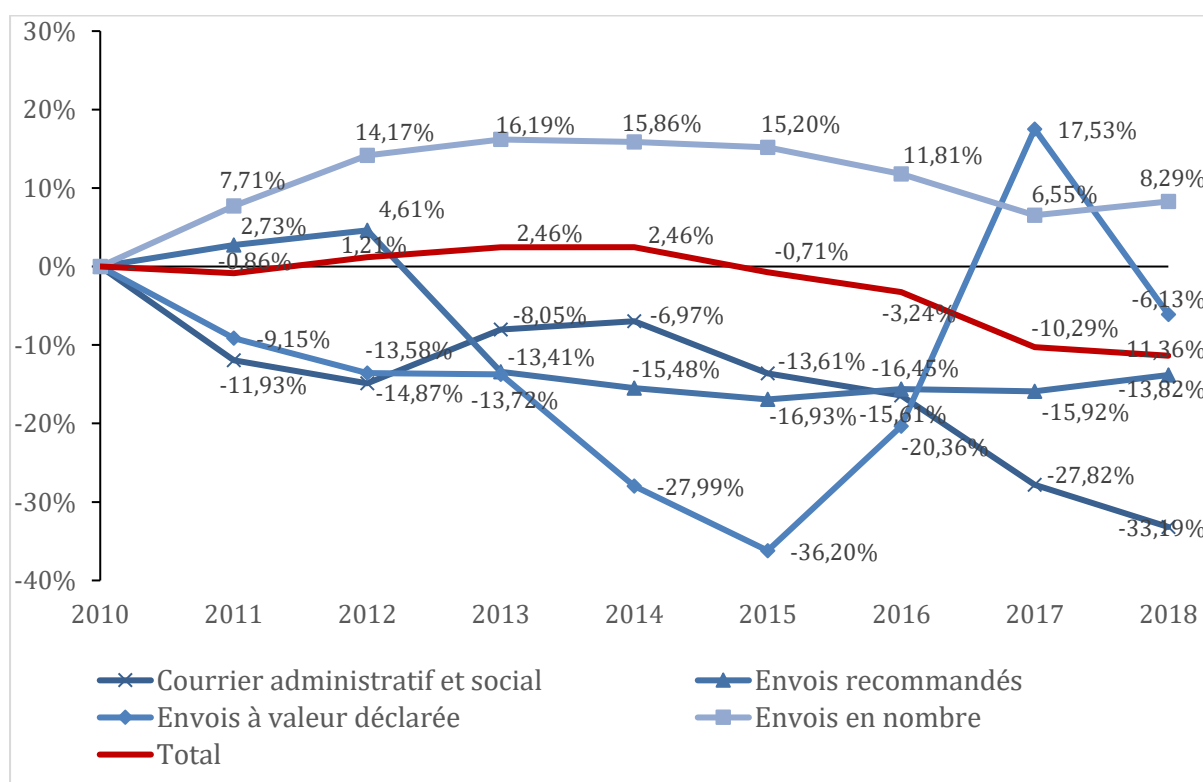
Parmi les différents produits composant le courrier transactionnel, ce sont les revenus liés au courrier administratif et social qui ont connu la plus forte baisse sur la période 2010-2018, avec -33,19 % de chiffre d'affaires en moins sur ce segment depuis 2010.

Si les revenus liés aux produits égrenés¹⁵ ont globalement baissé, les revenus des envois en nombre¹⁶ ont eux augmenté en 2018 pour la première fois depuis 2013, et demeurent 8,29 % plus élevés qu'en 2010.

Après deux ans d'augmentation très forte, le chiffre d'affaires du segment des envois à valeur déclarée a chuté et est 6,13% moins élevé qu'en 2010. La forte volatilité sur ce segment tient au faible niveau de volumes.

Le segment des envois recommandés augmente en termes de revenus en 2018 pour s'établir à un niveau de chiffre d'affaires 13,8 % plus faible qu'en 2010.

Figure 16 : Évolution des revenus pour le courrier transactionnel depuis 2010 (croissance cumulée)



Source : IBPT

¹⁵ Voir les tendances pour le courrier administratif et social, les envois recommandés et les envois à valeur déclarée à la figure 16, qui ne concernent que les envois égrenés.

¹⁶ Les envois en nombre comprennent aussi bien le courrier administratif que les envois enregistrés.

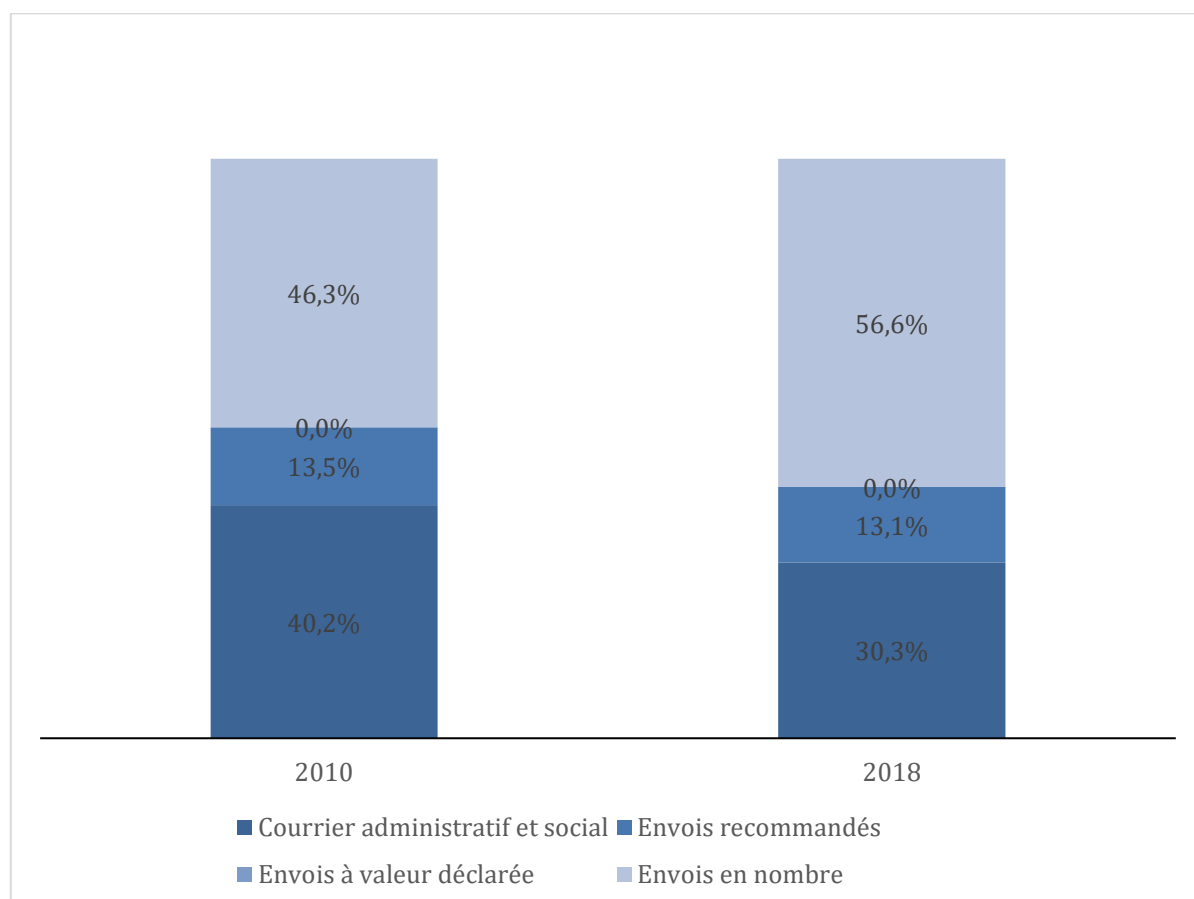
(1) Les envois en nombre reprennent les dépôts en masse des 3 catégories de courrier transactionnel, à savoir le courrier administratif et social, les envois recommandés et les envois à valeur déclarée. Les variables « courrier administratif et social », « envois recommandés » et « envois à valeur déclarée » reprises dans la figure ci-dessus ne concernent quant à elles que les envois égrenés.

En observant de plus près la composition des revenus issus du traitement du courrier transactionnel à la figure 18, l'on constate que les envois en nombre constituaient, en 2018, 56,6 % de ces revenus contre 43,4 % pour les envois égrenés.

Sur ces 43,4 % de courrier égrené, le courrier administratif et social comptait pour près de 30,3 % et les recommandés pour les 13,1 % restants. La part de revenus générés par les envois à valeur déclarée est quant à elle assez anecdotique, moins de 0,01 % du revenu total en 2018.

A l'inverse du courrier égrené, la part des envois en nombre a augmenté et est ainsi passée de 46,3 % en 2010 à 56,6 % en 2018.

Figure 17 : Répartition des revenus pour le courrier transactionnel (2010 par rapport à 2018)



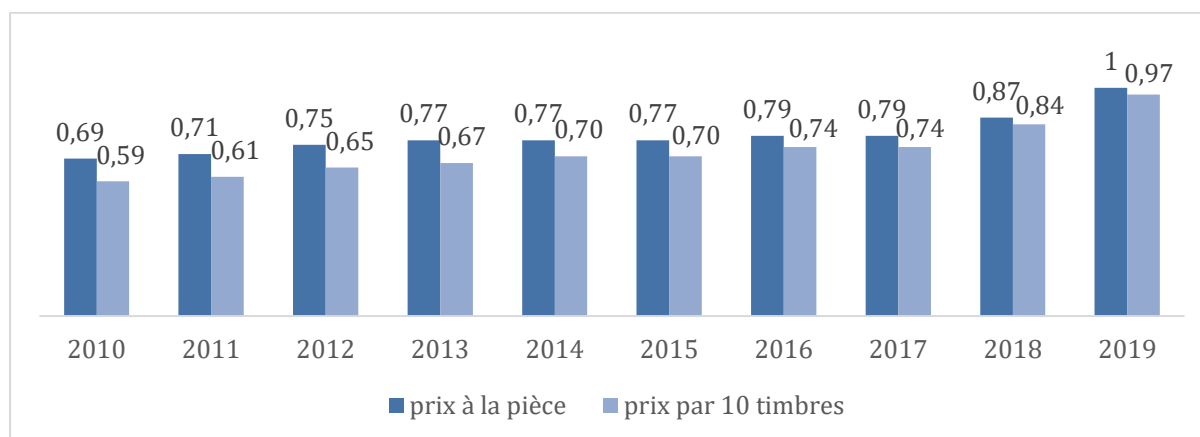
Source : IBPT

3.2.2.3 Tarifs petits utilisateurs du prestataire du service universel

Le tarif nominal d'une lettre domestique standard en Belgique a augmenté en 2018 et 2019 par rapport à 2017.

En observant la tendance depuis 2010, l'on constate que le prix du timbre a connu une augmentation de 45 %. Cette hausse de prix est d'autant plus marquée si l'on prend le prix par 10, dans ce cas l'augmentation cumulée enregistrée depuis 2010 monte à 64 %. Or, environ 90 % des ventes de timbres se font par 10. Comparativement, l'inflation cumulée (IPCH)¹⁷ en Belgique entre 2010 et 2018 s'élève à 15,6 %. Après 2017, on constate, sous la nouvelle loi relative aux services postaux du 26 janvier 2018, une très forte augmentation du prix du timbre. La croissance annuelle moyenne est ainsi passée de 1,9 % sur la période 2010-2017 à 12,5 % sur la période 2017-2019¹⁸.

Figure 18 : Prix du service lettre domestique standard < 50g (€)



Source : bpost

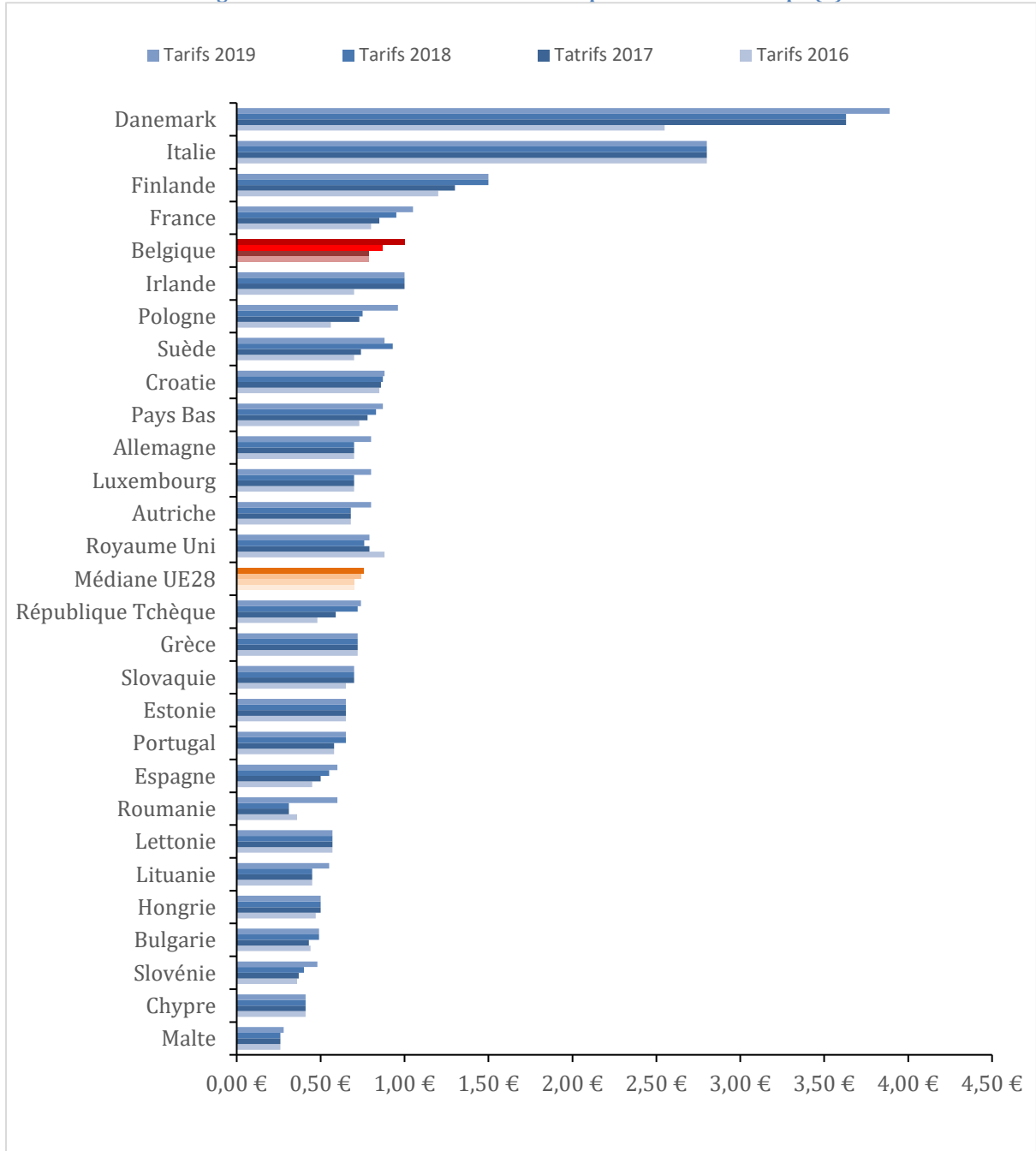
Au niveau de l'Union européenne, le prix en valeur nominale de la prestation d'acheminement et de distribution de la lettre au format standard en Belgique fait partie des plus élevés des 28 États membres, comme le montre la figure 20 ci-après. En 2019, la médiane¹⁹ européenne pour l'affranchissement d'une lettre domestique standard était de € 0,76, le pays le plus cher étant le Danemark (€ 3,89) et le moins cher Malte (€ 0,28).

