



Institut belge des services postaux  
et des télécommunications

**Communication du Conseil de l'IBPT  
du 16 octobre 2020  
concernant l'observatoire du marché des activités  
postales en Belgique pour 2019**

## Table des matières

1.	Synthèse.....	4
2.	Portée de l'observatoire et structure du marché postal en Belgique .....	6
2.1	Structure du marché postal belge .....	6
2.2	Opérateurs interrogés dans le cadre de l'observatoire .....	6
3.	Description du marché belge pour la fourniture de services postaux de 2010 à 2018 .....	11
3.1	Aperçu général du marché postal.....	11
3.1.1	<i>Revenus</i> .....	11
3.1.2	<i>Concentration du marché</i> .....	12
3.1.3	<i>Importance des segments</i> .....	14
3.2	Focus sur le segment de la poste aux lettres.....	16
3.2.1	<i>Aperçu général</i> .....	16
3.2.1.1	<i>Volumes</i> .....	16
3.2.1.2	<i>Revenus</i> .....	17
3.2.2	<i>Courrier transactionnel</i> .....	18
3.2.2.1	<i>Volumes</i> .....	19
3.2.2.2	<i>Revenus</i> .....	22
3.2.2.3	<i>Tarifs petits utilisateurs du prestataire du service universel</i> .....	25
3.2.3	<i>Courrier publicitaire adressé</i> .....	28
3.2.3.1	<i>Volumes</i> .....	29
3.2.3.2	<i>Revenus</i> .....	29
3.2.4	<i>Courrier international</i> .....	30
3.2.4.1	<i>Volumes</i> .....	30
3.2.4.2	<i>Revenus</i> .....	31
3.2.4.3	<i>Tarif petits utilisateurs du prestataire du service universel</i> .....	32
3.3	Focus sur le segment des colis et des envois express et sur l'e-commerce.....	34
3.3.1	<i>Volume</i> .....	35
3.3.2	<i>Revenus</i> .....	37
3.3.3	<i>Prix implicite</i> .....	39
3.3.4	<i>Tarifs petits utilisateurs du prestataire du service universel</i> .....	40
3.4	Focus sur le segment de la distribution de la presse aux abonnés .....	41
3.4.1	<i>Volume</i> .....	42
3.4.2	<i>Revenus</i> .....	43
4.	Investissements et emploi dans les activités postales .....	43
4.1	Investissements dans le secteur postal.....	44
4.2	Emploi dans le secteur postal.....	45
5.	Accès aux services postaux.....	48
5.1	Aperçu sectoriel .....	48
5.1.1	<i>Boîtes aux lettres pour l'envoi</i> .....	48
5.1.2	<i>Points pourvus en personnel</i> .....	49
5.1.3	<i>Distributeurs automatiques de colis</i> .....	49
5.2	Prestataire du service universel postal (PSUP).....	51
5.2.1	<i>Points d'accès aux services postaux</i> .....	51
5.2.2	<i>Points de service postal</i> .....	52
6.	Qualité de service .....	55
6.1	Satisfaction des utilisateurs de services postaux .....	55
6.2	Délais d'acheminement des envois de correspondance.....	56

## Liste des figures

Figure 1 : Segmentation des activités postales considérées dans le cadre de l'observatoire .....	6
Figure 2 : Les principaux acteurs sur le marché belge pour la fourniture de services postaux (en 2019) .....	11
Figure 3 : Évolution des revenus du secteur postal sur la période 2000-2019 (en millions d'euros).....	12
Figure 4 : Part de marché sur la base du chiffre d'affaires dans le secteur postal belge en 2019 (%) .....	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 2019 (%) .....	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 (2019).....	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 2019).....	22
Figure 16 : Évolution des revenus pour le courrier transactionnel depuis 2010 (croissance cumulée) .....	24
Figure 17 : Répartition des revenus pour le courrier transactionnel (2010 par rapport à 2019) .....	25
Figure 18 : Prix du service lettre domestique standard < 50g (€).....	26
Figure 19 : Prix du service lettre domestique standard en Europe (€).....	27
Figure 20 : Prix 2018, 2019 et 2020 exprimés en parité de pouvoir d'achat (PPA) du service lettre domestique standard en Europe (€) (Tarifs affichés de 2020) .....	29
Figure 21 : Évolution des volumes de publicité .....	30
Figure 22 : Évolution des revenus de publicité (millions d'euros).....	31
Figure 23 : Évolution des volumes de courrier international.....	32
Figure 24 : Évolution des revenus pour le courrier international (millions d'euros).....	33
Figure 25 : Prix du service lettre standard intra-européen en Europe (en valeur nominale) (€) .....	34
Figure 26 : Rapport entre colis et services express en volume et en chiffre d'affaires (2019).....	36
Figure 27 : Évolution du volume de services express et de colis au total (en millions d'unités) et par habitant (en unités) par année .....	37
Figure 28 : Répartition du volume de services express et de colis entre envois domestiques, internationaux sortants et internationaux entrants en 2019 .....	37
Figure 29 : 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 .....	39
Figure 30 : Part de marché sur la base du chiffre d'affaires dans le segment des envois express et des colis 2019 (%) .....	40
Figure 31 : Part de marché sur la base du volume dans le segment des envois express et des colis 2019 (%) .....	41
Figure 32 : Tarif implicite dans le segment des envois express et des colis 2010-2018 (EUR) .....	42
Figure 33 : 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 .....	43

<i>Figure 34 : Évolution des volumes dans le segment de la distribution de la presse aux abonnés (en millions d'unités) .....</i>	<i>44</i>
<i>Figure 35 : Évolution des revenus dans le segment de la distribution de la presse aux abonnés (en millions EUR) .....</i>	<i>45</i>
<i>Figure 36 : Investissements dans le secteur postal (millions EUR) .....</i>	<i>46</i>
<i>Figure 37 : Investissements par rapport au chiffre d'affaires dans le secteur postal (%).....</i>	<i>47</i>
<i>Figure 38 : Emploi salarié dans le secteur postal (N, ETP).....</i>	<i>48</i>
<i>Figure 39 : Part du secteur postal dans l'emploi total (%) .....</i>	<i>49</i>
<i>Figure 40 : Nombre moyen d'articles postaux par jour calendrier par ETP dans le secteur postal (N) .....</i>	<i>50</i>
<i>Figure 41 : Densité du réseau de boîte aux lettres (de bpost) pour l'envoi (2019).....</i>	<i>51</i>
<i>Figure 42 : Densité du réseau de points pourvus en personnel (2018).....</i>	<i>52</i>
<i>Figure 43 : Densité du réseau de distributeurs automatiques de colis (bpost) (2019).....</i>	<i>53</i>
<i>Figure 44 : Nombre de points d'accès dans le cadre de la prestation du service universel.....</i>	<i>55</i>
<i>Figure 45 : Nombre de points de service postal (PSUP uniquement) .....</i>	<i>56</i>
<i>Figure 46 : Population moyenne (N) et surface moyenne (km<sup>2</sup>) desservies par point de service postal (uniquement PSUP) .....</i>	<i>56</i>
<i>Figure 47 : Distribution des points de service postal en 2018 (uniquement PSUP) .....</i>	<i>57</i>
<i>Figure 48 : Nombre de plaintes recevables introduites auprès du service de médiation par objet (2017-2019).....</i>	<i>58</i>
<i>Figure 49 : Pourcentage de lettres prior et d'envois recommandés délivrés en J+1 (PSUP uniquement) .....</i>	<i>59</i>

## 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 2019, reprend les indicateurs publiés dans l'édition précédente.<sup>1</sup>

Les tendances annoncées les années précédentes sur le marché postal belge persistent en 2019. La croissance du marché postal s'accélère et atteint une croissance de 4,7 % en 2019 contre 3,5 % en 2018 pour atteindre 2,69 milliards d'euros. Ces bonnes performances découlent de deux phénomènes : d'une part, la croissance continue 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'autre part, la plus faible baisse des revenus sur le segment de la poste aux lettres observée depuis 2012, et ceci malgré la plus forte chute des volumes observée depuis le début de la série.

Malgré une diminution de la concentration, le marché postal belge reste fortement concentré en 2019. Active dans tous les segments postaux, bpost détient à elle seule une part de marché de plus de 60 %, un chiffre en baisse depuis 2010, lorsque la part de marché de bpost affichait encore plus de 70 %. Les quatre prestataires principaux (bpost, UPS, DPD et DHL Express) ont, en termes de chiffre d'affaires, une part de marché commune encore élevée : 83,1 %. Celle-ci était de 92 % en 2010.

Le segment des colis et des envois express a représenté 54 % du chiffre d'affaires du secteur en 2019, contre 51 % en 2018. Ce chiffre n'était encore que de 31 % en 2010. Les envois de correspondance, y compris les courriers publicitaires adressés représentaient encore 42 % du chiffre d'affaires total au sein du secteur postal en 2019, contre 65 % 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 se situe à un niveau plus élevé en 2019, mais est toutefois en baisse après un maximum atteint en 2016.

---

<sup>1</sup> Quelques grands opérateurs ont procédé à un ajustement de leurs données passées (voir également ci-dessous), plus particulièrement les séries concernant le segment des colis et de l'express ainsi que les investissements ont été impactées.

Entre 2018 et 2019, le volume d'envois de correspondance par habitant a diminué de 7,2 %, la plus forte baisse observée depuis 2010, pour atteindre 125 articles par habitant sur une base annuelle. Malgré cette baisse importante des volumes, la poste aux lettres affiche sa plus faible baisse de chiffres d'affaires depuis 2012, -1,1%. Le courrier transactionnel représente encore la grande majorité des volumes (60 % en 2019), suivi de la publicité adressée 29% et du courrier international 11%. Le courrier transactionnel voit ses volumes chutés de 7,8% en 2019, les envois en nombre constitue la grande majorité du courrier transactionnel, 73% en 2019 contre 59% en 2010. Les envois publicitaires adressés ont encore connu une forte baisse, autant en termes de volumes , -7,1% que de chiffres d'affaires : -5,3 % en 2019 contre -6,7 % en 2018 lettres. Les envois de correspondance internationaux voient quant à eux les revenus qui y sont issus augmenter pour la troisième année consécutive, à savoir +0,3 % en 2019, et ceci malgré la chute des volumes de -4,2 %. Les envois en nombre enregistrent une baisse des volumes (-5,3 %), mais voient les revenus qui y sont liés légèrement augmenter +1,1 %.

En ce qui concerne le segment des envois de colis et express, le nombre d'envois a plus que triplé entre 2010 et 2019. En 2019, la croissance était de 15,7 % en termes de volumes contre 15,8 % en 2018, pour atteindre 266 millions d'articles. Par habitant, un colis est désormais envoyé en moyenne quasi tous les 16 jours. En 2019, 35 % 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 30 % restants étaient des envois internationaux entrants. Entre 2018 et 2019, les revenus dans le segment des colis et des envois express ont augmenté de 10,6 % pour atteindre un total de 1,42 milliard d'euros. bpost possède également la plus grosse part de marché dans ce segment, et ce tant en termes de chiffre d'affaires (25-30 %) que de volume (45-50%).

Le volume de la presse distribuée a de nouveau diminué en 2019 (-6 %) et symétriquement les revenus ont diminué de 4,8 %. La distribution de la presse aux abonnés représente encore toutefois un chiffre d'affaires global de 114 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 2018, le niveau des investissements en 2019 a augmenté de 30,3 % et atteint 123 millions d'euros. Il s'agit du montant le plus élevé observé depuis 2010. De nombreux opérateurs sont en effet en train d'étendre leur capacité concernant le tri et la distribution des colis. Parallèlement, en termes d'emplois , nous observons pour la troisième année consécutive une augmentation de l'emploi en équivalents temps plein dans le secteur postal : +0,4 % en 2019, contre +1,1 % en 2018.

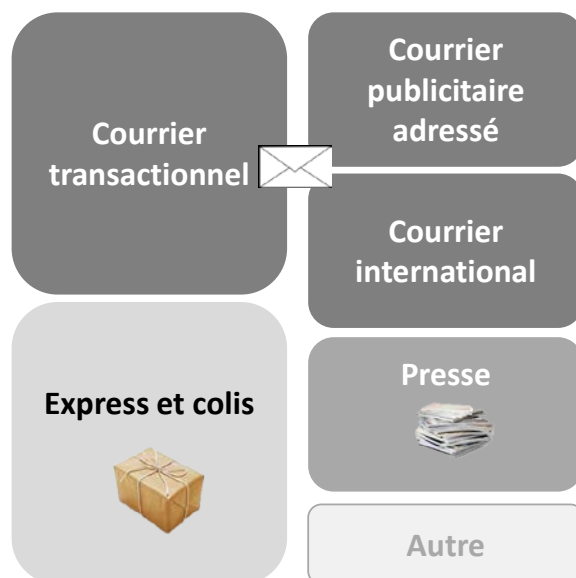
Pour 2020, on peut s'attendre à ce que la crise du Covid-19 exacerbe les tendances observées jusqu'à présent sur le marché postal, certains opérateurs parlent en effet d'augmentations significatives du nombre de colis livrés tandis que la poste aux lettres (et la publicité adressée) afficherait des baisses plus marquées.

## 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'observatoire<sup>2</sup>*



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.

### 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, 23 entreprises ont été interrogées.

<sup>2</sup> Le contenu de la catégorie « courrier transactionnel » est décrit au point 4.2.2.

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<sup>3</sup>, 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<sup>4</sup>**, qui est actif sur le marché belge depuis 2014 et vise les clients de l'e-commerce, font partie du présent observatoire. **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 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 125 millions de colis par an, allant de 0 à 150 kg, et qui possède un réseau de 40 000 points relais en Europe, dispose en Belgique d'un réseau de 1 000 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 fait l'objet d'un rachat par bpost :

---

<sup>3</sup> 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](http://www.fedex.com/be_francais/enews/2017/february/tnt.html)

<sup>4</sup> 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 1<sup>er</sup> décembre 2016 :

[http://www.standaard.be/cnt/dmf20161201\\_02602980](http://www.standaard.be/cnt/dmf20161201_02602980) et <https://www.dhlparcel.be/fr/particuliers/points-denlevement>

À cela s'ajoute que depuis 2018, bpost et DHL collaborent dans le domaine de la livraison e-commerce au Benelux : [http://corporate.bpost.be/media/press-releases/2018\\_2/2018-05-30?sc\\_lang=fr-FR](http://corporate.bpost.be/media/press-releases/2018_2/2018-05-30?sc_lang=fr-FR)

**Kariboo!** a été fondée en 2014 par LS Distribution Logistics<sup>5</sup>. 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. Fin 2019, il a été annoncé que BD reprendrait CityDepot de bpost.

**Dynalogic**<sup>6</sup> 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 2022 le service public de distribution avancée des journaux (avant 7h30 en semaine et 10h le week-end). Cette distribution avancée concerne uniquement la distribution de quotidiens aux abonnés. Dans le cadre de ce même service public, bpost distribue également des périodiques aux abonnés, mais via les tournées classiques. Malgré ce service de dernier recours, bpost 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 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 pour la dernière fois l'opérateur **TBC-Post**, il fut le premier acteur sous licence à opérer sur le segment des envois de correspondance auparavant réservé à bpost, mais l'entreprise a cessé ses activités fin 2019.

---

<sup>5</sup> 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 : <https://www.abc-bma.be/fr/decisions/16-cc-32-bpost-amp-ls-distribution>)

<sup>6</sup> 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>

Par rapport à l'observatoire de l'année passée, notre échantillon du marché postal belge compte 2 acteurs de plus : **Glejor** et **Span**.

**Glejor**, qui est une entreprise spécialisée à l'origine dans la distribution de folders publicitaires non adressés, a obtenu une licence afin de distribuer de la publicité adressée. L'entreprise compte dans un premier temps limiter sa distribution au Limbourg

**Span** qui a également obtenu une licence afin de distribuer de la publicité adressée se limite quant à elle à la distribution sur Bruxelles.

Du fait du « règlement transfrontière » de la Commission européenne<sup>7</sup>, 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 Règlement (UE) 2018/644 du Parlement européen et du Conseil du 18 avril 2018 relatif aux services de livraison transfrontière de colis : <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/PDF/?uri=CELEX:32018R0644&rid=1>

Figure 2 : Les principaux acteurs sur le marché belge pour la fourniture de services postaux (en 2019)

	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						
Glejor						
GLS Belgium SA						
Kariboo						
Mikropakket						
Mondial Relay						
Post NL						
PPP						
TBC-Post						
TNT Belgique						
Span						
UPS/UPS Access Point						
Vlaamse Post*						

\* Le chiffre d'affaires réalisé sur la publicité non adressée n'est pas pris en compte dans le chiffre d'affaires postal total. Vlaamse Post et BD sont uniquement actifs dans le non-adressé.

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

#### 3.1 Aperçu général du marché postal

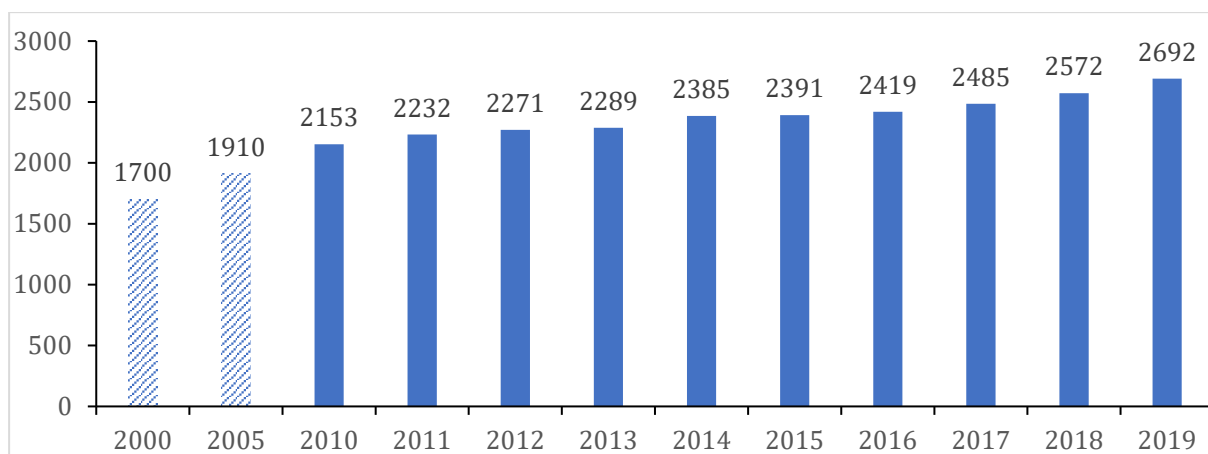
##### 3.1.1 Revenus

L'évolution des revenus<sup>8</sup> générés par le secteur postal belge est représentée à la figure 3. Entre 2010 et 2019, 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.<sup>9</sup>

Les entreprises considérées représentaient en 2019 un total de 2,69 milliards d'euros de chiffre d'affaires dans le secteur postal. Cela représente une hausse de 4,7 % par rapport à l'année précédente contre 3,5 % en 2018. Par rapport à l'année 2010, le chiffre d'affaires du secteur a augmenté de 25,1 %, soit un taux de croissance annuel composé (CAGR<sup>10</sup>) de 2,5 %. Ainsi, la croissance du chiffre d'affaires de 2019 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 2000-2019 (en millions d'euros)



Source : BNB et IBPT

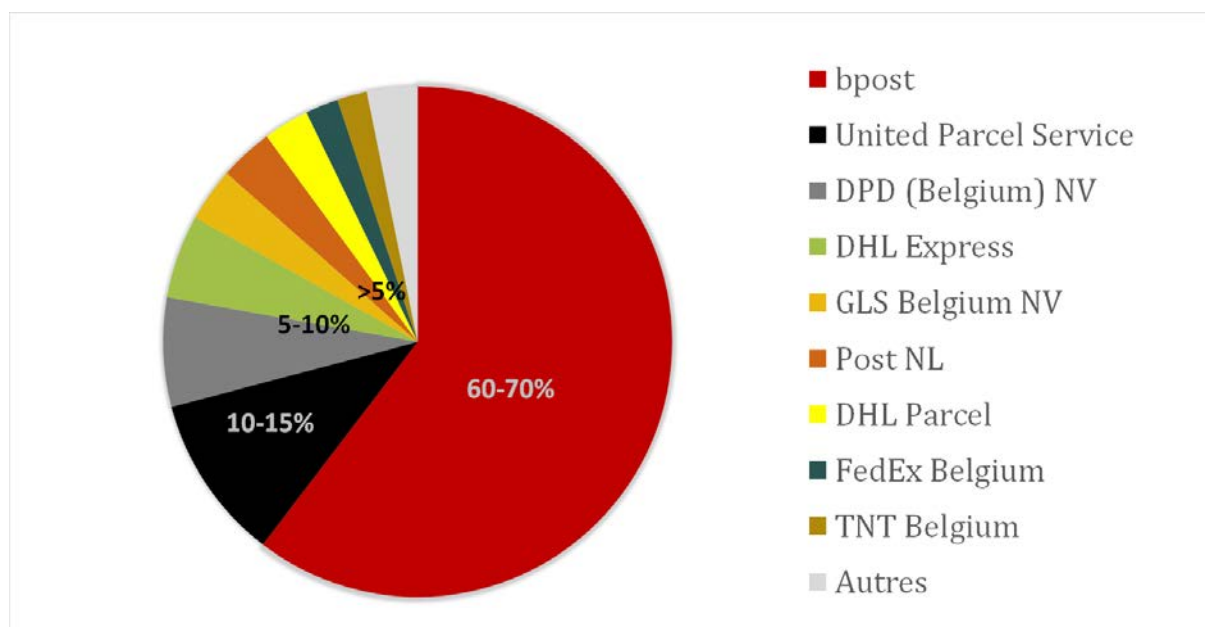
<sup>8</sup> Y compris les services à valeur ajoutée comme la levée à domicile, l'affranchissement pour le client, la conservation temporaire du courrier, la vente d'adresses, etc. Les services proposés spécifiquement par les routeurs et les consolidateurs ne sont pas repris dans le présent observatoire. 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.

