

**BELGISCH INSTITUUT VOOR POSTDIENSTEN  
EN TELECOMMUNICATIE**

**B I P T**

---

**MEDEDELING VAN DE RAAD VAN HET BIPT  
VAN 30 NOVEMBER 2016  
BETREFFENDE  
HET OBSERVATORIUM VAN DE MARKT VOOR POSTACTIVITEITEN IN  
BELGIË VOOR 2015**

# INHOUDSOPGAVE

## Inhoud

1. Voorwoord inzake de werkwijze .....	5
2. Inleiding.....	6
3. Bestek van het observatorium en structuur van de postmarkt in België.....	8
3.1 STRUCTUUR VAN DE BELGISCHE POSTALE MARKT.....	8
3.2 BEVRAAGDE OPERATOREN IN HET KADER VAN HET OBSERVATORIUM.....	9
4. Beschrijving van de Belgische markt voor de verstrekking van postdiensten voor de jaren 2010 tot 2015.....	12
4.1 ALGEMEEN OVERZICHT VAN DE POSTMARKT .....	12
4.1.1 <i>Inkomsten</i> .....	12
4.1.2 <i>Marktconcentratie</i> .....	14
4.1.3 <i>Belang van de segmenten</i> .....	15
4.2 FOCUS OP HET BRIEVENPOSTSEGMENT.....	16
4.2.1 <i>Algemeen overzicht</i> .....	16
4.2.2 <i>Transactionele post</i> .....	18
4.2.3 <i>Geadresseerde reclamezendingen</i> .....	25
4.2.4 <i>Internationale post</i> .....	26
4.3 FOCUS OP HET SEGMENT VAN DE PAKKET-, SNELPOSTZENDINGEN EN E-COMMERCE.....	29
4.3.1 <i>Volume</i> .....	29
4.3.2 <i>Inkomsten</i> .....	31
4.4 FOCUS OP HET SEGMENT VAN DE PERSDISTRIBUTIE AAN DE ABONNEES .....	31
4.4.1 <i>Volume</i> .....	32
4.4.2 <i>Inkomsten</i> .....	32
5. Investerings en tewerkstelling in postactiviteiten .....	33
5.1 INVESTERINGEN IN DE POSTSECTOR .....	33
5.2 TEWERKSTELLING IN DE POSTSECTOR.....	34
6. Toegang tot postdiensten.....	36
6.1 SECTORIEEL OVERZICHT : TOEGANGSPUNTEN VOOR VERZENDING ÉN ONTVANGST.....	36
6.2 AANBIEDER VAN DE UNIVERSELE POSTDIENST (AUPD).....	37
6.2.1 <i>Toegangspunten tot de postdiensten</i> .....	37
6.2.2 <i>Postale-servicepunten</i> .....	38
7. Dienstkwaliteit.....	40
7.1 TEVREDENHEID VAN DE GEBRUIKERS VAN POSTDIENSTEN.....	40
7.2 VERZENDINGSTERMIJNEN VAN DE POST .....	40
8. Conclusie .....	42

## Lijst van de figuren

<i>Figuur 1: Segmentering van de postactiviteiten beschouwd in het kader van het observatorium</i> .....	8
<i>Figuur 2: De voornaamste spelers op de Belgische markt voor de verstrekking van postdiensten (in 2015)</i> .....	11
<i>Figuur 3: Evolutie van de inkomsten van de postsector over de periode 2010-2015 volgens gegevens NBB en enquête BIPT (in miljoen EUR)</i> .....	13
<i>Figuur 4: Aandeel van de postactiviteit in het bbp van België (%)</i> .....	13
<i>Figuur 5: Marktaandeel op basis van omzet in de Belgische postale sector 2015 (%)</i> .....	14
<i>Figuur 6: Mate van horizontale concentratie aan de hand van HHI- en C4-index</i> .....	15
<i>Figuur 7: Aandeel van de diverse segmenten in omzet globale postsector anno 2015 (%)</i> .....	15
<i>Figuur 8: Volume post per inwoner (N)</i> .....	16
<i>Figuur 9: Volume van de brievenpost (evolutie 2010-2015)</i> .....	17
<i>Figuur 10: Inkomsten in het brievenpostsegment (miljoen EUR)</i> .....	18
<i>Figuur 11: Evolutie van de volumes van transactionele post (2010-2015)</i> .....	19
<i>Figuur 12: Verdeling van de volumes van transactionele post (2015)</i> .....	19
<i>Figuur 13: Evolutie van de volumes van aangetekende zendingen sedert 2010 (CAGR)</i> .....	20
<i>Figuur 14: Evolutie van de volumes van administratieve en sociale post sedert 2010 (CAGR)</i> .....	20
<i>Figuur 13: Verdeling van de volumes van transactionele post tussen stukpost en grote partijen post (2015)</i> ....	20
<i>Figuur 16: Evolutie van de inkomsten uit transactionele post sedert 2010</i> .....	21
<i>Figuur 17: Verdeling van de inkomsten uit transactionele post (2015)</i> .....	22
<i>Figuur 18: Prijs van de dienst voor binnenlandse standaardbrief &lt; 50 g (€)</i> .....	22
<i>Figuur 19: Prijs van de dienst voor een binnenlandse standaardbrief in Europa (€)</i> .....	23
<i>Figuur 20: Prijs 2015 uitgedrukt in koopkrachtpariteit (KKP) van de dienst voor binnenlandse standaardbrieven in Europa (€)</i> .....	24
<i>Figuur 21: Evolutie van de volumes reclame (2010-2015)</i> .....	25
<i>Figuur 22: Evolutie van de inkomsten uit reclame (2010-2015) (miljoen €)</i> .....	26
<i>Figuur 23: Evolutie van de volumes van internationale post</i> .....	27
<i>Figuur 24: Evolutie van de inkomsten voor internationale post (miljoen €)</i> .....	27
<i>Figuur 25: Prijs van de dienst voor een intra-Europese standaardbrief in Europa (in nominale waarde) (€)</i> .....	28
<i>Figuur 26: Evolutie van het volume aan pakket- en expressdiensten in totaal (in miljoen eenheden) en per capita (in eenheden) per jaar</i> .....	30
<i>Figuur 27: Verdeling van het volume aan pakket- en expressdiensten volgens binnenlands, uitgaand internationaal en binnenkomend internationaal anno 2015</i> .....	30
<i>Figuur 28 : Evolutie van de inkomsten binnen het segment van de pakket- en expressdiensten in totaal (in miljoen EUR) en per capita (in EUR) per jaar</i> .....	31
<i>Figuur 29: Evolutie van de volumes in het segment van de persdistributie aan abonnees (miljoen eenheden)</i> ...	32
<i>Figuur 30: Evolutie van de inkomsten in het segment van de persdistributie aan abonnees (miljoen EUR)</i> .....	33
<i>Figuur 31: Investerings in de postsector (miljoen EUR)</i> .....	34
<i>Figuur 32: Investerings ten overstaande van omzet in de postsector (%)</i> .....	34
<i>Figuur 33: Tewerkstelling in de postsector (N, vte)</i> .....	35
<i>Figuur 34: Aandeel tewerkstelling in de postsector ten opzichte van de totale tewerkstelling (%)</i> .....	35
<i>Figuur 35: Gemiddeld aantal postale items per kalenderdag per vte in de postale sector (N)</i> .....	36

<i>Figuur 36: Verdeling volgens type toegangspunt anno 2015 .....</i>	<i>37</i>
<i>Figuur 37: Aantal toegangspunten tot de postdiensten .....</i>	<i>38</i>
<i>Figuur 38: Aantal postale-servicepunten (enkel AUPD).....</i>	<i>39</i>
<i>Figuur 39: Gemiddelde bevolking (N) en gemiddelde oppervlakte (km<sup>2</sup>) bediend per postaal servicepunt (enkel AUPD) .....</i>	<i>39</i>
<i>Figuur 40: Aantal klachten ingediend bij de Ombudsdienst .....</i>	<i>40</i>
<i>Figuur 41: Percentage Prior-brieven en aangetekende brieven afgegeven op D+1 (enkel AUPD) .....</i>	<i>41</i>

## 1. Voorwoord inzake de werkwijze

De perimeter van de spelers die in aanmerking zijn genomen voor deze editie van het observatorium van de postactiviteiten in België verschilt ietwat van de perimeter die in aanmerking is genomen voor de vorige editie, doordat meer spelers werden opgenomen; het aantal postoperatoren die werden bevraagd voor de editie aangaande 2015 bedraagt immers 22 tegenover slechts 17 operatoren voorheen. Deze perimeter is uitgebreid om statistische gegevens te kunnen publiceren die zo representatief mogelijk zijn voor de Belgische postmarkt in zijn geheel. De toevoegingen kwamen enerzijds op natuurlijke wijze tot stand door de opsplitsing van een reeds participerende operator in twee bedrijven. Anderzijds, werden ook interessante spelers of beloftevolle nieuwkomers op de markt toegevoegd. In de mate van het mogelijke werd van deze bedrijven ook info uit voorgaande jaren bekomen om sprongen in onze tijdreeks te vermijden.

Voor wat betreft het segment van de pakket- en expresszendingen hebben we in deze editie van het observatorium een aantal modificaties aangebracht. Zo hebben we retroactief enkele dubbeltellingen kunnen elimineren, waarnaast we ook extra waakzaam waren over het vermijden van dubbeltellingen die mogelijks zouden kunnen voorkomen door het bestaan van gedeelde verzend- en ontvangstpunten. Deze aanpassingen hebben ook een beperkt effect op de weergegeven totale sectoromzet, die overheen de gehele beschouwde looptijd wat lager is komen te liggen. Binnen de sectie van de pakket- en expresszendingen, worden vanaf deze editie daarenboven zowel binnenlands, internationaal binnenkomend als internationaal uitgaande zendingen besproken.

## 2. Inleiding

Sinds het begin van 2012 houdt het Belgisch Instituut voor postdiensten en telecommunicatie (BIPT) een observatorium van de markt voor postactiviteiten in België bij, in het kader van de functies die eraan zijn toegekend krachtens de wet van 21 maart 1991, meer bepaald in artikel 134 "voor duidelijk omschreven statistische doeleinden, voor marktanalyses en voor alle maatregelen die tot de transparantie kunnen bijdragen".

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

In deze editie, inmiddels gebruik makend van een tijdreeks van 2010 tot 2015, worden de indicatoren overgenomen die gepubliceerd zijn in de vorige editie, maar worden er ook nieuwe toegevoegd. Er wordt nu bijkomende aandacht besteed aan het segment van de pakket- en snelpostzendingen.