¹⁷ Indice des prix à la consommation harmonisé

¹⁸<https://www.bipt.be/fr/operateurs/postal/services-postaux-universels-et-non-universels/decision-du-conseil-de-libpt-du-19-juin-2018-concernant-l-analyse-des-tarifs-unitaires-de-bpost-pour-l-annee-2018>
<https://www.ibpt.be/fr/operateurs/postal/services-postaux-universels-et-non-universels/decision-du-conseil-de-libpt-du-23-novembre-2018-concernant-l-analyse-des-augmentations-des-tarifs-unitaires-de-bpost-pour-l-annee-2019>
<https://www.ibpt.be/fr/operateurs/postal/services-postaux-universels-et-non-universels/decision-du-conseil-de-libpt-du-17-septembre-2019-concernant-l-analyse-des-augmentations-des-tarifs-unitaires-de-bpost-pour-l-annee-2020>

¹⁹ L'utilisation de la médiane est nécessaire en raison des valeurs extrêmes affichées par l'Italie et le Danemark, qui fausseraient fortement la moyenne.

Figure 19 : Prix du service lettre domestique standard en Europe (€)



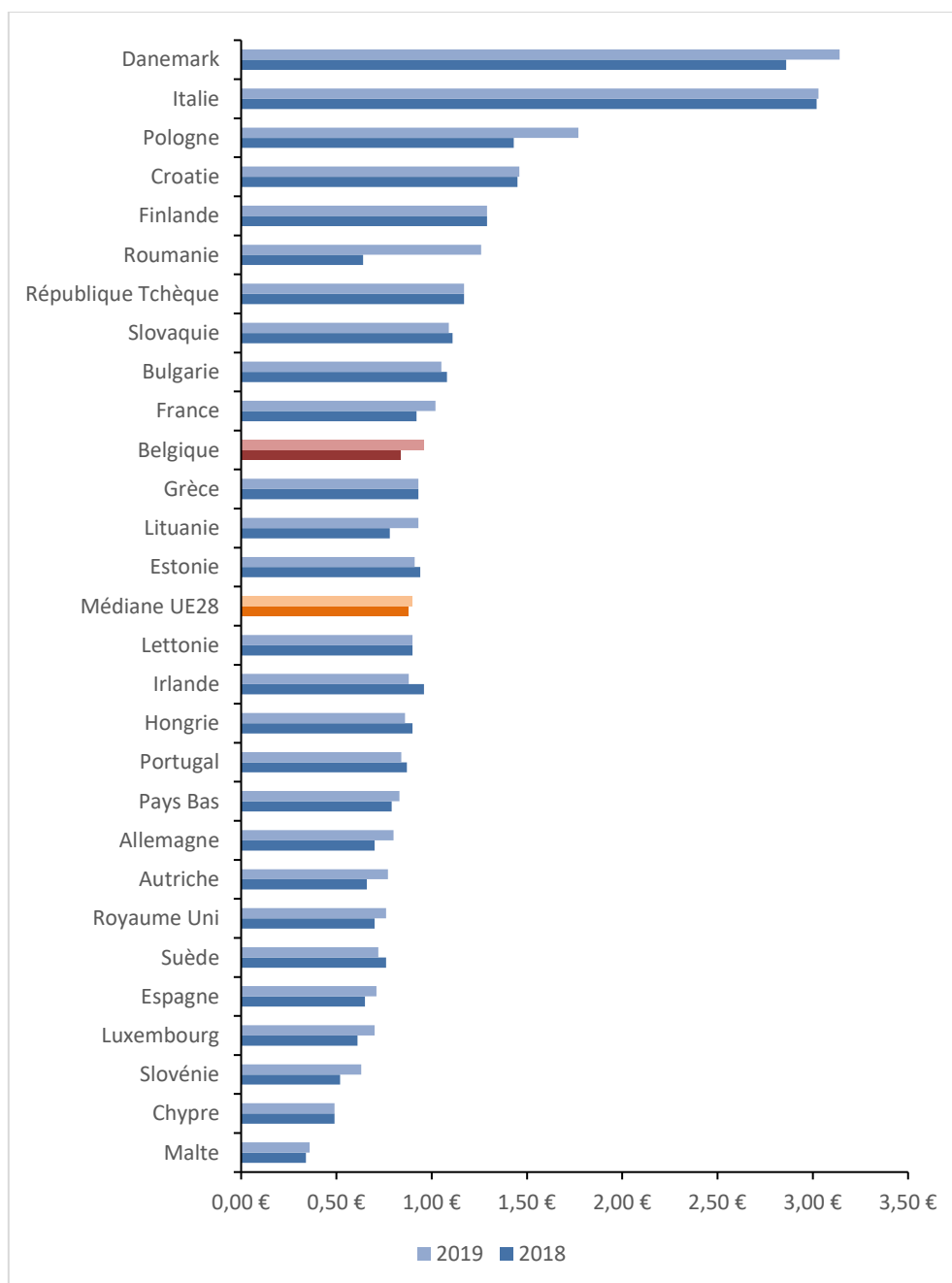
Source : Deutsche Post, Letter Price Survey (2016, 2017, 2018 et 2019)

La même comparaison du prix de la prestation d'acheminement et de distribution de la lettre au format standard peut être réalisée en exprimant les tarifs des 28 États membres en parité de pouvoir d'achat (PPA), permettant ainsi de neutraliser les écarts de niveaux de vie entre pays.

Lorsque les écarts de niveaux de vie sont neutralisés, la Belgique conserve des prix plus élevés que la médiane bien qu'au regard des autres inducteurs de coûts principaux : volume de courrier par habitant et concentration de la population, la Belgique dispose d'un certain avantage.

L'on constate également que les prix en Italie et au Danemark sont encore très élevés ici au regard des autres pays de l'UE des 28.

Figure 20 : Prix 2018 et 2019 exprimés en parité de pouvoir d'achat (PPA) du service lettre domestique standard en Europe (€)



Source : Deutsche Post, Letter Price Survey (2018, 2019)

3.2.3 Courrier publicitaire adressé

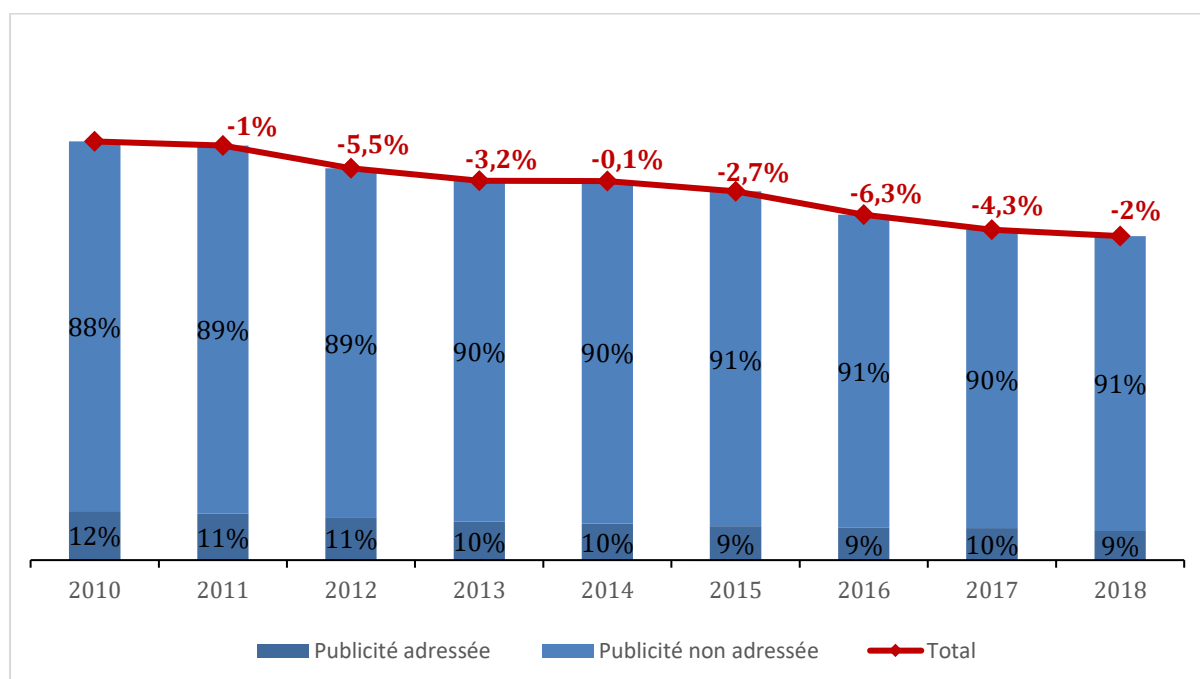
Le courrier publicitaire adressé fait, au même titre que le courrier transactionnel, partie du segment de la poste aux lettres. Le courrier publicitaire non adressé n'en fait en revanche pas partie dans la mesure où la distribution d'envois non adressés ne constitue pas un service postal. Néanmoins, celle-ci est prise en compte dans le cadre de cette section afin d'avoir une vue d'ensemble de l'évolution concernant la publicité papier (adressée ou toutes-boîtes) que le citoyen retrouve régulièrement dans sa boîte aux lettres.

3.2.3.1 Volumes

Depuis 2010, le volume de publicité papier connaît une diminution continue. Tant le volume d'envois non adressés (-4,6 %) que le volume de publicité adressée (-0,8 %) ont continué à baisser en 2017.

En termes de volumes, les envois publicitaires adressés ne représentent que 10 % du total, la grande majorité des envois publicitaires étant non adressés.

Figure 21 : Évolution des volumes de publicité



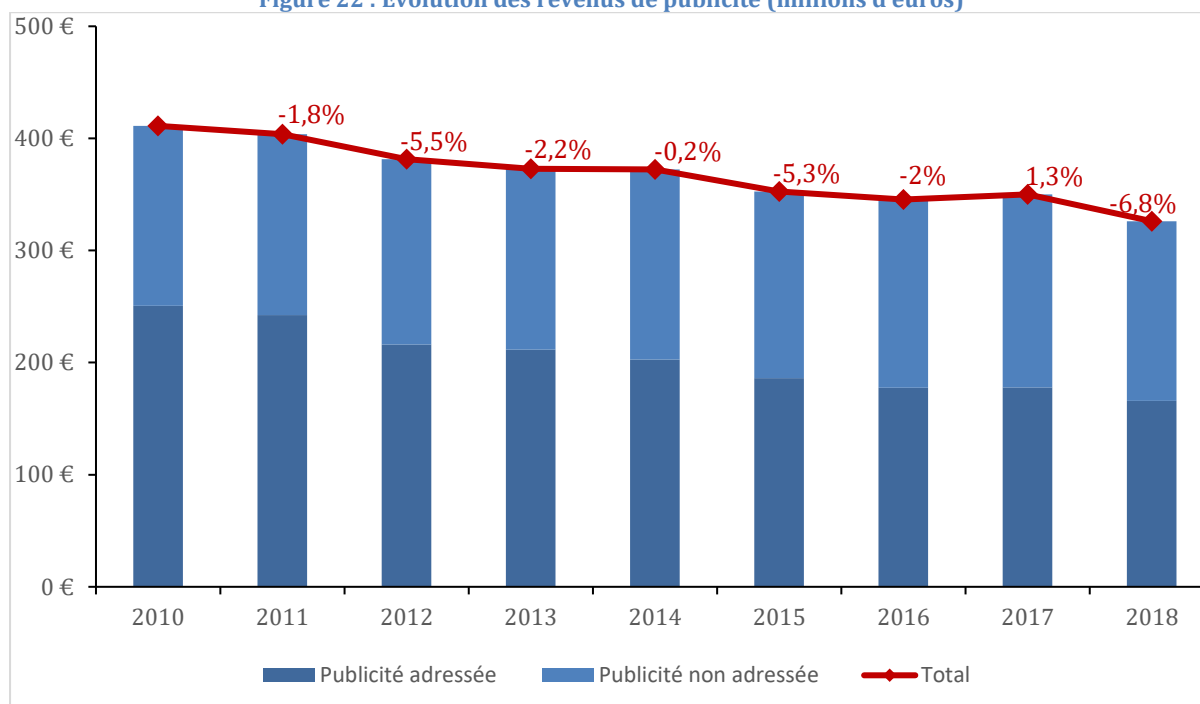
Source : IBPT

3.2.3.2 Revenus

Globalement, les revenus issus de la publicité adressée et toutes-boîtes sont en baisse depuis 2010. Après un léger rebond des revenus observé en 2017, +1,29 %, ceux-ci ont chuté de 6,8 % en 2018.

Cette baisse des revenus concerne aussi bien les envois adressés qui baissent de -6,7 % que les envois non adressés, -7 %.

Figure 22 : Évolution des revenus de publicité (millions d'euros)



Source : IBPT

3.2.4 Courrier international

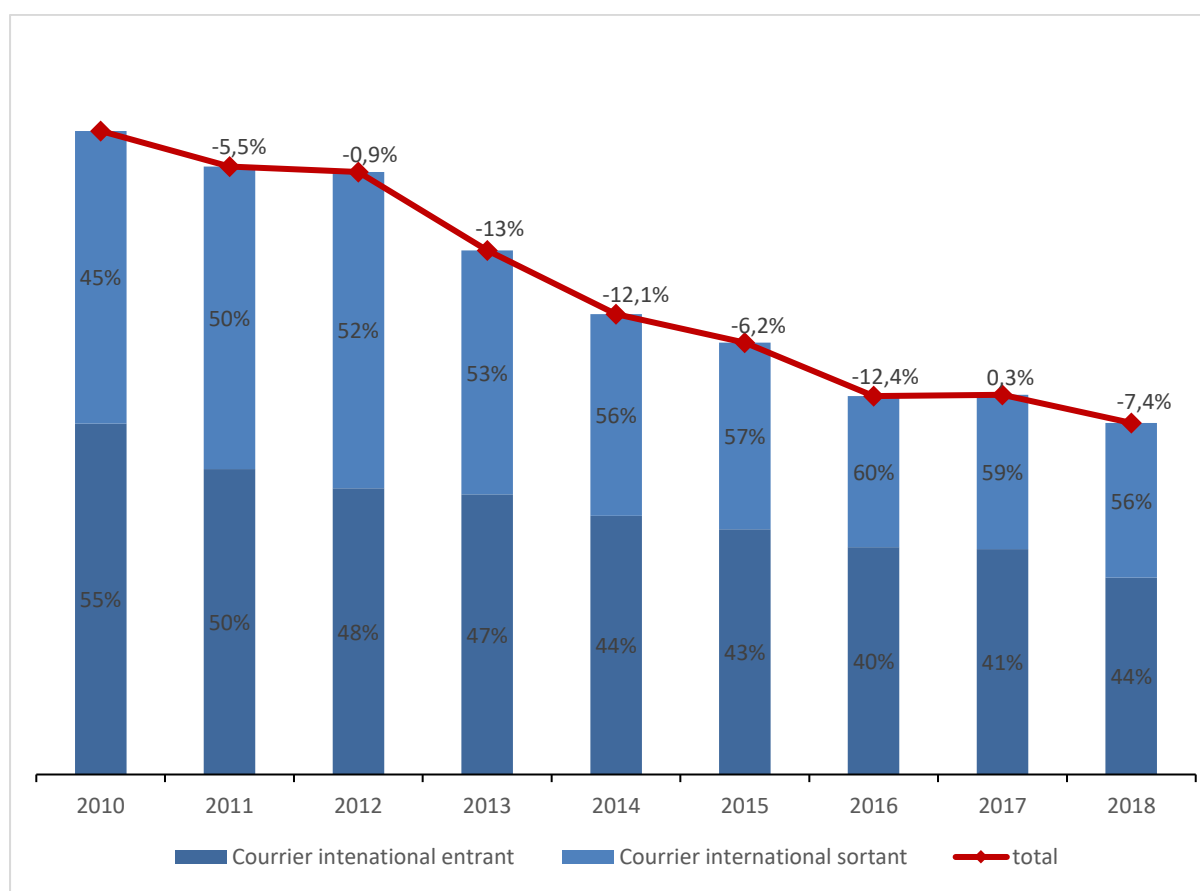
En plus des envois postaux transactionnels et des envois publicitaires adressés, la poste aux lettres est également composée d'une troisième et dernière catégorie de courrier, à savoir le courrier international.