<sup>9</sup> 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 ordres de grandeur comparables.

<sup>10</sup> 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 % du chiffre d'affaires du secteur en 2019. La plus large part du chiffre d'affaires du secteur est détenue par bpost, mais il existe des concurrents, principalement sur le marché des colis postaux et des services express où des sous-segments peuvent être différenciés<sup>11</sup> : domestiques, internationaux, B2B, B2C et C2X. Ainsi, en 2010, il n'y avait que six concurrents détenant au moins 1 % du chiffre d'affaires du secteur, alors qu'ils sont 9 depuis quelques années. UPS est le seul concurrent de bpost détenant plus de 10 % du chiffre d'affaires du secteur. DPD et DHL Express détiennent entre 5 et 10 % du chiffre d'affaires du secteur

Figure 4 : Parts du chiffre d'affaires dans le secteur postal belge en 2019 (%)



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.

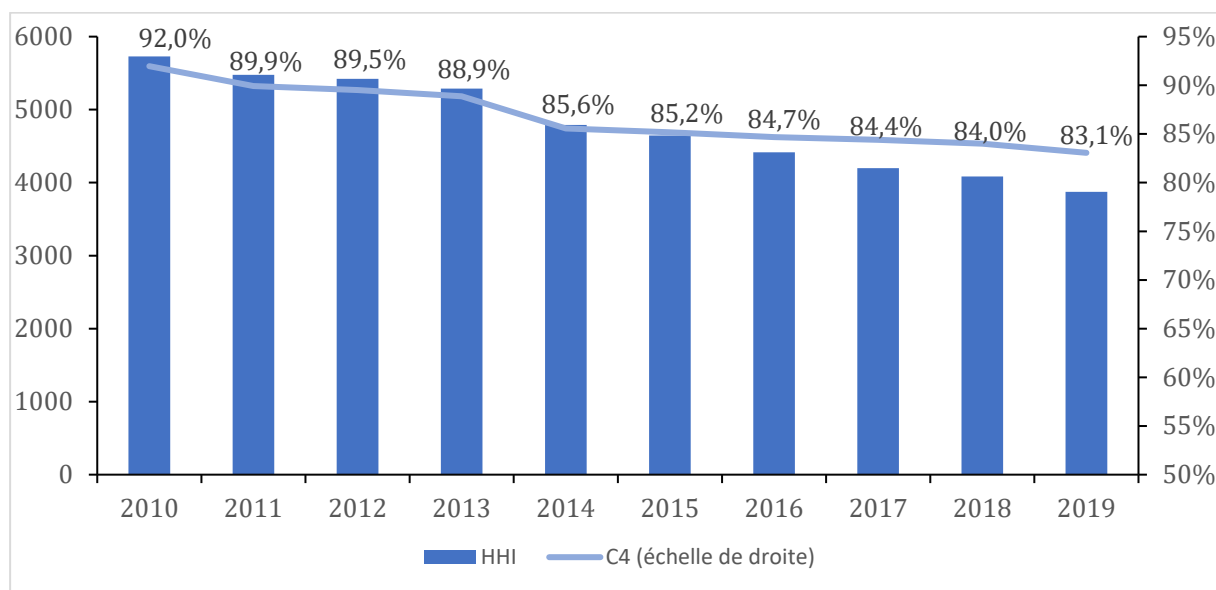
La figure 5 approfondit ce point et représente l'évolution de la concentration horizontale à l'aide des indices C4 et Herfindahl-Hirschman (HHI). L'indice C4 représente la part de marché cumulée en termes de chiffre d'affaires des quatre principaux prestataires. L'indice HHI se base sur la somme des carrés des parts de marché et prend ainsi en compte tous les prestataires et pas uniquement les quatre

<sup>11</sup> À savoir « business to business », « business to consumer » et « consumer to any other party ».

principaux. L'indice HHI est égal à 10 000 dans un monopole et tend vers des valeurs inférieures à mesure que le nombre d'acteurs augmente et que la variance dans les parts de marché diminue.

Malgré une diminution de la concentration, tant en termes d'indice HHI que d'indice C4, le marché postal belge reste fortement concentré en 2019. Les quatre prestataires principaux (bpost, UPS, DHL Express, DPD) détiennent par exemple toujours une part de marché commune très importante de 83,1 %. Elle était de 92 % en 2010.

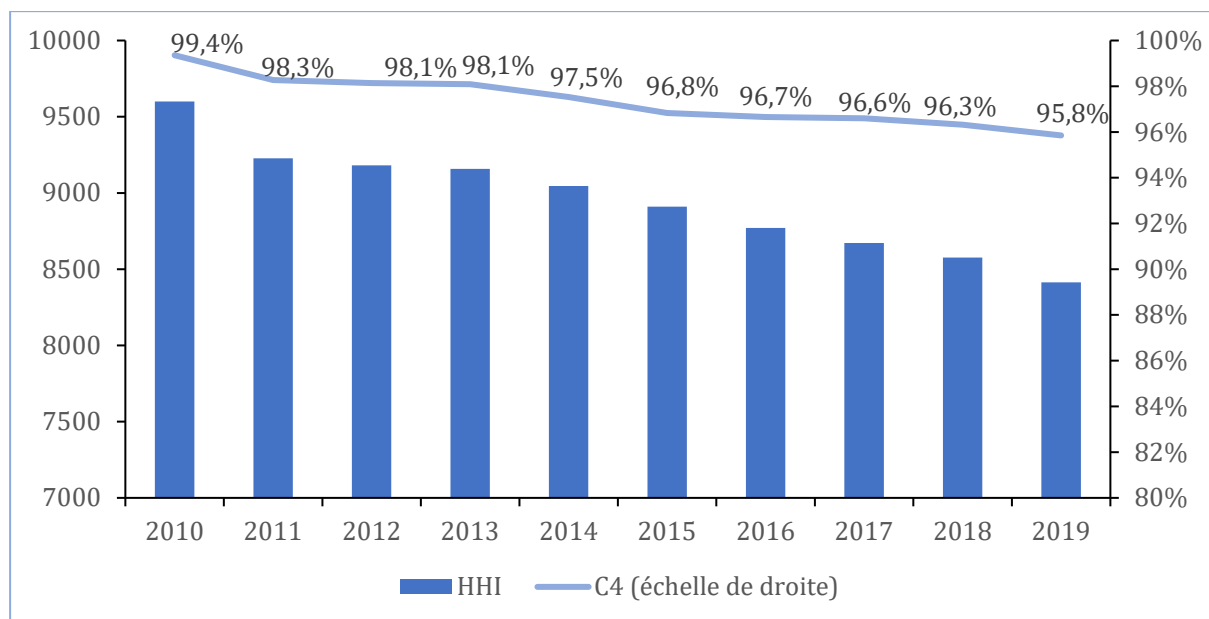
Figure 5 : Taux de concentration horizontale sur la base du chiffre d'affaires au moyen des indices HHI et C4



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, à savoir des segments qui représentent l'essentiel des volumes. L'indice HHI continue de diminuer, tout comme l'indice C4 qui représente la part de marché conjointe des 4 plus gros opérateurs qui atteint 95,8 % en 2019 contre 96,3 % en 2018. 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 HHI et C4



Source : IBPT

### 3.1.3 Importance des segments

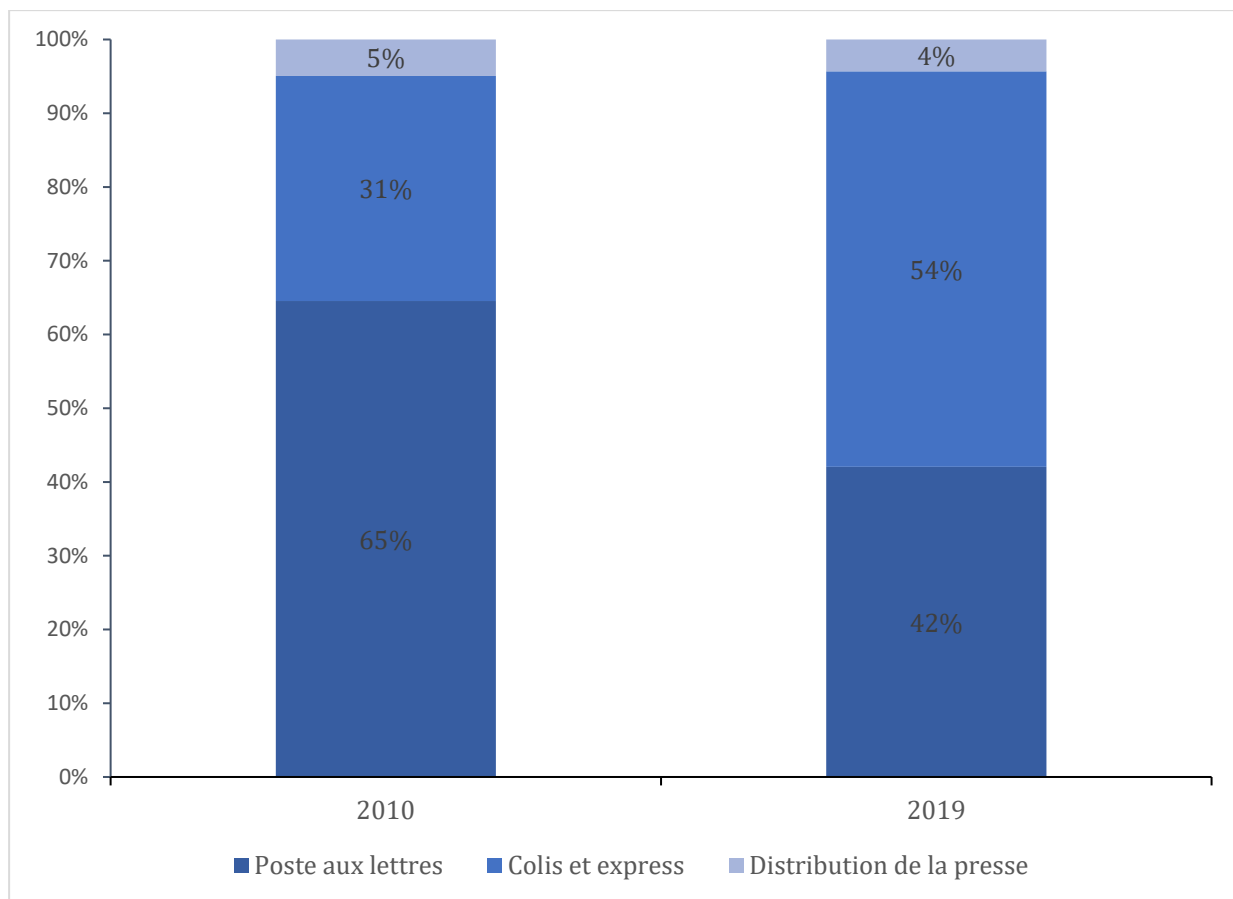
Le secteur postal se divise en différents segments : la poste aux lettres, les colis et envois express et la distribution de la presse aux abonnés.

La poste aux lettres, y compris le courrier publicitaire adressé, représentait en 2019 encore 42 % du chiffre d'affaires total du secteur postal. Le segment des colis et de l'express quant à lui a assuré 54 % des revenus réalisés. Le troisième segment, celui de la distribution de la presse au domicile des abonnés, a généré 4 % 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 2019 (%)



Source : IBPT

## 3.2 Focus sur le segment de la poste aux lettres

### 3.2.1 Aperçu général

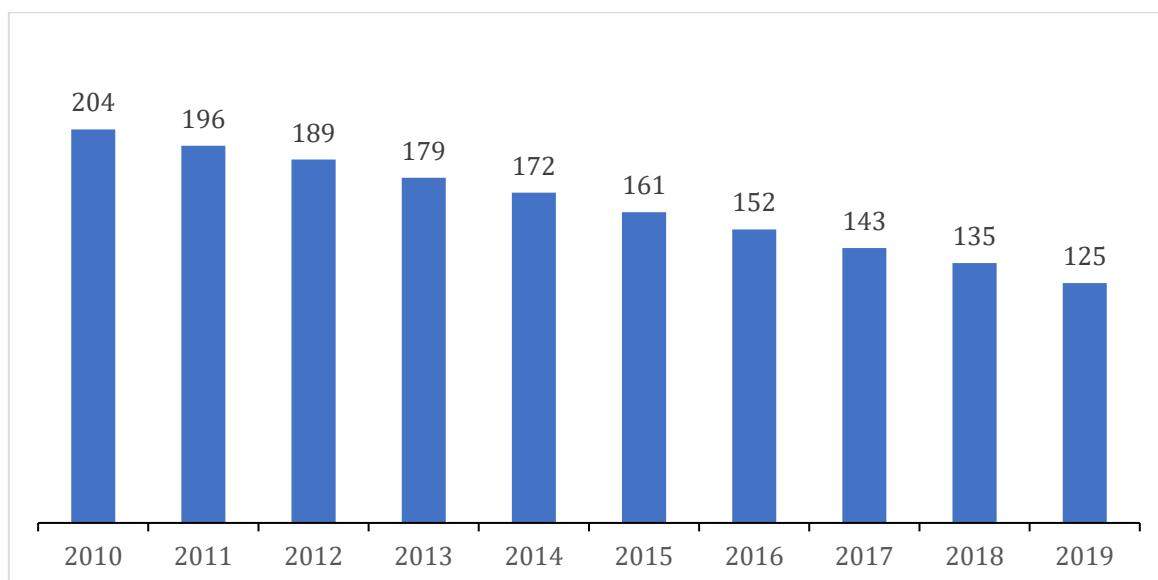
Dans le cadre du présent observatoire, le segment de la poste aux lettres inclut le courrier transactionnel, le courrier publicitaire adressé et le courrier international. En résumé, la poste aux lettres fait référence aux envois de correspondance de tout type, les colis et la presse n'étant pas considérés 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 2019, le volume de courrier par habitant a diminué de 5,4 % en moyenne par an (CAGR), pour atteindre désormais, en 2019, 125 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 2019 est plus forte que les années précédentes, -7,7 % contre -5,5 % en 2018. La plus forte baisse précédente avait été observée en 2017 avec -6,3 %. Les volumes totaux ont quant à eux enregistré une baisse globale de 7,2 % sur la même période.

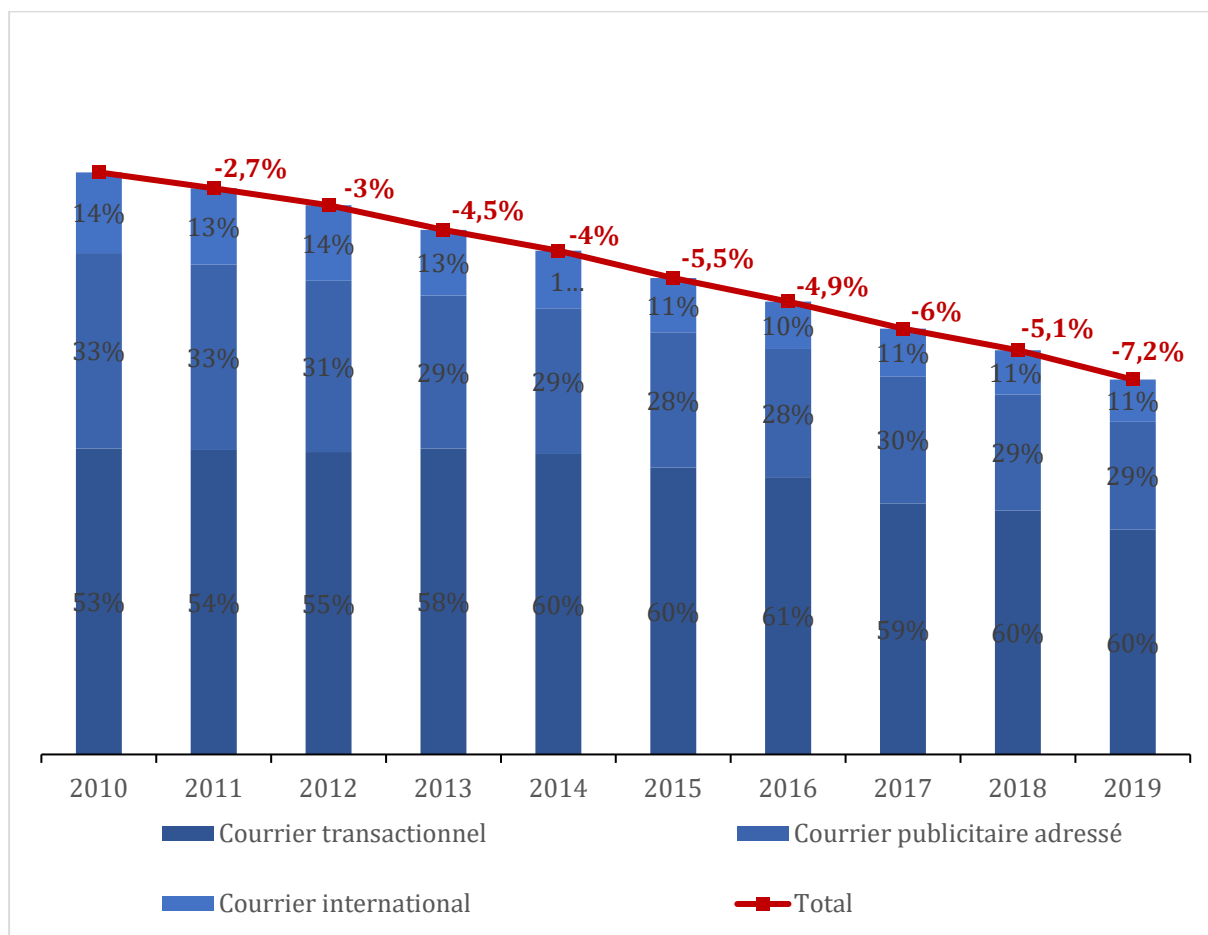
Figure 8 : Volume de courrier par habitant (N)



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 % en 2019). Les envois publicitaires adressés et les envois de correspondance internationaux représentent en 2019 respectivement 29 % et 11 % du volume total des envois de correspondance.

Figure 9 : Volume de la poste aux lettres



Source : IBPT

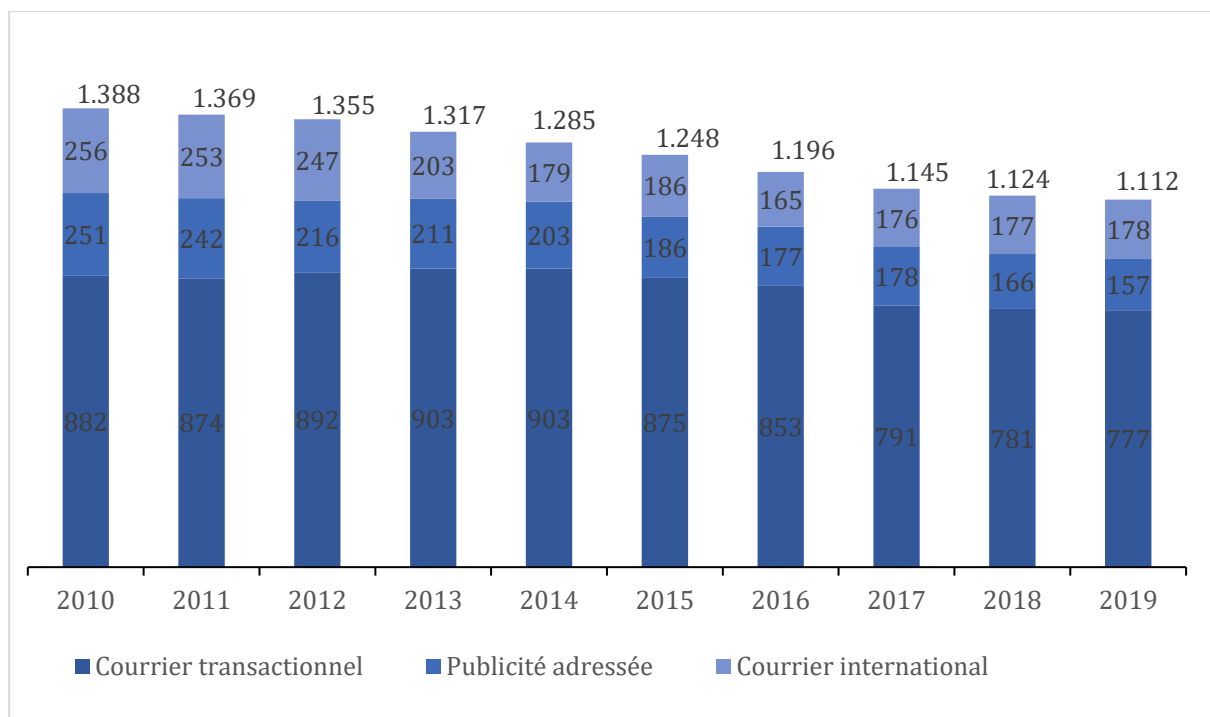
### 3.2.1.2 Revenus

En 2019, les revenus issus de la poste aux lettres continuent leur contraction entamée depuis 2010, mais à un rythme plus faible depuis ces deux dernières années. Le chiffre d'affaires sur le segment de la poste aux lettres s'élève désormais à 1,112 milliard d'euros en 2019 contre 1,124 milliard d'euros en 2018, soit une baisse de 1,1 % contre une baisse de 1,8% en 2018. Il s'agit de la plus faible baisse observée depuis 2012.

C'est la publicité adressée qui a le plus contribué à la baisse des revenus dans la poste aux lettres en 2019, à hauteur de 0,76 point de pourcentage, suivie du courrier transactionnel avec 0,37 point de pourcentage. Le courrier international quant à lui a vu ses revenus augmenter sur la période avec une contribution positive de 0,05 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 70 % 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 3.2.4).

Le courrier transactionnel peut faire l'objet soit d'une expédition à l'unité (via les boîtes aux lettres rouges<sup>12</sup> ou bleues<sup>13</sup>, 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.