De trends die de voorbije jaren werden ingeluid zetten zich anno 2015 door op de Belgische postale markt. Terwijl het segment van persdistributie in beperkte mate krimpt en de daling aangaande brievenpost wordt verdergezet, blijft het segment van de pakketten en expressdiensten floreren. Het groeiend segment van de pakket- en de snelpostzendingen kan de terugval van de andere segmenten nog net counteren. De postale markt stagneert zodoende op een globale omzet van 2,392 miljard euro.

Ondanks een afnemende mate van concentratie, blijft de Belgische postale markt anno 2015 in sterke mate geconcentreerd. Zo hebben de vier grootste aanbieders nog steeds een erg hoog gezamenlijk marktaandeel van 87,4%, dit bedroeg 91,4% anno 2010. Bpost, actief in alle postsegmenten, behoudt eigenhandig een fors marktaandeel van meer dan 60%, een dominante positie die echter sedert 2010, met toen nog meer dan 70%, licht afneemt.

Brievenpost, inclusief geadresseerde reclamezendingen, was anno 2015 nog steeds goed voor 53% van de totale omzet binnen de postale sector. Het segment van de pakketten en express zorgde inmiddels reeds voor 42% van de gerealiseerde inkomsten. Het segment van de distributie van pers aan abonnees thuis, genereerde 5% van de inkomsten. Vergeleken met 2010 hield het segment van de distributie van pers voorlopig stand maar kende de brievenpost een daling van 9 procentpunten ten voordele van het segment van pakketten en express.

Tussen 2014 en 2015 is het volume brievenpost per inwoner verder met 5,6% gedaald, tot op 162 items per inwoner op jaarbasis. Transactionele brievenpost is nog altijd goed is voor de grote meerderheid ervan (60% in 2015). Geadresseerde reclamezendingen en internationale brievenpost nemen in 2015 respectievelijk 28% en 11% van het totale volume brievenpost voor

hun rekening. De inkomsten uit de brievenpost krompen eveneens, nu bedragen ze 1,244 miljard euro tegenover 1,281 miljard euro in 2014, d.i. een daling met 2,9%.

Aangaande het segment van de pakket- en expresszendingen is er tussen 2010 en 2015 een haast onophoudelijk lineaire volumegroei geweest, van gemiddeld 11% op jaarbasis. Ook voor 2015 werd een groei van 12,4% opgetekend, tot 139 miljoen items. Bekeken per capita wordt er inmiddels gemiddeld elke maand een pakket verzonden. 41% van het totaal aantal pakket- en expressdiensten uit 2015 betrof binnenlandse zendingen. In 29% van de gevallen ging het om uitgaande internationale zendingen. De resterende 30% waren binnenkomende internationale zendingen. Tussen 2014 en 2015 namen de inkomsten binnen dit segment met 3,5% toe tot 986 miljoen euro.

Het volume aan bedeelde pers daalde wederom in 2015, met 2,6%. Voor het tweede jaar op rij krompen ook de inkomsten, met 3,7%. Persdistributie aan abonnees is in België echter nog steeds goed voor een globale omzet van 124 miljoen euro. De compensatie die door de overheid wordt betaald aan bpost, voor het verrichten van de persdistributie aan de abonnees, zit niet vervat in de beschouwde inkomsten.

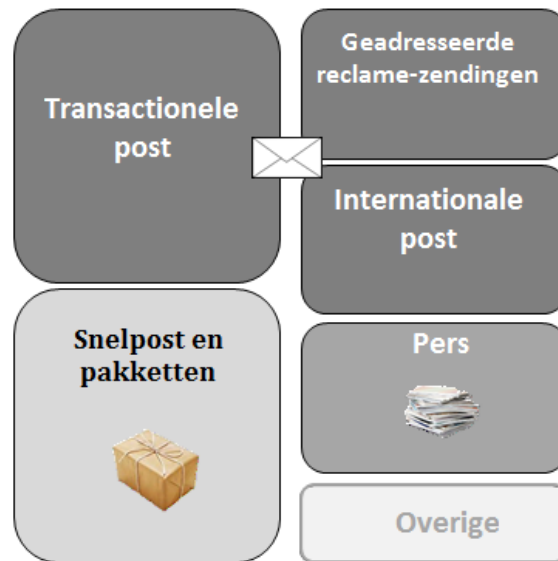
Na jaren van toename, daalden de investeringen in de postsector relatief fors in 2015. 90 miljoen euro, oftewel 16 miljoen euro minder dan in 2014, werd geïnvesteerd in de postsector. Dit is 3,7% van de gerealiseerde omzet. Het verlies aan tewerkstelling was daarentegen beperkt met -2,1%. Deze afvlakking, ondanks een onafgebroken daling van het personeelsbestand van bpost sinds de start van de tijdreeks in 2010, laat zich verklaren door een toename van het aantal tewerkgestelden bij alternatieve operatoren. Zo was in 2015 inmiddels 20,1% van de loontrekkenden in de sector, tewerkgesteld bij een alternatieve operator.

### 3. Bestek van het observatorium en structuur van de postmarkt in België

#### 3.1 Structuur van de Belgische postale markt

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

Figuur 1: Segmentering van de postactiviteiten beschouwd in het kader van het observatorium<sup>1</sup>



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

De routeringsactiviteiten, indien deze niet worden aangeboden door postale operatoren, vallen buiten het bestek van dit observatorium. De activiteiten in verband met de distributie van niet-geadresseerd reclamedrukwerk komen aan bod in deel 4.2.3. om een algemeen overzicht te geven over de hoeveelheid reclame die rechtstreeks in de brievenbus wordt gestoken. Omdat niet-geadresseerde zendingen evenwel niet als postzendingen worden beschouwd, worden die dus niet meegeteld in de inkomsten of volumes die vermeld worden in de rest van dit observatorium.

Allereerst wordt de Belgische postmarkt gekenmerkt door de aanwezigheid van een erg groot aantal spelers, die worden geacht postdiensten te verstrekken: in 2015 hebben ongeveer 700 spelers hun jaarrekening ingediend bij de Balanscentrale van de Nationale Bank van België onder de NACE-codes 53 100 (postdiensten in het kader van de universele dienstverplichting) en 53 200 (overige posten en koeriers).

<sup>1</sup> De inhoud van de categorie "transactionele post" wordt onder punt 4.2.2 beschreven.

### 3.2 Bevraagde operatoren in het kader van het observatorium

In deze context werd getracht een zo nauwkeurig mogelijk beeld van de sector te schetsen aan de hand van een zo efficiënt mogelijke set operatoren, in totaal werden 22 bedrijven bevestigd.

Naast de historische postoperator, **bpost**, die de universele dienst moet verzorgen tot 31 december 2018, en aanwezig is in alle segmenten, zijn ook de vier grote internationale integratoren (**DHL, FEDEX, TNT, UPS**) aanwezig en actief in de sector van de pakjes en snelpostdiensten in België.

Overigens zijn ook de omvangrijkere postbedrijven uit onze buurlanden actief op de Belgische markt. We stellen aldus vast dat er actief gespecialiseerde postbedrijven worden ontwikkeld afkomstig van grote Europese postconcerns in bepaalde segmenten van de postale markt.

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

**GLS**, dochteronderneming van de Britse historische operator Royal Mail, is gespecialiseerd in de distributie van pakjes. GLS verdeelt in Europa per jaar ongeveer 436 miljoen pakjes voor meer dan 220.000 klanten. Dit doen ze door middel van 39 hubs, 688 depots en meer dan 14.000 werknemers. In België beschikt GLS over 2 hubs en 300 afhaalpunten.

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

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

**G3 Worldwide**, tevens behorend tot PostNL, is via dochteronderneming Spring Globalmail dan weer sterk aanwezig in het segment van de internationale post voor ondernemingen: het verdeelt dagelijks internationaal commerciële post, catalogi en facturen.

**Asendia**, een dochteronderneming van het Franse La Poste en het Zwitserse Swiss Post richt zich niet enkel op het segment van de pakjes en snelpostzendingen, maar tevens ook op die van de internationale zakenlijke brieven en direct mailings, kranten, tijdschriften en bedrijfspublicaties.

Nog een belangrijke speler in het pakjessegment, die welbekend is bij privégebruikers, is **Kiala UPS Access Point**. Deze operator is aanwezig in 9 Europese landen<sup>2</sup> via 13.000 punten, waarvan er meer dan 1.500 verspreid zijn over het Belgische en Luxemburgse grondgebied.

---

<sup>2</sup> Frankrijk, België, Luxemburg, Nederland, Italië, het Verenigd Koninkrijk, Polen, Spanje en Duitsland.

**Mondial Relay**, dat voor particulieren ongeveer 42 miljoen pakjes per jaar verdeelt, van 0 tot 130 kg, en dat een netwerk bezit van 23.000 afhaalpunten in Europa, beschikt in België over een netwerk van 600 afhaalpunten verspreid over het grondgebied.

**Ciblex**, wederom een operator die actief is in het segment van de pakjes en snelpostzendingen, vervoert ongeveer 10.000 pakjes per dag in Nederland en België. Het bedrijf, dat gespecialiseerd is in de snelle levering (binnen een dag), zes dagen op zeven, is ook aanwezig in Frankrijk.

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

Ook voor **Belgium Parcels Service** bestaat hun voornaamste activiteit uit de levering van pakjes en exprespakjes in België, Luxemburg en de omliggende landen.

**Kariboo!** werd in 2014 opgericht door LS distribution Logistics<sup>3</sup>, heeft een distributiecentrum in Mechelen en beschikt, net als Kiala UPS Access Point, over een ruim netwerk van afhaal- en retourpunten. Kariboo richt zich op e-commerce en supply chain diensten en werkt samen met het Franse Relais Colis, PostNL en DHL.

**Sprintpack** is een nieuwkomer die zijn focus legt op op de markt van de e-commerce, waarbij het zowel wil voldoen aan de noden inzake binnenlandse en grensoverschrijdende zendingen als IT voor e-retailers.

Wat het perssegment betreft, verzorgt bpost nog zeker tot 31 december 2020 de openbare dienst van vervroegde krantenbedeling (vóór 7.30 u). Deze vervroegde bedeling betreft uitsluitend de distributie van dagbladen aan de abonnees. In het kader van diezelfde openbare dienst bezorgt bpost ook tijdschriften aan de abonnees, maar dan via de klassieke rondes. Niettegenstaande deze dienst van 'last resort' kent bpost nog een aantal uitdagers binnen het segment van de persbedeling waaronder het reeds eerder vernoemde Asendia.

De grootste uitdager binnen het segment van de persbedeling is **PPP**. Dit bedrijf, dat via een management buy-out in 2015 loskwam van voormalig moederbedrijf Belgische Distributiedienst (BD), is voornamelijk actief in de bedeling van dagbladen in Brussel en in Antwerpen.

**Belgische Distributiedienst** (BD) is dan weer de marktleider in huis-aan-huis communicatie (niet-geadresseerde zendingen) en digitale promo experiences met de myShopi app en website.