Le courrier international renvoie aux flux d'envois de correspondance de moins de 2 kg échangés entre la Belgique et l'étranger. Ces flux peuvent aussi bien être entrants (« international inbound »), le courrier concerné devant être distribué en Belgique, que sortants (« international outbound »), dans ce cas, il s'agit de courrier expédié depuis la Belgique à destination d'autres pays.

3.2.4.1 Volumes

Le graphique ci-dessous montre la forte tendance à la baisse des volumes entrants et sortants. Jusqu'en 2016 la baisse du courrier sortant était plus forte et la part du courrier entrant augmentait. Depuis 2017, l'on observe une légère augmentation des volumes du courrier sortant, +2 % en 2017 et +0,2 % en 2018 tandis que la baisse du volume de courrier entrant s'est fortement accélérée en 2018, -12,6 % contre -0,9 % en 2017. Néanmoins, le volume de courrier entrant reste largement supérieur, 56 % du total, au volume de courrier sortant, 44 %.

Figure 23 : Évolution des volumes de courrier international



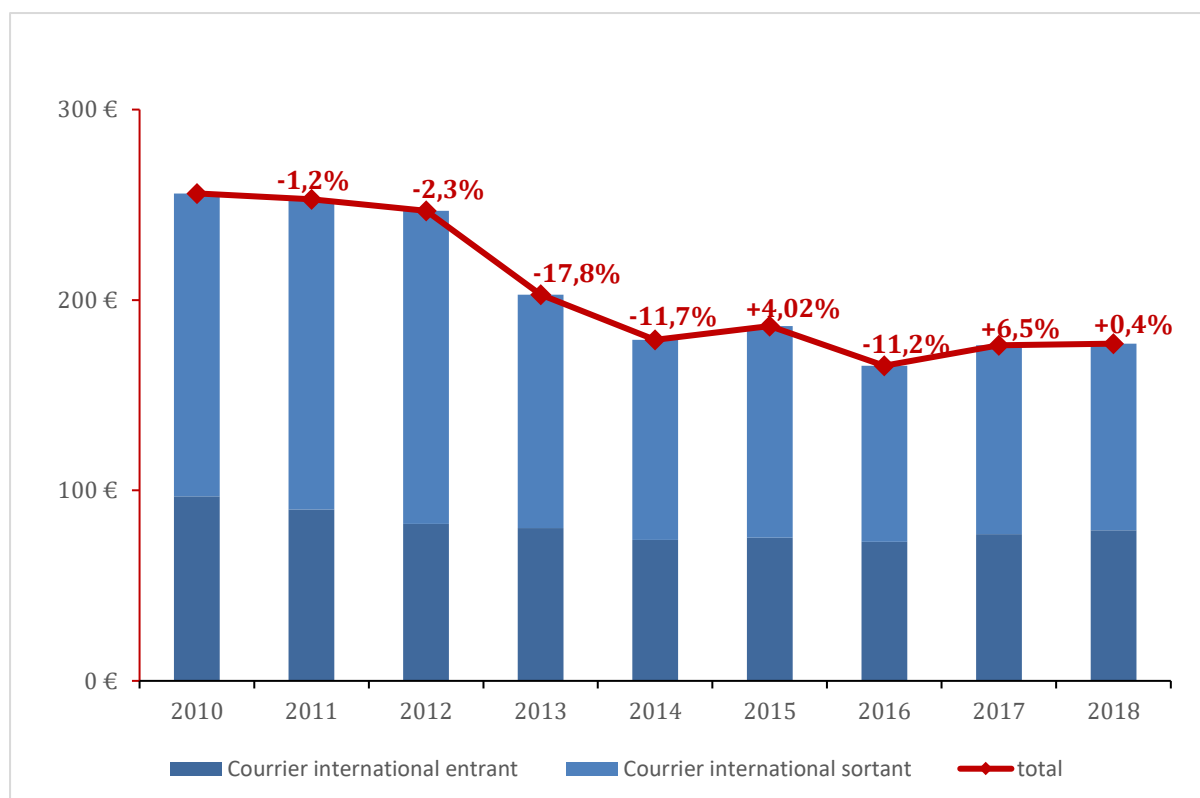
Source : IBPT

3.2.4.2 Revenus

Les revenus de la poste aux lettres en provenance ou à destination de l'étranger sont en augmentation depuis 2016. Les volumes ayant baissé, cette augmentation devrait être liée à des prix plus élevés ou un mix produits différent (plus grands formats, destinations plus lointaines).

En 2018, seul le courrier international entrant voit ses revenus augmenter, +2,5 % en 2018 contre +5,6 % en 2017, et ce malgré l'importante chute des volumes en 2018. Après une augmentation importante en 2017, +7,2 %, les revenus issus du courrier international sortant sont en légère baisse, -1,1 %.

Figure 24 : Évolution des revenus pour le courrier international (millions d'euros)

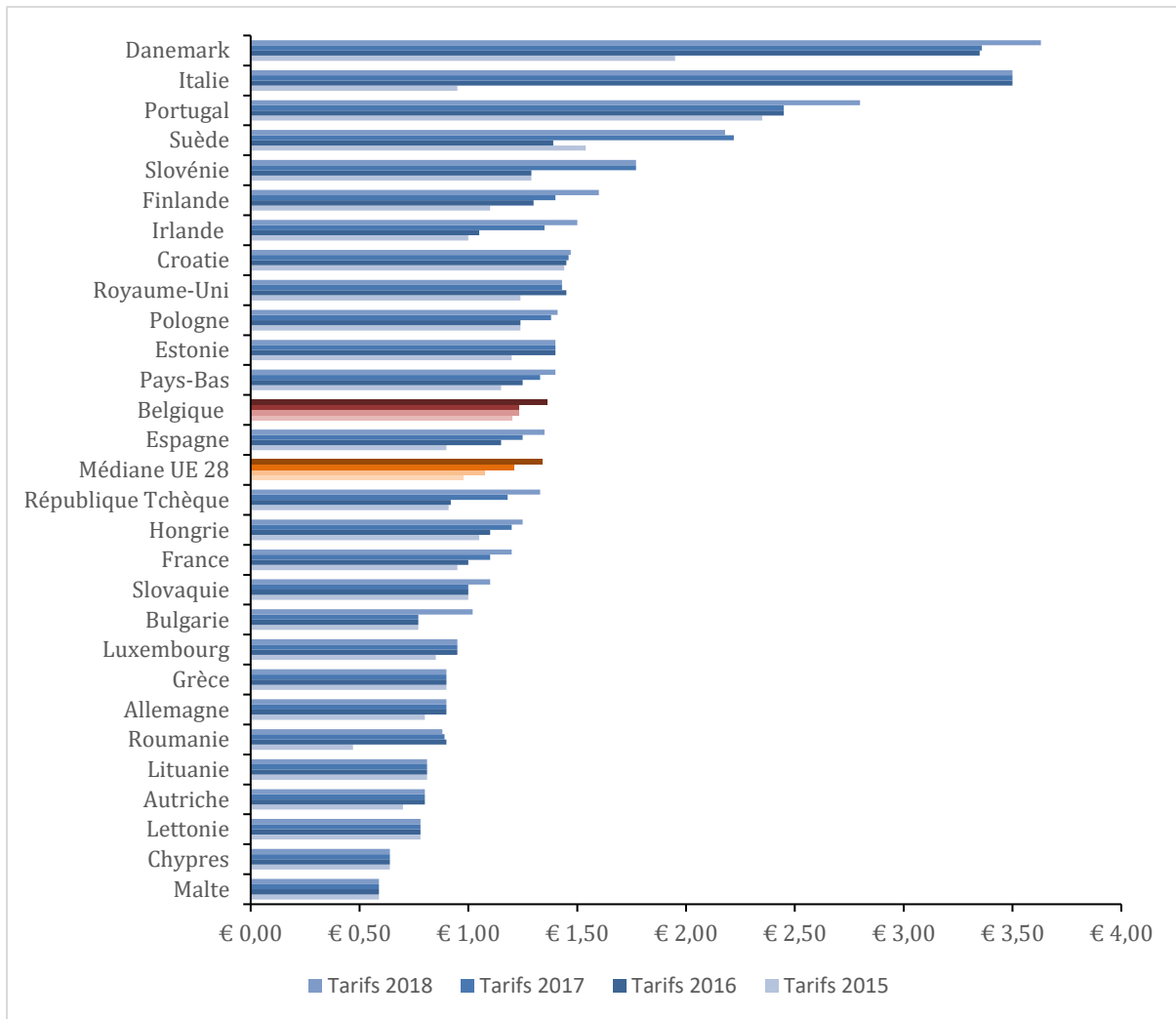


Source : IBPT

3.2.4.3 Tarif petits utilisateurs du prestataire du service universel

Si l'on compare le prix, en valeur nominale, du service lettre standard intra-UE dans les 28 États membres, l'on constate que la Belgique, avec un service lettre intra-UE revenant à € 1,36 en 2018, se situe au-dessus de la médiane européenne (1,34 €). La Belgique se classe ainsi dans la moitié des pays de l'UE les plus chers, la première place du classement revient au Danemark, où envoyer une lettre à destination d'un autre État membre revenait à € 3,63 en 2018. En comparaison, une lettre expédiée depuis Malte coûtait € 0,59 en 2018.

Figure 25 : Prix du service lettre standard intra-européen en Europe (en valeur nominale) (€)



Source : Deutsche Post, Letter Price Survey (2015 - 2018)

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

Poussé par l'importance croissante de l'e-commerce, le marché des colis prend toujours plus de place au sein du marché postal. L'aperçu général concernant le marché postal (section 3.1.3) a déjà indiqué que le segment des colis et des envois express est devenu depuis 2017 plus important en termes de revenus que le segment des envois de correspondance. Il s'agit d'un basculement historique qui est encore davantage mis en lumière en 2018.

Ce chapitre aborde la récente évolution au sein de ce segment florissant des services de colis et express²⁰. Les services de colis et express²¹ sont pris en compte conjointement dans ces analyses.²² La figure 27 ci-dessous montre toutefois qu'en termes de volume, les services réguliers de colis représentent une part de 82 %, contre 18 % pour les services express. En raison du taux plus élevé des services express, ces derniers représentent cependant plus du double (37%) du chiffre d'affaires.

Les sous-segments très divers²³, à savoir B2B, B2C et C2X, sont considérés ici conjointement, notamment parce que le type de destinataire est difficile à déterminer avec certitude pour l'opérateur. Nous pouvons conclure sur la base des informations que nous avons reçues des opérateurs à ce sujet que le marché résidentiel (C2X) représente environ 6 % de tous les envois de colis et express. La plupart des envois partent donc des entreprises, à destination d'autres clients professionnels ou d'utilisateurs finals résidentiels.

Du fait de la "réglementation transfrontalière" de la Commission européenne, un certain nombre d'opérateurs du secteur des colis et des services express ont harmonisé leurs résultats au niveau européen. Cela a conduit à une révision de nos séries chronologiques pour les services de colis et d'express.

²⁰ L'on a demandé aux opérateurs de ne fournir des données que pour les colis allant jusqu'à 10 kilos, si possible (international entrant jusqu'à 20 kilos).

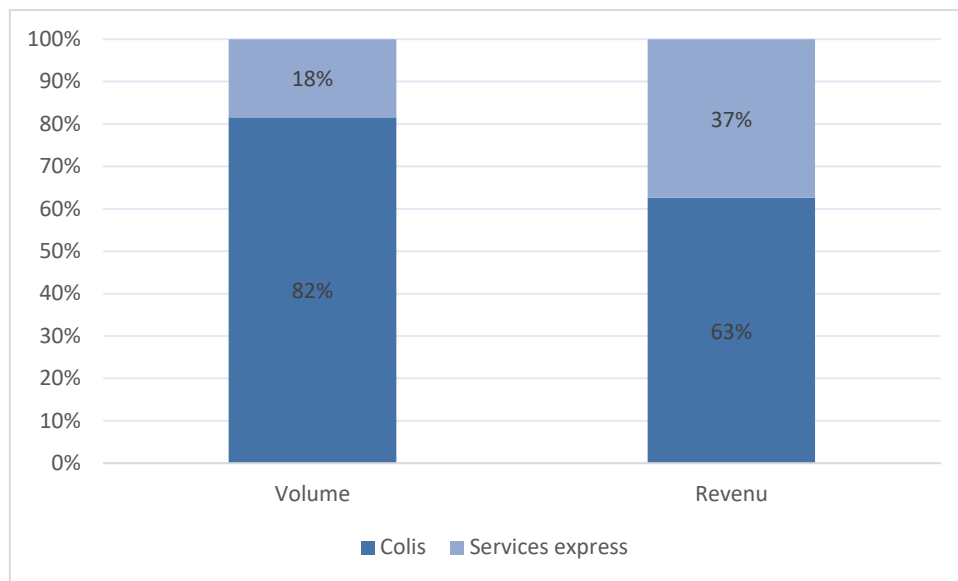
²¹ La frontière entre les colis et les colis express est difficile à définir. Le transport de colis implique de plus en plus la prestation de services, qui s'apparente de plus en plus au courrier express (traçabilité des colis, assurance du contenu du colis, délais de livraison...). En outre, de nombreux acteurs offrent les deux types de services à leurs clients.

²² Dans le cadre de l'observatoire, le terme "express" désigne les envois qui sont très sensibles au facteur temps et qui doivent donc être livrés avant un certain délai, souvent directement sans avoir recours à un cycle de distribution qui couvre également les autres envois. En revanche, les colis réguliers sont généralement livrés en J+1 dans le cadre d'un cycle de distribution régulier.

²³ Les différentes entreprises de livraison de colis couvrent habituellement différents segments de clientèle, comme l'a révélé l'étude e-commerce réalisée par l'IBPT en 2017. Ainsi, les opérateurs tels que FedEx et UPS se concentrent principalement sur le segment B2B, alors que bpost est un acteur important dans les segments B2C et C2X.

<http://www.bipt.be/fr/operateurs/postal/services-postaux-universels-et-non-universels/communication-du-conseil-de-libpt-du-18-mai-2017-concernant-les-resultats-de-letude-relative-au-marche-belge-de-la-livraison-de-colis-dans-le-cadre-dactivites-d-e-commerce>

Figure 26. Rapport entre colis et services express en volume et en chiffre d'affaires (2018)



Source : IBPT

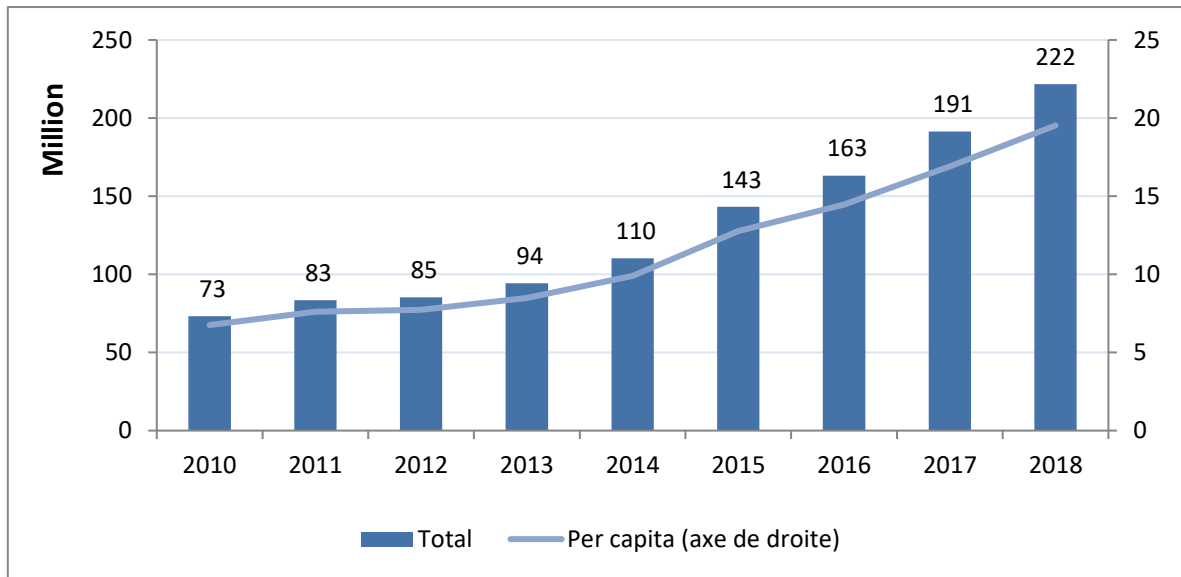
3.3.1 Volume

Le segment des colis et des services express²⁴ continue à se développer très fortement. Entre 2010 et 2018, l'on a observé une croissance constante du volume, d'un total de 203 %. Durant toute cette période, le nombre de colis et de services express a triplé, tant pour les envois domestiques et les envois internationaux entrants que pour les envois sortants confondus, en passant de 73 millions d'unités en 2010 à 222 millions en 2018. Par rapport à 2017, le volume a augmenté de 15,9 %. Ce pourcentage est toujours plus élevé que le taux de croissance annuel composé (CAGR) de 14,9 % depuis 2010. Malgré le haut niveau des volumes actuels, ce segment continue de progresser à vive allure.