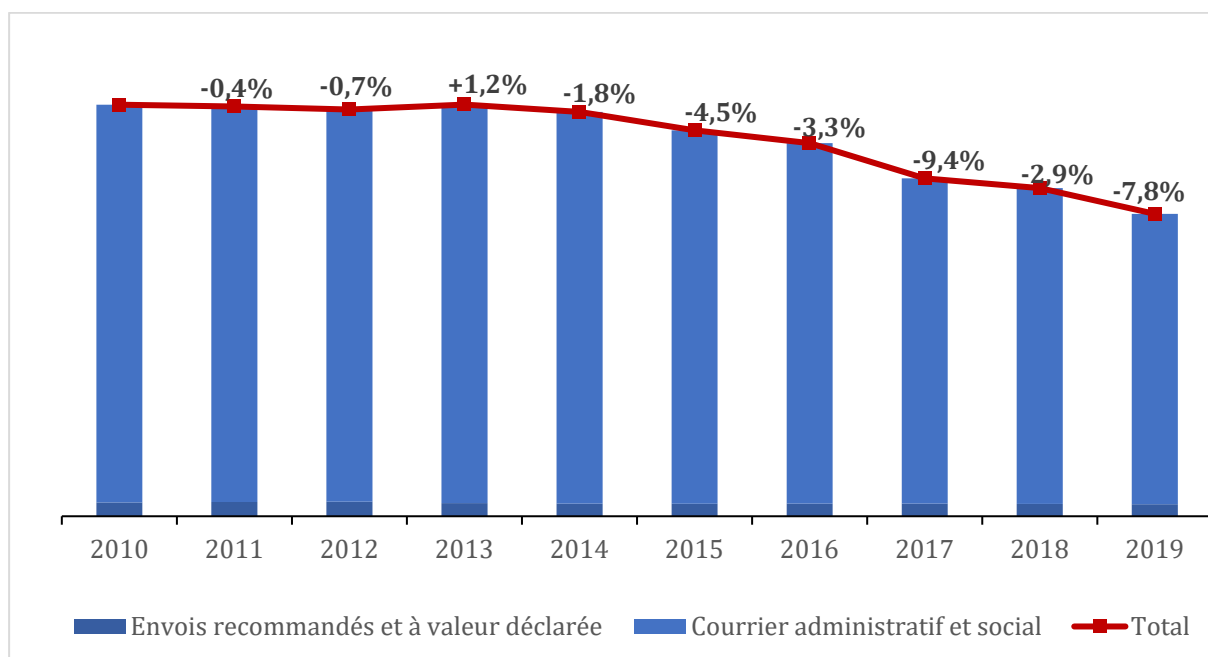
<sup>12</sup> De bpost

<sup>13</sup> 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 7,8 % en 2019 contre 2,9 % en 2018. Il s'agit de la deuxième plus forte baisse depuis 2010. En 2017, la baisse des volumes avait atteint 9,4 %.

Figure 11 : Évolution des volumes de courrier transactionnel<sup>14</sup>

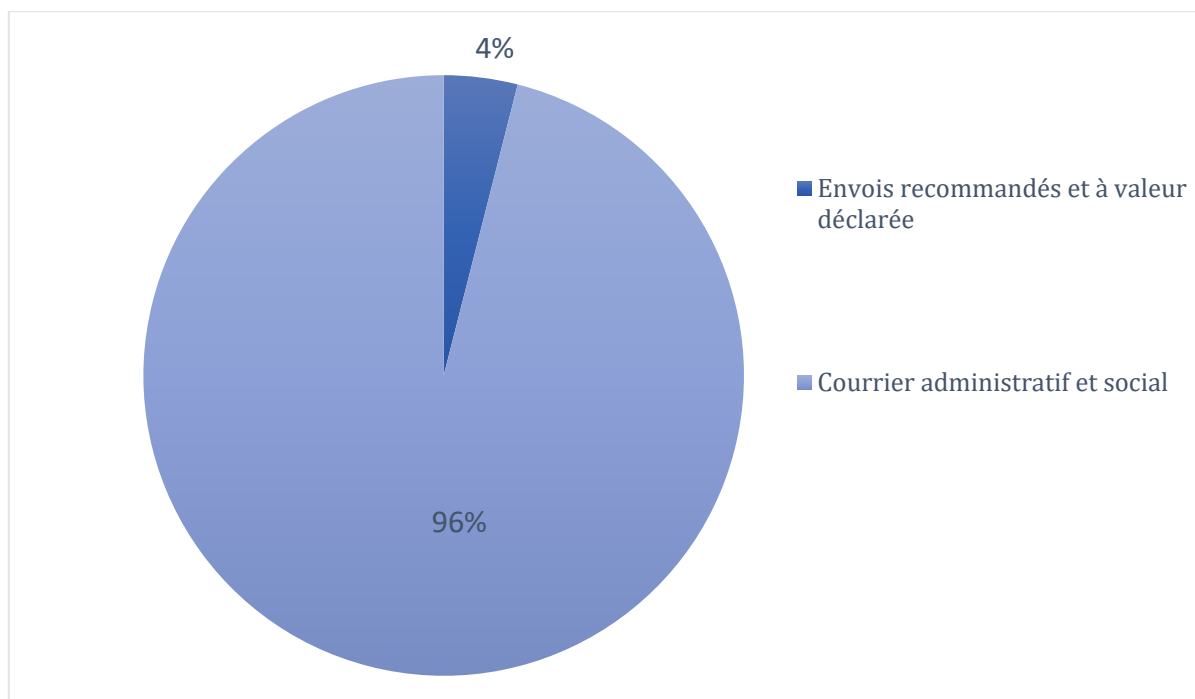


Source : IBPT

Au niveau de la composition du volume de courrier transactionnel en 2019, celui-ci était toujours en grande majorité composé de courrier administratif et social (96 %), les envois recommandés et à valeur déclarée ne représentant que 4 % 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.

<sup>14</sup> 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.

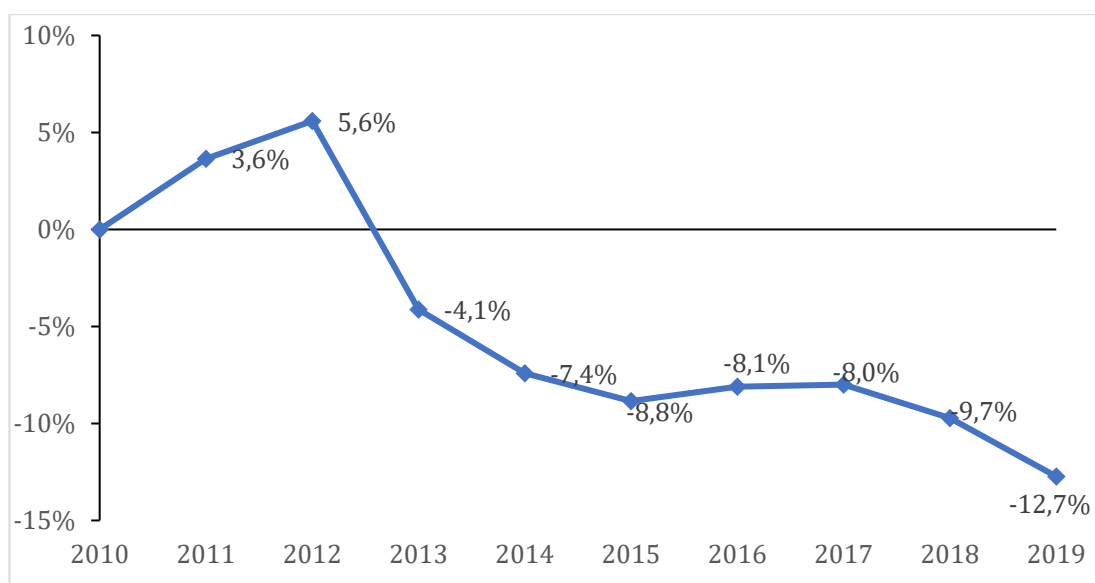
Figure 12 : Répartition des volumes de courrier transactionnel (2019)



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 légère augmentation en termes de volumes pour à nouveau baisser et atteindre un niveau de volume qui est 12,7 % plus faible qu'en 2010.

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

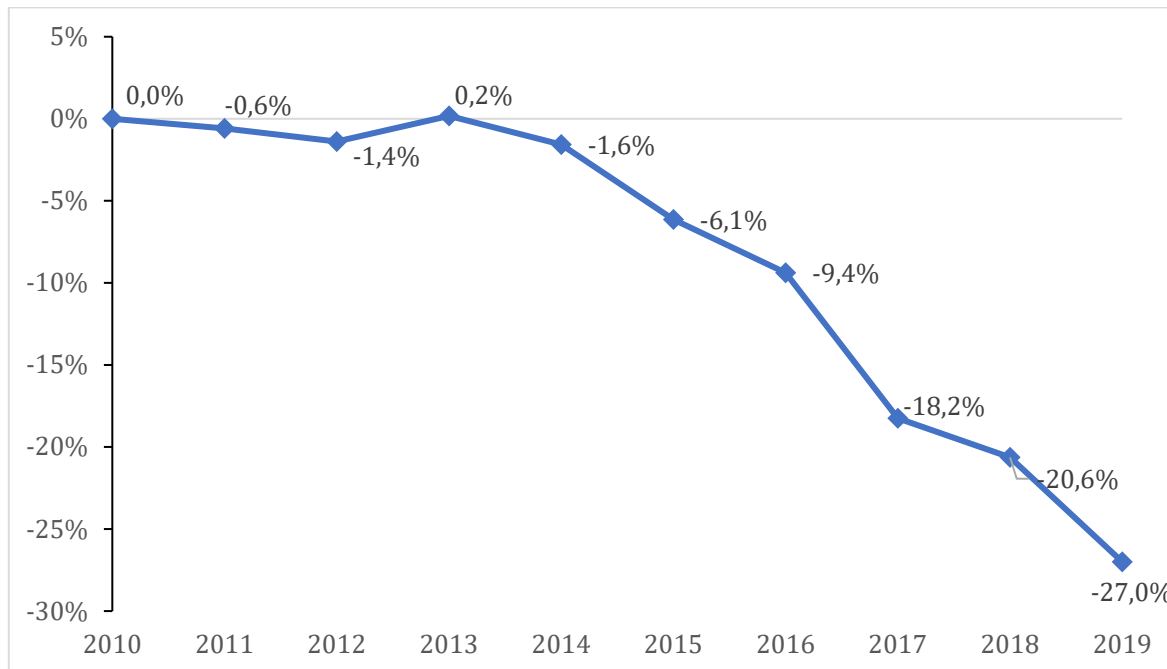


Source :

IBPT

Les volumes de courrier administratif et social se sont érodés de 27 % sur la période 2010-2019.

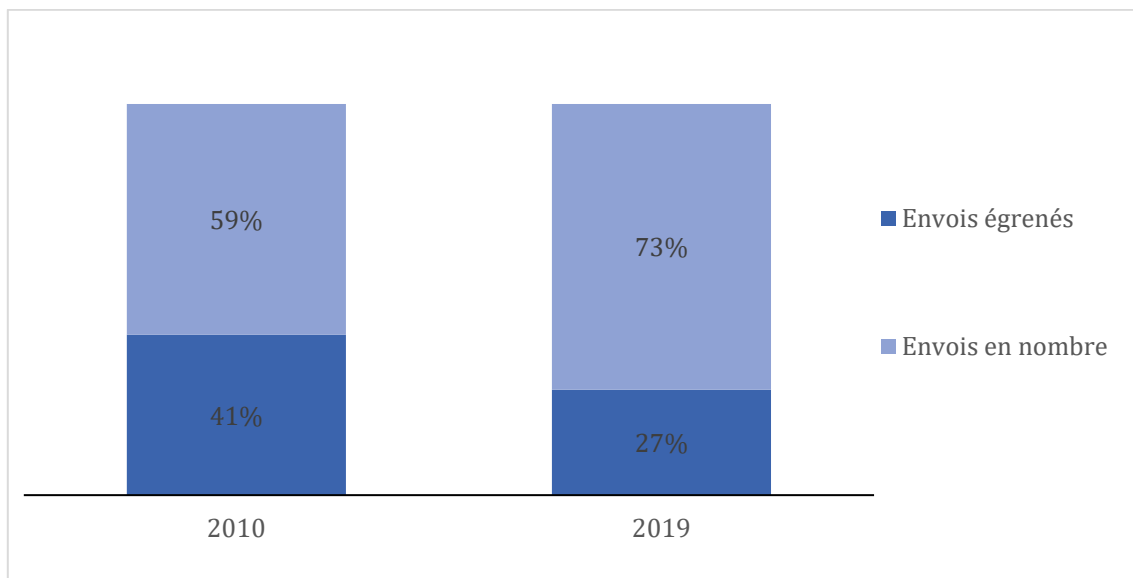
Figure 14 : Évolution des volumes de courrier administratif et social depuis 2010 (croissance cumulée)



Source : IBPT

Les volumes de courrier transactionnel étaient, en 2019, majoritairement composés d'envois en nombre. Les parts respectives des envois en nombre et des courriers égrenés sont de 73 % contre 27 %. 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 2019)



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 11,83 % entre 2010 et 2019, 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 ne concerne que des envois égrenés, qui ont connu la plus forte baisse sur la période 2010-2019, avec -36,79 % de chiffre d'affaires sur ce segment depuis 2010.

Si les revenus liés aux produits égrenés<sup>15</sup> ont globalement baissé, les revenus des envois en nombre<sup>16</sup> ont quant à eux augmenté pour la deuxième année consécutive depuis 2013, et demeurent 9,48 % 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 30,9% moins élevé qu'en 2010. La forte volatilité sur ce segment tient au faible niveau de volumes.

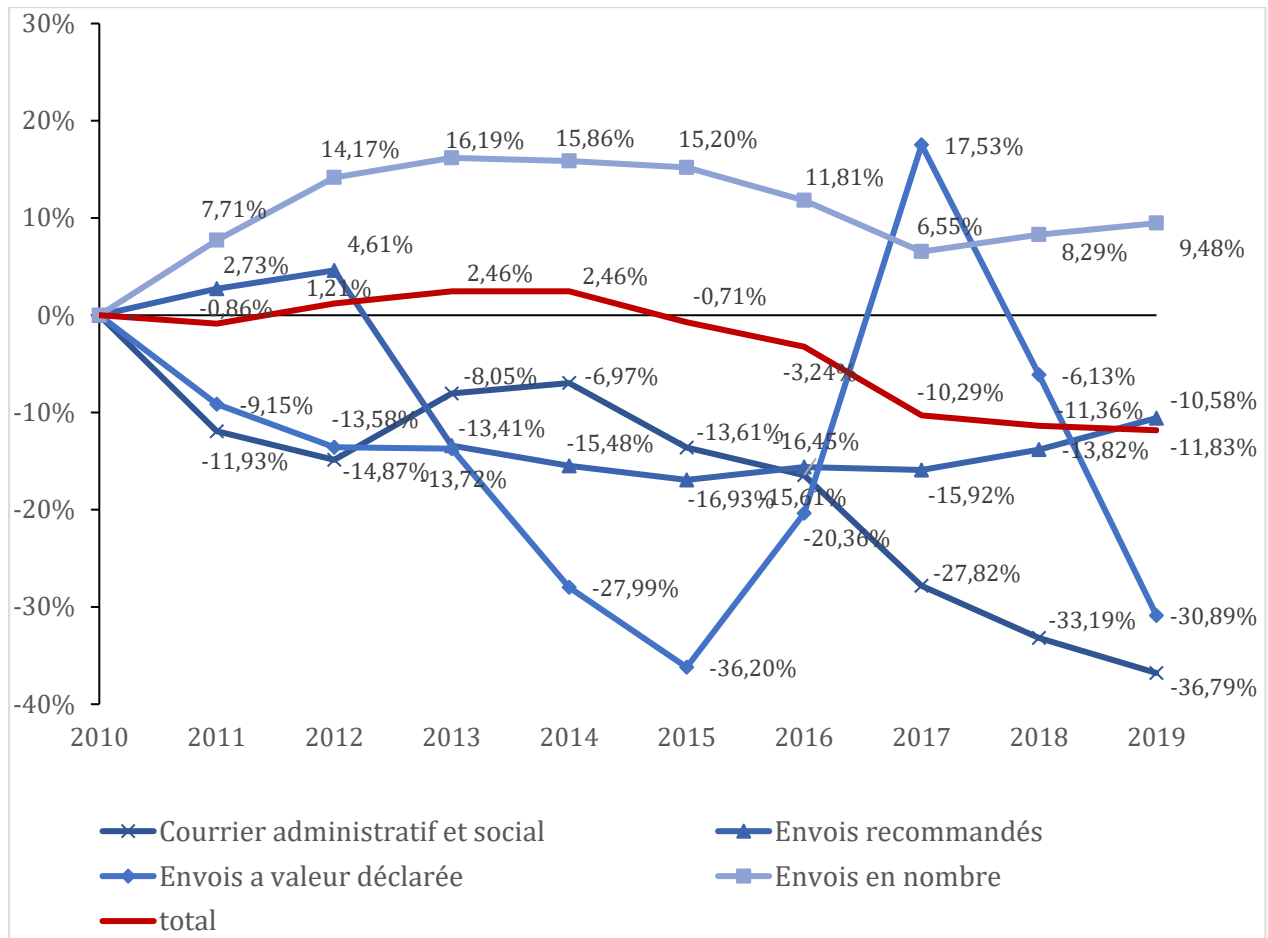
Le segment des envois recommandés augmente en termes de revenus en 2019 pour s'établir à un niveau de chiffre d'affaires 10,58 % plus faible qu'en 2010.

---

<sup>15</sup> 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.

<sup>16</sup> Les envois en nombre comprennent aussi bien le courrier administratif que les envois enregistrés.

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



Source : IBPT

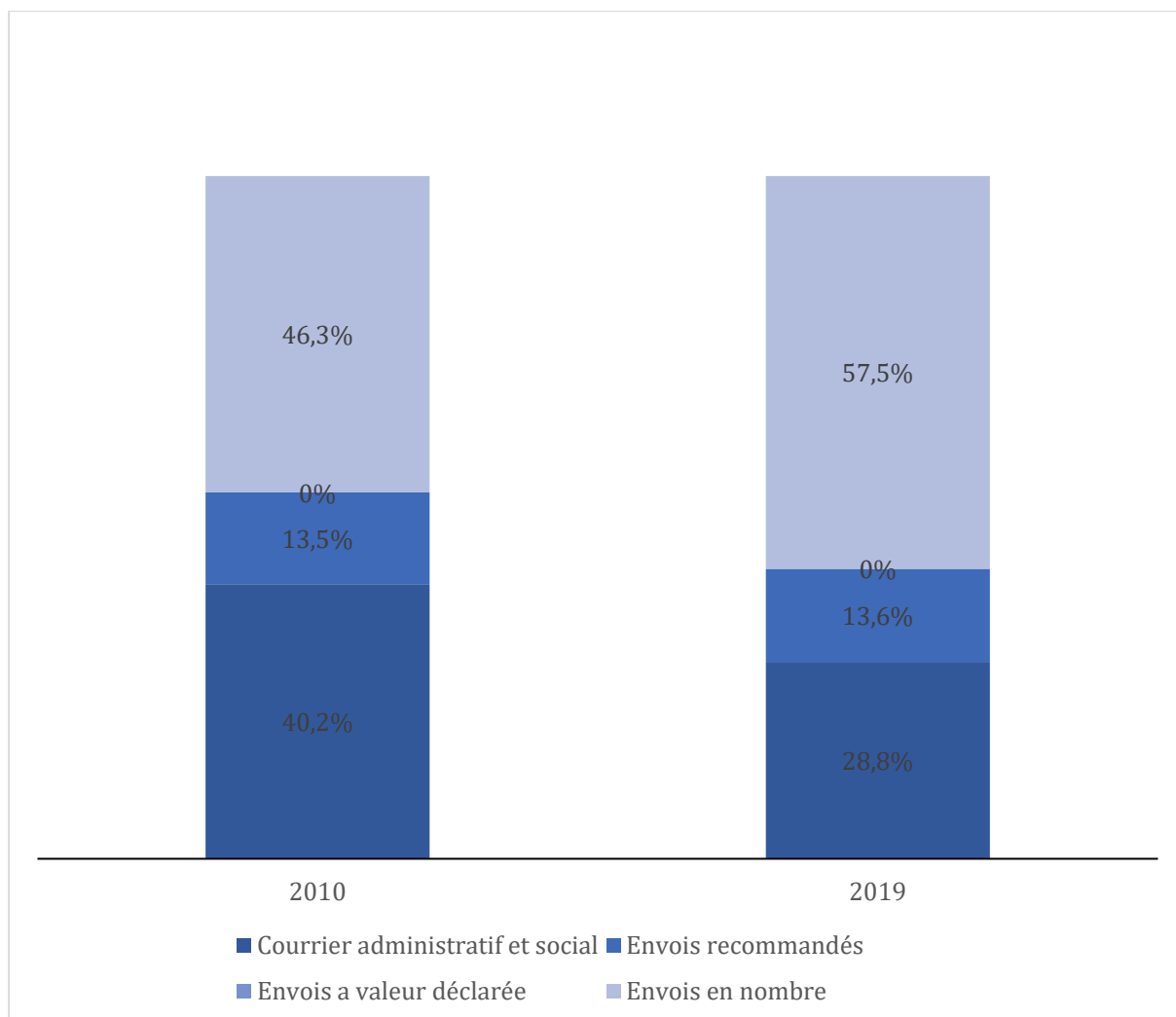
(1) Les envois en nombre reprennent les dépôts en masse des 3 catégories de courrier transactionnel, à savoir le courrier administratif et social, les envois recommandés et les envois à valeur déclarée. Les variables « courrier administratif et social », « envois recommandés » et « envois à valeur déclarée » 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 2019, 57,5 % de ces revenus contre 42,5 % pour les envois égrenés.

Sur ces 42,5 % de courrier égrené, le courrier administratif et social comptait pour près de 28,8 % et les recommandés pour les 13,6 % 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 2019.

À l'inverse du courrier égrené, la part des envois en nombre a augmenté et est ainsi passée de 46,3 % en 2010 à 57,5 % en 2019.