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

Ten slotte wordt uiteraard ook de operator **TBC post** in dit observatorium opgenomen, de eerste speler met vergunning om te werken binnen het segment van de brievenpost dat vroeger voorbehouden was aan bpost.

---

<sup>3</sup> Het mededingingscollege van de Belgische mededingingsautoriteit heeft recent onder voorwaarden de overname goedgekeurd door bpost van AMP en LS Distribution Benelux (volgens Trends op 10 november 2016: <http://trends.knack.be/economie/bedrijven/bpost-krijgt-voorwaardelijk-groen-licht-voor-overname-amp-en-krantenwinkels/article-normal-775165.html>).

Deze duidelijke versnippering van de postmarkt in België mag dus niet verhullen dat de markt voor verstrekking van postdiensten geconcentreerd is: 87,5% van de omzet op de markt voor verstrekking van postdiensten wordt uitgevoerd door de 22 spelers die in de onderstaande tabel worden geïdentificeerd.

In vergelijking met het observatorium van vorig jaar nam onze steekproef van de Belgische postale markt met vijf spelers toe. Enerzijds gebeurde dit op natuurlijk wijze door de loskoppeling van PPP van voormalig moederbedrijf Belgique Diffusion. Anderzijds door de toevoeging van interessante spelers of nieuwkomers zoals Asendia, Belgium Parcels Service, Kariboo! en Sprintpack. In de mate van het mogelijke werd van deze bedrijven ook info uit voorgaande jaren bekomen om sprongen in onze tijdreeks te vermijden.

Enkel deze spelers werden opgenomen in het bestek van de studie voor dit observatorium.

**Figuur 2: De voornaamste spelers op de Belgische markt voor de verstrekking van postdiensten (in 2015)**

	Geadresseerde post	Pakket / Express	Reclamepost	Pers	Internationale Post	Overige
Asendia						
Belgische Distributiedienst*						
Belgium Parcels Service						
bpost						
Ciblex						
DHL Express						
DPD (Belgium) NV						
Euro Sprinters						
FedEx Belgium						
G3 Worldwide (Belgium) NV						
GLS Belgium NV						
Kariboo						
Kiala (UPS Access Point)						
Mikropakket						
Mondial Relay						
Post NL						
PPP						
Sprintpack						
TBC-Post						
TNT België						
United Parcel Service						
Vlaamse Post*						

\*In het geval van Belgische Distributiedienst en Vlaamse Post gaat het om niet-geadresseerde reclame, de omzet hiervan wordt zodoende niet mee in rekening genomen bij de totale postale omzet

## 4. Beschrijving van de Belgische markt voor de verstrekking van postdiensten voor de jaren 2010 tot 2015

### 4.1 Algemeen overzicht van de postmarkt

#### 4.1.1 Inkomsten

De evolutie van de inkomsten die werden gegenereerd door de Belgische postale sector bekijken we in figuur 3 aan de hand van twee verschillende bronnen. Naast de resultaten van onze eigen enquête worden ook de cijfers geregistreerd door de Nationale Bank van België weergegeven.<sup>4</sup>

Volgens de gegevens van de Nationale Bank<sup>5</sup> bedroegen de totale inkomsten van de postsector in 2015 2.735 miljoen euro. De ondernemingen uit onze enquête waren anno 2015 goed voor 87,5%, oftewel 2.392 miljoen euro, van de sectoromzet die werd geregistreerd door de Belgische Nationale Bank. Het resterende verschil in totale omzet, namelijk 12,5%, laat zich deels verklaren door het feit dat wij enkel de postale omzet<sup>6</sup> in rekening nemen, terwijl de Nationale Bank uitgaat van de totale omzet van een welbepaald bedrijf.

Anno 2015 kwam er een stagnatie van de totale omzet in de postsector. De gegevens van de Nationale Bank wijzen nog op een lichte groei van 0,42%, in onze steekproef is er echter reeds sprake van een minimale daling met 0,12%. De groei van het segment van pakket- en expresszendingen is zodoende net voldoende om de tanende evolutie van de andere postale segmenten te counteren.

De omzet van alle bedrijven uit onze steekproef lag anno 2015 echter nog steeds 7,6% hoger dan in 2010. In het verdere verloop van dit rapport worden de omzetcijfers uit onze enquête gehanteerd.

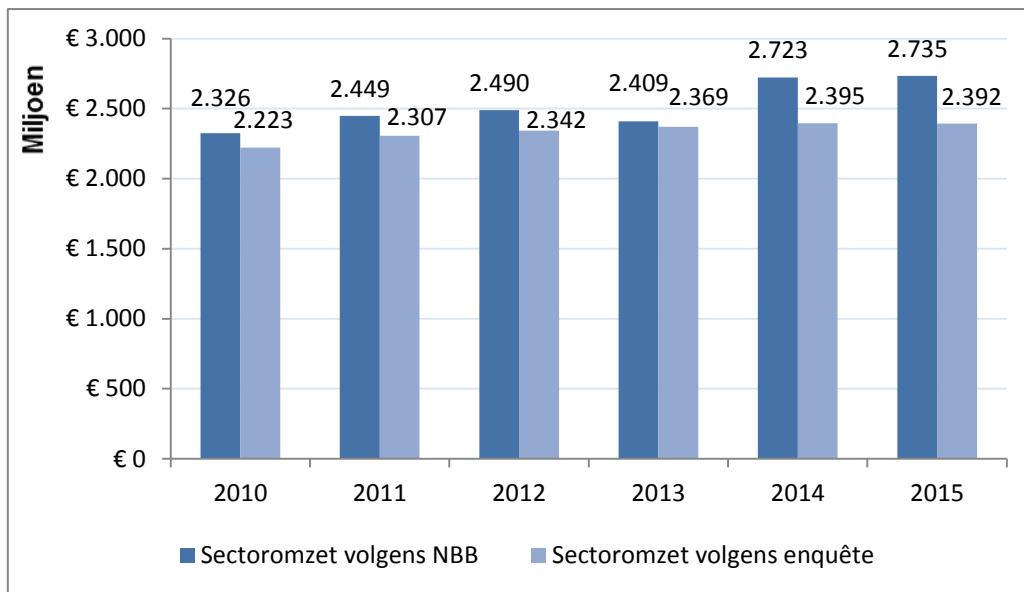
---

<sup>4</sup> In beide gevallen werd voor bpost alleen de omzet aangaande postale activiteiten, met uitzondering van de compensatie voor diensten van algemeen economisch belang, in rekening gebracht.

<sup>5</sup> De volledigheid van de weergegeven data van de Nationale Bank kan jaar op jaar licht verschillen in functie van het aantal bedrijven dat hun jaarrekening reeds heeft neergelegd.

<sup>6</sup> Dit is inclusief diensten van toegevoegde waarde zoals ophaling aan huis, frankering voor de klant, tijdelijke bewaring van post, verkoop van adressen, enzovoort. De diensten specifiek aangeboden door routeurs en consolidatoren maken niet deel uit van de scope van dit observatorium.

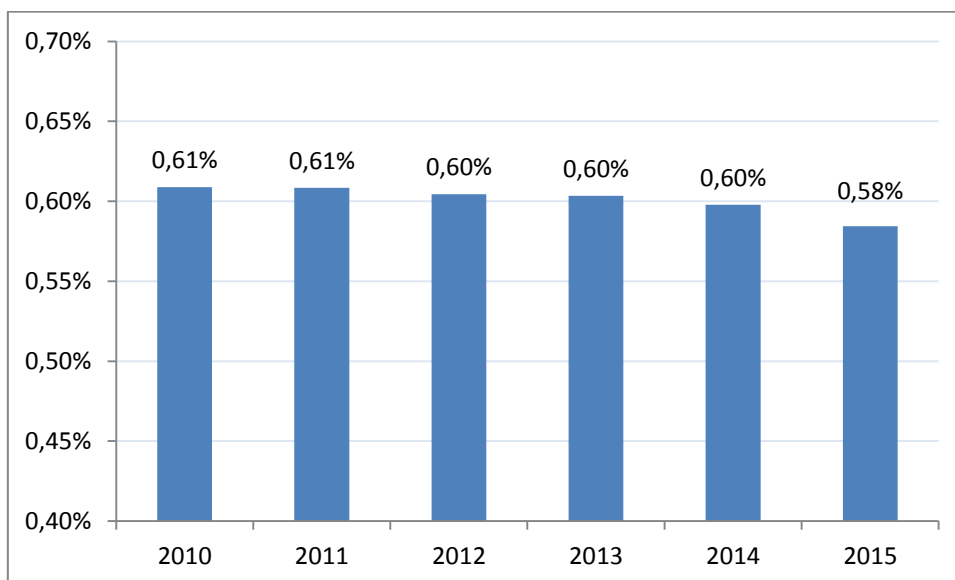
**Figuur 3: Evolutie van de inkomsten van de postsector over de periode 2010-2015 volgens gegevens NBB en enquête BIPT (in miljoen EUR)**



Bron: NBB en BIPT

Het belang van de postale sector binnen de Belgische economie blijft relatief stabiel. Het aandeel van de omzet van de postale sector in het Belgische bruto binnenlands product (bbp) tegen lopende prijzen schommelt al enkele jaren rond de 0,6%.

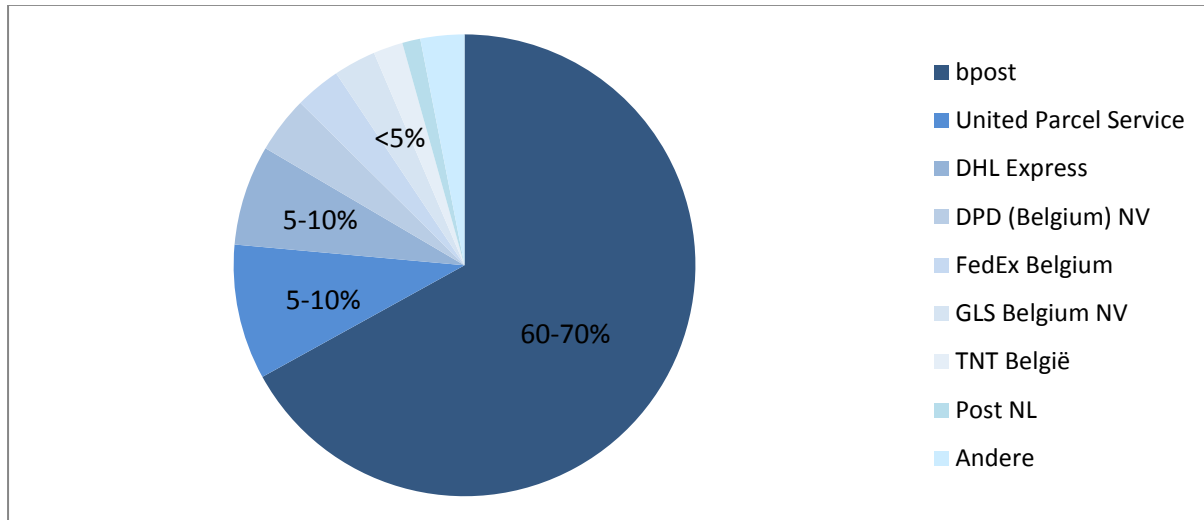
**Figuur 4: Aandeel van de postactiviteit in het bbp van België (%)**



Bron: NBB en BIPT

Op de hedendaagse, postale markt zijn een variëteit aan spelers aanwezig. In figuur 5 worden de aanbieders van postale diensten weergegeven die minstens 1% marktaandeel hadden in 2015. Bpost kent veruit het grootste marktaandeel, maar er zijn voornamelijk op de markt van postpakketten en expressdiensten tal van uitdagers.