Par habitant, le nombre de services express et de colis livrés par année a augmenté de plus de 10 unités, passant en moyenne de 6,8 en 2010 à 19,5 en 2018. Ce faisant, par habitant, un colis est envoyé ou un service express est utilisé en moyenne tous les mois, plus précisément, tous les 19 jours. Malgré cette tendance d'augmentations annuelles importantes, la Belgique se trouve toujours fortement à la traîne par rapport au peloton de tête européen. Au Royaume-Uni, par exemple, plus de 35 envois de ce type sont désormais distribués par habitant²⁵.

²⁵ ERGP Report on core indicators for monitoring the European postal market, 29 novembre 2018

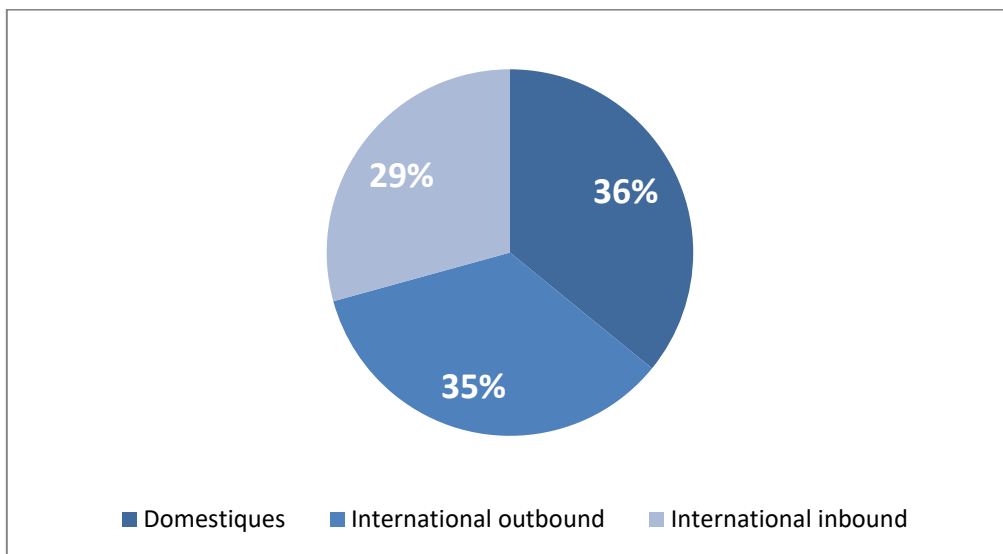
Figure 27 : Évolution du volume de services express et de colis au total (en millions d'unités) et par habitant (en unités) par année



Source : IBPT

La figure 28 nous indique que 36 % du nombre total de services express et de colis en 2018 concernaient des envois domestiques. Ces envois ont donc été expédiés depuis le territoire belge pour ensuite être également reçus à l'intérieur du pays. Dans 35 % des cas, il s'agissait d'envois internationaux sortants (international outbound), donc envoyés depuis la Belgique vers l'étranger. Les 29 % restants du nombre total d'envois provenaient de l'étranger et ont finalement été distribués en Belgique (international inbound). En Belgique, le nombre de colis et d'envois express importés et exportés était donc plus ou moins identique. En ce qui concerne ces envois internationaux, il s'agit par ailleurs dans moins d'un cas sur cinq d'envois à destination ou en provenance d'un pays non européen.

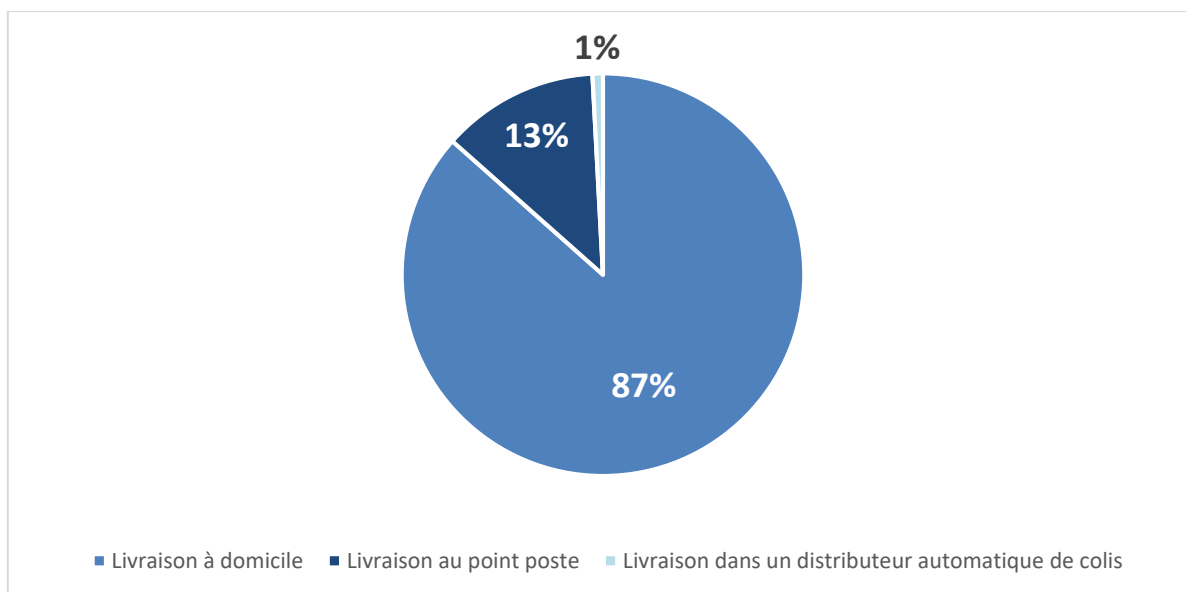
Figure 28: Répartition du volume de services express et de colis entre envois domestiques, internationaux sortants et internationaux entrants en 2018



Source : IBPT

La figure 29 analyse de manière plus détaillée les modalités de livraison utilisées pour les colis ou envois express domestiques, et ce sur la base des réponses de 12 des 18 opérateurs – au sein de notre observatoire – qui offrent de tels services. 87 % de tous les envois express ou colis sont livrés au lieu de destination, à savoir au domicile ou au lieu de travail. En revanche, 13 % sont livrés dans un point poste et seulement 1 % est livré dans un distributeur automatique de colis. La section 5 aborde en détail les divers points d'accès des opérateurs.

Figure 29 : Répartition du volume entre les services de colis et express domestiques selon les modalités de livraison en 2018



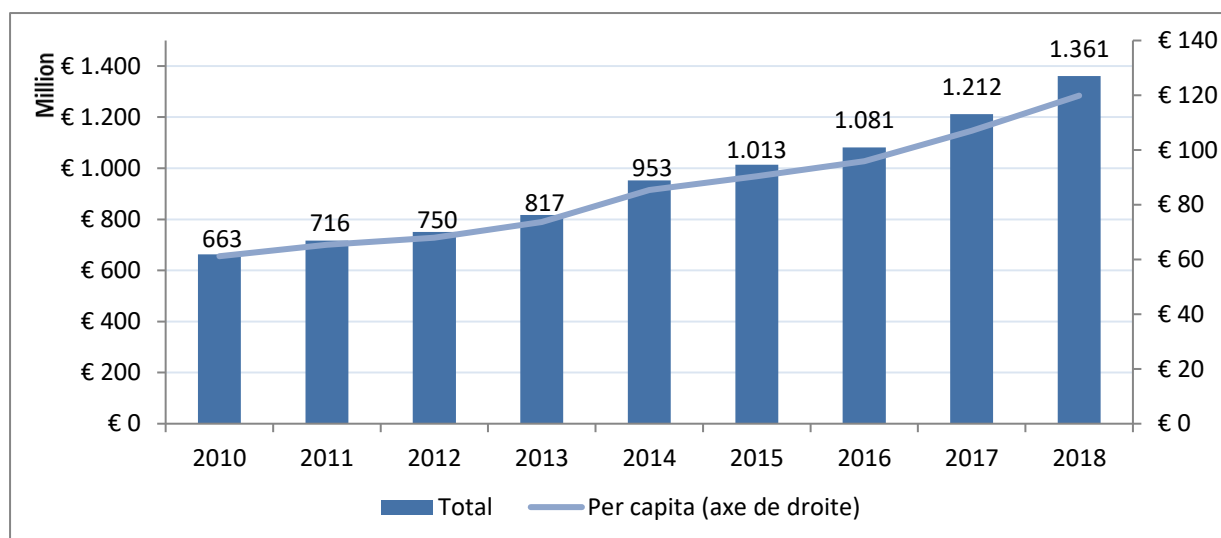
Source : IBPT

3.3.2 Revenus

En termes de chiffre d'affaires réalisé, le segment des services express et de colis a connu une augmentation plus modeste, mais tout de même continue, entre 2010 et 2018. Petit à petit, avec un taux de croissance annuel composé (CAGR) de 9,4 % par an, les revenus totaux sont passés de 663 millions d'euros à 1 361 millions d'euros. Entre 2017 et 2018, le chiffre d'affaires global réalisé dans le segment a encore connu une augmentation solide de 12,3 %, soit un peu plus que le taux de croissance annuel composé au cours de la période 2010-2018.

En 2018, 119,9 euros ont été consacrés en moyenne par habitant aux services de colis et express, soit près du double par rapport à 2010.

Figure 30 : Évolution des revenus dans le segment des services de colis et express au total (en millions d'euros) et par habitant (en euros) par année

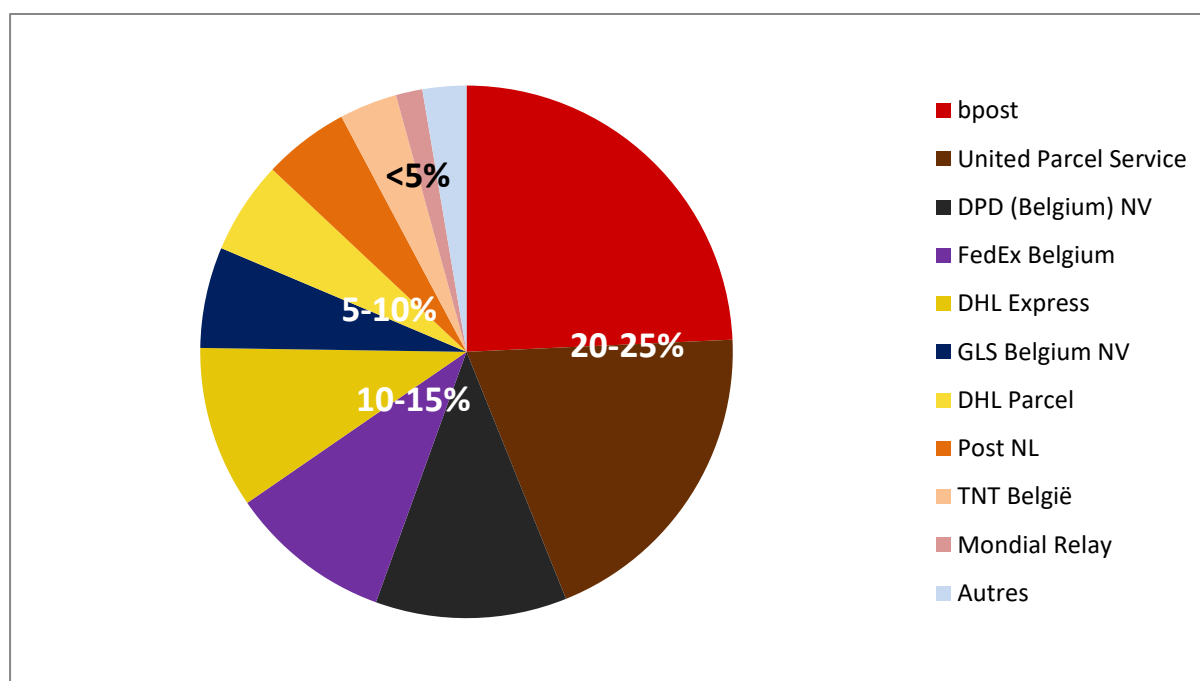


Source : IBPT

La figure 31 présente un aperçu des parts de marché sur la base du chiffre d'affaires dans le segment conjoint des colis et des services express.

bpost, UPS/UPS Access Point, DPD, FedEx et DHL Express représentent ensemble environ 75 % de ce marché en termes de chiffre d'affaires. En outre, trois autres opérateurs, à savoir GLS, DHL Parcel et PostNL, avec chacun plus de 5 % de part de marché, détenaient ensemble environ 20 % de part de marché. Les autres opérateurs représentaient les 5 à 10 % restants.

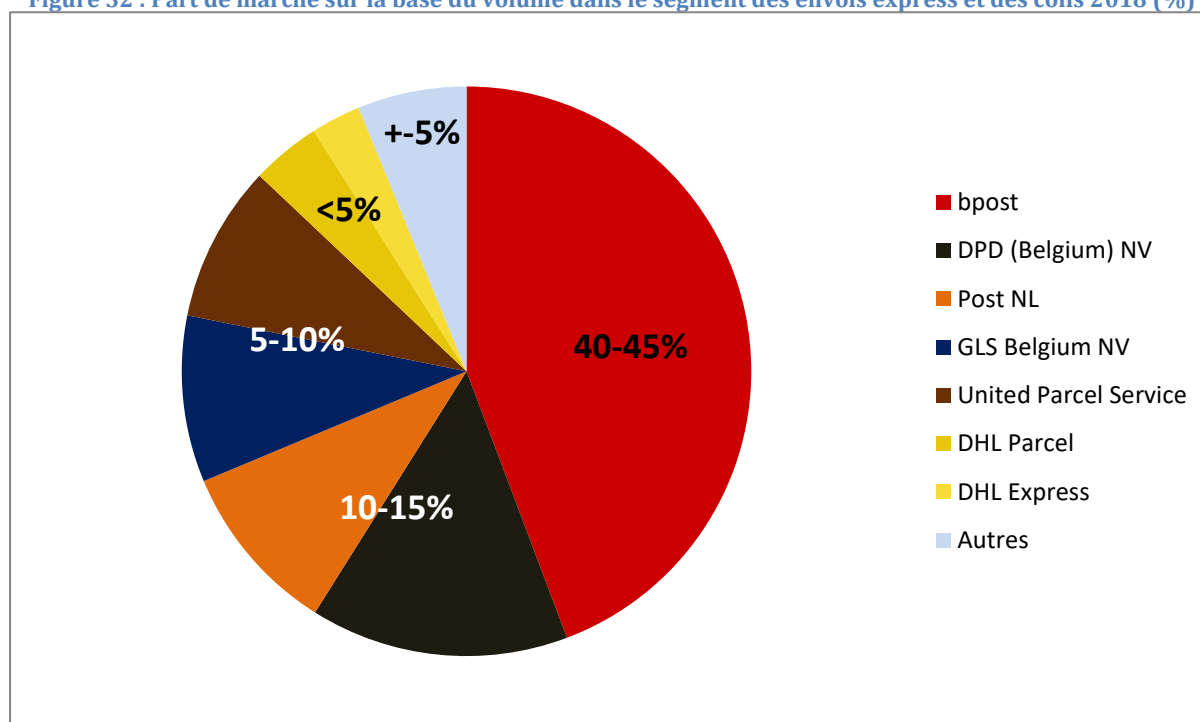
Figure 31: Part de marché sur la base du chiffre d'affaires dans le segment des envois express et des colis 2018 (%)



Source : IBPT

Lorsque l'on examine les parts de marché sur la base du volume, le résultat obtenu est très différent. Cette différence est logique, étant donné que les envois express ont un prix supérieur, de sorte que ceux-ci génèrent plus rapidement, avec des volumes moins importants, des revenus supérieurs et donc des parts de marché supérieures dans le segment global des colis et des envois express. En volume, nous voyons que la part de marché des entreprises de livraison de colis augmente considérablement. Il y a ainsi presque un doublement de la part de marché de bpost, qui passe à 40-45%. En outre, PostNL, du point de vue du volume, devient le 3^e acteur le plus important dans ce segment, avec une part de marché entre 10 et 15 %. Les parts de marché des opérateurs qui mettent l'accent sur les envois express sont par contre plus faibles sur la base du volume. Ainsi, UPS atteint une part de marché de 5-10 % et DHL Express une part de marché de moins de 5 %.