Figure 17 : Répartition des revenus pour le courrier transactionnel (2010 par rapport à 2019)



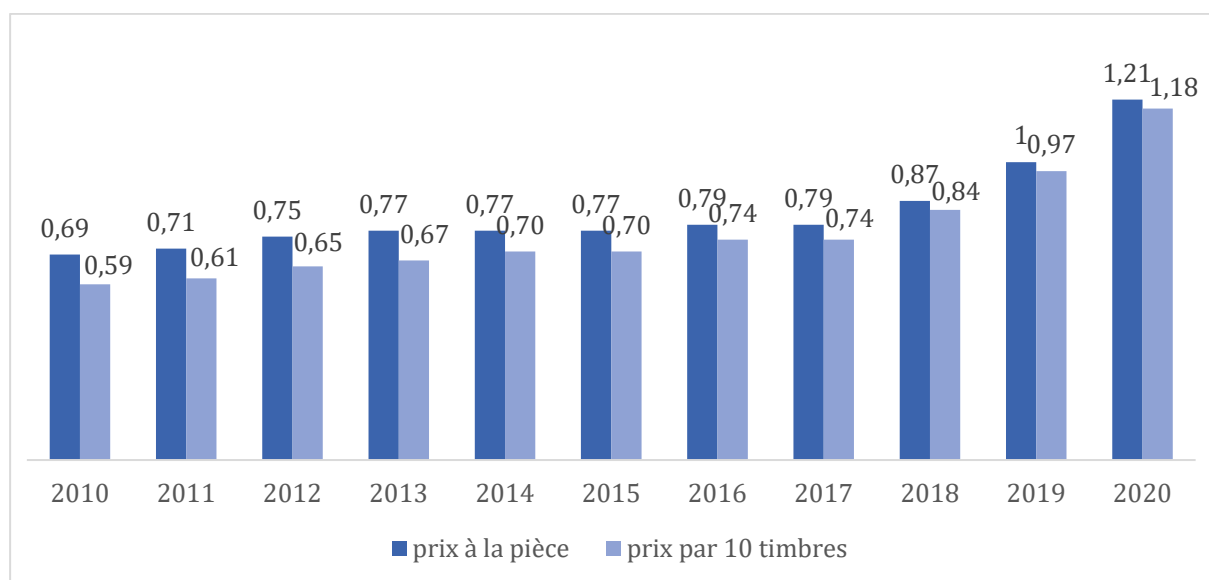
Source : IBPT

### 3.2.2.3 Tarifs petits utilisateurs du timbre prior

Le tarif nominal d'une lettre domestique prior en Belgique a augmenté en 2019 et 2020 par rapport à 2018.

En observant la tendance depuis 2010, l'on constate que le prix du timbre a connu une augmentation de 75 %. 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 100 %, les prix ont donc doublé. Or, environ 90 % des ventes de timbres se font par 10. Comparativement, l'inflation cumulée (IPCH)<sup>17</sup> en Belgique entre 2010 et 2019 s'élève à 17 %. Après 2017, on constate, sous la nouvelle loi relative aux services postaux du 26 janvier 2018, une très forte augmentation du prix du timbre prior. La croissance annuelle moyenne est ainsi passée de 1,9 % sur la période 2010-2017 à 15,3 % sur la période 2017-2019<sup>18</sup>.

Figure 18 : Prix du service lettre domestique prior < 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 2020, la médiane<sup>19</sup> européenne pour l'affranchissement d'une

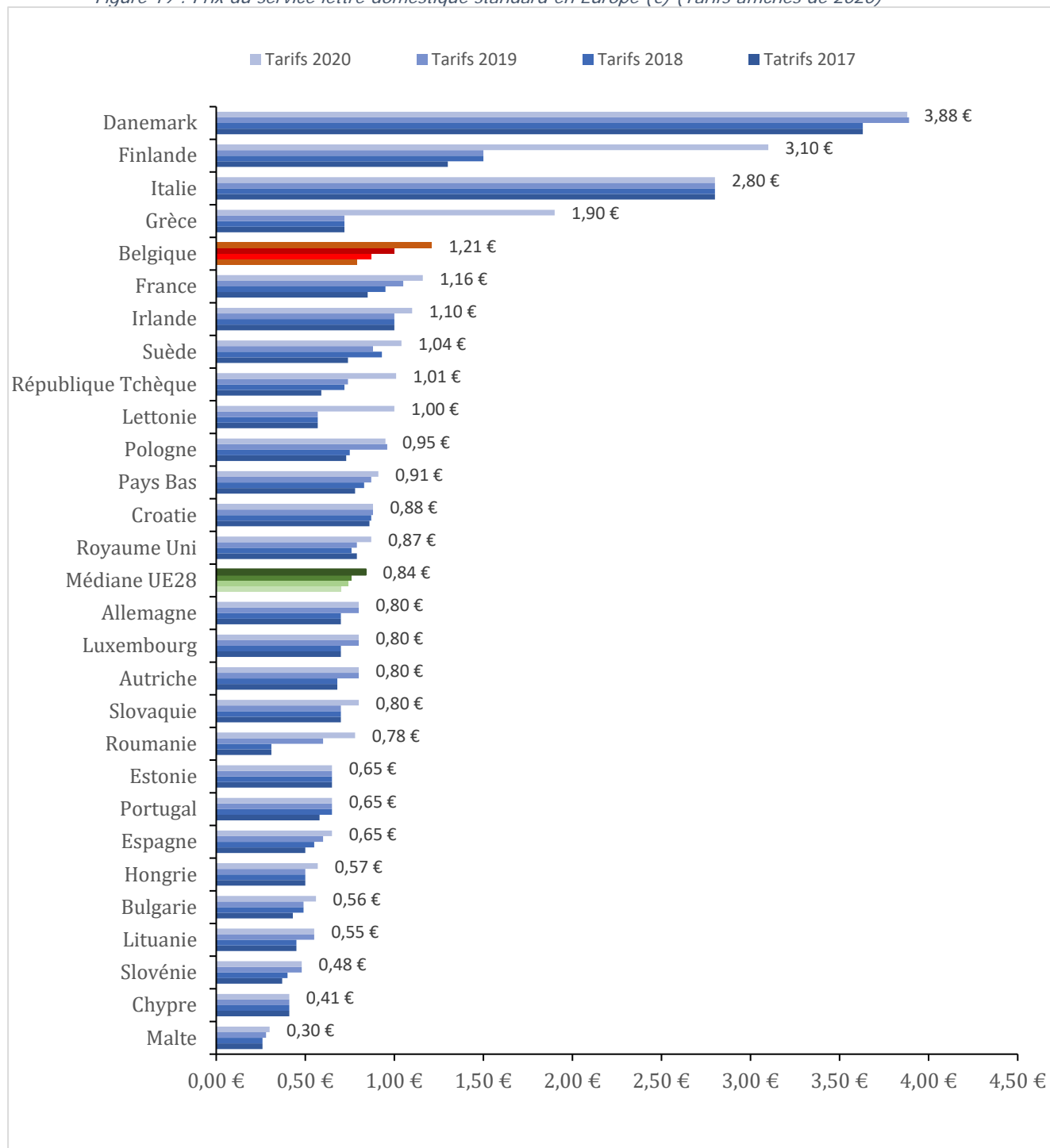
<sup>17</sup> Indice des prix à la consommation harmonisé

<sup>18</sup> <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>

<sup>19</sup> L'utilisation de la médiane est préférée à la moyenne en raison des valeurs extrêmes affichées par l'Italie et le Danemark, qui impacteraient trop fortement la moyenne.

lettre domestique était de € 0,84, le pays le plus cher étant le Danemark (€ 3,88) et le moins cher Malte (€ 0,30).

Figure 19 : Prix du service lettre domestique standard en Europe (€) (Tarifs affichés de 2020)



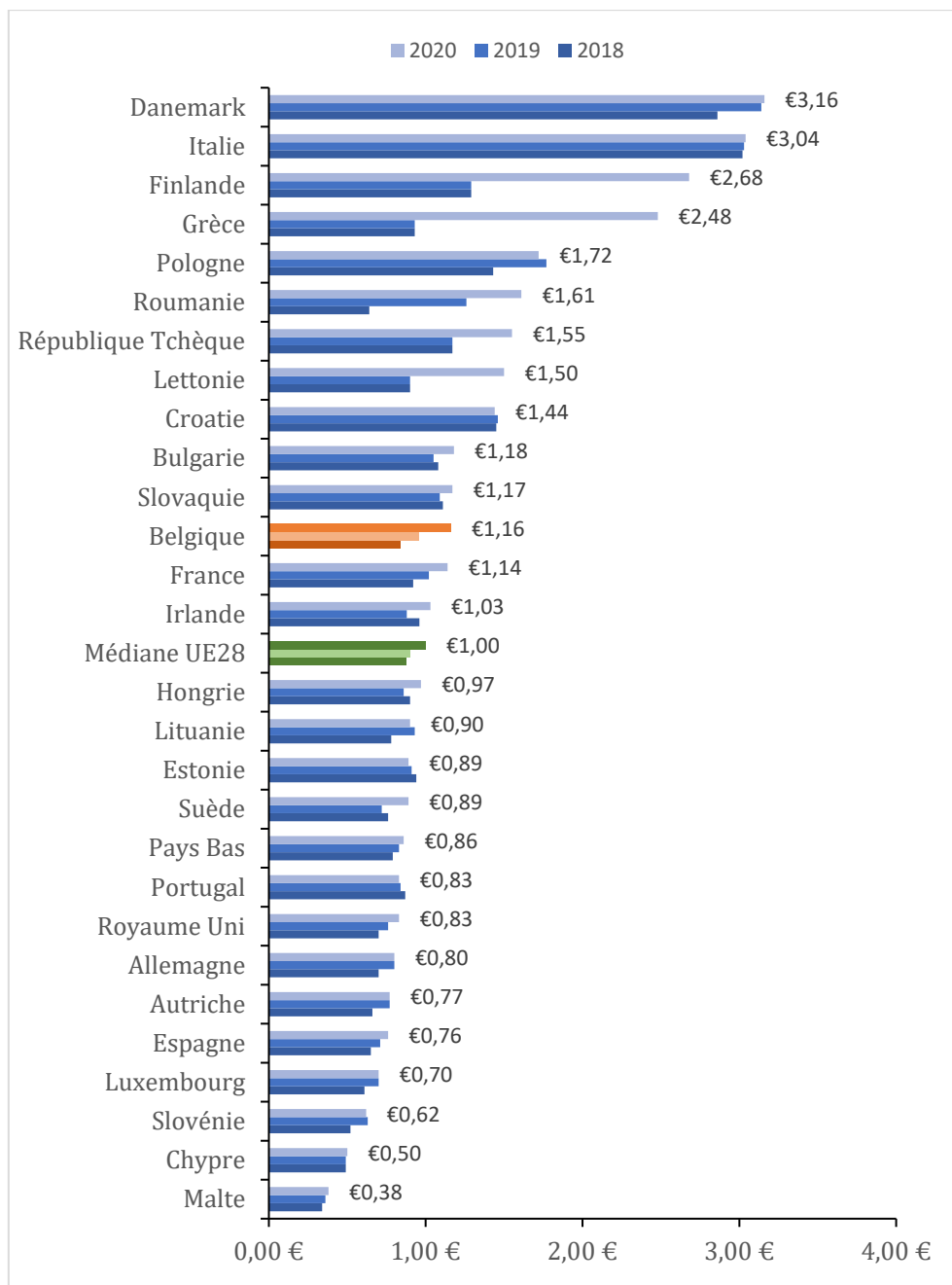
Source : Deutsche Post, Letter Price Survey (2017,2018, 2019 et 2020)

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, 2019 et 2020 exprimés en parité de pouvoir d'achat (PPA) du service lettre domestique standard en Europe (€) (Tarifs affichés de 2020)



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

### 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

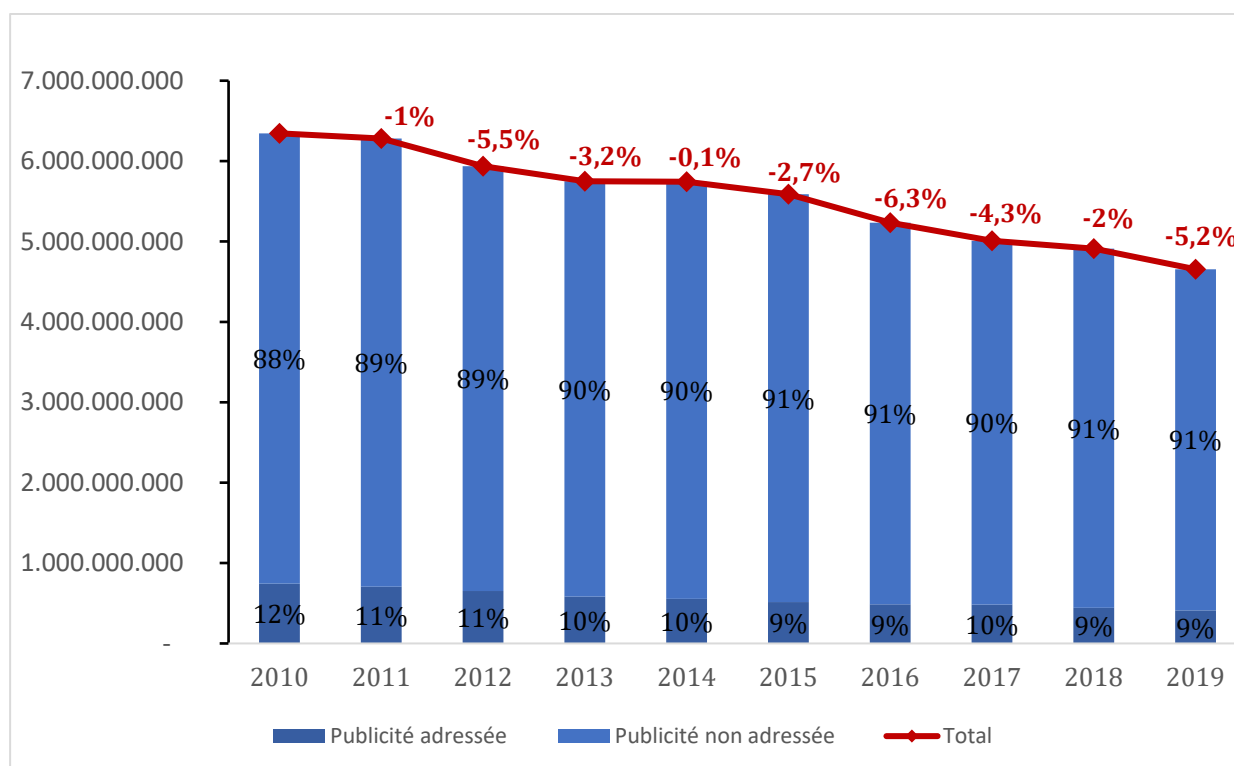
publicité papier (adressée ou toutes-boîtes) que le citoyen retrouve régulièrement dans sa boîte aux lettres.

### 3.2.3.1 Volumes

Depuis 2010, le volume de publicité papier connaît une diminution continue. Tant le volume d'envois non adressés (-5 %) que le volume de publicité adressée (-7,1 %) ont continué à baisser en 2019.

En termes de volumes, les envois publicitaires adressés ne représentent que 9 % du total, la grande majorité des envois publicitaires étant non adressés.

Figure 21 : Évolution des volumes de publicité



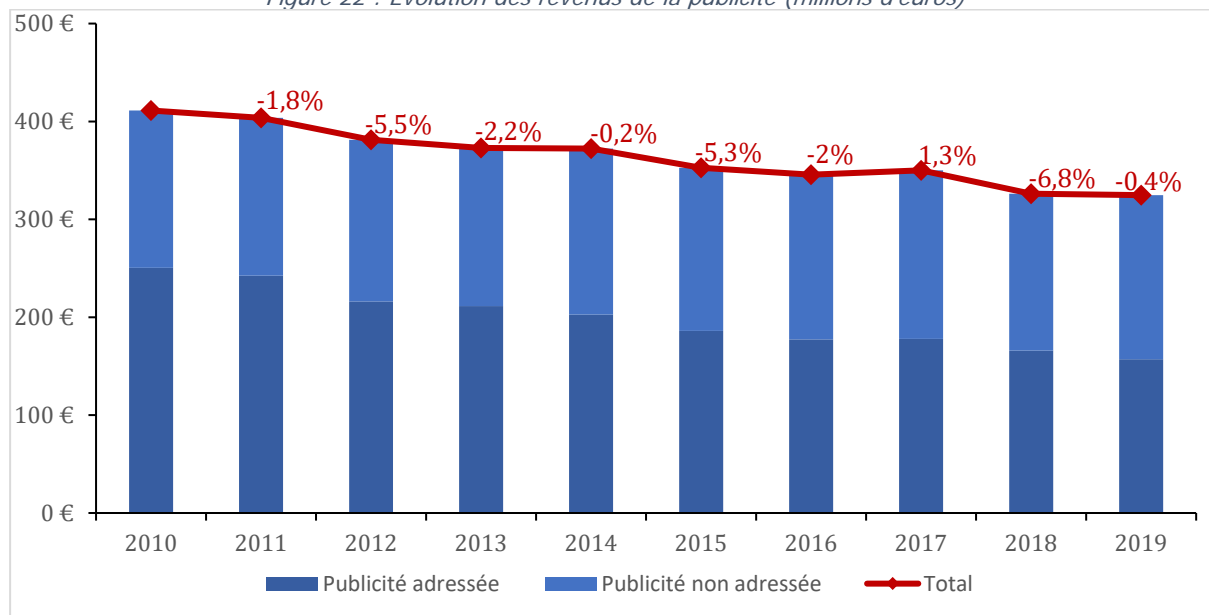
Source : IBPT

### 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 et de 0,4 % en 2019.

Cette baisse des revenus concerne seulement les envois adressés qui baissent de 5,3 % en 2019 contre -6,7 % en 2018, alors que les envois non adressés ont augmenté de 4,6 % en 2019 contre une baisse de 7 % en 2018.

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



Source : IBPT

### 3.2.4 Courrier international

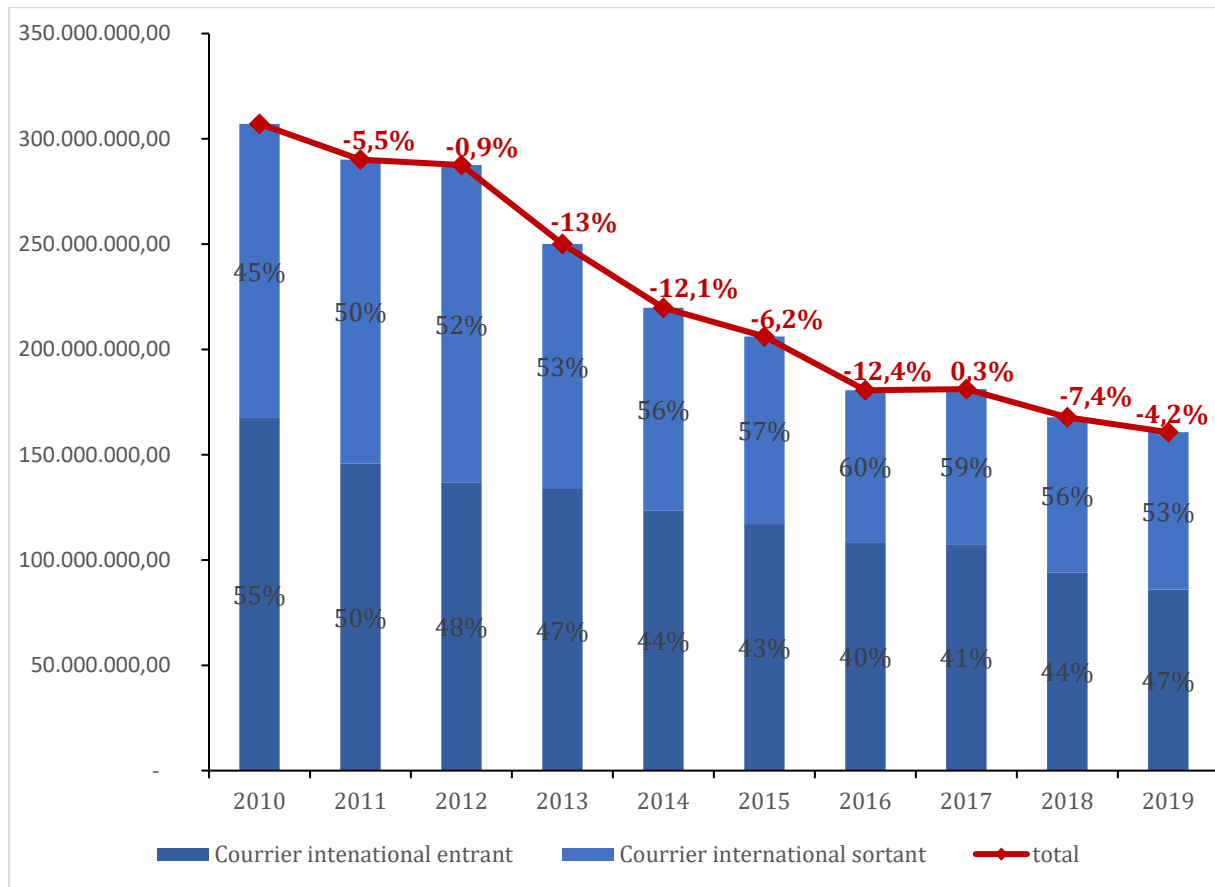
En plus des envois postaux transactionnels et des envois publicitaires adressés, la poste aux lettres est également composée d'une troisième et dernière catégorie de courrier, à savoir le courrier international.

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, +0,2 % en 2018 et +1,1 % en 2019. Parallèlement, la baisse du volume de courrier entrant s'est maintenue en 2019, -8,4 % contre -12,6 % en 2018. Néanmoins, le volume de courrier entrant reste supérieur (53 % du total) au volume de courrier sortant (47 %).