**Figuur 5: Marktaandeel op basis van omzet in de Belgische postale sector 2015 (%)**



Bron: BIPT

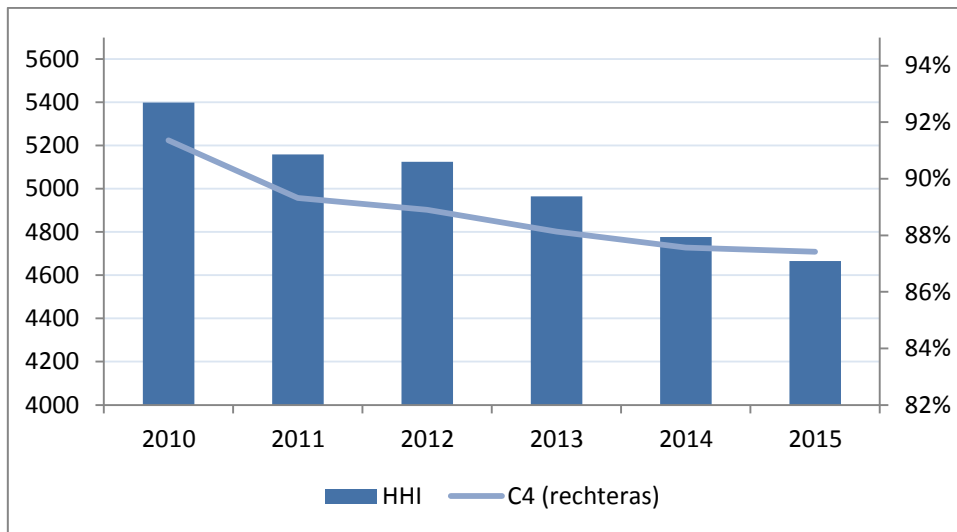
#### 4.1.2 Marktconcentratie

Uit figuur 5 werd reeds duidelijk dat de Belgische postale markt, net als zijn Europese tegenhangers, een sterke mate van horizontale concentratie kent. De markt wordt met andere woorden gedomineerd door enkele grote spelers.

Figuur 6 gaat hier dieper op in, en geeft de evolutie van de horizontale concentratie aan door middel van de indexen C4 en Herfindahl-Hirschman (HHI). De C4-index geeft het samengestelde marktaandeel van de vier grootste aanbieders weer. De HH-index is gebaseerd op de som van de gekwadrateerde marktaandelen, en houdt zodoende met meer aanbieders rekening dan enkel de vier grootste. De HH-index is gelijk aan 10.000 bij een monopolie en tendeeert naar kleinere waarden naarmate de variantie in de marktaandelen kleiner wordt.

Ondanks een afnemende mate van concentratie, zowel in termen van HHI als C4-index, blijft de Belgische postale markt anno 2015 in sterk mate geconcentreerd. De vier grootste aanbieders hebben bijvoorbeeld nog steeds een erg hoog gezamenlijk marktaandeel van 87,4%. In 2010 bedroeg dit 91,4%.

**Figuur 6: Mate van horizontale concentratie aan de hand van HHI en C4-index**



Bron: BIPT

#### 4.1.3 Belang van de segmenten

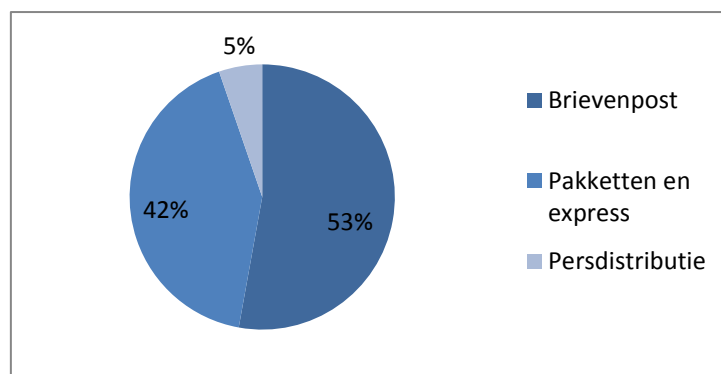
De postale sector laat zich opdelen in de segmenten brievenpost, pakketten en snelpostzendingen en persdistributie aan abonnees.

Brievenpost, inclusief geadresseerde reclamezendingen, was anno 2015 nog steeds goed voor 53% van de totale omzet binnen de postale sector. Het segment van de pakketten en express zorgde inmiddels reeds voor 42% van de gerealiseerde inkomsten. Het segment van de distributie van pers aan abonnees thuis, genereerde 5% van de inkomsten. De compensatie die door de overheid wordt betaald aan bpost, voor het verrichten van de persdistributie aan de abonnees, zit niet vervat in de beschouwde inkomsten.

Vergeleken met 2010 hield het segment van de distributie van pers voorlopig stand maar kende de brievenpost een daling van 9 procentpunten ten voordele van het segment van pakketten en express.

Al deze segmenten van de postale markt worden in het verdere verloop van dit rapport in detail besproken.

**Figuur 7: Aandeel van de diverse segmenten in omzet globale postsector anno 2015 (%)**



Bron: BIPT

## 4.2 Focus op het brievenpostsegment

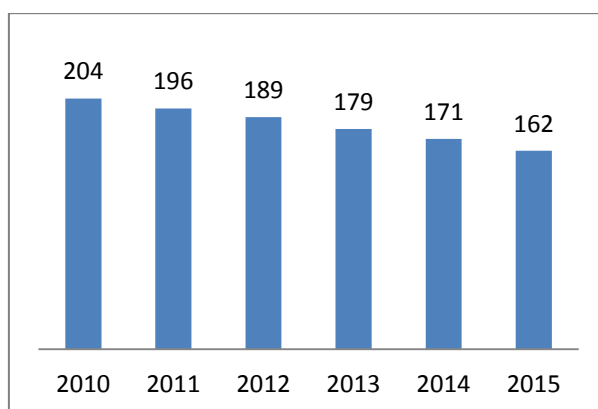
### 4.2.1 Algemeen overzicht

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

#### 4.2.1.1 Volumes

Sinds 2010 stellen we een achteruitgang vast op de markt van de brievenpost. Tussen 2014 en 2015 is het volume post per inwoner verder met 5,6% gedaald en komt nu, in 2015, op 162 postitems per inwoner op jaarbasis. Anno 2010 bedroeg dit nog 204 stuks per inwoner.

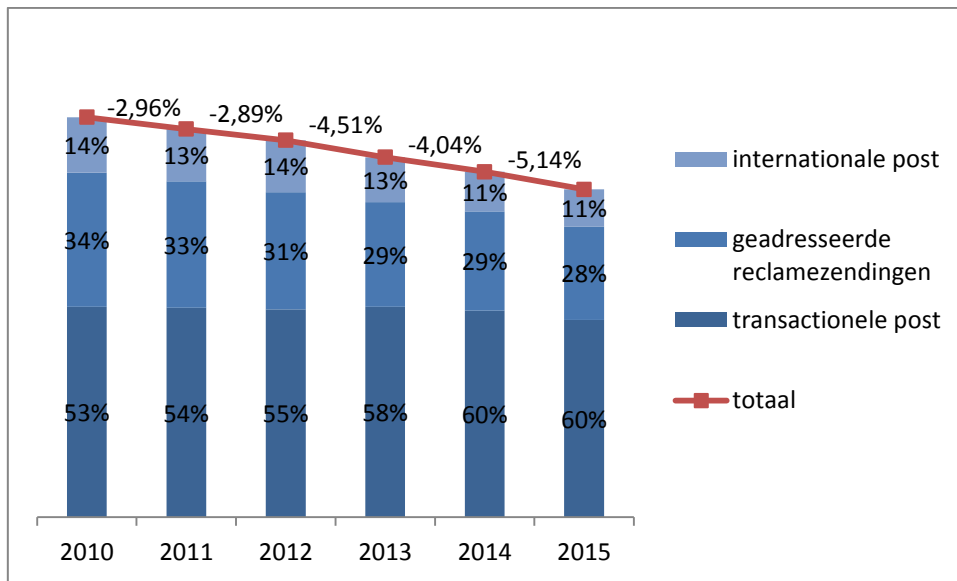
Figuur 8: Volume post per inwoner (N)



Bron: BIPT

Wanneer we de samenstelling van het volume brievenpostzendingen nader bekijken, zien we dat de transactionele post nog altijd goed is voor de grote meerderheid ervan (60% in 2015). Geadresseerde reclamezendingen en internationale brievenpost nemen in 2015 respectievelijk 28% en 11% van het totale volume brievenpost voor hun rekening.