Figure 32 : Part de marché sur la base du volume dans le segment des envois express et des colis 2018 (%)

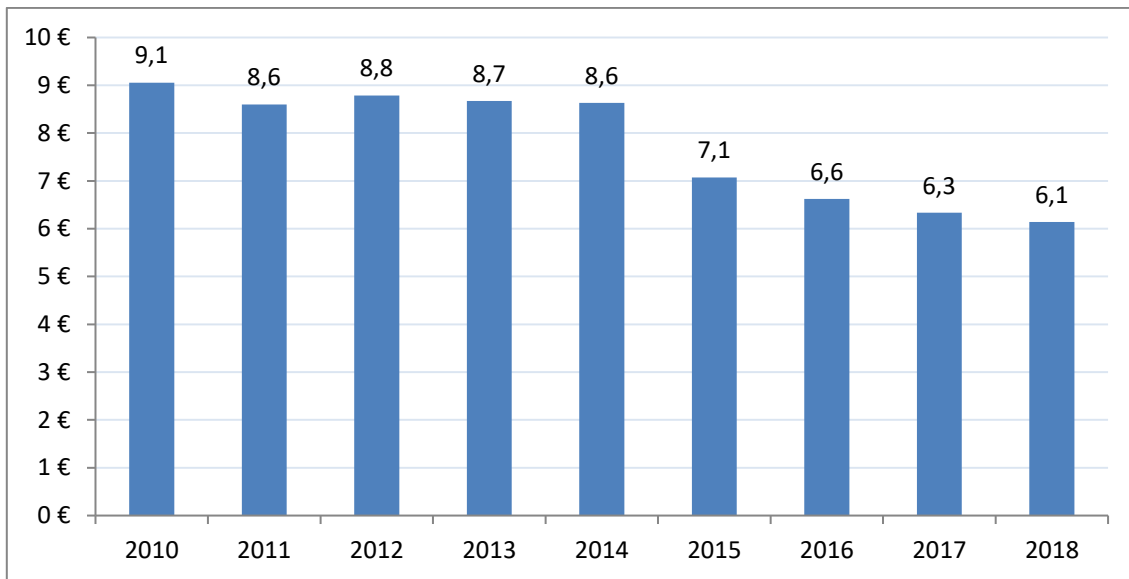


Source : IBPT

3.3.3 Tarif implicite

Lorsque l'on confronte le chiffre d'affaires et le volume, nous obtenons un tarif implicite. Il s'agit du tarif moyen par unité dans le segment pour tous les opérateurs, destinations et formats confondus. Dans les paragraphes précédents, nous avons déjà constaté que le volume du segment des colis et des envois express avait augmenté plus fortement que le chiffre d'affaires. De ce fait, il n'est pas étonnant que le tarif implicite ait affiché une tendance à la baisse entre 2010 et 2018, de 9,1 euros à 6,1 euros. Outre une pression sur les tarifs, l'augmentation du volume de colis plus petits et plus légers, et donc moins chers, dans le cadre de l'e-commerce peut être une autre raison potentielle.

Figure 33 : Tarif implicite dans le segment des envois express et des colis 2010-2018 (EUR)



Source : IBPT

3.3.4 Tarifs petits utilisateurs du prestataire du service universel

Pour avoir une indication de l'évolution des tarifs d'un colis, nous prenons en considération les tarifs petits utilisateurs d'un colis jusqu'à 2 kg envoyé via le prestataire du service universel.

En Belgique, le prix d'un envoi de ce type est passé de 5,7 euros en 2010 à 6,7 euros²⁶ en 2018, soit une hausse de 17,5 %. La moyenne européenne pour un colis domestique de 2 kg s'élevait en 2017 à 6,14 euros.²⁷

Le prix d'un envoi vers un pays voisin a augmenté davantage, de 26,2 %, passant de 13 euros (2010) à 16,4 euros (2018). Le prix est resté identique à celui de 2017. En 2017, le prix moyen européen pour un envoi de 2 kg vers un pays voisin était de 19,67 euros. Il convient néanmoins de remarquer ici que notamment aux Pays-Bas, avec un prix de 9 euros, le tarif était considérablement inférieur à la moyenne européenne.

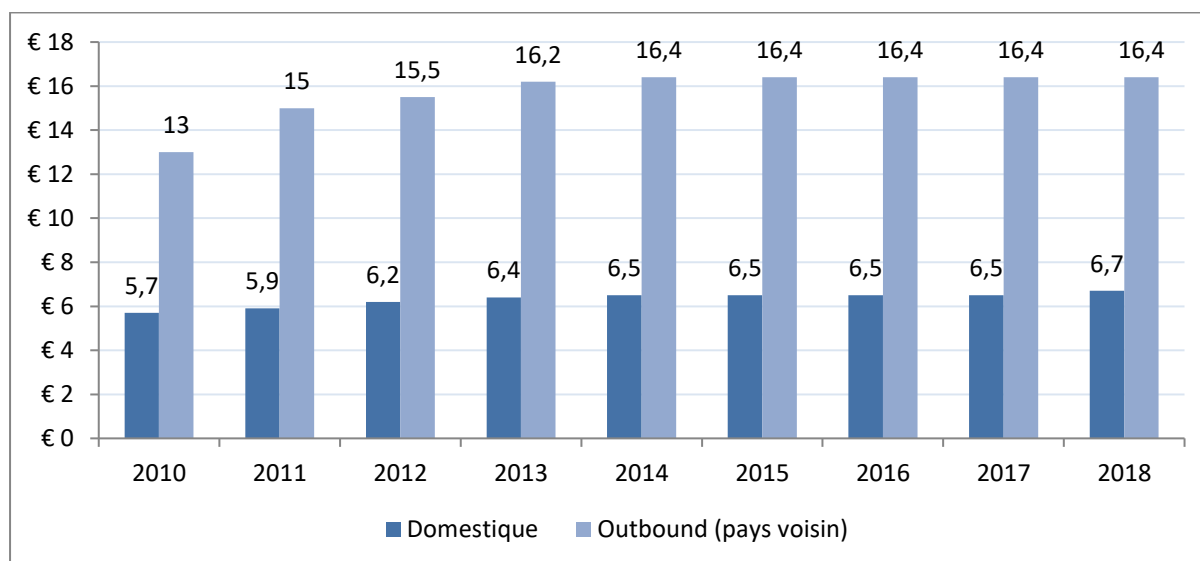
Dans l'observatoire de 2019, l'IBPT reviendra en détail sur les tarifs des colis transfrontières dans le cadre du règlement relatif aux services de livraison transfrontière de colis de la Commission européenne, en se penchant sur des produits et prestataires plus pertinents²⁸. Selon ce règlement, les régulateurs nationaux doivent notamment surveiller les prix des colis internationaux pour les petits utilisateurs et analyser les prix (élevés) du prestataire du service universel national. L'objectif final de la Commission européenne est un marché européen dans lequel il est plus facile pour les consommateurs d'acheter des produits en ligne au-delà des frontières nationales.

²⁶ Si l'étiquette d'envoi est créée et payée en ligne, et ensuite imprimée par l'utilisateur, le tarif est ramené en 2018 à 5,5 euros.

²⁷ ERGP Report on core indicators for monitoring the European postal market, 29 novembre 2018

²⁸ Ces tarifs pour 2019, tant nationaux qu'intra-européens, sont actuellement déjà disponibles sur le site Internet de la Commission européenne : https://ec.europa.eu/growth/sectors/postal-services/parcel-delivery/public-tariffs-cross-border_en

Figure 34 : Évolution des prix d'un colis jusqu'à 2 kg envoyé par le prestataire du service universel à destination de la Belgique ou d'un pays voisin



Source : IBPT

3.4 Focus sur le segment de la distribution de la presse aux abonnés

La distribution de la presse reconnue, délivrant les articles au domicile des abonnés, est un service d'intérêt économique général (SIEG) qui faisait encore partie, jusqu'en 2015, du 5^e contrat de gestion conclu entre bpost et l'État belge. Depuis le 1^{er} janvier 2016 et encore jusqu'au 31 décembre 2020²⁹, ce service est devenu un service distinct de dernier recours ne relevant pas du (6^e) contrat de gestion. Ce SIEG, auquel les éditeurs peuvent faire appel s'ils le souhaitent, est actuellement exécuté par bpost et se compose de :

- la distribution avancée à domicile de journaux aux abonnés via des tournées spécifiques avant 7h30 le matin du lundi au vendredi et avant 10h le samedi ;
- la distribution à domicile des périodiques aux abonnés via les tournées de distribution classiques, du lundi au vendredi.

En tant que prestataire chargé de ce SIEG concernant la distribution de la presse reconnue aux abonnés, bpost est le principal opérateur sur le segment de la distribution à domicile d'articles de presse. D'autres acteurs sont également actifs sur ce segment, comme PPP.³⁰

3.4.1 Volume

Depuis 2012, le volume total de presse distribuée diminue, après le pic en 2011, de 568 millions d'exemplaires distribués sur une base annuelle. Entre 2017 et 2018, le volume global a baissé de

²⁹ Le 16 octobre 2015, le Conseil des ministres a décidé, à la suite d'une procédure publique, transparente et non discriminatoire, d'attribuer les concessions de distribution des journaux et périodiques reconnus pour la période 2016-2020 à bpost.

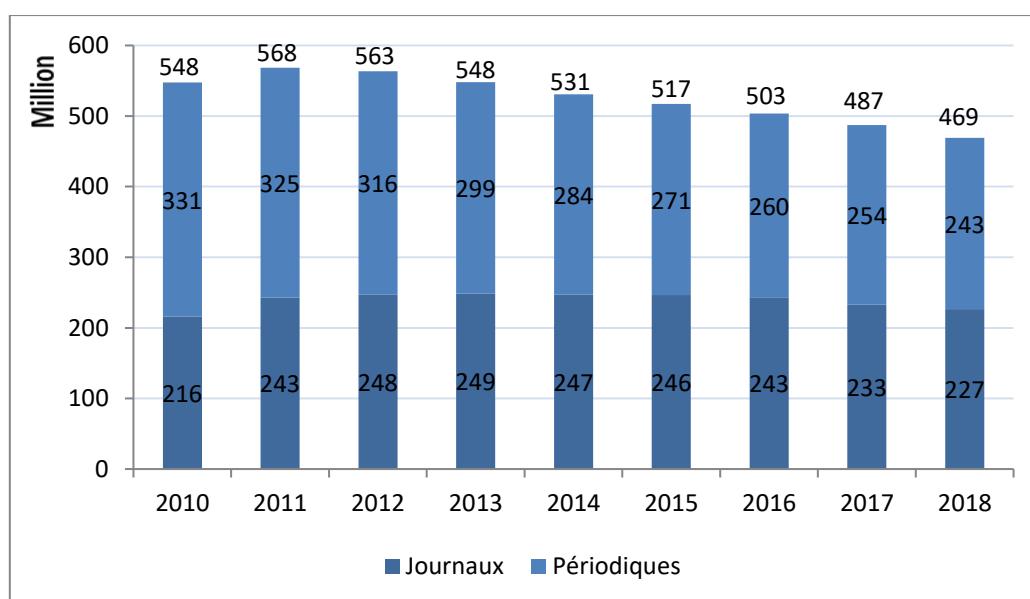
³⁰ Asendia Belgium a mis fin à ses activités le 1^{er} juillet 2016 et a supprimé son numéro d'entreprise. Deltamedia était auparavant repris dans cet observatoire. Elle distribuait jusqu'en avril 2016 la presse pour le groupe Mediahuis.

3,7 %, une chute de nouveau légèrement plus importante que celle de l'année précédente. La quantité de presse distribuée par rapport à 2011 a entre-temps baissé de 17,4 %.

Pour les périodiques, la baisse a été amorcée depuis plus longtemps déjà et nous constatons à nouveau une accélération de la diminution, à savoir de -4,6 % pour un total de 243 millions d'unités distribuées en 2018. Le volume de journaux distribués n'a stagné que plus tard et a connu une chute limitée depuis 2013, -2,8 % en 2018. Ainsi, 227 millions de journaux sont encore distribués.

Les périodiques représentent 51,7 % de la presse distribuée, le reste se compose de journaux (48,3 %).

Figure 35 : Évolution des volumes dans le segment de la distribution de la presse aux abonnés (en millions d'unités)



Source : IBPT

3.4.2 Revenus

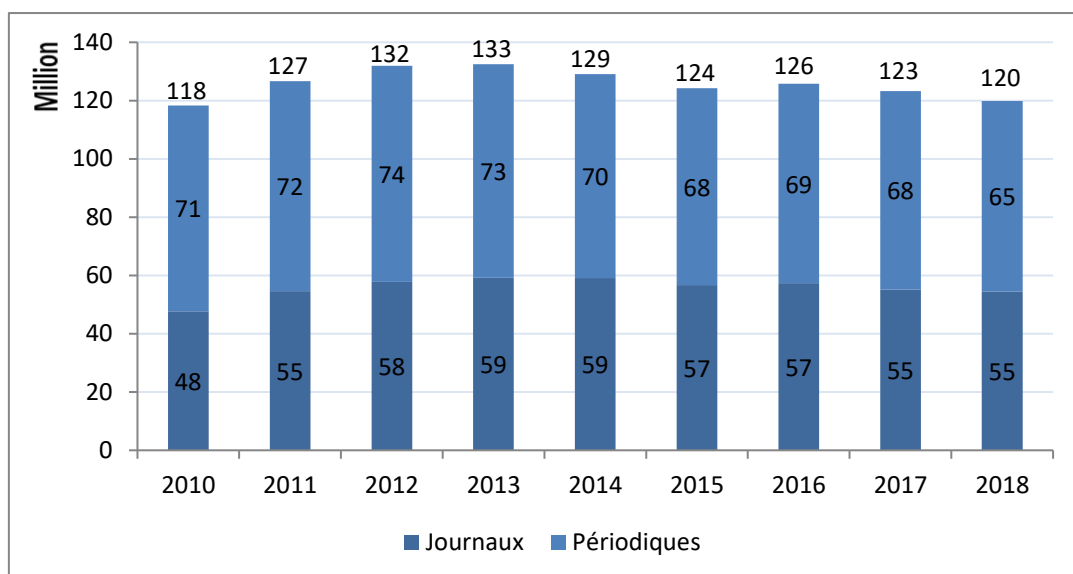
Du côté des revenus, l'on constate que la tendance à la baisse n'a débuté qu'en 2014. En 2018, les revenus ont à nouveau diminué de manière limitée, de 2,7%. Néanmoins, la diminution des revenus atteint déjà -9,5% par rapport à 2013. En 2018, la baisse des périodiques (-3,9 %) est plus forte que celle des journaux (-1,3 %).