Figure 23 : Évolution des volumes de courrier international



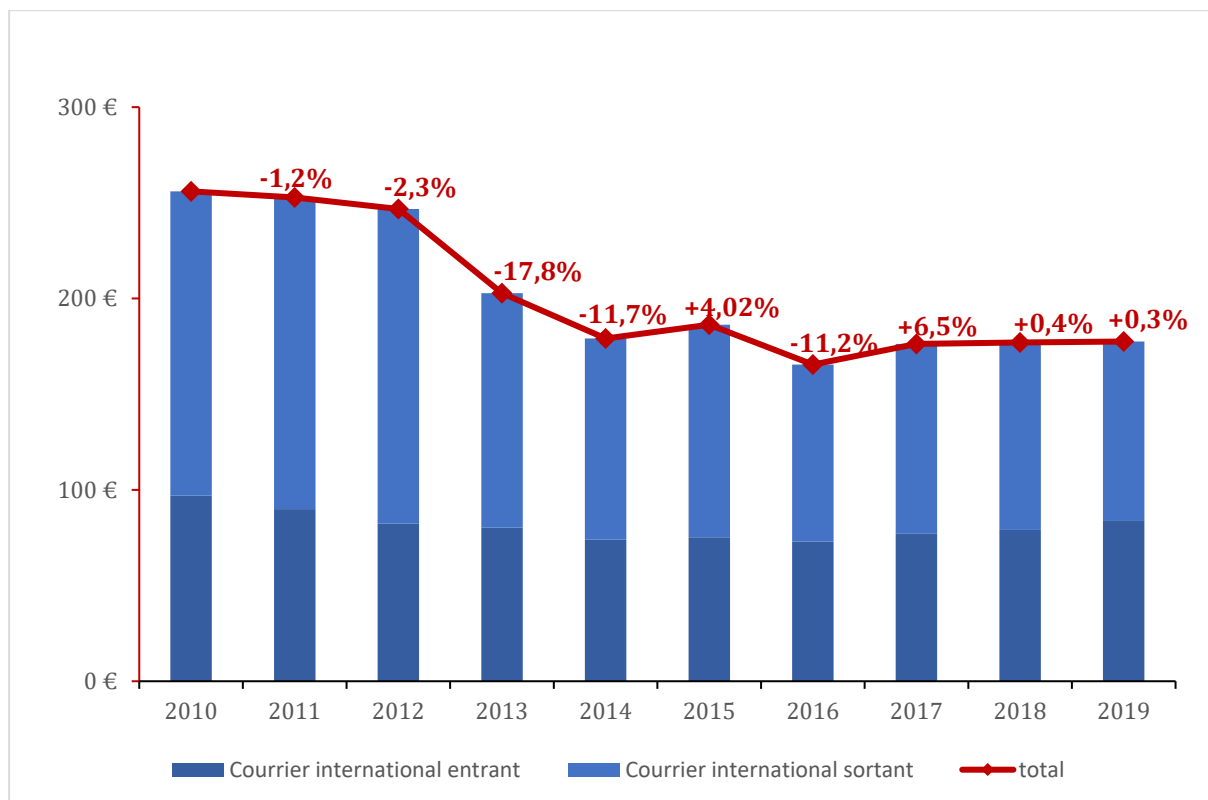
Source : IBPT

### 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 2019, seul le courrier international entrant voit ses revenus augmenter, +6 % en 2019 contre +2,5 % en 2018, et ce malgré l'importante chute des volumes observée en 2019 et 2018. Les revenus issus du courrier international sortant voient, eux, leur baisse s'accélérer en 2019, -4,3 % contre -1,2 % en 2018, et ce malgré l'augmentation des volumes observée sur ces années.

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

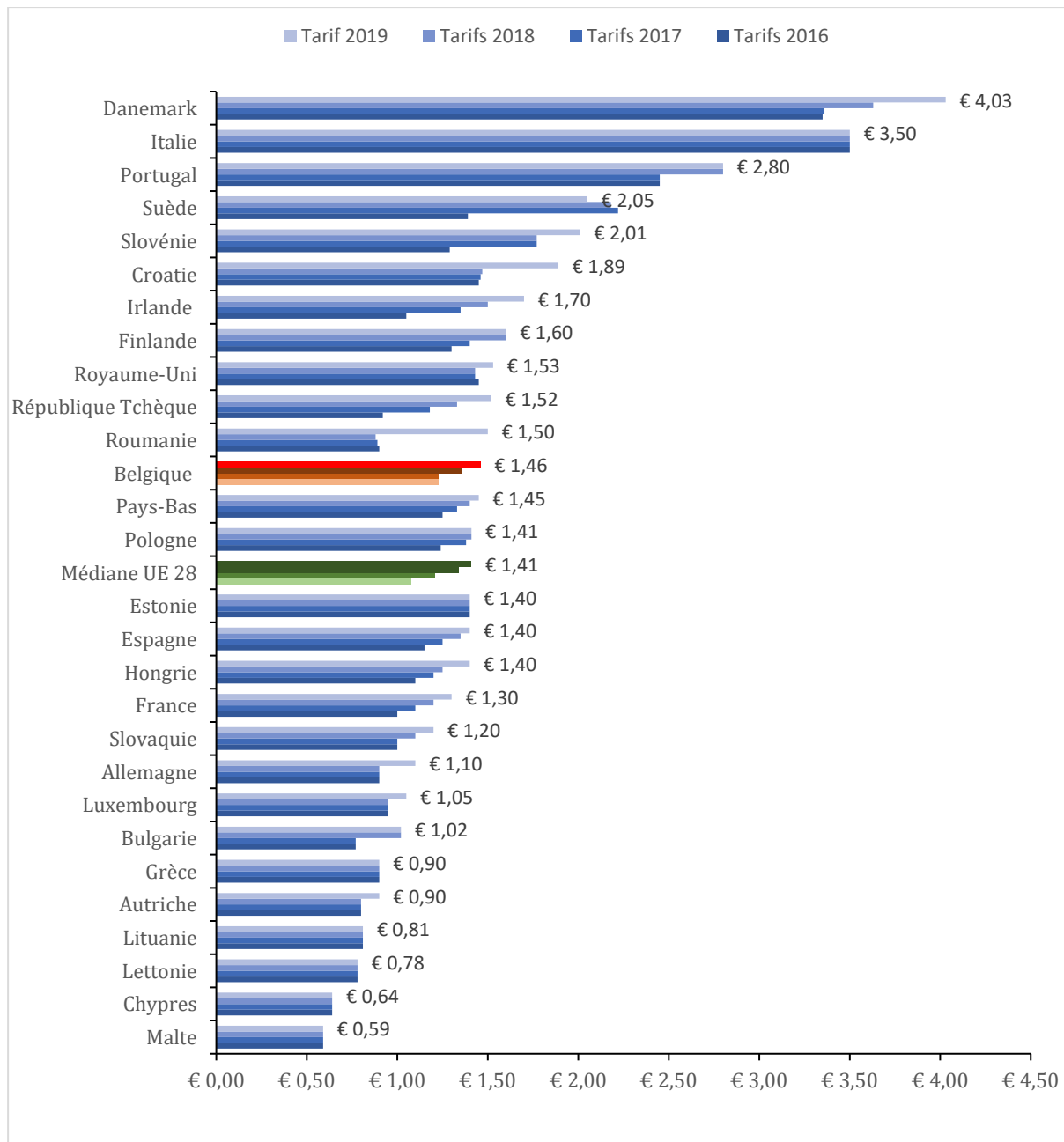


Source : IBPT

### 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 € 1,46 en 2019, se situe au-dessus de la médiane européenne (1,41 €). 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 € 4,03 en 2019. En comparaison, une lettre expédiée depuis Malte coûtait € 0,59 en 2019.

Figure 25 : Prix du service lettre standard intra-européen en Europe (en valeur nominale) (€) (Tarifs affichés de 2019)



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

### 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 et des envois express 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. Cette prépondérance du segment des colis et des envois express a continué de s'accroître en 2019.

Ce chapitre aborde la récente évolution de ce segment très dynamique des colis et des envois express.<sup>20</sup> Les services de colis et des envois express<sup>21</sup> sont pris en compte conjointement dans ces analyses.<sup>22</sup> La figure 27 ci-dessous montre toutefois qu'en termes de volume, les services réguliers de colis représentent une part de 83 %, contre 17 % pour les services express. En raison du taux plus élevé des services express, ces derniers représentent cependant près du double (32 %) en termes de chiffre d'affaires.

Les sous-segments très divers<sup>23</sup>, 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. D'après les informations que nous avons reçues des opérateurs à ce sujet, le marché résidentiel (C2X) devrait représenter 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 du « règlement transfrontière » 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.

---

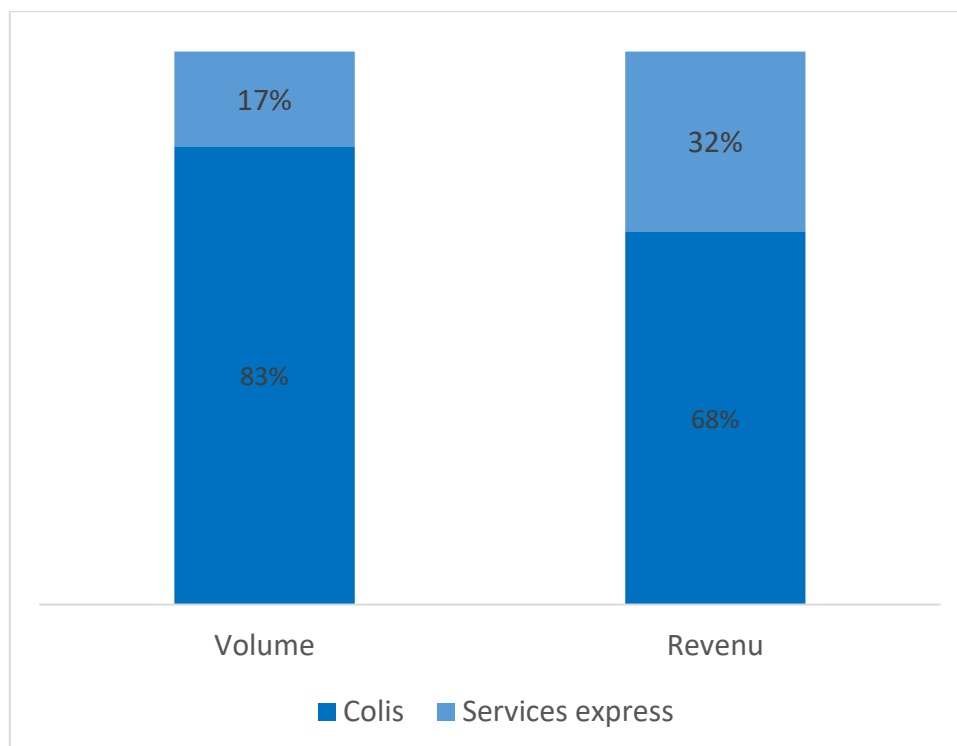
<sup>20</sup> L'on a demandé aux opérateurs de ne fournir des données que pour les colis allant jusqu'à 10 kilos, si possible (international entrant jusqu'à 20 kilos).

<sup>21</sup> 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.

<sup>22</sup> 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.

<sup>23</sup> 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.ibpt.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 (2019)



Source : IBPT

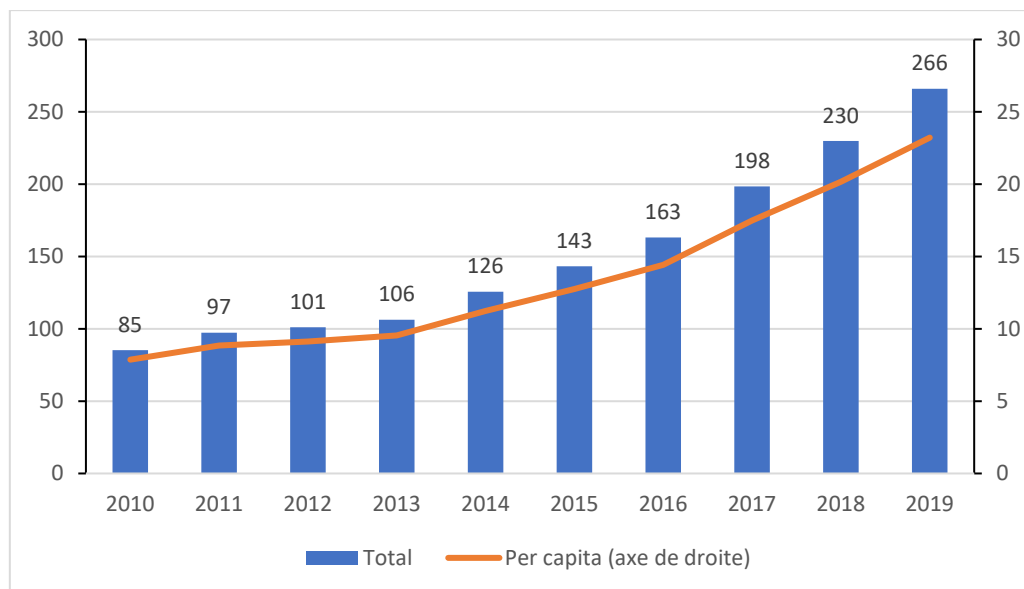
### 3.3.1 Volume

Le segment des colis et des services express<sup>24</sup> continue à se développer très fortement. Entre 2010 et 2019, l'on a observé une forte croissance du volume : +212 %. Durant toute cette période, le nombre de colis et de services express a donc plus que 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 266 millions en 2019. Par rapport à 2018, le volume a augmenté de 15,7 %. Ce pourcentage est toujours plus élevé que le taux de croissance annuel moyen (CAGR) de 13,47 % depuis 2010. Malgré le haut niveau de volumes atteints, 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 23,2 en 2019. Ce faisant, par habitant, un colis est envoyé ou un service express est utilisé tous les 16 jours. Malgré ces fortes hausses, la Belgique affiche des volumes par habitant élevés par rapport à la moyenne Européenne mais encore nettement en dessous des volumes par habitant observés en 2018 en Allemagne (40), au Royaume-Uni (38) et aux Pays-Bas (29).<sup>25</sup>

<sup>25</sup> ERGP Report on core indicators for monitoring the European postal market, 16 décembre 2019

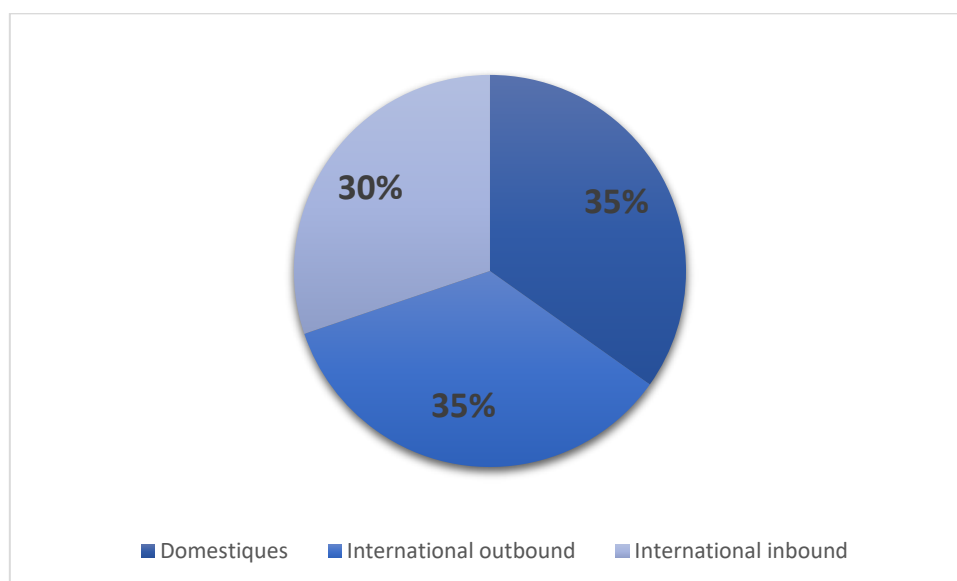
Figure 27 : Évolution du volume de services express et de colis au total (en millions d'unités) et par habitant (en unités) par année



Source : IBPT

La figure 28 nous indique que 35 % du nombre total de services express et de colis en 2019 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 30 % restants du nombre total d'envois provenaient de l'étranger et ont été distribués en Belgique (international inbound). En Belgique, il y a donc plus de colis et d'envois express sortants qu'entrants. Dans moins d'un cas sur cinq, l'envoi international est 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 2019



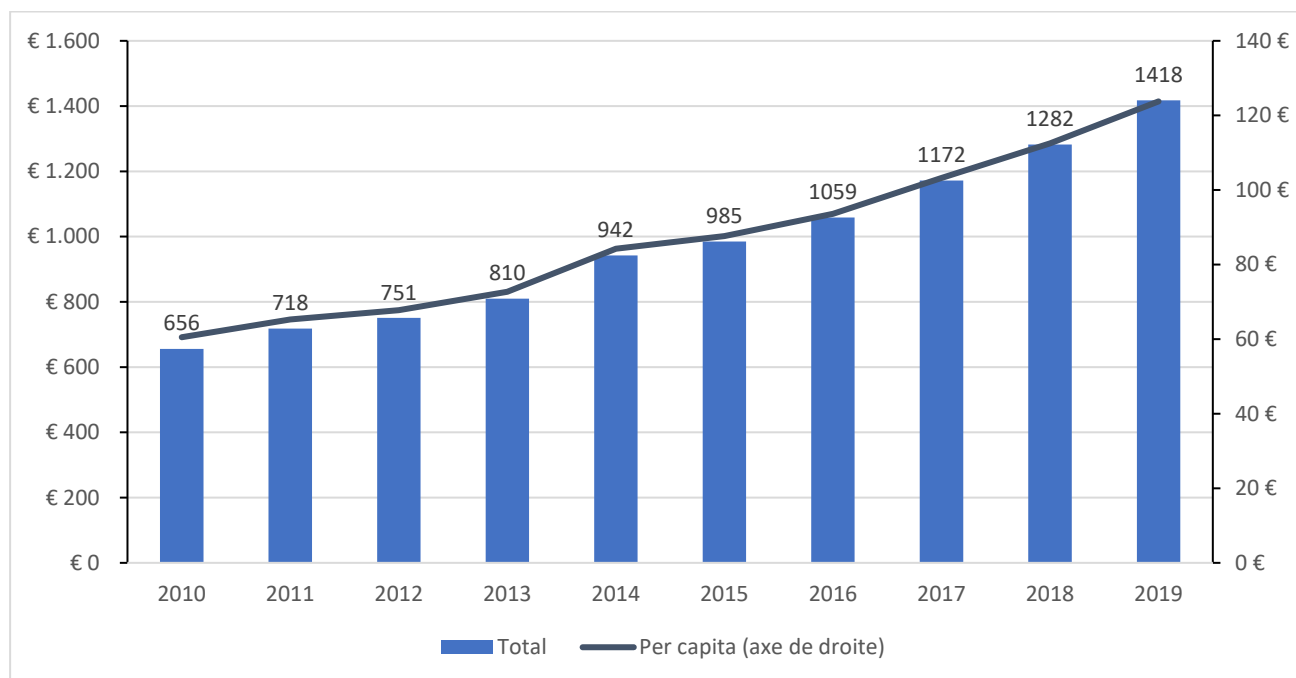
Source : IBPT

### 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 continue tout de même entre 2010 et 2019. Petit à petit, avec un taux de croissance annuel composé (CAGR) de 8,9 % par an, les revenus totaux sont passés de 656 millions d'euros à 1 418 millions d'euros. Entre 2018 et 2019, le chiffre d'affaires global réalisé dans le segment a encore connu une augmentation solide de 10,6 %, soit un peu plus que le taux de croissance annuel composé au cours de la période 2010-2019.

En 2019, les revenus issus du segment des colis et des envois express représentaient 123,76 euros en moyenne par habitant, soit près du double du niveau observé en 2010.

Figure 29 : 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

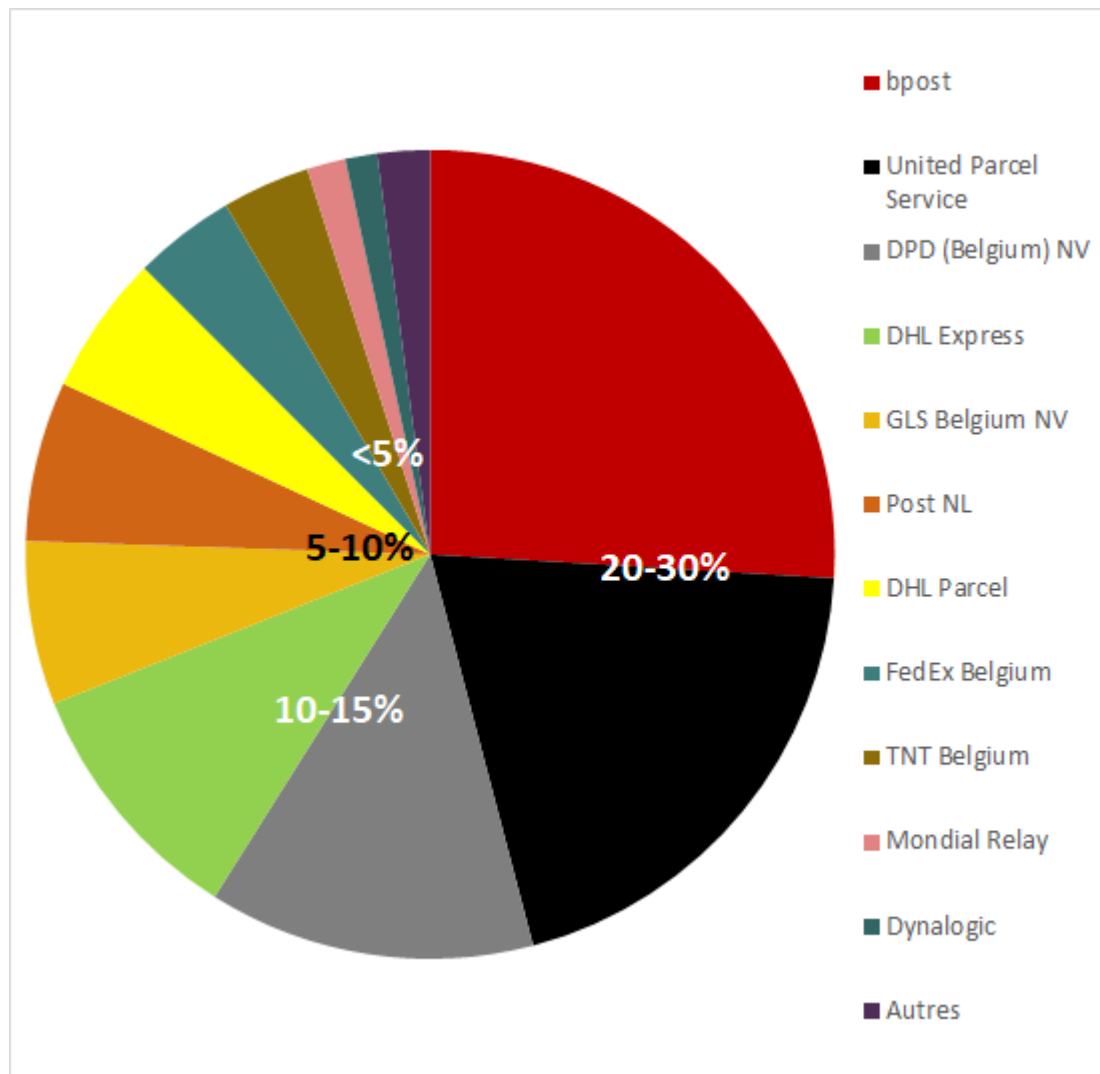


Source : IBPT

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 et DHL représentent ensemble environ 70 % 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.