**Figuur 9: Volume van de brievenpost (evolutie 2010-2015)**



Bron: BIPT

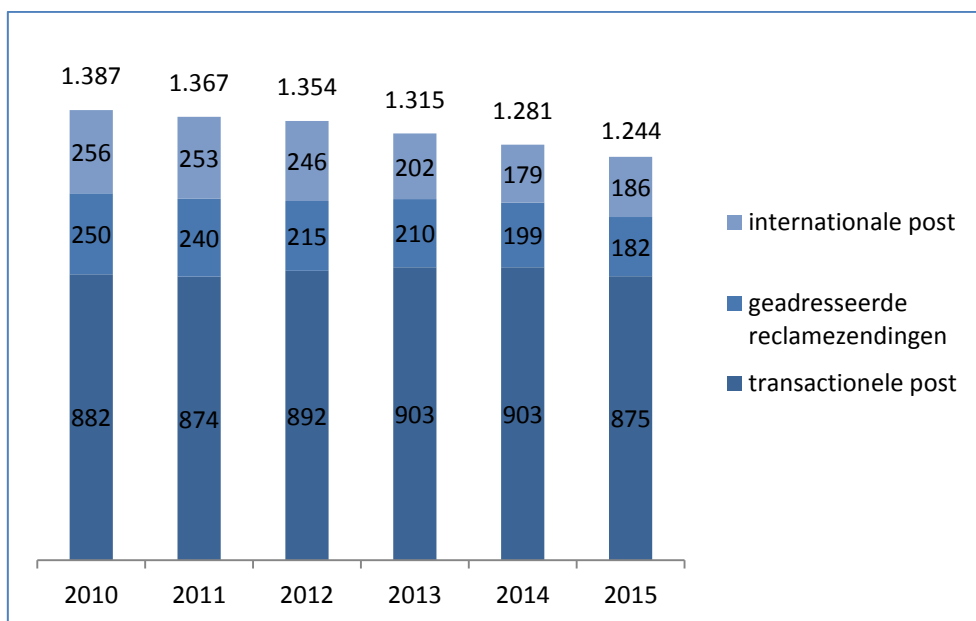
Terwijl de volumes per inwoner tussen 2014 en 2015 gedaald zijn met 5,3%, zijn de totale volumes algemeen verminderd met 5,1% over dezelfde periode, wat een voortzetting is van de daling die wordt vastgesteld sinds 2010. We zien dat de erosie van de volumes in 2015 versnelt in vergelijking met de daling in 2014 (-4,0%).

#### 4.2.1.2 Inkomsten

In 2015 blijven de inkomsten uit de brievenpost krimpen, een tendens die al begonnen was in 2010; nu bedragen ze 1,244 miljard euro tegenover 1,281 miljard euro in 2014, d.i. een daling met 2,9%.

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

Figuur 10: Inkomsten in het brievenpostsegment (miljoen EUR)



Bron: BIPT

#### 4.2.2 Transactionele post

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

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

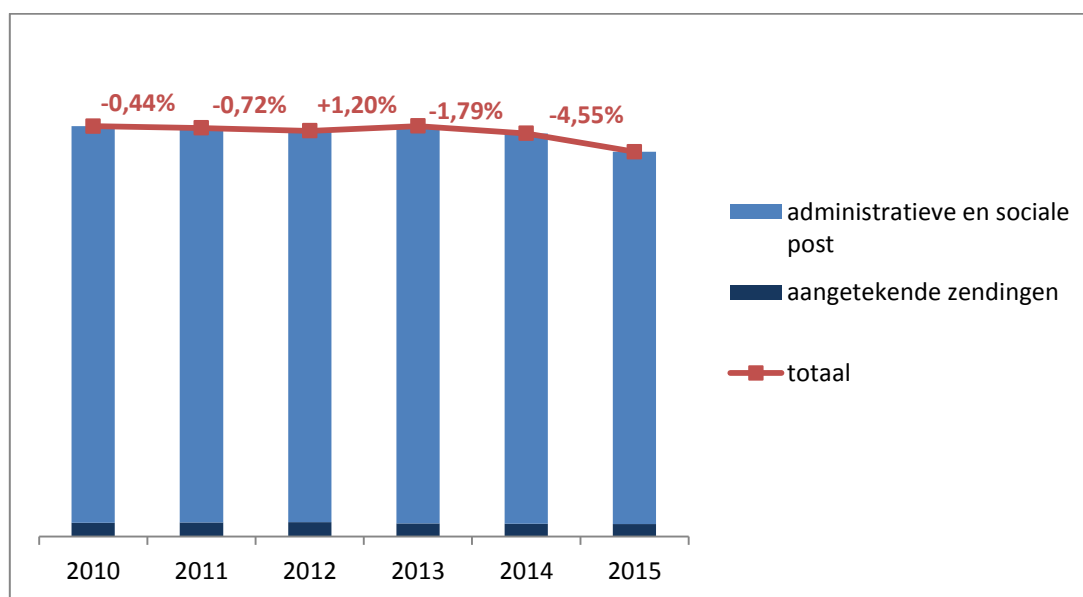
Ook internationale brievenpost valt buiten het bestek van dit subdeel, omdat die aan bod komt in een apart punt (zie 4.2.4).

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

#### 4.2.2.1 Volumes

De inkomsten zijn dan wel stabiel gebleven maar de volumes van transactionele post behandeld door de postoperatoren zijn verder afgenomen. In 2015 werd met een daling van 4,55% de daling van 2014 versneld (-1,79%). Deze daling is voornamelijk te wijten aan e-substitutiemogelijkheden voor de eindgebruiker (zoals de opkomst van mobiele telecommunicatie en elektronische alternatieven voor transactionele post).

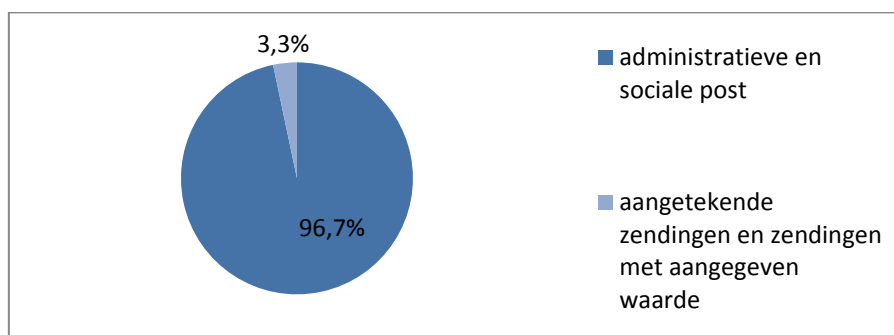
Figuur 11: Evolutie van de volumes van transactionele post (2010-2015)<sup>7</sup>



Bron: BIPT

Op het niveau van de samenstelling van het volume van transactionele post in 2015, bestond deze in de grote meerderheid uit administratieve en sociale post (96,7%), terwijl aangetekende zendingen en zendingen met aangegeven waarde slechts 3,3% van het totale volume uitmaakten. Deze verdeling van de volumes tussen administratieve en sociale zendingen en ingeschreven zendingen blijft stabiel over de periode 2010-2015.

Figuur 12: Verdeling van de volumes van transactionele post (2015)

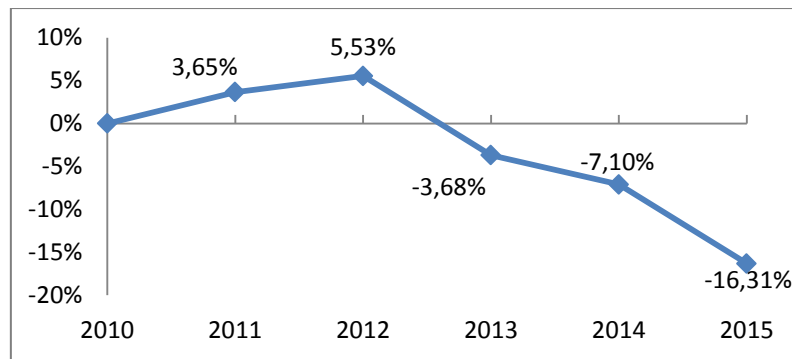


Bron: BIPT

<sup>7</sup> In de figuren 11 tot en met 14 wordt geen onderscheid gemaakt tussen stukpost of grote partijen post en dus gaat het daarin om alle volumes transactionele post zonder onderscheid.

Terwijl het volume aangetekende zendingen tussen 2010 en 2012 nog steeg, is het in 2013 sterk gekrompen (-9,21 procentpunten). Deze afkalving van de volumes is wat vertraagd in 2014, maar zet zich verder in 2015.

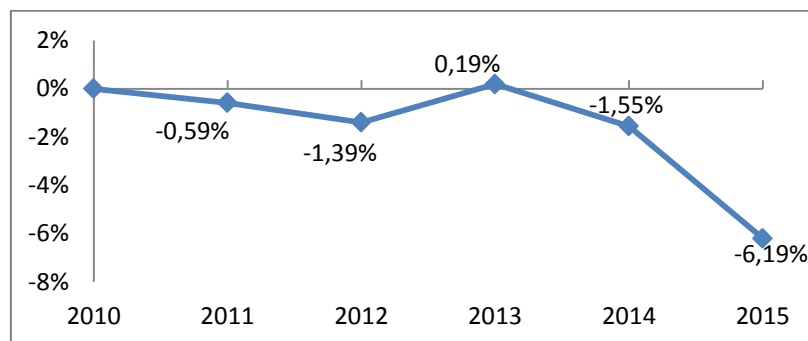
**Figuur 13: Evolutie van de volumes van aangetekende zendingen sedert 2010 (CAGR)**



Bron: BIPT

De volumes van administratieve en sociale post zijn uitgehold met 6,19% over de periode van 2010 tot 2015.

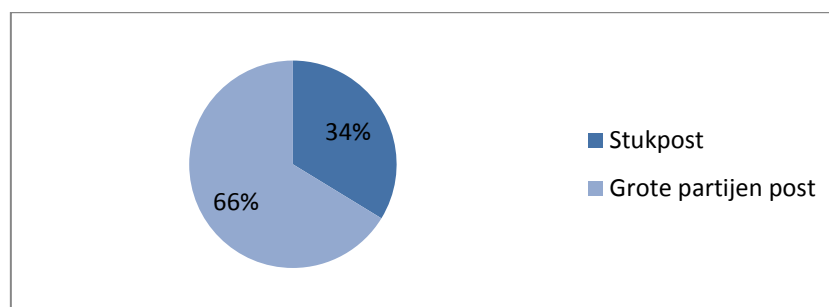
**Figuur 14: Evolutie van de volumes van administratieve en sociale post sedert 2010 (CAGR)**



Bron: BIPT

De volumes transactionele post in 2015 bestonden in meerderheid uit grote partijen post. Voor de verdeling van de volumes tussen stukpostzendingen en bulkzendingen bedroeg de verhouding 1/3 - 2/3 respectievelijk.