54,5 % des revenus sont attribuables à la distribution de périodiques, et 45,5% à la distribution de journaux.

Il convient de souligner que la compensation payée par l'État à bpost pour la prestation du SIEG en matière de distribution de la presse aux abonnés n'est pas comprise dans les revenus considérés³¹.

³¹ D'après le budget fédéral, crédits 2018 ajustés, le paiement estimé concernant la concession relative à la distribution des journaux et des périodiques s'élevait à 168,805 millions d'euros en 2018.

Figure 36 : Évolution des revenus dans le segment de la distribution de la presse aux abonnés (en millions EUR)



Source : IBPT

Par souci d'exhaustivité, nous indiquons qu'AMP³² est également active sur le marché de la distribution de la presse aux abonnés. Toutefois, AMP ne distribue pas à domicile, mais dans les magasins (librairies). En outre, elle assure également la distribution de la presse pour la vente à l'unité en magasin. Les revenus et le volume de cette entreprise ne sont pas repris dans les relevés ci-dessus, qui se rapportent spécifiquement à la distribution à domicile.

4. Investissements et emploi dans les activités postales

4.1 Investissements dans le secteur postal

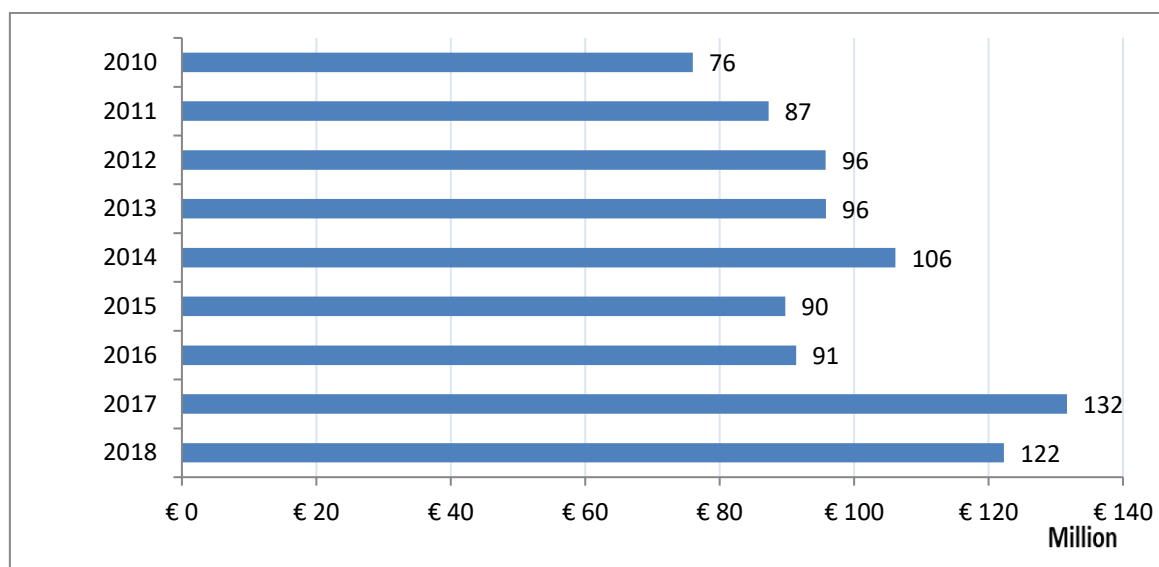
En 2018, 122 millions d'euros ont été investis³³ au total dans le secteur postal par les opérateurs de notre échantillon. Il s'agit d'une diminution de 7,1 % par rapport à 2017, lorsque les investissements ont connu un haut montant historique de 132 millions d'euros. Par rapport à 2010, le niveau des investissements en 2018 est néanmoins plus élevé de 60,9 %. La valeur médiane pour la période 2010-2018 s'élève d'ailleurs à 96 millions d'euros, soit 27 millions d'euros de moins que la valeur des investissements en 2018. Il s'agit toujours d'un chiffre particulièrement élevé, naturellement dû à l'essor du segment des colis et des envois express. Les

³² Le Collège de la concurrence de l'Autorité belge de la concurrence a approuvé en 2016, sous certaines conditions, la reprise par bpost d'AMP et de LS Distribution Benelux (selon le Knack du 10 novembre 2016 : <http://trends.knack.be/economie/bedrijven/bpost-krijgt-voorwaardelijk-groen-licht-voor-overname-amp-en-krantenwinkels/article-normal-775165.html>).

³³ Il s'agit ici d'investissements d'extension.

opérateurs sont en effet encore en train d'étendre leur capacité concernant le tri et la distribution des colis.³⁴

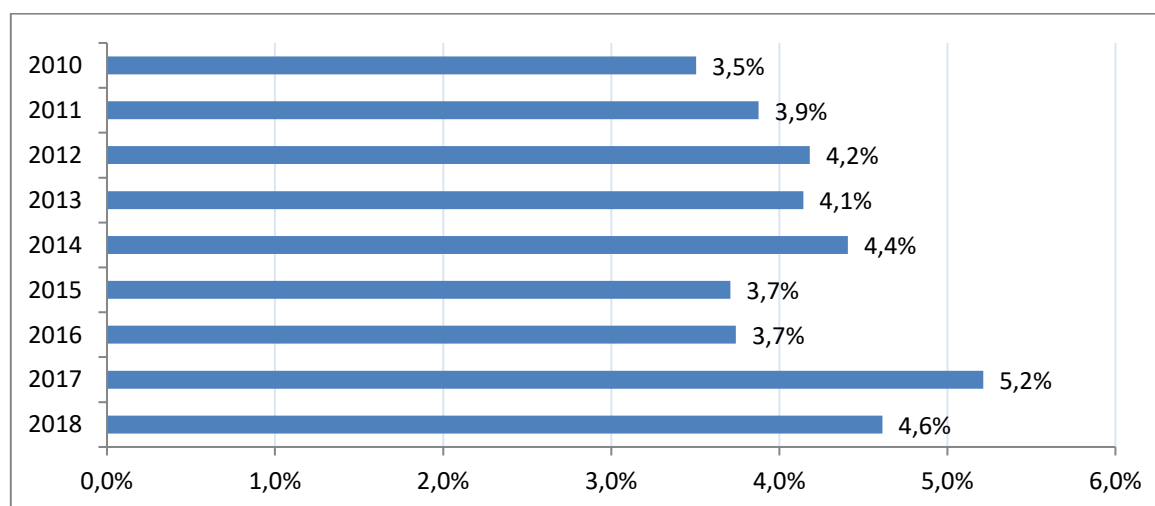
Figure 37 : Investissements dans le secteur postal (millions EUR)



Source : IBPT

Les investissements réalisés dans le secteur postal s'élevaient en 2018 à 4,6% du chiffre d'affaires réalisé. Ce pourcentage est moins élevé que celui de 2017, qui était une année record, mais supérieur à celui de la période 2010-2016.

Figure 38 : Investissements par rapport au chiffre d'affaires dans le secteur postal (%)



Source : IBPT

³⁴ Quelques exemples :

13 juillet 2018 : <https://www.transportmedia.be/postnl-construit-deux-premiers-centres-de-tri-en-belgique/?lang=fr>

14 octobre 2019 : <https://www.postnl.be/fr/a-propos-de-postnl-belgique/presse-et-actualite/actualite/2019/postnl-elargit-sa-capacite-de-ses-centres-de-distribution.html>

4.2 Emploi dans le secteur postal

En 2018, le secteur postal a généré un emploi direct, avec des salariés propres, pour 31 256 personnes au 30 juin³⁵ de cette année. Dans l'observatoire de l'année dernière, nous constatons déjà pour la première fois que la baisse constante de l'emploi depuis le début de notre série chronologique en 2000 était inversée. En 2018, nous observons à nouveau une légère hausse (+0,4 %) par rapport au nombre de salariés de l'année précédente. Cette augmentation est due à la très forte augmentation du nombre de colis et d'envois express. Néanmoins, le nombre de salariés dans le secteur postal en 2018 était toujours inférieur de presque 1/5 (- 17,5%) au nombre de salariés en 2010. Par rapport à 2000, le nombre de salariés a même diminué de près de 40 % (-37,1%).

Envisagée en équivalents temps plein³⁶ (ETP), la reprise est un peu plus forte (+1,1%), ce qui donne un total de 26 691 équivalents temps plein en 2018. Ici aussi, il s'agit néanmoins d'une diminution de 1/5 (-19,5 %) par rapport à 2010 et même de plus de 40 % (-41,9 %) par rapport à 2000. En 2018, sept collaborateurs sur dix dans le secteur postal travaillent à temps plein.

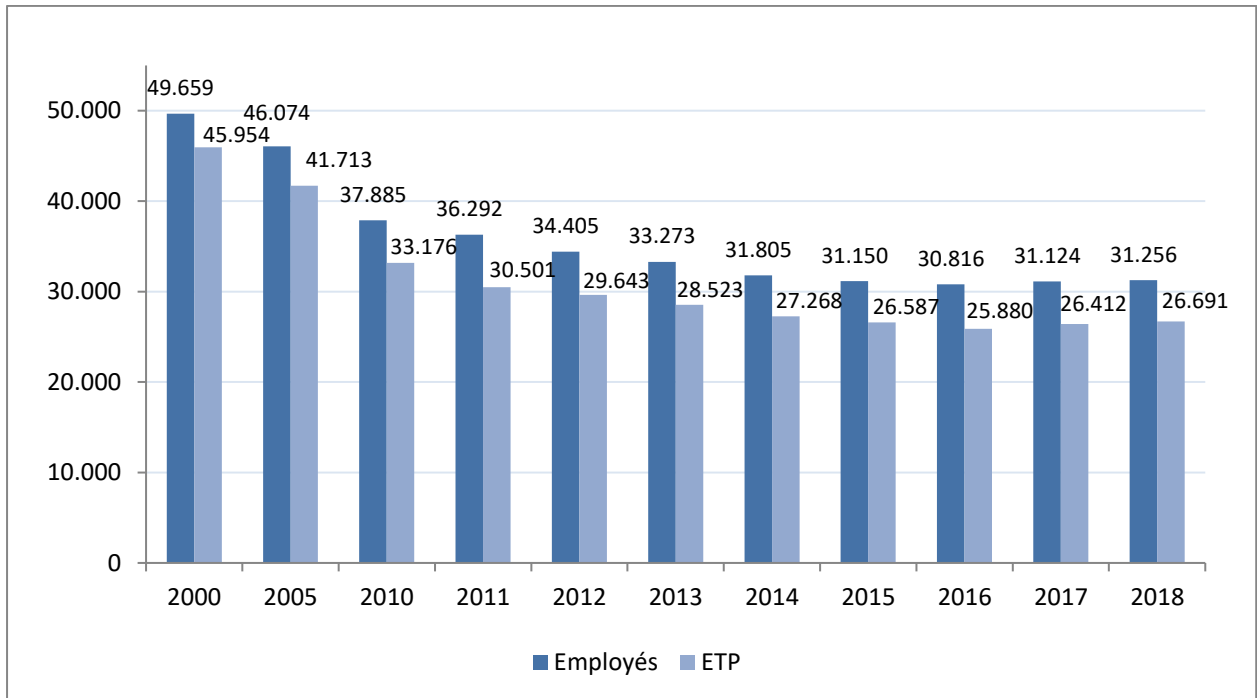
Dans le secteur postal, bpost est toujours le plus grand employeur, mais un travailleur sur cinq est désormais employé par un opérateur alternatif.

Normalement, nous analysons systématiquement la situation au 30 juin de l'année en question, car l'emploi est typiquement le moins sensible aux variations saisonnières à ce moment-là. Par rapport au 31 décembre, que nous pouvons définir comme la haute saison dans le secteur postal, tant en termes de cartes de vœux que de colis e-commerce naturellement, nous ne constatons pas spécialement des variations en ce qui concerne les employés propres mais bien en ce qui concerne les employés temporaires et l'emploi indépendant en sous-traitance. Ainsi, sur la base de notre enquête, le nombre d'employés temporaires était, en décembre 2018, avec au total environ 4 500 personnes, 40 % plus élevé qu'en juin de cette même année. Pour l'emploi indépendant en sous-traitance, la différence était moins marquée, avec une augmentation de 7 % pour atteindre près de 6 000 personnes. Compte tenu de ces moments de pic, le secteur postal génère donc encore plus d'emploi, de manière indirecte également pour les travailleurs temporaires et l'emploi indépendant en sous-traitance, que ce qui est représenté à la figure 39.

³⁵ Nous examinons systématiquement la situation au 30 juin, soit à la fin du deuxième trimestre, de l'année en question, étant donné que l'emploi est typiquement le moins sensible aux variations saisonnières à ce moment-là.

³⁶ Afin de représenter de la manière la plus correcte possible le travail effectivement presté, il s'agit ici d'équivalents temps plein hors jours assimilés. Les jours assimilés sont des périodes telles que le chômage involontaire, l'incapacité de travail, le congé de maternité et la prépension, pendant lesquelles il n'a pas été travaillé mais qui sont tout de même comptabilisées dans la carrière de pension.

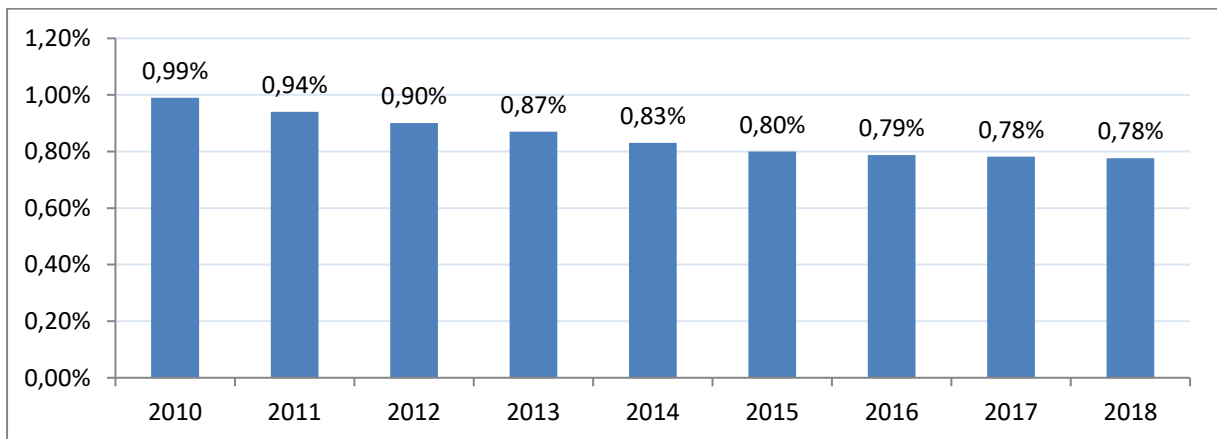
Figure 39 : Emploi salarié dans le secteur postal (N, ETP)



Source : ONSS

Du point de vue de l'emploi global, nous constatons qu'en 2010, environ 1 % de tous les travailleurs étaient employés directement dans le secteur postal. En 2018, il ne s'agissait plus que de 0,78 %. Le revirement en 2017, où l'emploi dans le secteur postal a à nouveau augmenté, a peu à peu permis de stabiliser ce coefficient. L'emploi direct dans le secteur postal croît aujourd'hui au même rythme que l'emploi total.