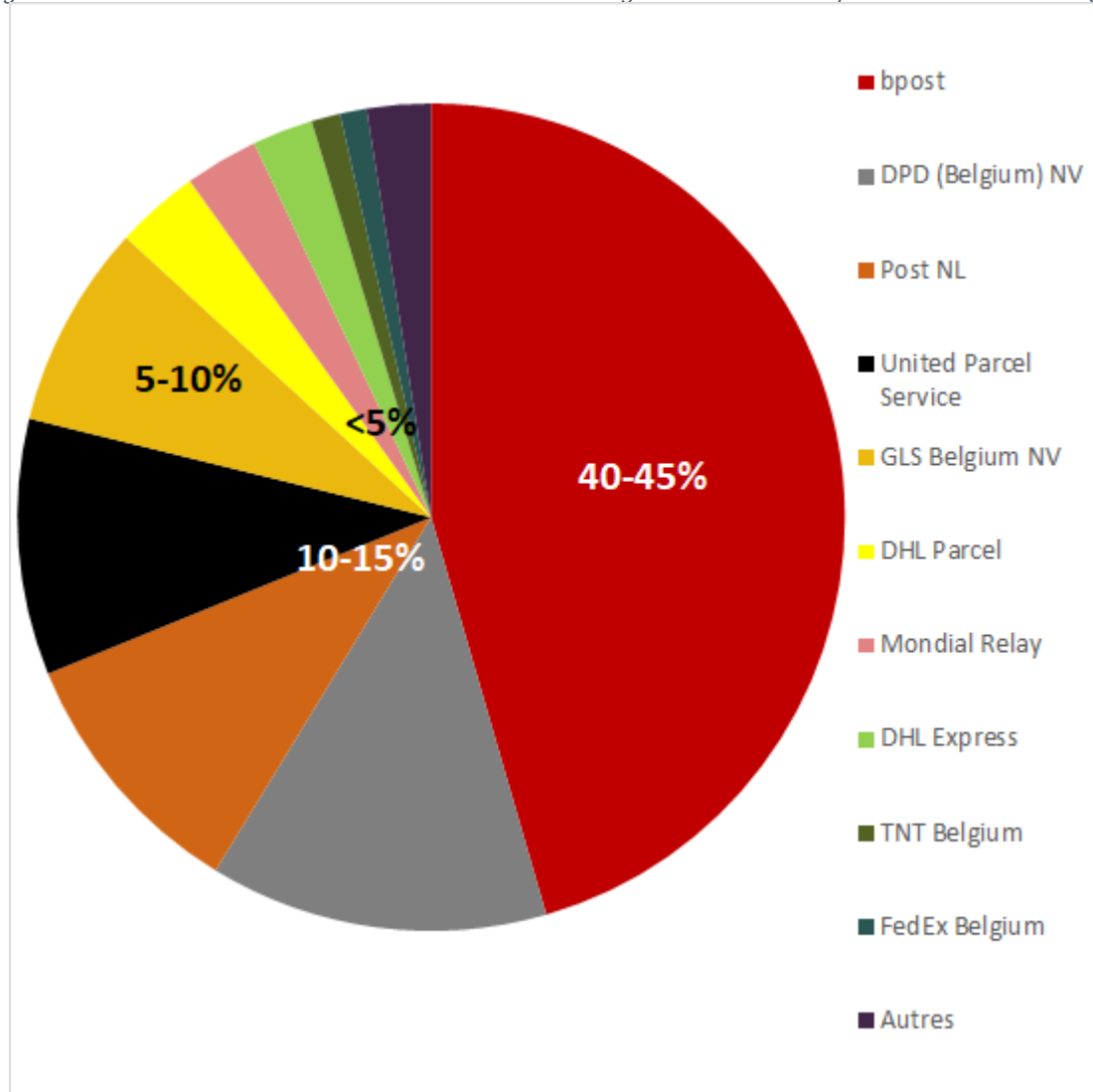
Figure 30: Part de marché sur la base du chiffre d'affaires dans le segment des envois express et des colis 2019 (%)



Source : IBPT

Lorsque l'on examine les parts de marché sur la base du volume, le résultat obtenu est très différent. Cette différence tient au fait que les envois express ont un prix supérieur, de sorte que ceux-ci génèrent pour un même niveau de volumes, des revenus supérieurs et donc des parts de marché supérieures en termes de chiffre d'affaires et de volume. En volume, nous voyons ainsi 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 45-50 %. En outre, PostNL, du point de vue du volume, devient le 3<sup>e</sup> 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 31 : Part de marché sur la base du volume dans le segment des envois express et des colis 2019 (%)



Source : IBPT

### 3.3.3 Prix implicite

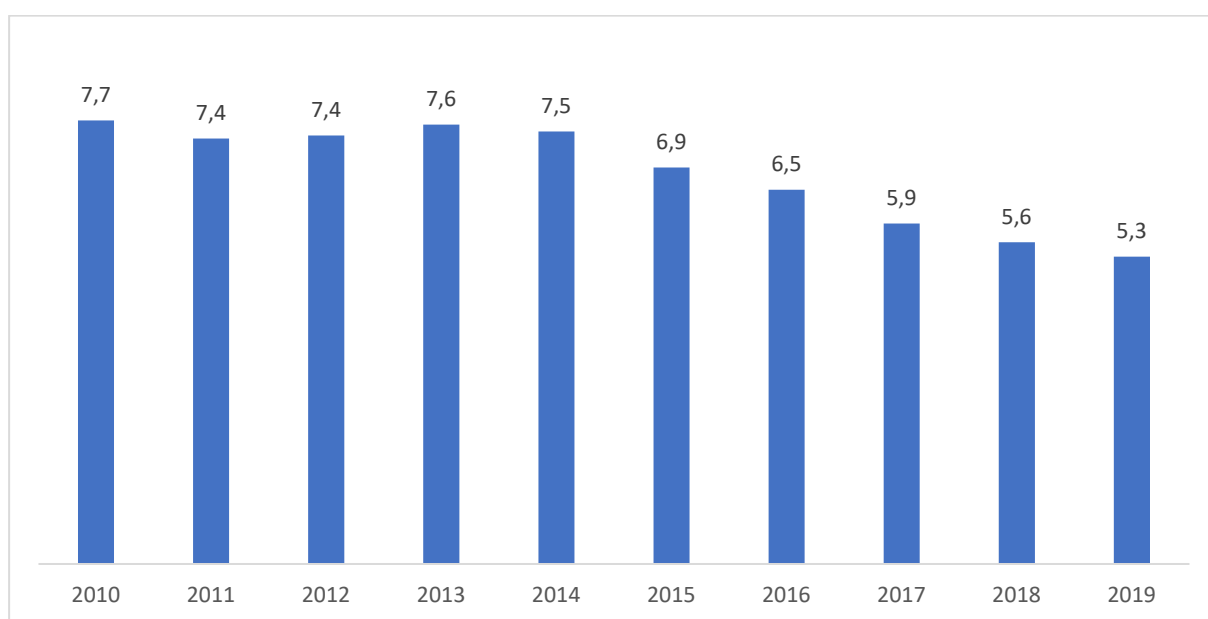
Lorsque l'on confronte le chiffre d'affaires et le volume, nous obtenons le prix implicite. Il s'agit du tarif moyen par unité dans le segment pour tous les opérateurs, destinations et formats confondus. Dans les paragraphes précédents, nous avons déjà constaté que le volume du segment des colis et des envois express avait augmenté plus fortement que le chiffre d'affaires faisant dès lors baisser le prix implicite. Cette baisse du prix implicite peut s'expliquer par plusieurs aspects :

- la croissance plus forte des volumes de colis standard par rapport aux volumes d'envois express au prix plus élevés ;
- la croissance des volumes est essentiellement tirée par les plus gros acteurs de l'e-commerce qui bénéficient de prix plus faibles ;
- La croissance étant tirée par l'e-commerce, le segment C2X, aux prix plus élevés, augmente moins que le segment B2X ;

- Une concurrence forte dans un secteur en croissance où les économies d'échelles sont importantes incite les opérateurs à se préoccuper davantage de leurs parts de marchés que de la rentabilité immédiate ;
- Des formats qui tendraient à être plus petits.

Ces tarifs implicites diffèrent sensiblement des tarifs obtenus dans le cadre de l'analyse Cross-border<sup>26</sup>, ou il s'agissait d'une partie très limitée du marché, à savoir les tarifs de détail (C2X), et l'accent était plus clairement mis sur les tarifs internationaux.

Figure 32 : Prix implicites dans le segment des envois express et des colis 2010-2019 (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 euros<sup>27</sup> en 2019, soit une hausse de 17,5 %. La moyenne européenne pour un colis domestique de 2 kg s'élevait en 2019 à 6,17 euros.<sup>28</sup>

Le prix d'un envoi vers un pays voisin a augmenté davantage, de 26,2 %, passant de 13 euros (2010) à 16,4 euros (2019). Le prix est resté identique depuis 2014. En 2019, le prix moyen européen pour un

<sup>26</sup> <https://www.ibpt.be/operators/publication/communication-concernant-levaluation-des-tarifs-de-bpost-retenus-dans-le-cadre-du-reglement-europeen-relatif-aux-services-de-livraison-transfrontiere-de-colis>

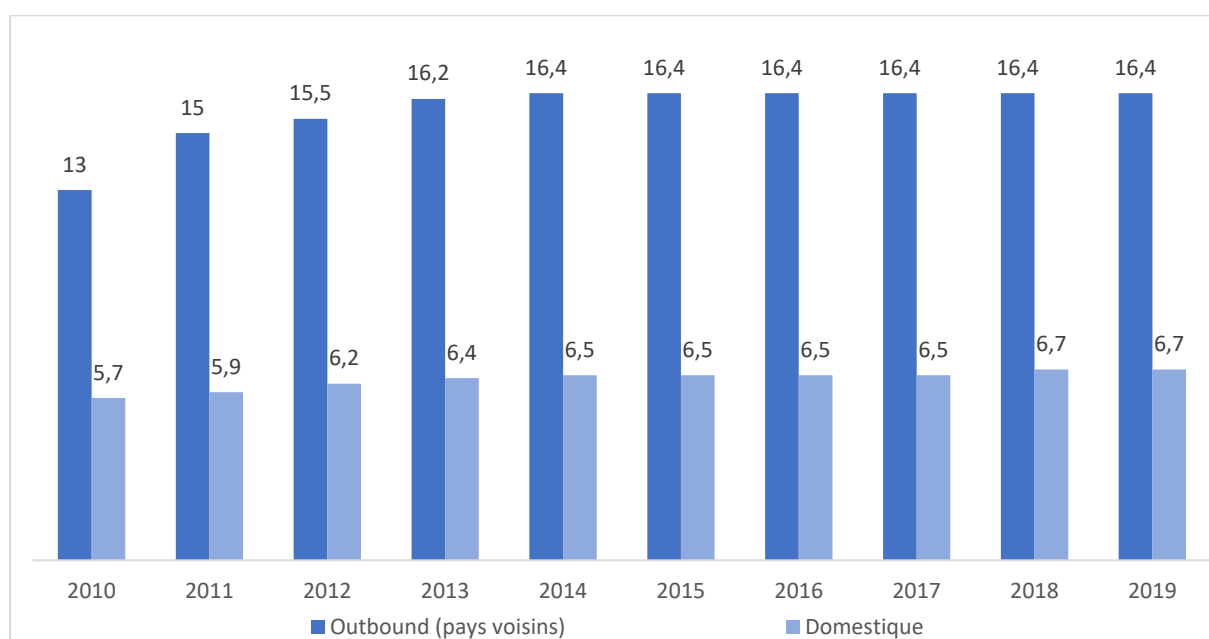
<sup>27</sup> Si l'étiquette d'envoi est créée et payée en ligne, et ensuite imprimée par l'utilisateur, le tarif est ramené en 2018 à 5,5 euros.

<sup>28</sup> ERGP Report on core indicators for monitoring the European postal market, 29 novembre 2018

envoi de 2 kg vers un pays voisin était de 18,7 euros. De gros écarts sont néanmoins observés entre pays européens, pour le Danemark l'on observait ainsi un prix de 38,2 euros contre 9,8 euros pour les Pays-Bas par exemple.

Les tarifs des colis transfrontières faisant partie du SU font l'objet d'un règlement de la Commission européenne.<sup>29</sup> 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.

Figure 33 : 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<sup>e</sup> contrat de gestion conclu entre bpost et l'État belge. Depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2016 et encore jusqu'au 31 décembre 2020<sup>30</sup>, ce service est devenu un service distinct de dernier recours ne relevant pas du (6<sup>e</sup>) contrat de gestion. Ce SIEG, auquel les éditeurs peuvent faire appel s'ils le souhaitent, est actuellement exécuté par bpost et se compose de :

<sup>29</sup> 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](https://ec.europa.eu/growth/sectors/postal-services/parcel-delivery/public-tariffs-cross-border_en)

<sup>30</sup> 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.

- 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.<sup>31</sup>

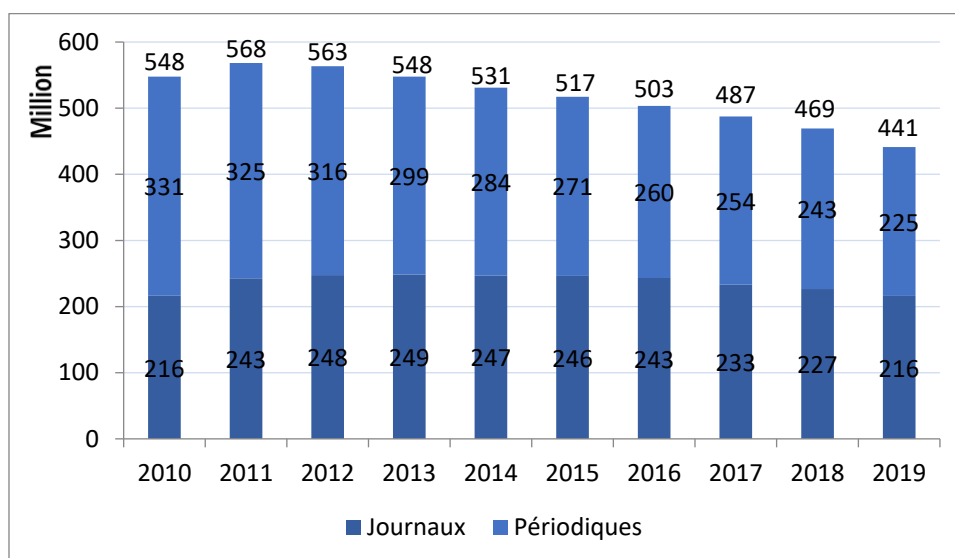
### 3.4.1 Volume

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 2018 et 2019, le volume global a baissé de 6 %, une chute de nouveau plus importante que celle de l'année précédente. La quantité de presse distribuée par rapport à 2011 a entre-temps baissé de 22,4 %.

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 -7,3 % pour un total de 225 millions d'unités distribuées en 2019. Le volume de journaux distribués n'a stagné que plus tard et a connu une chute limitée depuis 2013, -4,6 % en 2019. Ainsi, 216 millions de journaux sont encore distribués.

Les périodiques représentent 51 % de la presse distribuée, le reste se compose de journaux (49 %).

Figure 34 : Évolution des volumes dans le segment de la distribution de la presse aux abonnés (en millions d'unités)



Source : IBPT

<sup>31</sup> Asendia Belgium a mis fin à ses activités le 1<sup>er</sup> 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.

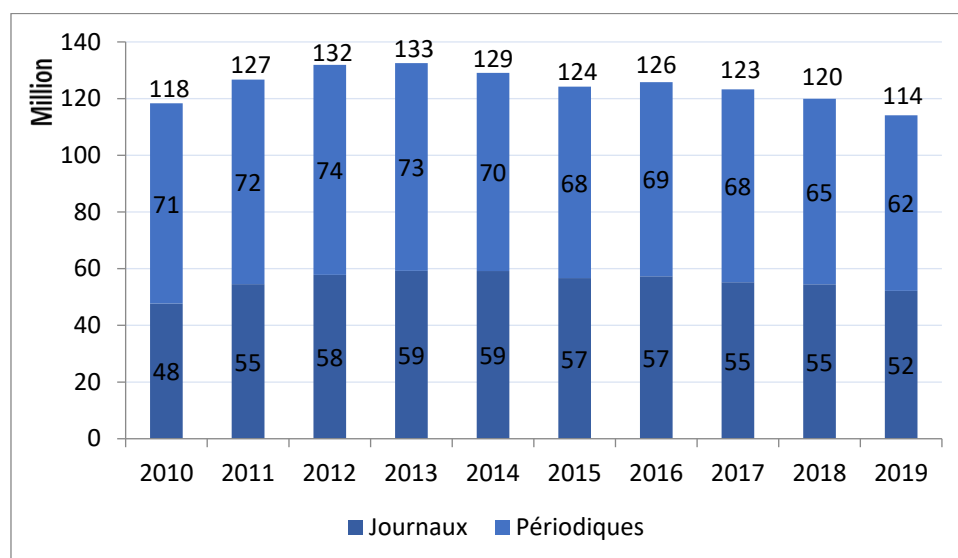
### 3.4.2 Revenus

Du côté des revenus, l'on constate que la tendance à la baisse n'a débuté qu'en 2014. En 2019, les revenus ont à nouveau diminué, et pour la première fois de plus de 4 %, à savoir -4,8 % par rapport à 2018. Néanmoins, la diminution des revenus atteint déjà -13,9 % par rapport à 2013. En 2019, la baisse enregistrée au niveau des périodiques (-5,3 %) est plus forte que celle des journaux (-4,3 %) pour la deuxième année consécutive.

54,3 % des revenus sont attribuables à la distribution de périodiques, et 45,7 % 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 considérés.<sup>32</sup>

Figure 35 : 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'AMP<sup>33</sup> a été repris par bpost. AMP ne distribuait 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

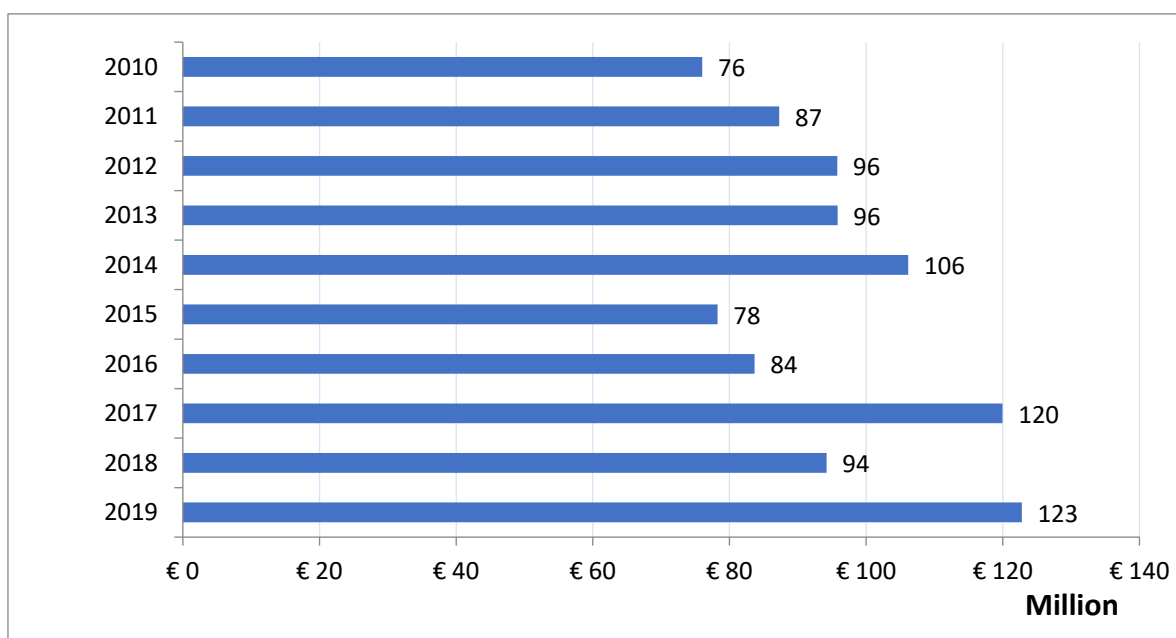
<sup>32</sup> D'après le budget fédéral, crédits initiaux 2019, le paiement estimé concernant la concession relative à la distribution des journaux et des périodiques s'élevait à 170,294 millions d'euros en 2019.