**Figuur 15: Verdeling van de volumes van transactionele post tussen stukpost en grote partijen post (2015)**



Bron: BIPT

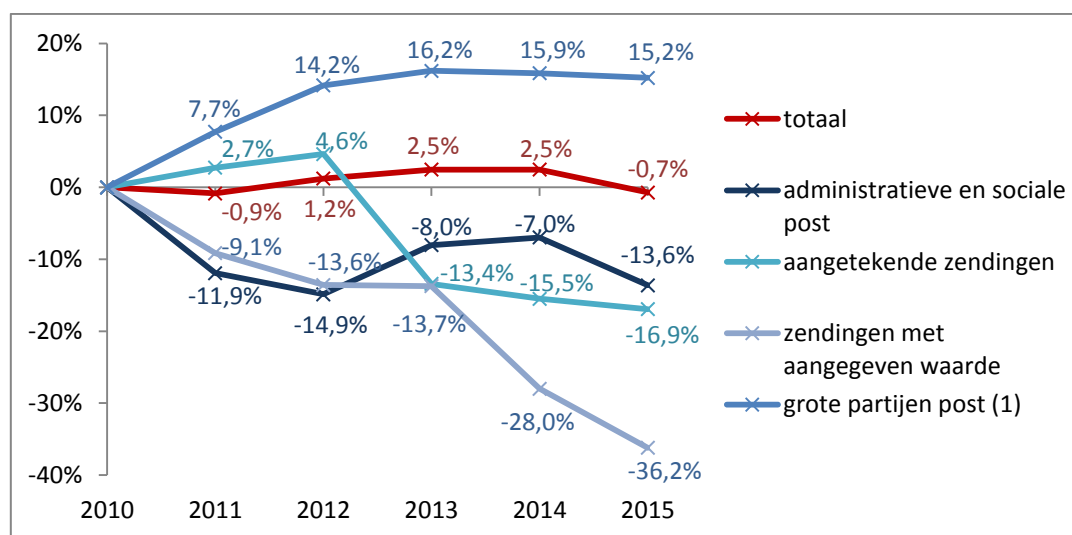
#### 4.2.2.2 Inkomsten

Zoals geïllustreerd wordt in figuur 16 hierna zijn de totale inkomsten voor transactionele post met 0,7% afgenomen tussen 2010 en 2015. De inkomsten zijn met 3,10% gedaald tussen 2014 en 2015.

Onder de verschillende producten die samen de transactionele post vormen, zijn de inkomsten over de periode 2010-2015 het sterkst gedaald, met -36,2% in waarde, voor zendingen met aangegeven waarde.

Terwijl de inkomsten in verband met de stukpostproducten<sup>8</sup> algemeen gedaald zijn, is er over dezelfde periode 15,2% groei in de inkomsten uit grote partijen post<sup>9</sup>. Er moet echter worden opgemerkt dat er zich voor grote partijen post recent ook een dalende trend aftekent (-1 procentpunt ten opzichte van 2013).

Figuur 16: Evolutie van de inkomsten uit transactionele post sedert 2010



Bron: BIPT

(1) grote partijen post omvatten de gegroepeerde afgifte van de 3 categorieën van transactionele post, namelijk administratieve en sociale post, aangetekende zendingen en zendingen met aangegeven waarde.

De variabelen administratieve en sociale post, aangetekende zendingen en zendingen met aangegeven waarde die in de bovenstaande figuur zijn opgenomen, slaan enkel op stukpostzendingen.

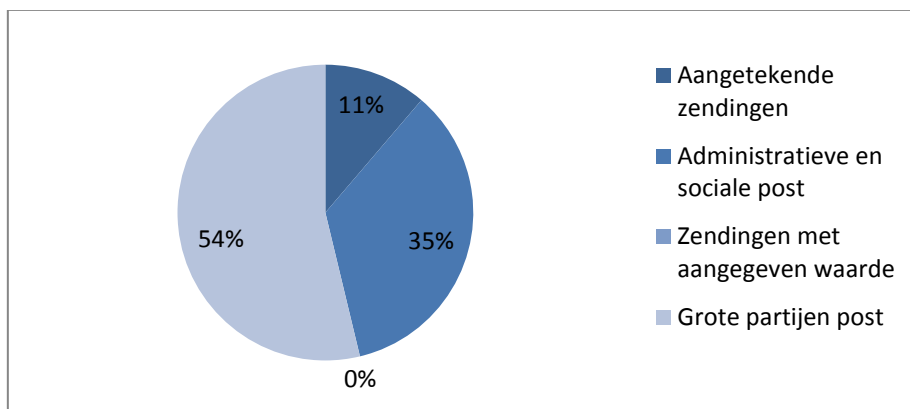
Wanneer we de samenstelling van de inkomsten uit de behandeling van de transactionele post van naderbij bekijken in figuur 17 stellen we vast dat de grote partijen post in 2015 goed waren voor 54% van deze inkomsten tegenover 46% voor stukpostzendingen.

Van deze 46% stukpost was administratieve en sociale post goed voor om en bij de 35% en aangetekende zendingen voor de overige 11%. Het aandeel van de inkomsten dat wordt gegenereerd door zendingen met aangegeven waarde is dan weer tamelijk onbelangrijk, aangezien dit niet eens 1% vertegenwoordigde van de totale inkomsten in 2015.

<sup>8</sup> Zie de tendensen voor administratieve en sociale post, aangetekende zendingen en zendingen met aangegeven waarde in figuur 16, die enkel betrekking hebben op stukpost.

<sup>9</sup> Grote partijen post omvatten zowel administratieve post als ingeschreven zendingen.

**Figuur 17: Verdeling van de inkomsten uit transactionele post (2015)**



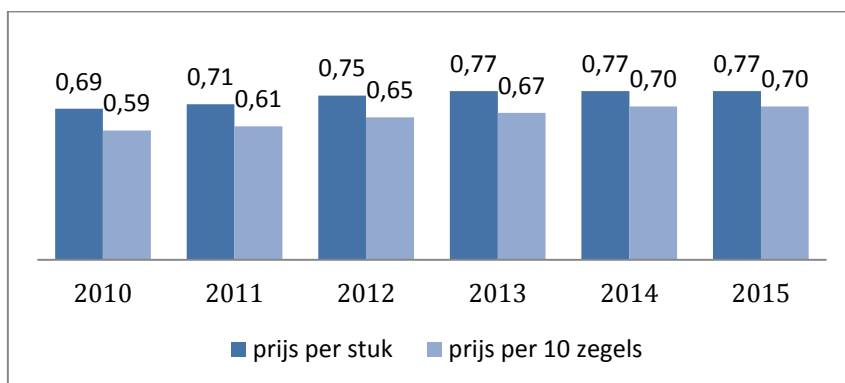
Bron: BIPT

#### 4.2.2.3 Prijs

Het nominale tarief van een binnenlandse standaardbrief in België is in vergelijking met 2014 stabiel gebleven in 2015; de kostprijs van een postzegel komt ook in 2015 op € 0,77. Zowel het eenheidstarief als de kostprijs van een postzegel die verkocht wordt per 10 stuks (€ 0,70) bleef onveranderd.

Als we de trend bekijken sedert 2010, zien we dat de prijs van een postzegel gestegen is met 11,6%. Deze prijsstijging is des te meer uitgesproken als we de prijs per 10 stuks bekijken. In dat geval loopt de sedert 2010 opgetekende gecumuleerde stijging immers op tot 18,6%.

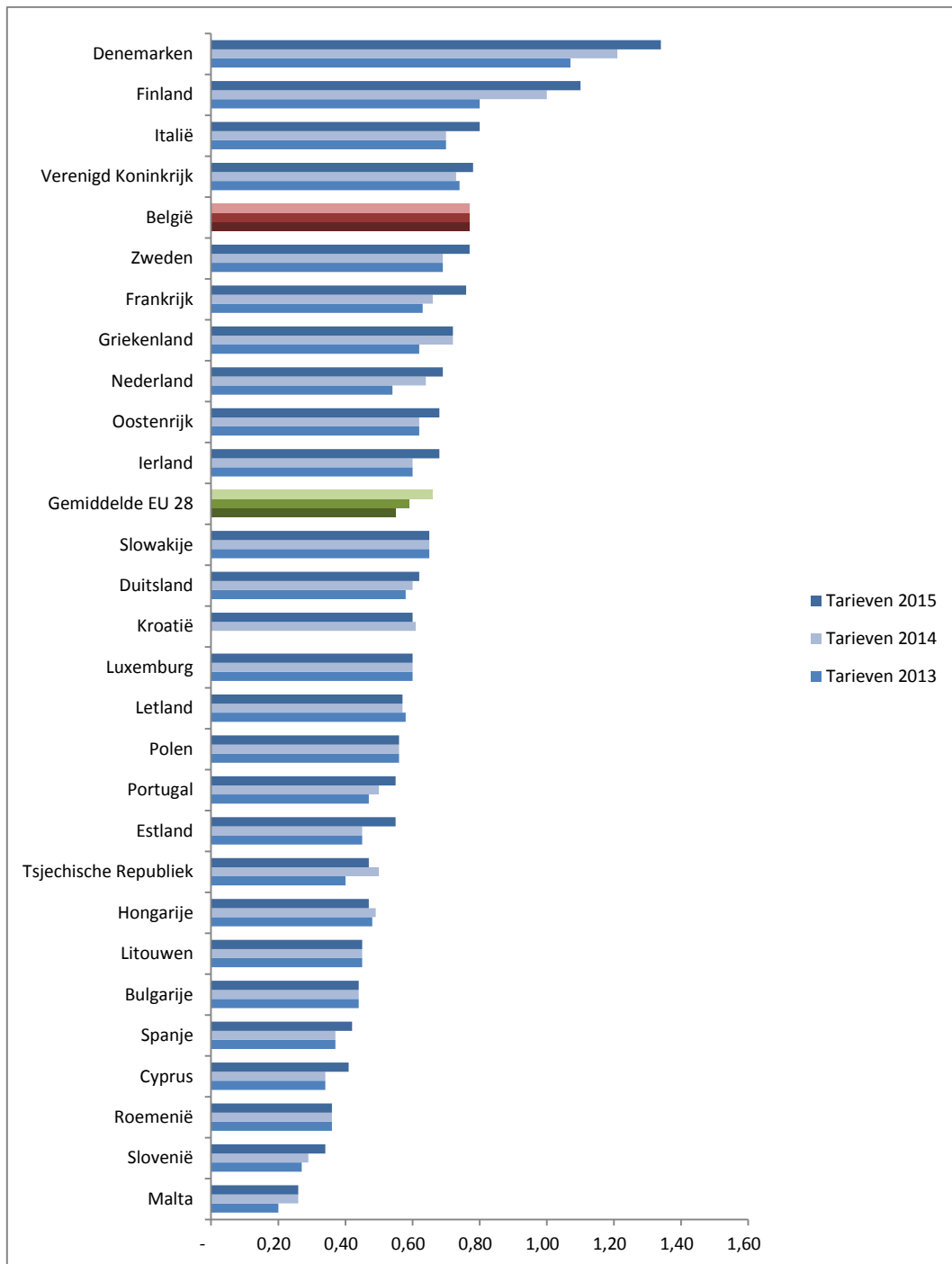
**Figuur 18: Prijs van de dienst voor binnenlandse standaardbrief < 50 g (€)**



Bron: bpost

Op het niveau van de Europese Unie behoort de prijs in nominale waarde voor het vervoer en de distributie van een genormaliseerde brief in België tot de duurste van de 28 lidstaten, zoals blijkt uit figuur 19 hierna. In 2015 bedroeg het Europese gemiddelde voor de frankering van een binnenlandse standaardbrief € 0,66, waarbij het duurste land Denemarken was (€ 1,34) en het goedkoopste Malta (€ 0,26).