Figure 40 : Part du secteur postal dans l'emploi total (%)



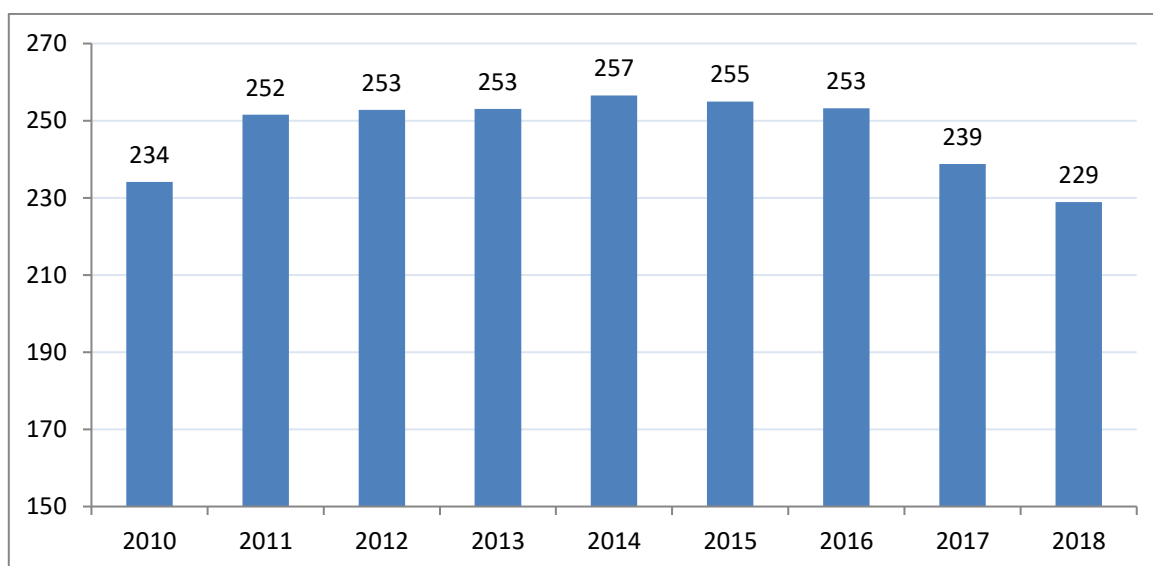
Source : ONSS³⁷

Le nombre d'articles postaux par équivalent temps plein dans le secteur postal subit manifestement des pressions depuis 2017 issues de deux mouvements sous-jacents. D'un côté, le

³⁷ Les données ONSS décentralisées concernant l'emploi total sont globales et comportent ici également des données provenant de l'(ancien) ONSSAPL et du CSPM.

nombre d'employés a augmenté en nombre et en ETP en 2017 pour la première fois depuis 2000 (voir la figure 39). D'un autre côté, la diminution permanente du volume dans les segments des envois de correspondance et de la presse a continué à peser dans le volume total distribué. En effet, le segment de croissance à forte intensité de main d'œuvre des colis et de l'express qui nécessite des effectifs supplémentaires ne représente encore que 10 % du volume total du secteur postal. Ainsi, en 2018, 229 articles (allant des lettres aux colis, en passant par les envois express, les journaux ou les magazines) ont en moyenne été traités par employé postal par jour civil, exprimé en termes de jours ouvrables temps plein (ETP). Il s'agit en moyenne de 28 articles par jour en moins par rapport à 2014.

Figure 41 : Nombre moyen d'articles postaux par jour calendrier par ETP dans le secteur postal (N)



Source : ONSS et IBPT

5. Accès aux services postaux

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

5.1 Aperçu sectoriel

5.1.1 Boîtes aux lettres pour l'envoi

En Belgique, les boîtes aux lettres pour l'envoi sont mises à la disposition des utilisateurs par le prestataire du service universel, bpost, et par le titulaire de licence TBC-Post. Dans le cas de bpost, il s'agit de boîtes rouges³⁸, et dans le cas de TBC-Post, de boîtes bleues. Au total, notre pays comptait 12 597 boîtes aux lettres fin 2018, soit en moyenne une tous les 2 km² ou pour 902 habitants.

³⁸ Depuis fin 2016, bpost a lancé le déploiement de nouvelles boîtes aux lettres mieux protégées, qui sont blanches avec un logo rouge : <https://www.tijd.be/ondernemen/diensten/bpost-zet-slot-op-2-500-rode-postbussen/9823665.html>

Figure 42 : Densité du réseau de boîte aux lettres (de bpost et TBC) pour l'envoi (2018)



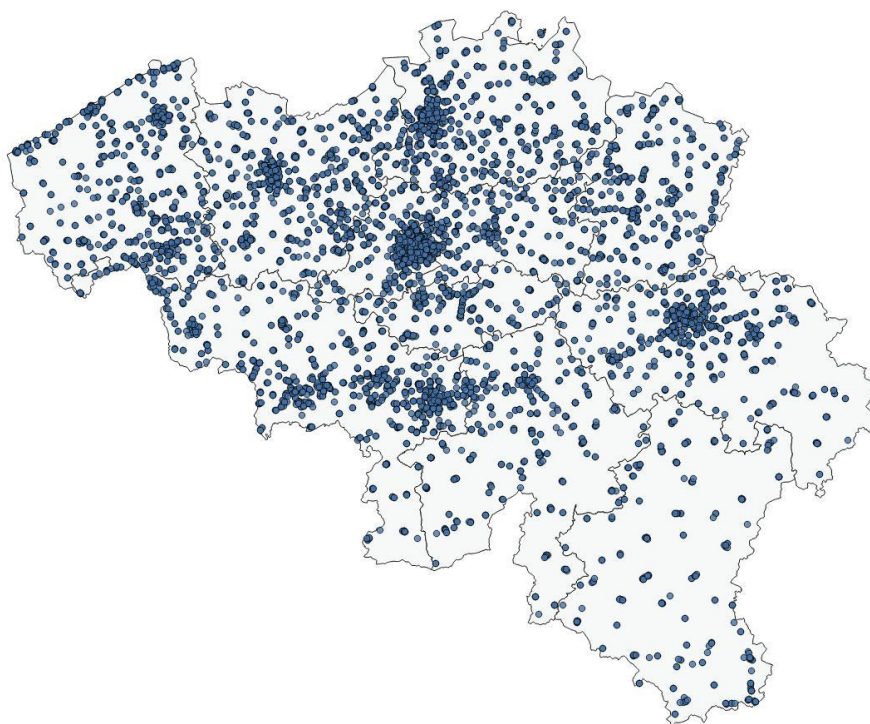
Source : IBPT

5.1.2 Points pourvus en personnel

L'importance des points pourvus en personnel a fortement augmenté ces dernières années, depuis le boom de l'e-commerce. Les opérateurs se sentent en effet obligés de proposer un réseau de points, afin de permettre aux utilisateurs postaux, d'une part, de venir chercher un colis et, d'autre part, de déposer un colis pour l'envoyer ou le renvoyer. Le prestataire du service universel n'est donc plus le seul à disposer d'un large réseau de points pourvus en personnel. Au total, fin 2018, tous les opérateurs avaient ensemble 7 814 points pourvus en personnel, soit 160 unités de plus qu'une année auparavant. Cela représente au total en moyenne un point pourvu en personnel tous les 4 km² ou pour 1 454 habitants. La figure 43 montre que ces points se trouvent notamment dans les centres-villes et les zones plus densément peuplées. Il convient certes de noter que les mêmes emplacements peuvent revenir plusieurs fois. Il arrive en effet que certains points pourvus en personnel, comme les librairies ou les stations essence, travaillent pour plus d'un opérateur. En outre, bpost ouvre également son réseau de points pourvus en personnel à DHL Parcel et Kariboo! le fait également pour PostNL³⁹.

³⁹ Depuis fin 2019, PostNL déploie son propre réseau qui compte aujourd'hui déjà 350 points (au 26/09/2019) : https://www.standaard.be/cnt/dmf20190926_04629899

Figure 43 : Densité du réseau de points pourvus en personnel (2018)



Source : IBPT

5.1.3 Distributeurs automatiques de colis

Les distributeurs automatiques de colis sont une tendance apparue ces dernières années⁴⁰. Ces distributeurs, équipés d'une série de casiers sécurisés, sont généralement installés à des endroits très fréquentés et peuvent être utilisés, pour la plupart, 24h/24, 7 jours sur 7, pour l'envoi et/ou la réception de colis.

En Belgique, bpost a lancé le déploiement d'un réseau de distributeurs automatiques de colis en 2014, tant pour l'envoi que pour la réception de colis⁴¹. Deux années plus tard, bpost a pris une participation majoritaire dans De Buren, un réseau néerlandais de distributeurs automatiques de colis. Ensuite, les distributeurs automatiques belges de bpost ont été rebaptisés « Cubee », tout comme ceux à l'étranger. Cubee est en outre devenu un réseau ouvert, que d'autres opérateurs peuvent également utiliser. Fin 2018 par exemple, GLS et DHL Parcel ont également utilisé ce réseau. L'objectif de bpost était de rapidement étendre le réseau belge à 450 casiers à colis d'ici fin 2018⁴². Outre Cubee, DHL Express dispose également de distributeurs automatiques de colis, mais uniquement pour l'envoi de colis. En outre, sans qu'elles n'entrent en considération pour le

⁴⁰ Deutsche Post DHL Group a commencé en 2001 avec un projet test, « Packstations ».

⁴¹ Rapport annuel bpost 2014 : <http://corporate.bpost.be/~media/Files/B/Bpost/annual-reports/ar-2014.PDF>

⁴² Communiqué de presse bpost (4 octobre 2017) : https://corporate.bpost.be/media/press-releases/2017/04-10-2017?sc_lang=fr-FR

présent observatoire, il existe aussi des initiatives indépendantes de tout opérateur comme BringMe⁴³, Facility Lockers⁴⁴ et ParcelHome⁴⁵, qui permettent de faire livrer un colis dans un distributeur automatique de colis à domicile ou au travail⁴⁶.

Fin 2018, le nombre total de distributeurs automatiques de colis en Belgique, de Cubee et de DHL Express, s'élevait à 182, soit 30 de plus qu'une année auparavant. En moyenne, cela revient au total à un distributeur automatique de colis tous les 168 km² ou pour 62 409 habitants. La figure 44 montre que ces distributeurs automatiques de colis se trouvent principalement dans les centres-villes et les zones plus densément peuplées.

Figure 44 : Densité du réseau de distributeurs automatiques de colis (tant Cubee que DHL Express) (2018)



Source : IBPT

5.2 Prestataire du service universel postal (PSUP)

5.2.1 Points d'accès aux services postaux

Dans cette section, nous examinons le réseau de boîtes aux lettres, de bureaux de poste et de magasins postaux du prestataire du service universel, bpost.

⁴³ <https://www.bringme.com>

⁴⁴ <http://www.facilitylockers.com/welcome.html>

⁴⁵ <https://www.parcelhome.com>

⁴⁶ Les boîtes à colis constituent une autre tendance, et peuvent être éventuellement combinées à une boîte aux lettres. Elles sont notamment proposées par Renson sous l'appellation e-Safe. <https://www.renson-outdoor.be/fr-be/elements-de-jardin-apercu/boite-a-colis>

La principale différence entre les bureaux de poste et les magasins postaux⁴⁷ réside dans le fait que les premiers sont gérés par un opérateur postal, tandis que les seconds sont exploités par des tiers pour le compte d'un opérateur postal.

Tant la loi postale que le 6^e contrat de gestion⁴⁸ posent des exigences concernant le réseau du prestataire du service universel. L'article 142, § 2, 1^o, de la loi du 21 mars 1991 portant réforme de certaines entreprises publiques économiques, encore en vigueur début 2018⁴⁹, prévoit que toutes les communes du Royaume, y compris les entités administratives fusionnées qui constituaient une commune distincte au 31 décembre 1971, soient pourvues d'un point d'accès, au moins, pour le dépôt d'envois postaux. Le 6^e contrat de gestion va plus loin, via l'article 10, et précise notamment qu'il doit y avoir au minimum 1 300 points de service postal sur toute la durée du contrat, chaque point de service postal devant offrir au moins l'assortiment de base. De même, bpost doit garantir la présence d'au minimum 650 bureaux de poste et au moins un dans chacune des 589 communes.

En 2018, le nombre de points d'accès du prestataire du service universel n'a connu en général qu'une baisse limitée. Uniquement en ce qui concerne les boîtes aux lettres pour l'envoi, la baisse était davantage marquée (-4,9 %)⁵⁰. Par rapport à 2010, nous remarquons aujourd'hui un plus net recul d'environ 4 %, pour la plupart des types de points d'accès, jusqu'à -10 % pour les boîtes aux lettres.

⁴⁷ bpost utilise la dénomination « points poste » pour désigner ses magasins postaux.

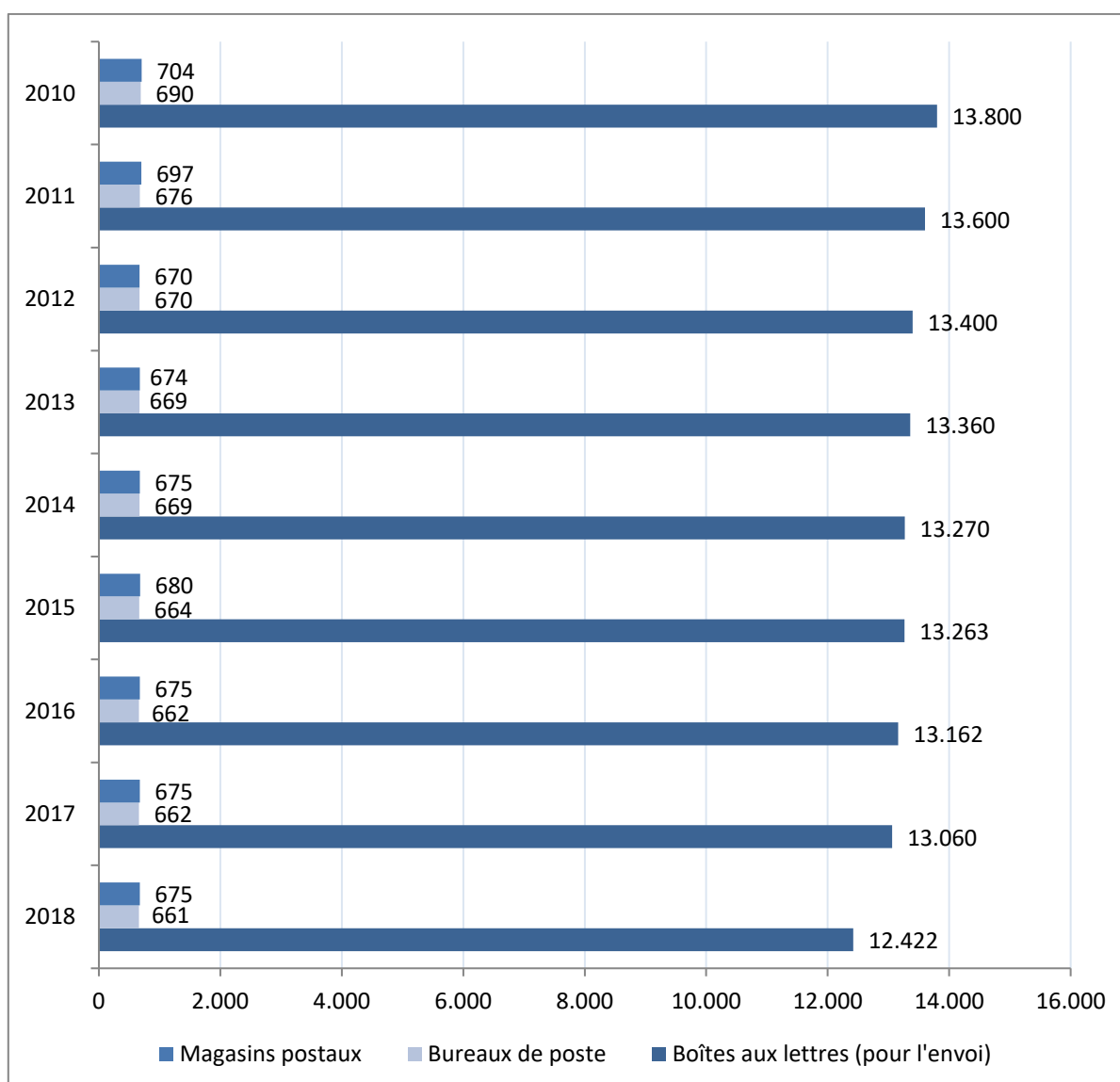
⁴⁸ Il s'agit d'un service d'intérêt économique général, inclus dans le 6^e contrat de gestion, et pour lequel bpost reçoit une indemnité annuelle. D'après le budget fédéral, crédits 2018 ajustés, le paiement estimé concernant le 6^e contrat de gestion s'élevait au total à 97,443 millions d'euros en 2018.