<sup>33</sup> 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 <https://www.abc-bma.be/fr/decisions/16-cc-32-bpost-amp-ls-distribution>

## 4.1 Investissements dans le secteur postal

En 2019, 123 millions d'euros ont été investis<sup>34</sup> au total dans le secteur postal par les opérateurs de notre échantillon. Il s'agit d'une hausse de 30,3 % par rapport à 2018, lorsque les investissements s'élevaient à 94 millions d'euros. Les investissements en 2019 sont même supérieurs de 3 millions d'euros par rapport au pic précédent de 120 millions en 2017. Par rapport à 2010, le niveau des investissements en 2019 s'est accru de 61,5 %. Cette forte croissance des investissements est liée à l'essor du segment des colis et des envois express pour lequel les opérateurs sont en train d'étendre leurs capacités, notamment concernant le tri et la distribution des colis.<sup>35</sup>

Figure 36 : Investissements dans le secteur postal (millions EUR)



Source : IBPT

Les investissements réalisés dans le secteur postal s'élevaient en 2019 à 4,6% du chiffre d'affaires réalisé. Un niveau plus faible que celui de l'année record de 2017 (4,8 %), mais qui demeure plus élevé que toutes les autres années de la période considérée.

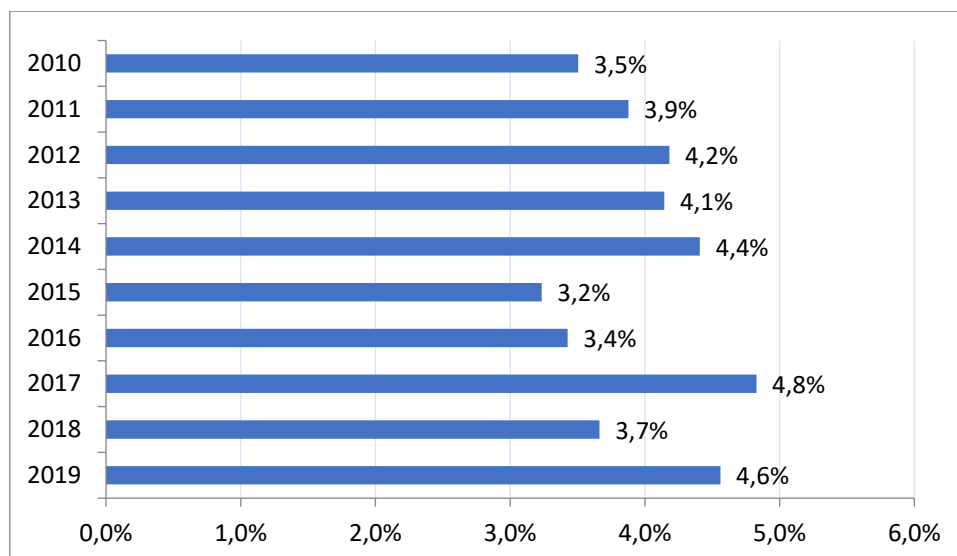
<sup>34</sup> Il s'agit ici d'investissements d'extension en Belgique. La série chronologique a également été revue car, par le passé, l'on a également communiqué des investissements à l'étranger.

<sup>35</sup> Quelques exemples :

13 juillet 2018 : <https://transportmedia.be/2018/07/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>

Figure 37 : Investissements par rapport au chiffre d'affaires dans le secteur postal (%)



Source : IBPT

## 4.2 Emploi dans le secteur postal

En 2019, le secteur postal a généré un emploi direct, avec des salariés propres, pour 31 701 personnes au 30 juin<sup>36</sup> de cette année. Dans les deux dernières éditions de l'observatoire, nous avons déjà constaté que la baisse constante de l'emploi depuis le début de notre série chronologique en 2000 était inversée. En 2019, nous observons à nouveau une légère hausse (+1,4 %) par rapport au nombre de salariés de l'année précédente. Pour la première fois, nous constatons même une augmentation de plus de 1 %. 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 2019 était toujours inférieur de presque 1/6 (-16,3 %) au nombre de salariés en 2010. Par rapport à 2000, le nombre d'employés a même diminué de près de 40 % (-36,2 %).

Envisagée en équivalents temps plein<sup>37</sup> (ETP), la reprise apparaît un peu plus faible (+0,4 %), ce qui donne un total de 26 792 équivalents temps plein en 2019. Ici aussi, il s'agit d'un niveau nettement inférieur, de 1/5 (-19,2 %) par rapport à 2010 et même de plus de 40 % (-41,7 %) par rapport à 2000. En 2019, sept collaborateurs sur dix dans le secteur postal travaillent à temps plein.

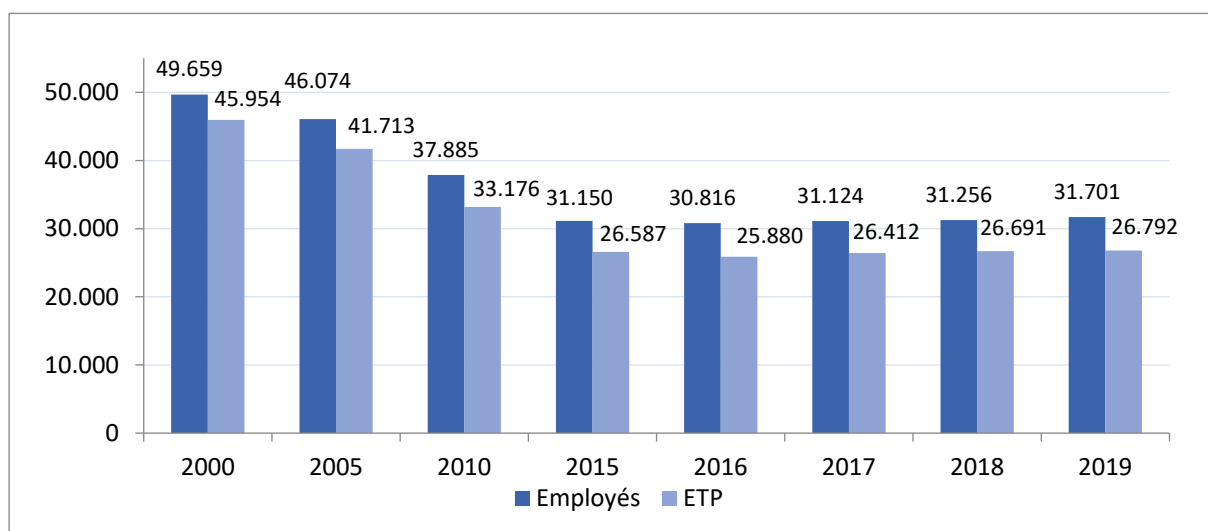
Dans le secteur postal, bpost est toujours le plus grand employeur, mais un travailleur sur cinq est désormais employé par un opérateur alternatif.

<sup>36</sup> 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.

<sup>37</sup> 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.

Outre ses propres travailleurs, le secteur postal emploie également un grand nombre de travailleurs temporaires et d'indépendants en sous-traitance. Ainsi, sur la base de notre enquête, le nombre de travailleurs temporaires s'élevait au 30 juin 2019 à un total d'environ 4 200 personnes, soit environ 1/3 de plus qu'une année auparavant. Concernant les travailleurs indépendants en sous-traitance, le nombre total s'élevait à environ 6 150 personnes, soit une augmentation de près de 1/10. Le secteur postal génère donc davantage d'emploi via des travailleurs temporaires et indépendants en sous-traitance, que via l'emploi salarié.

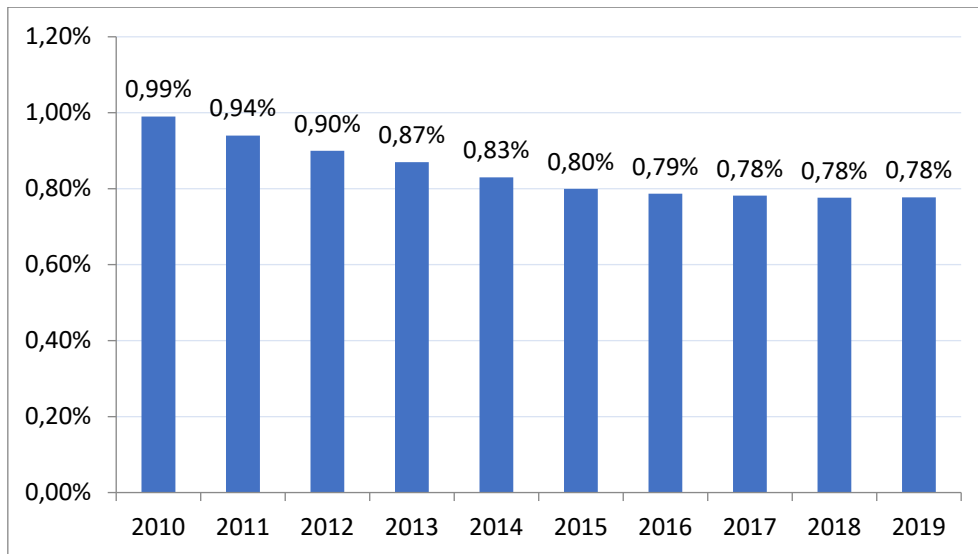
Figure 38 : Emploi salarié dans le secteur postal (N, ETP)



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 2019, 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.

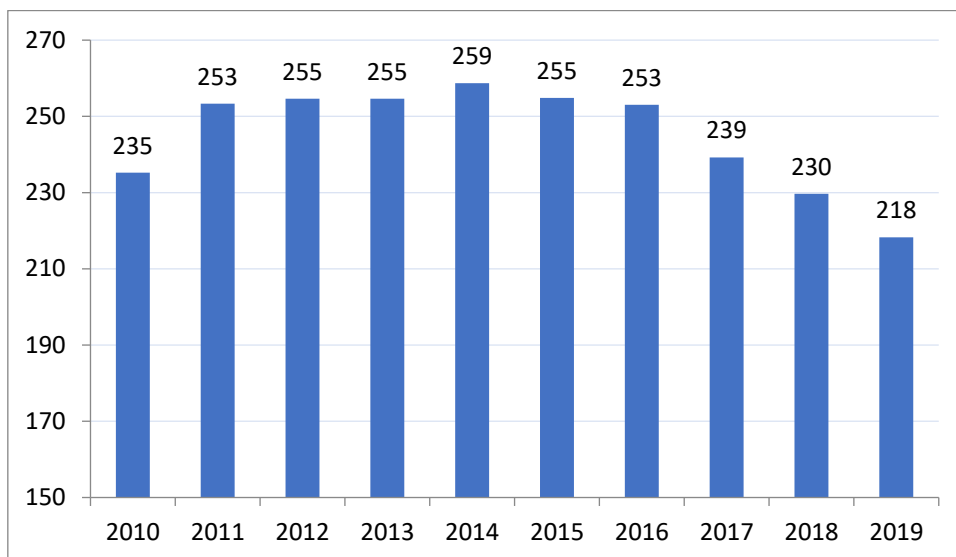
Figure 39 : Part du secteur postal dans l'emploi total (%)



Source : ONSS<sup>38</sup>

Le nombre d'articles postaux par équivalent temps plein dans le secteur postal est à la baisse depuis 2015 du fait de la baisse des volumes dans la poste aux lettres et de l'augmentation de la part des colis dont le traitement, surtout la livraison, nécessite davantage de manutention par unité livrée. Ainsi, en 2019, 218 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 41 articles par jour en moins par rapport à 2014.

Figure 40 : Nombre moyen d'articles postaux par jour calendrier par ETP dans le secteur postal (N)



Source : ONSS et IBPT

<sup>38</sup> Les données ONSS décentralisées concernant l'emploi total sont globales et comportent ici également des données provenant de l'(ancien) ONSSAPL et du CSPM. L'emploi total est analysé en termes de postes de travail.

## 5. Accès aux services postaux

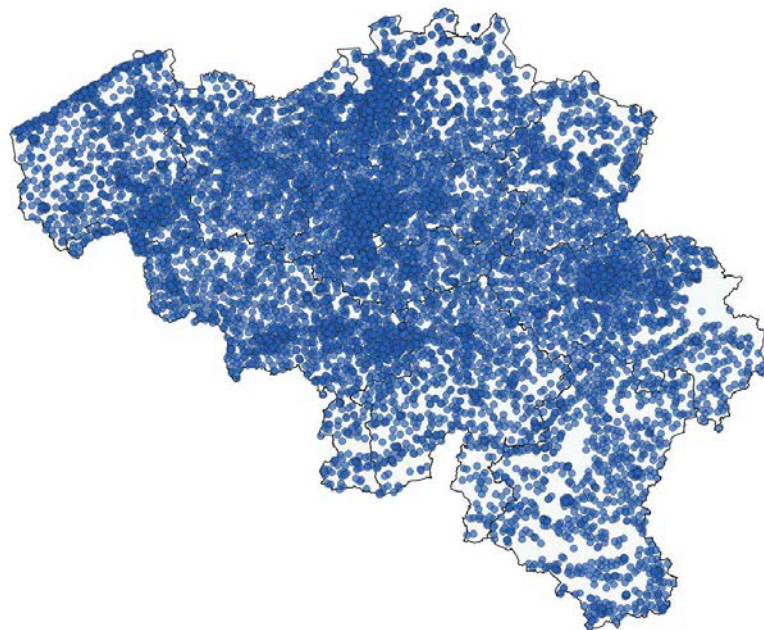
Outre une bonne trentaine de centres de tri et environ dix fois plus de centres de distribution, les opérateurs postaux disposent aussi en Belgique d'un large réseau de points d'accès pour les utilisateurs. Dans un premier temps, nous présentons un aperçu sectoriel de ces points d'accès, avant de nous 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 ont été mises jusqu'il y a peu à la disposition des utilisateurs par le prestataire du service universel, bpost, et par le titulaire de licence TBC-Post. Toutefois, TBC-Post a arrêté ses activités fin 2019<sup>39</sup>, de sorte que notre instantané du 31 décembre 2019 ne montre que les boîtes rouges<sup>40</sup> de bpost. Étant donné que bpost a également fortement diminué le nombre de boîtes aux lettres rouges (voir également la section 5.2.1), notre pays ne comptait encore fin 2019 qu'environ 10 005 boîtes aux lettres pour l'expédition. Une année auparavant, ce nombre s'élevait encore à 12 597 boîtes au total, boîtes de bpost et TBC-Post comprises. Fin 2019, l'on compte encore en moyenne une boîte aux lettres pour 3 km<sup>2</sup> ou pour 1 141 habitants.

*Figure 41 : Densité du réseau de boîtes aux lettres (de bpost) pour l'envoi (2019)*



*Source : IBPT*

<sup>39</sup> L'Echo, 14 décembre 2019 : « TBC Post, le seul rival de bpost dans l'activité de courrier, dépose le bilan ».

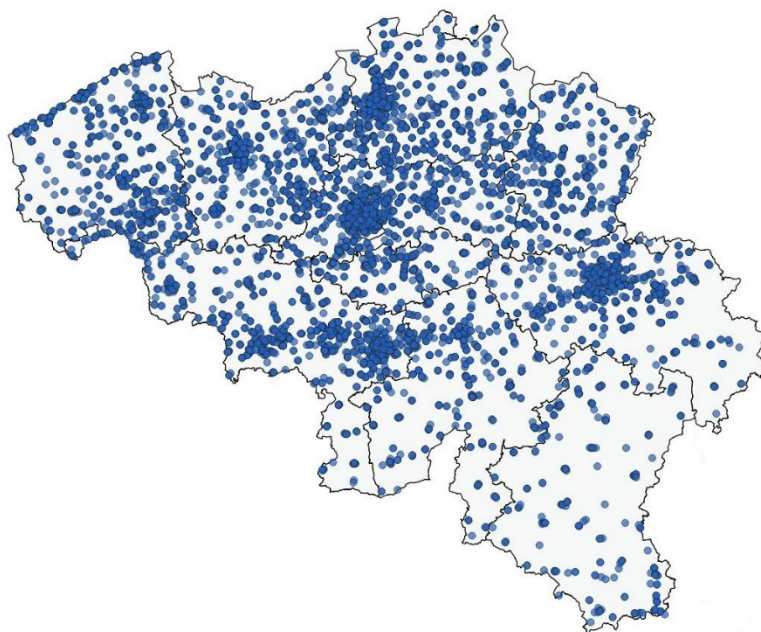
<sup>40</sup> Depuis fin 2016, bpost a lancé le déploiement de nouvelles boîtes aux lettres mieux protégées, qui sont blanches avec un logo rouge :

<https://www.tijd.be/ondernemen/diensten/bpost-zet-slot-op-2-500-rode-postbussen/9823665.html>

### 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 2019, tous les opérateurs avaient ensemble 7 774 points pourvus en personnel, soit 40 unités de moins qu'une année auparavant. Le fait que TBC-Post ait mis un terme à ces activités a inversé la poursuite de l'augmentation du nombre de points pourvus en personnel. Cela représente au total en moyenne un point pourvu en personnel pour 4 km<sup>2</sup> ou pour 1 486 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 par exemple son réseau de points pourvus en personnel à DHL Parcel également.<sup>41</sup>

Figure 42 : Densité du réseau de points pourvus en personnel (2019)



Source : IBPT

### 5.1.3 Distributeurs automatiques de colis

Les distributeurs automatiques de colis sont une tendance apparue ces dernières années.<sup>42</sup> 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.

<sup>41</sup> Auparavant, Kariboo! faisait de même pour PostNL. Toutefois, PostNL déploie depuis fin 2019 son propre réseau qui compte déjà aujourd'hui 350 points (le 26/09/2019) : [https://www.standaard.be/cnt/dmf20190926\\_04629899](https://www.standaard.be/cnt/dmf20190926_04629899)

<sup>42</sup> Deutsche Post DHL Group a commencé en 2001 avec un projet test, « Packstations ».

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 colis.<sup>43</sup> Deux années plus tard, bpost a pris une participation majoritaire dans De Buren, un réseau néerlandais de distributeurs automatiques de colis. Ensuite, les distributeurs automatiques belges de bpost ont été rebaptisés « Cubee », tout comme ceux à l'étranger. Cubee est en outre devenu un réseau ouvert, pouvant être utilisé par d'autres opérateurs, comme GLS et DHL Parcel. L'objectif de bpost était de rapidement étendre le réseau belge à 450 casiers à colis d'ici fin 2018.<sup>44</sup> Fin 2019, il comptait 186 endroits pourvus de distributeurs. Ceux-ci ne portent entre-temps plus le nom de Cubee, mais simplement de « distributeurs de colis bpost ».

Outre bpost, DHL Express disposait également de distributeurs automatiques de colis, mais uniquement pour l'envoi de colis. Toutefois, ceux-ci ont été mis hors service fin 2019. En outre, sans qu'elles n'entrent en considération pour le présent observatoire, il existe aussi des initiatives indépendantes de tout opérateur comme BringMe<sup>45</sup>, Facility Lockers<sup>46</sup> et ParcelHome<sup>47</sup>, qui permettent de faire livrer un colis dans un distributeur automatique de colis à domicile ou au travail<sup>48</sup>.

Fin 2019, le nombre total de distributeurs automatiques de colis en Belgique s'élevait ainsi à 186 unités, soit 6 de plus qu'une année auparavant. En moyenne, cela revient au total à un distributeur automatique de colis tous les 164 km<sup>2</sup> ou pour 61 361 habitants. La figure 44 montre que ces distributeurs automatiques de colis se trouvent principalement dans les centres-villes et les zones plus densément peuplées.

---

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

<sup>44</sup> Communiqué de presse (4 octobre 2017) : [https://corporate.bpost.be/media/press-releases/2017/04-10-2017?sc\\_lang=fr-FR](https://corporate.bpost.be/media/press-releases/2017/04-10-2017?sc_lang=fr-FR)

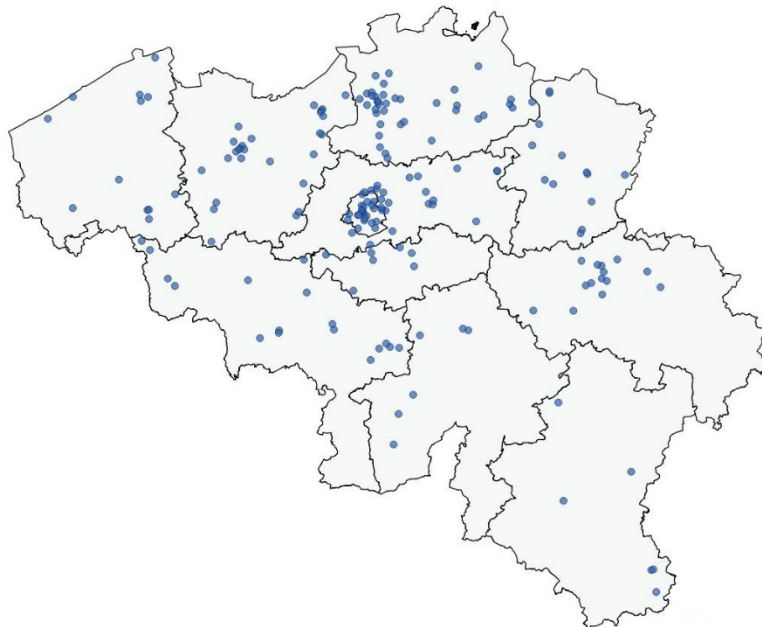
<sup>45</sup> <https://www.bringme.com>

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

<sup>47</sup> <https://www.parcelhome.com>

<sup>48</sup> Les boîtes à colis constituent une autre tendance, et peuvent être éventuellement combinées à une boîte aux lettres. Elles sont notamment proposées par Renson sous l'appellation e-Safe. <https://www.renson-outdoor.be/fr-be/elements-de-jardin-aperçu/boite-a-colis>

Figure 43 : Densité du réseau de distributeurs automatiques de colis (bpost) (2019)



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.