Figuur 19: Prijs van de dienst voor een binnenlandse standaardbrief in Europa (€)

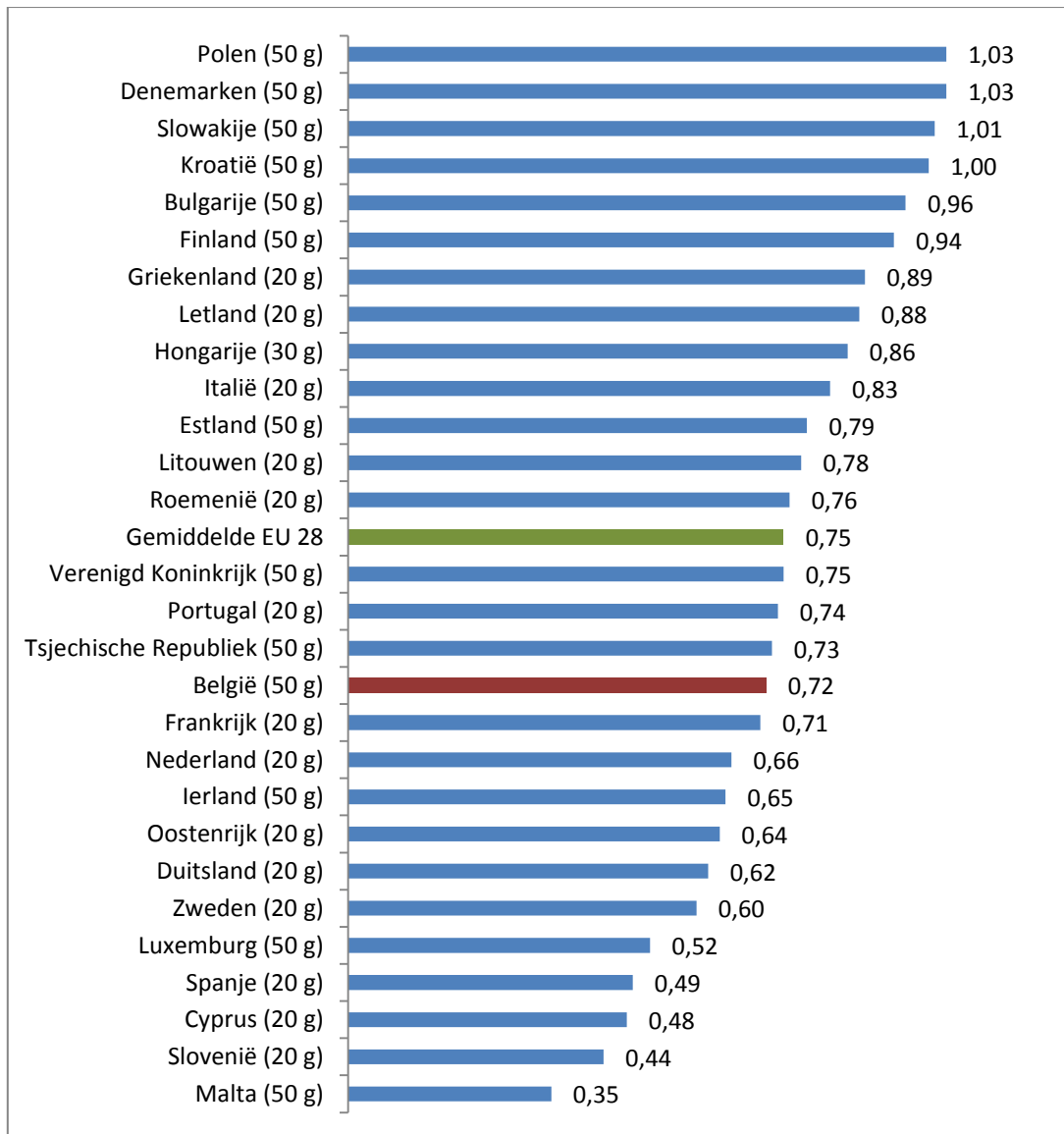


Bron: Deutsche Post, Letter Price Survey (2013, 2014 en 2015)

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

Na een stijging van het gemiddelde van de EU28-landen (van € 0,70 in 2014 naar € 0,75 in 2015), valt België in 2015 net onder dit gemiddelde.

**Figuur 20: Prijs 2015 uitgedrukt in koopkrachtpariteit (KKP) van de dienst voor binnenlandse standaardbrieven in Europa (€)**



Bron: Deutsche Post, Letter Price Survey (2015)

### 4.2.3 Geadresseerde reclamezendingen

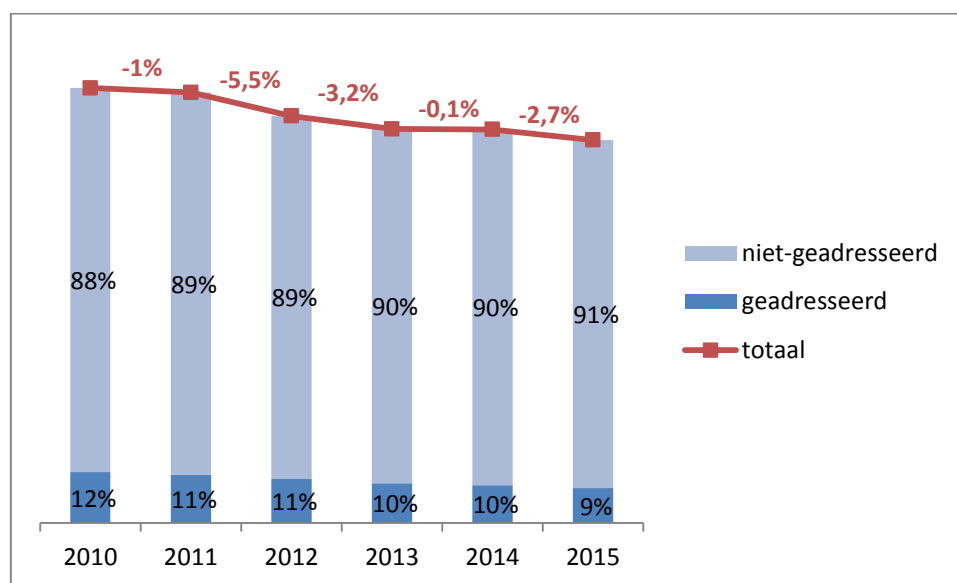
Geadresseerde reclamezendingen maken net als transactionele post deel uit van het segment van de brievenpost. Niet-geadresseerd reclamedrukwerk maakt er daarentegen geen deel van uit omdat de distributie van niet-geadresseerde zendingen geen postdienst is. Toch wordt dit in het kader van deze sectie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

#### 4.2.3.1 Volumes

Sedert 2010 daalt het volume aan gedrukte reclame continu. Zowel het volume aan niet-geadresseerde zendingen (-2,2%) als het volume aan geadresseerde reclame (-7,1%) zijn verder gedaald in 2015.

Qua volume vertegenwoordigen geadresseerde reclamezendingen maar iets meer dan 9% van het totaal; de grote meerderheid van reclamezendingen is immers niet geadresseerd.

Figuur 21: Evolutie van de volumes reclame (2010-2015)



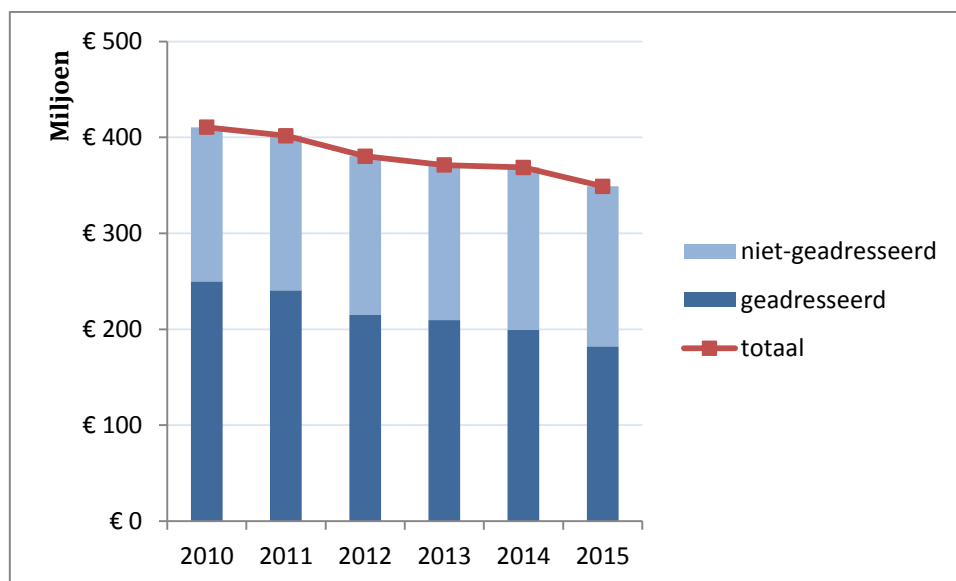
Bron: BIPT

#### 4.2.3.2 Inkomsten

In het algemeen dalen de inkomsten uit geadresseerde reclame en huis-aan-huisbladen sedert 2010. De totale inkomsten uit papieren reclame (geadresseerd of huis-aan-huisbladen) zijn gegaan van meer dan 410 miljoen euro in 2010 naar iets minder dan 349 miljoen euro in 2015, wat overeenkomt met een inkomstenverlaging van zo'n 15%.

Deze inkomstenverlaging is hoofdzakelijk toe te schrijven aan de geadresseerde reclamezendingen, waarvan de inkomsten verhoudingsgewijs sterker gedaald zijn dan die van de niet-geadresseerde zendingen.

Figuur 22: Evolutie van de inkomsten uit reclame (2010-2015) (miljoen €)



Bron: BIPT

#### 4.2.4 Internationale post

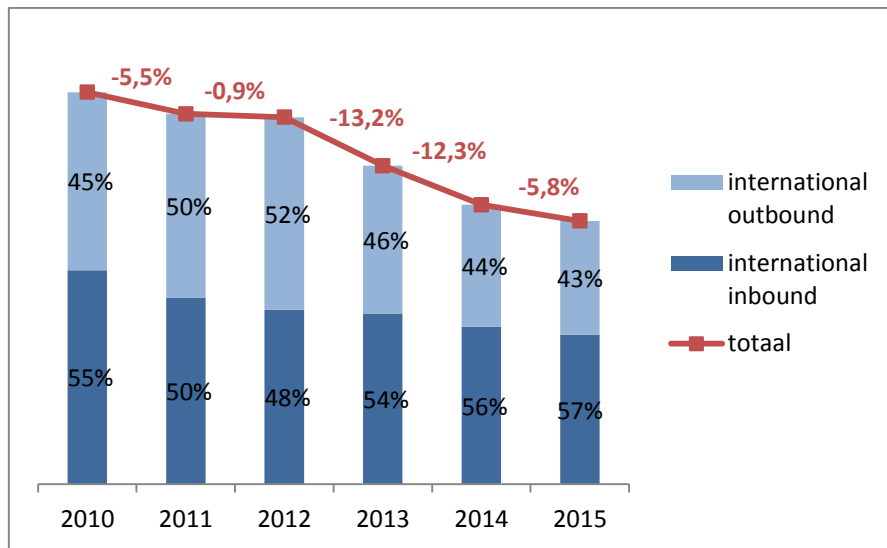
Naast transactionele postzendingen en geadresseerde reclamezendingen, bestaat de brievenpost ook uit een derde en laatste categorie van post, namelijk de internationale post.