⁴⁹ Cet article a ensuite été remplacé par l'article 16, § 1^{er}, 1^o, de la loi du 26 janvier 2018 relative aux services postaux, qui comprend les mêmes exigences.

⁵⁰ Début 2019, bpost a fortement réduit le nombre de boîtes aux lettres rouges :

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

Figure 45 : Nombre de points d'accès dans le cadre de la prestation du service universel⁵¹



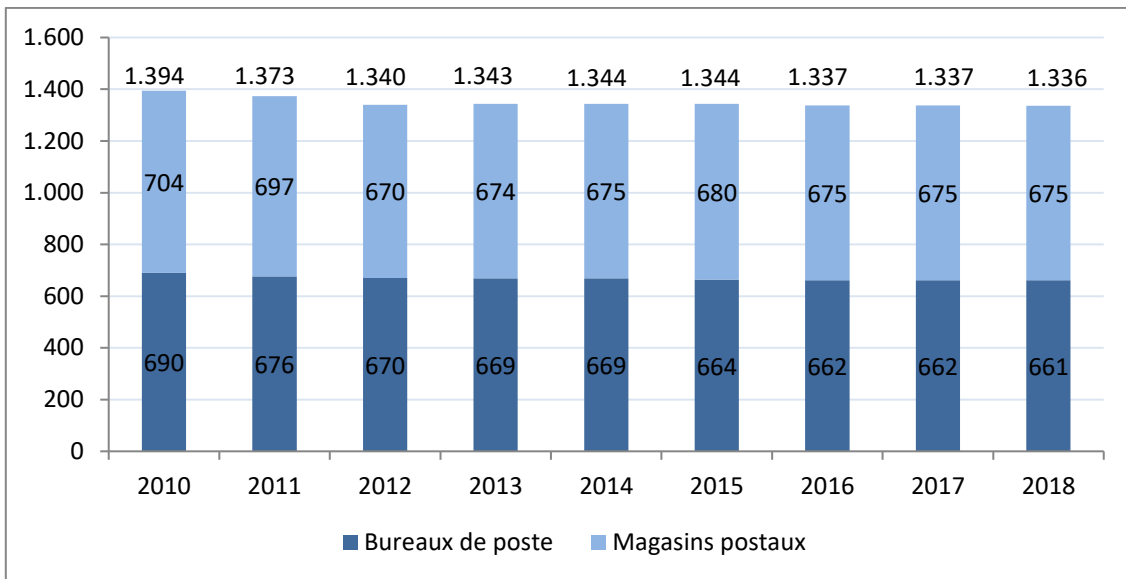
Source : IBPT

5.2.2 Points de service postal

En 2018, le prestataire du service universel postal (PSUP) a délivré des services postaux par le biais de 1 336 points de service (bureaux de poste ou magasins postaux) répartis sur l'ensemble du territoire belge. Il s'agit précisément d'un point (un bureau de poste) en moins par rapport à 2016 et 2017. Par rapport à 2010, il est toutefois question d'un net recul de 58 points de service, dont 29 bureaux de poste et 29 magasins postaux. Mais avec 1 336 points de service postal et, plus spécifiquement, 661 bureaux de poste, bpost dépasse toujours les exigences précitées.

⁵¹ Il s'agit ici uniquement des points d'accès du prestataire du service universel.

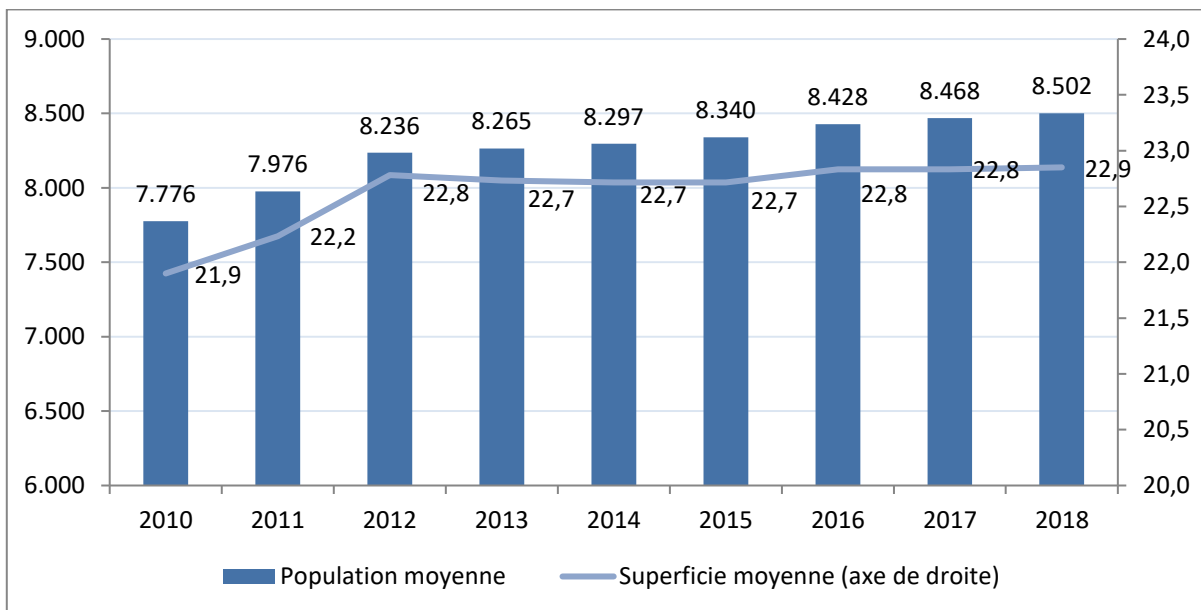
Figure 46 : Nombre de points de service postal (PSUP uniquement)



Source : IBPT

Du fait d'une augmentation de la population, un nombre décroissant de points de service postal doit toutefois logiquement desservir de plus en plus de personnes ; il y avait en moyenne un point de service postal pour 8 502 habitants en 2018. En moyenne, chaque point de service postal doit désormais desservir 9,3 % d'habitants de plus qu'en 2010. Un point de service postal dessert en moyenne une zone de 22,9 km². D'un point de vue européen⁵², la Belgique se situe en queue du peloton en ce qui concerne le nombre de points de service postal du prestataire du service universel par habitant.

Figure 47 : Population moyenne (N) et surface moyenne (km²) desservies par point de service postal (uniquement PSUP)



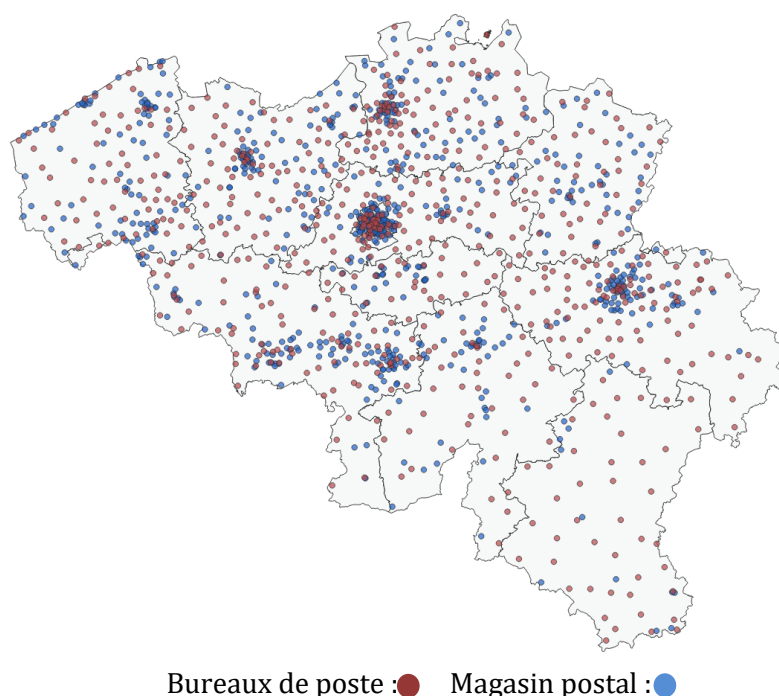
Source : IBPT

⁵² ERGP Report on core indicators for monitoring the European postal market, 29 novembre 2018

La répartition géographique des bureaux de poste et des points poste est représentée en détail à la figure 48.

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

Figure 48 : Distribution des points de service postal en 2018 (uniquement PSUP)



Source : IBPT

6 Qualité de service

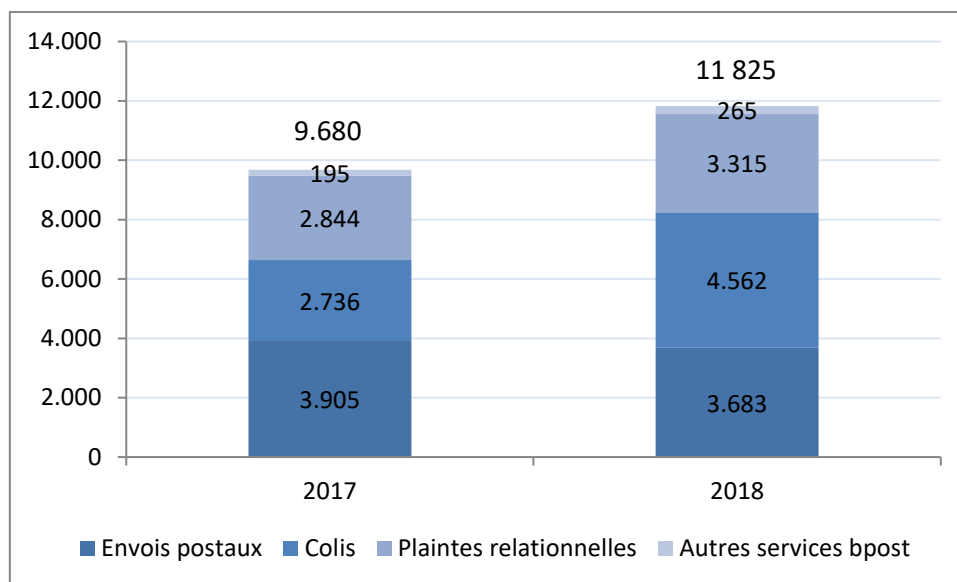
6.1 Satisfaction des utilisateurs de services postaux

En 2018, 11 825 plaintes recevables ont été introduites auprès du service de médiation pour le secteur postal, soit 1/5 de plus qu'en 2017⁵³. Parmi les plaintes introduites, 31,1 % étaient liées à un « envoi postal », terme avec lequel le service de médiation renvoie aux lettres, factures, périodiques et quotidiens. L'augmentation des activités d'e-commerce explique que déjà 38,6 % des plaintes étaient liées à l'envoi de colis, soit une augmentation de 10,3 points de pourcentage par rapport à 2017. En revanche, 28 % des plaintes étaient liées à la relation entre l'opérateur et le client. Toute plainte recevable est une expression d'insatisfaction à l'égard du traitement d'une plainte par l'entreprise. Dans le cas des plaintes relationnelles, le Bureau de l'ombudsman prend

⁵³ Voir le rapport annuel du service de médiation pour le secteur postal de 2018.

note des rapports explicites ou répétés de cette insatisfaction à l'égard de la réponse ou de la solution proposée obtenue de l'exploitant en question, de l'attitude des employés, etc. Les plaintes restantes (2,2 %) portent sur les autres services de bpost qui relèvent de la compétence du service de médiation pour le secteur postal.

Figure 49 : Nombre de plaintes recevables introduites auprès du service de médiation par objet (2017-2018)



Source : SMSPO

6.2 Délais d'acheminement des envois de correspondance

Le respect des délais d'acheminement fixés par le cinquième contrat de gestion entre bpost et l'État fait l'objet d'un contrôle annuel du régulateur, à travers une étude spécifique sur la qualité de service. Cette étude (étude BELEX) a été lancée en 2002 à la demande et sous la supervision de l'IBPT. Elle consiste à mesurer les délais d'acheminement et de distribution effectivement assurés par bpost grâce à l'envoi de lettres tests. Il convient de noter que seule bpost est soumise à ce contrôle. Ses concurrents postaux n'ont en effet pas d'objectifs réglementaires de qualité de service.

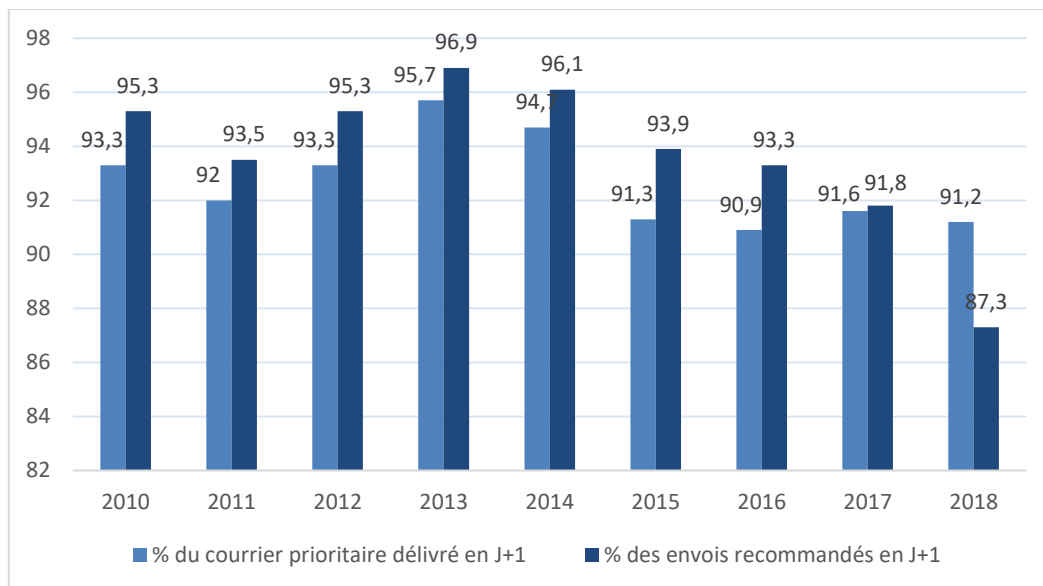
Pour l'année 2018, 91,2 % du courrier égrené intérieur affranchi au tarif « Prior » a été délivré en J+1, contre 91,6 % en 2017. bpost atteint ainsi le deuxième score le plus bas de ces 10 dernières années (2009 à 2018).

En 2018, le personnel de bpost a mené une grève de cinq jours en novembre. L'impact négatif de cette grève exceptionnelle représentait selon bpost 2,6 points de pourcentage en base annuelle pour les lettres prioritaires. Par conséquent, bpost ne satisfait pas, pour la quatrième année consécutive, à la norme légale de qualité, qui est passée de 90 % à 93 % depuis 2014.

En ce qui concerne les envois recommandés égrenés, 87,3 % du volume d'envois recommandés égrenés a été délivré en J+1 en 2018, ce qui, par rapport à 2017 (91,8%), correspond à une

nouvelle diminution du pourcentage d'envois délivrés dans les délais. Selon bpost, la grève de novembre a eu un impact négatif de 2,9 points de pourcentage en base annuelle sur les envois recommandés. Contrairement au courrier égrené prioritaire, il n'existe pas de norme légale de qualité pour les envois postaux recommandés égrenés.

Figure 50 : Pourcentage de lettres prior et d'envois recommandés délivrés en J+1 (PSUP uniquement)



Source : IBPT

COMMUNICATION DU CONSEIL DE L'IBPT DU 27 NOVEMBRE 2019 CONCERNANT
L'OBSERVATOIRE DU MARCHÉ DES ACTIVITÉS POSTALES EN BELGIQUE POUR 2018

Jack Hamande
Membre du Conseil

Axel Desmedt
Membre du Conseil

Luc Vanfleteren
Membre du Conseil

Michel Van Bellinghen
Président du Conseil