La principale différence entre les bureaux de poste et les magasins postaux<sup>49</sup> 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<sup>e</sup> contrat de gestion<sup>50</sup> posent des exigences concernant le réseau du prestataire du service universel. L'article 16, § 1<sup>er</sup>, 1<sup>o</sup>, de la loi du 26 janvier 2018 relative aux services postaux prévoit que toutes les communes du Royaume, y compris les communes fusionnées qui constituaient une entité administrative distincte au 31 décembre 1971, sont pourvues d'un point d'accès, au moins, pour le dépôt des envois postaux. Le 6<sup>e</sup> 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

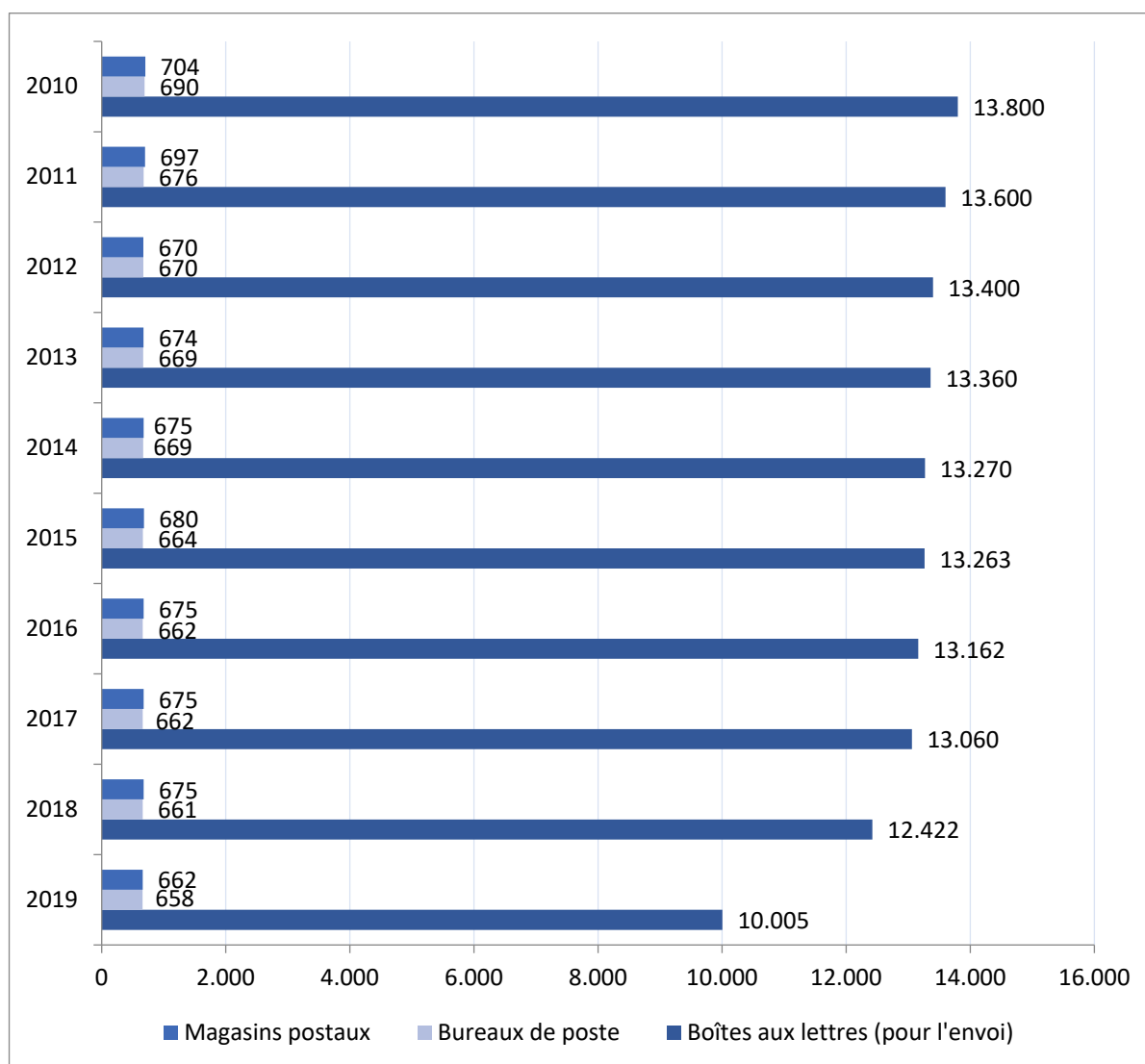
<sup>49</sup> bpost utilise la dénomination « Points Poste » pour désigner ses magasins postaux.

<sup>50</sup> Il s'agit d'un service d'intérêt économique général, inclus dans le 6e contrat de gestion, et pour lequel bpost reçoit une indemnité annuelle. D'après le budget fédéral, crédits initiaux 2019, le paiement estimé concernant le 6<sup>e</sup> contrat de gestion s'élevait au total à 100,181 millions d'euros en 2019.

doit garantir la présence d'au minimum 650 bureaux de poste et au moins un dans chacune des 589 communes.<sup>51</sup>

En 2019, 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 marquée (-26,4 %).<sup>52</sup>

Figure 44 : Nombre de points d'accès dans le cadre de la prestation du service universel<sup>53</sup>



Source : IBPT

## 5.2.2 Points de service postal

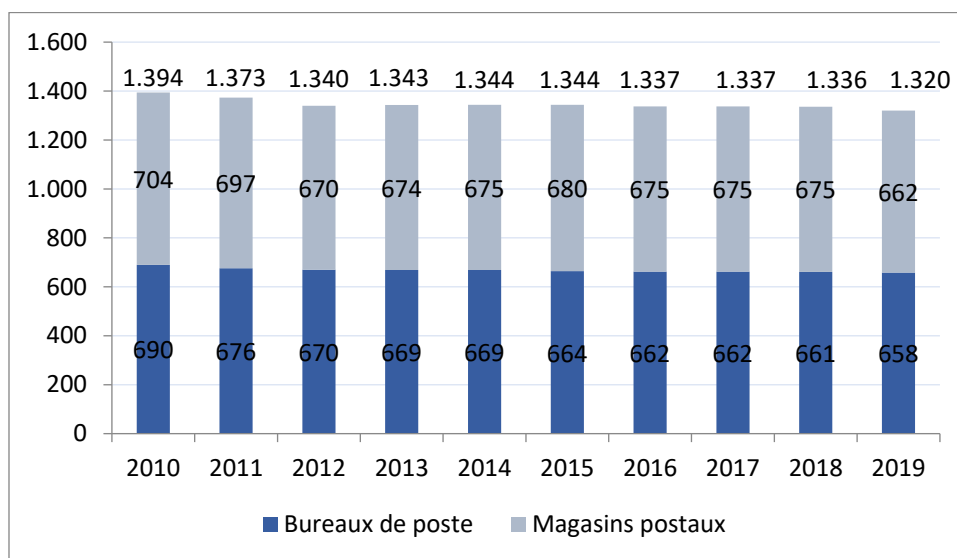
<sup>51</sup> Le 1<sup>er</sup> janvier 2019, 15 communes flamandes ont fusionné en 7 nouvelles communes, faisant qu'il reste 581 communes.

<sup>52</sup> 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-straatbeeld](https://www.gva.be/cnt/dmf20190122_04122825/bpost-haalt-3-000-rode-postbussen-uit-het-straatbeeld)

<sup>53</sup> Il s'agit ici uniquement des points d'accès du prestataire du service universel.

En 2019, le prestataire du service universel postal (PSUP) a délivré des services postaux par le biais de 1 320 points de service (bureaux de poste ou magasins postaux) répartis sur l'ensemble du territoire belge. Il s'agit de 16 points de moins par rapport à 2018, ou plus précisément 13 bureaux de poste et 3 points poste en moins. Par rapport à 2010, il est toutefois question d'un net recul de 74 points de service, dont 32 bureaux de poste et 42 magasins postaux. Mais avec 1 320 points de service postal et, plus spécifiquement, 658 bureaux de poste, bpost dépasse toujours les exigences précitées.

Figure 45 : Nombre de points de service postal (PSUP uniquement)

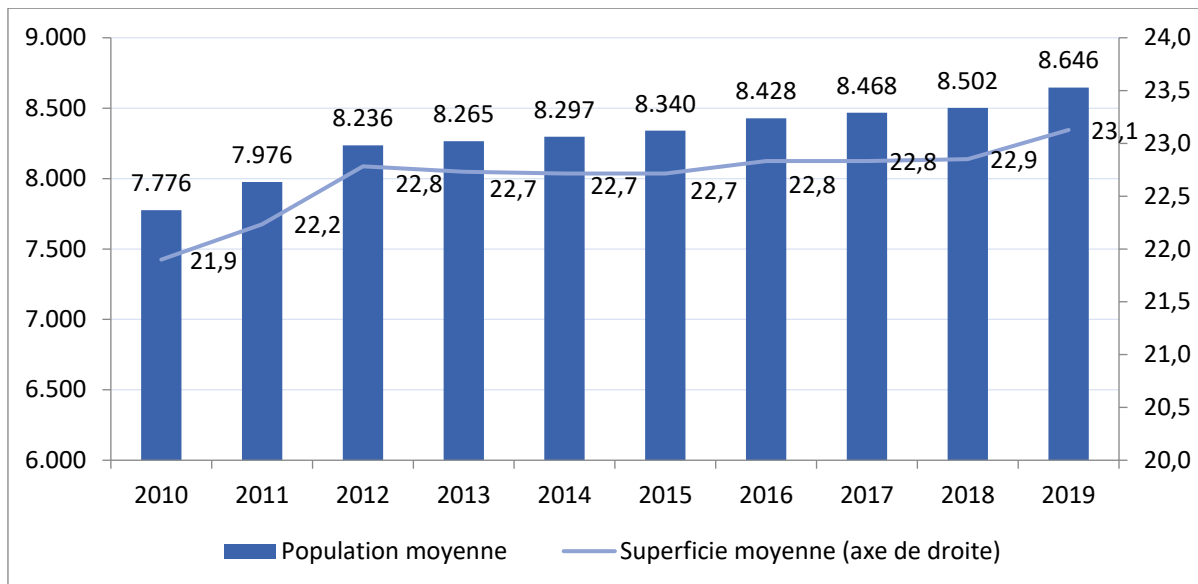


Source : IBPT

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 8 646 habitants en 2010. En moyenne, chaque point de service postal doit désormais desservir 11,2 % d'habitants de plus qu'en 2010. Un point de service postal dessert en moyenne une zone de 23,1 km<sup>2</sup>. D'un point de vue européen<sup>54</sup>, 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.

<sup>54</sup> ERGP Report on core indicators for monitoring the European postal market, 17 décembre 2019

Figure 46 : Population moyenne (N) et surface moyenne (km<sup>2</sup>) desservies par point de service postal (uniquement PSUP)

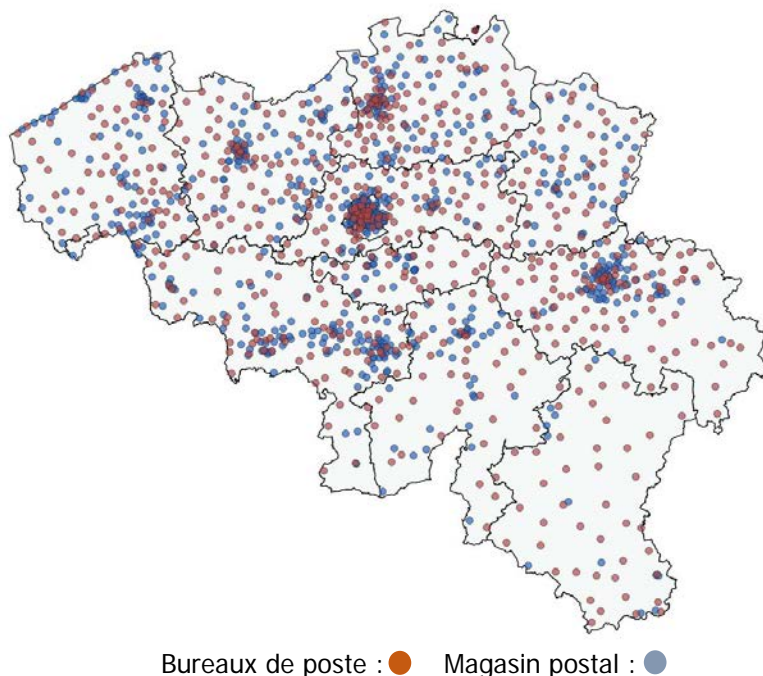


Source : IBPT

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 47 : Distribution des points de service postal en 2019 (uniquement PSUP)



Source : IBPT

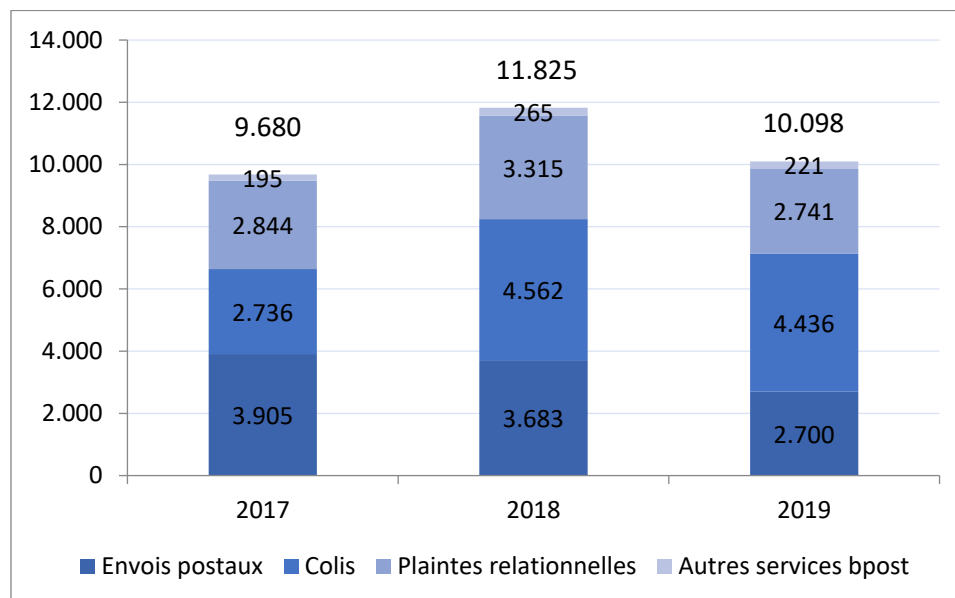
## 6 Qualité de service

### 6.1 Satisfaction des utilisateurs de services postaux

En 2019, 10 098 plaintes recevables ont été introduites auprès du service de médiation pour le secteur postal, soit 14,6 % de moins qu'en 2018.<sup>55</sup> Parmi les plaintes introduites, 26,7 % étaient liées à un « envoi postal », terme avec lequel le service de médiation renvoie aux lettres (régulières recommandées), factures, périodiques et quotidiens. L'augmentation des activités d'e-commerce explique que déjà 43,9 % des plaintes étaient liées à l'envoi de colis, soit une augmentation de 5,4 points de pourcentage par rapport à 2018 et même de 15,7 points de pourcentage par rapport à 2017. En revanche, 27,1 % des plaintes étaient liées à la relation entre l'opérateur et le client. Une plainte recevable est une expression d'une insatisfaction relative au traitement d'une plainte par l'entreprise. Concernant les plaintes relationnelles, le service de médiation note des expressions explicites ou répétées d'insatisfaction liées à la réponse reçue ou à la solution proposée par l'opérateur en question, l'attitude de collaborateurs, etc. Les plaintes restantes (2,2%) portent sur les autres services de bpost (principalement des imprimés non adressés et du courrier financier) qui relèvent de la compétence du service de médiation pour le secteur postal.

<sup>55</sup> Voir le rapport annuel du service de médiation pour le secteur postal de [2019](#).

Figure 48 : Nombre de plaintes recevables introduites auprès du service de médiation par objet (2017-2019)



Source : SMSPO

## 6.2 Délais d'acheminement des envois de correspondance

La qualité du courrier égrené intérieur prioritaire (J+1)<sup>56</sup> en 2019 s'élève à 95,8 %. Il s'agit du meilleur résultat de ces dix dernières années. La qualité du courrier égrené intérieur non prioritaire (J+3)<sup>57</sup> en 2019 s'élevait à 99 %. Depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2019, un nouveau modèle de distribution a été introduit par bpost : (i) courrier égrené prioritaire (J+1) et (ii) courrier égrené non prioritaire (J+3). Selon bpost, les parts relatives en volume pour le courrier égrené prioritaire (J+1) et le courrier égrené non prioritaire (J+3) s'élevaient respectivement à 15 % et 85 % en 2019. La norme minimale pour le courrier égrené non prioritaire était de J+2 jusqu'à 2018 inclus. Le bon résultat de 95,8 % en 2019 pour le courrier égrené intérieur prioritaire (J+1) peut être attribuable en partie à la préférence du consommateur pour le service de courrier égrené non prioritaire (J+3), faisant que le courrier égrené prioritaire (J+1) à partir de 2019 représente un volume bien moindre qu'auparavant.

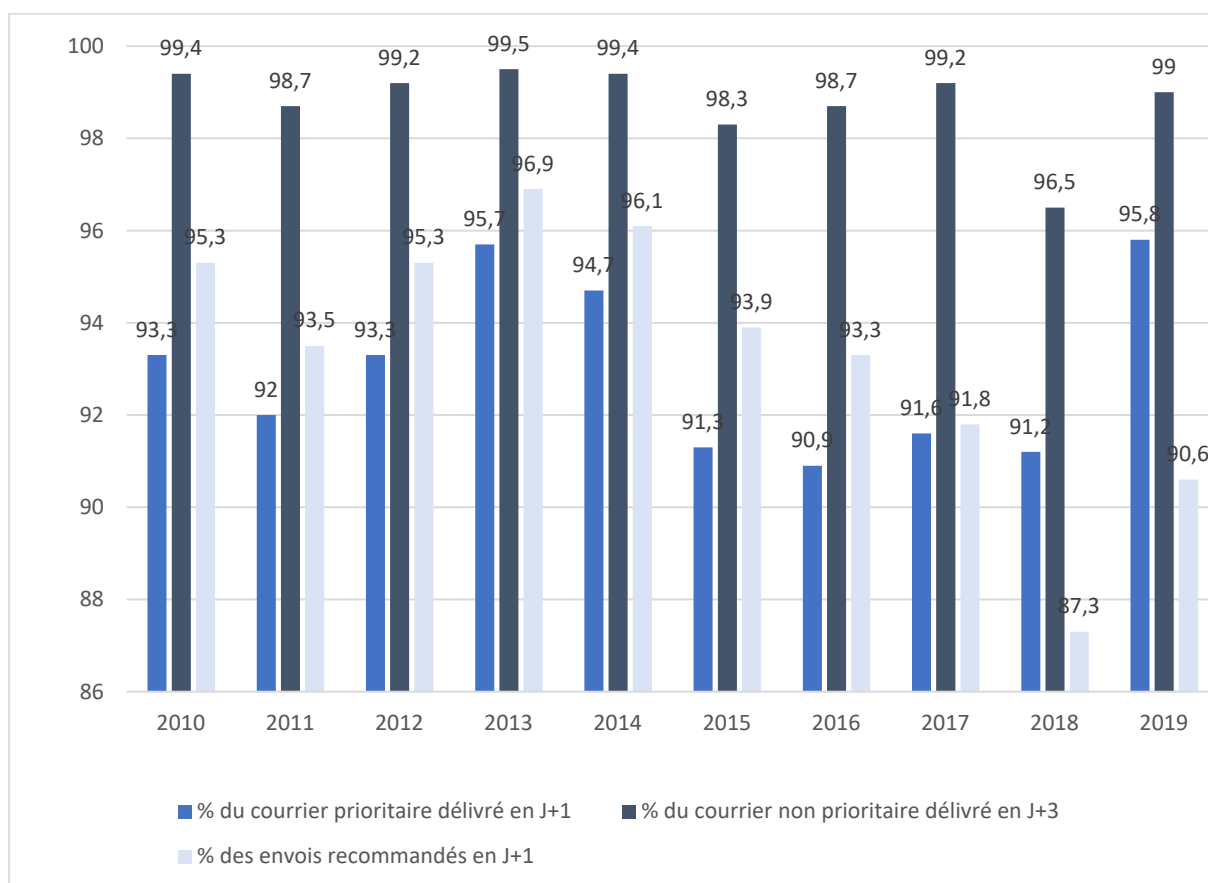
bpost a respecté l'obligation, imposée par l'article 34, 2°, a), de l'arrêté royal du 11 janvier 2006 mettant en application le titre IV, d'envoyer au moins 93 % du courrier égrené intérieur prioritaire dans un délai de J+1. En effet, 95,8 % du courrier égrené intérieur prioritaire est arrivé à destination dans un délai de J+1 en 2019. Il n'est donc pas nécessaire d'imposer une mesure correctrice à cet égard étant donné que l'obligation minimale de 93 % a été atteinte.

<sup>56</sup> Distribution le jour ouvrable suivant (Jour+1)

<sup>57</sup> Distribution dans les 3 jours ouvrables (Jour+3) Jusqu'en 2018, le non prioritaire était livré dans les 2 jours ouvrables.

Toutefois, l'IBPT constate que deux des services suivants qui relèvent du service universel n'ont pas atteint l'objectif fixé à l'article 5 du contrat de gestion du PSU<sup>58</sup>, à savoir 95 % du courrier distribué dans les délais : le courrier recommandé égrené intérieur et le courrier égrené transfrontière entrant prioritaire.

Figure 49 : Pourcentage de lettres prior et d'envois recommandés délivrés en J+1 et J+3 (PSUP uniquement)



Source : IBPT

<sup>58</sup> PSU ou prestation du service universel

COMMUNICATION DU CONSEIL DE L'IBPT DU 16 OCTOBRE 2020 CONCERNANT L'OBSERVATOIRE DU  
MARCHÉ DES ACTIVITÉS POSTALES EN BELGIQUE POUR 2019

Axel Desmedt  
Membre du Conseil

Jack Hamande  
Membre du Conseil

Luc Vanfleteren  
Membre du Conseil

Michel Van Bellinghen  
Président du Conseil