Internationale post verwijst naar de stromen van postzendingen van minder dan 2 kg die uitgewisseld worden tussen België en het buitenland. Het kan daarbij gaan om binnenkomende stromen ('international inbound') - de post in kwestie moet in België worden bezorgd - alsook om uitgaande stromen ('international outbound') - in dat geval gaat het om post die vanuit België verzonden wordt naar andere landen -.

##### 4.2.4.1 Volumes

Onderstaande grafiek geeft de dalende trend weer van de binnenkomende en uitgaande volumes. Hoewel de sterke dalingen van 2013 (-13%) en 2014 (-12%) niet geëvenaard worden in 2015, blijft de daling significant met een grootteorde van iets minder dan 6%.

Figuur 23: Evolutie van de volumes van internationale post



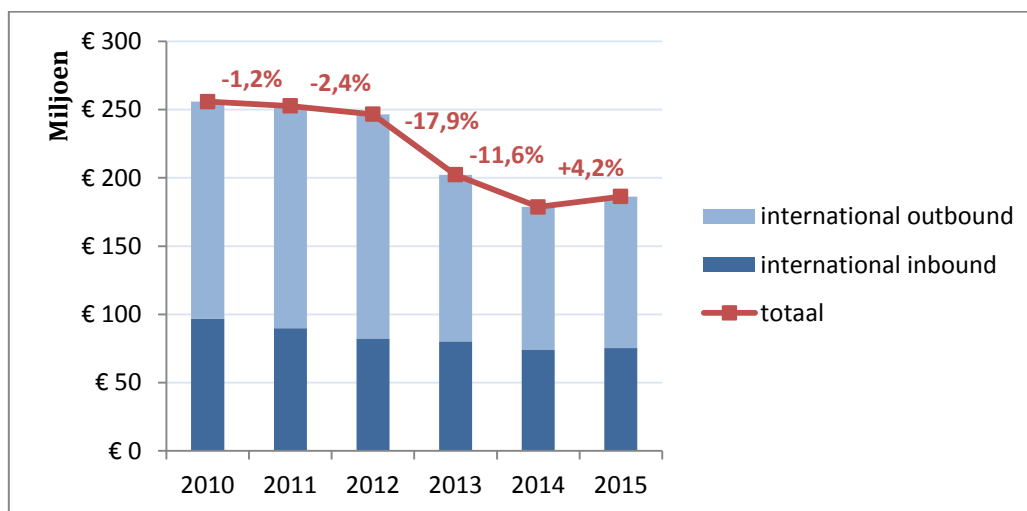
Bron: BIPT

In 2015 is de verdeling tussen de volumes binnenkomende en uitgaande internationale post vergelijkbaar met de verdeling die vastgesteld is in 2010 met ongeveer 55% van het totaal dat bestaat uit binnenkomende stromen tegenover 45% uitgaande stromen. Er moet evenwel worden opgemerkt dat in 2012 de uitgaande stromen de meerderheid van de volumes van internationale post vormden, in tegenstelling tot de andere jaren.

#### 4.2.4.2 Inkomsten

De inkomsten uit brievenpost afkomstig van of met als bestemming het buitenland, zijn, net als de totale inkomsten uit het brievenpostsegment, aan het dalen sedert 2010. In 2015 zien we echter een kleine heropleving met een stijging van 4,2% ten opzichte van 2014, nadat zowel internationale inbound post als internationale outbound post een stijging vertonen.

Figuur 24: Evolutie van de inkomsten voor internationale post (miljoen €)

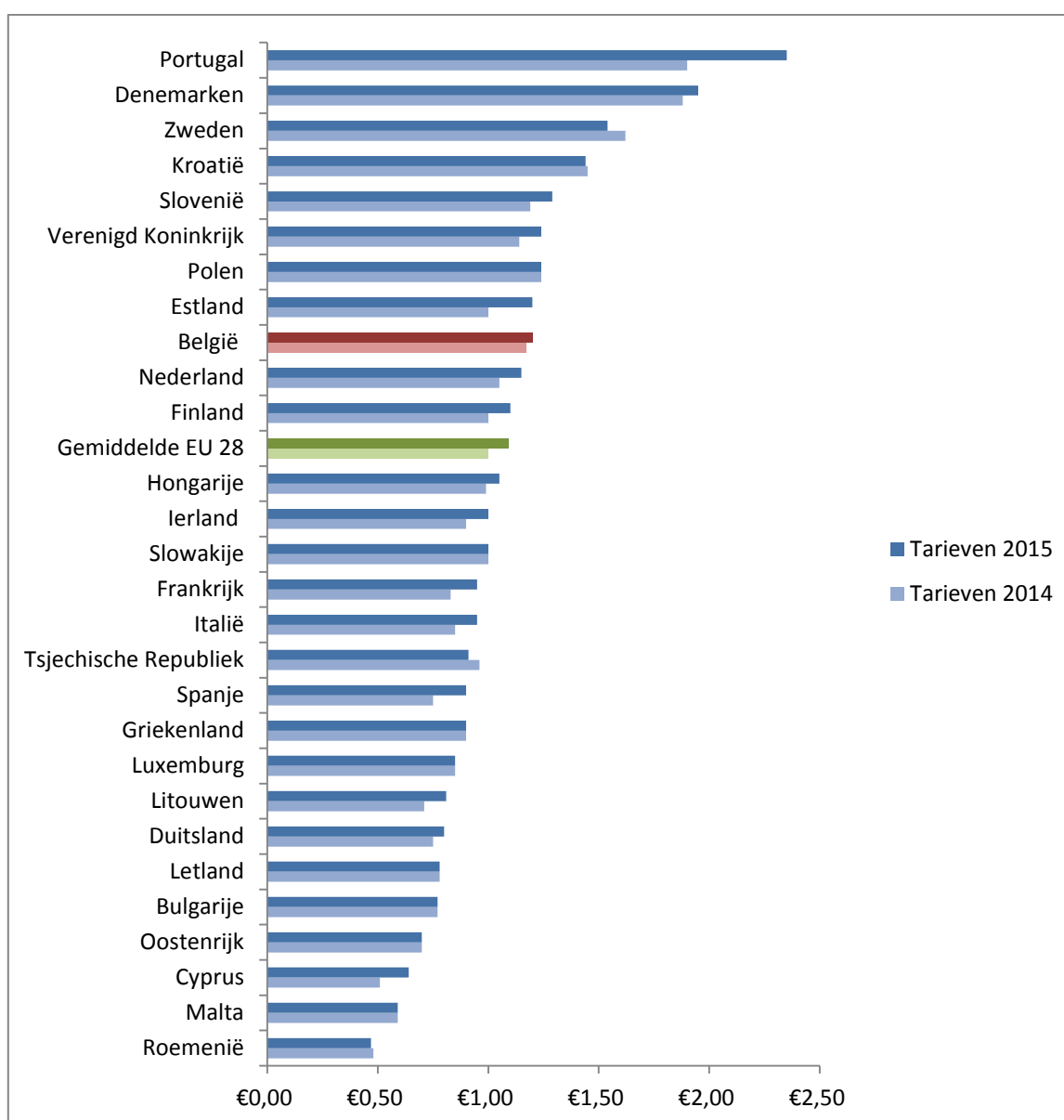


Bron: BIPT

#### 4.2.4.3 Prijs

Een vergelijking van de prijs, in nominale waarde, van de dienst voor standaardbrieven binnen de EU in de 28 lidstaten leert ons dat België, met een dienst voor brieven binnen de EU die, na een prijsstijging van € 0,03 ten opzichte van 2014, neerkomt op € 1,20 in 2015 boven het Europese gemiddelde zat (€ 1,09). Daarmee zit België in de hoge middenmoot van de EU-landen, waarbij de eerste plaats in de rangschikking naar Portugal gaat, waar een brief met een andere lidstaat als bestemming in 2015 neerkwam op € 2,35. In vergelijking daarmee kostte een brief die verzonden werd vanuit Roemenië € 0,47.

Figuur 25: Prijs van de dienst voor een intra-Europese standaardbrief in Europa (in nominale waarde) (€)



Bron: Deutsche Post, Letter Price Survey (2014 en 2015)

## 4.3 Focus op het segment van de pakket-, snelpostzendingen en e-commerce

Gedreven door het groeiend belang van e-commerce, neemt de pakjesmarkt een steeds belangrijker wordende positie in binnen de postale markt. In dit hoofdstuk wordt de recente evolutie binnen het segment van de pakketdiensten en expressdiensten besproken.<sup>10</sup>

### 4.3.1 Volume

Het segment van pakketten en expressdiensten<sup>11</sup> blijft zich sterk ontwikkelen. Tussen 2010 en 2015 is er een haast onophoudelijk lineaire volumegroei geweest, met jaarlijks een stijging van gemiddeld 11%. Zodoende steeg het aantal pakketten en expressdiensten, zowel binnenlands, internationaal binnenkomend als internationaal uitgaand samengeteld<sup>12</sup>, van 88 miljoen stuks in 2010 tot 139 miljoen in 2015. Vorig jaar werden er dus meer dan anderhalve keer zoveel pakketten en expresszendingen verzonden dan in 2010. Ook ten opzicht van 2014 nam het volume opnieuw toe met 12,4%.

Bekeken per inwoner is het aantal geleverde pakketten en expressdiensten per jaar gestegen van gemiddeld 8,1 anno 2010 tot 12,4 in 2015. Per capita wordt er zodoende gemiddeld elke maand een pakket verzonden of wordt er gebruik gemaakt van een expressdienst.

Het gaat hier dan ook om dé groeimarkt binnen de postale sector, die veel aanbieders aantrekt en zorgt voor stevige concurrentie. Naast bpost zijn ook de alternatieve privéoperators duidelijk erg actief in het segment van de pakjes en de snelpostzendingen, alsook de universeledienstaanbieders van de buurlanden, die vaak via een dochteronderneming aanwezig zijn op onze markt.

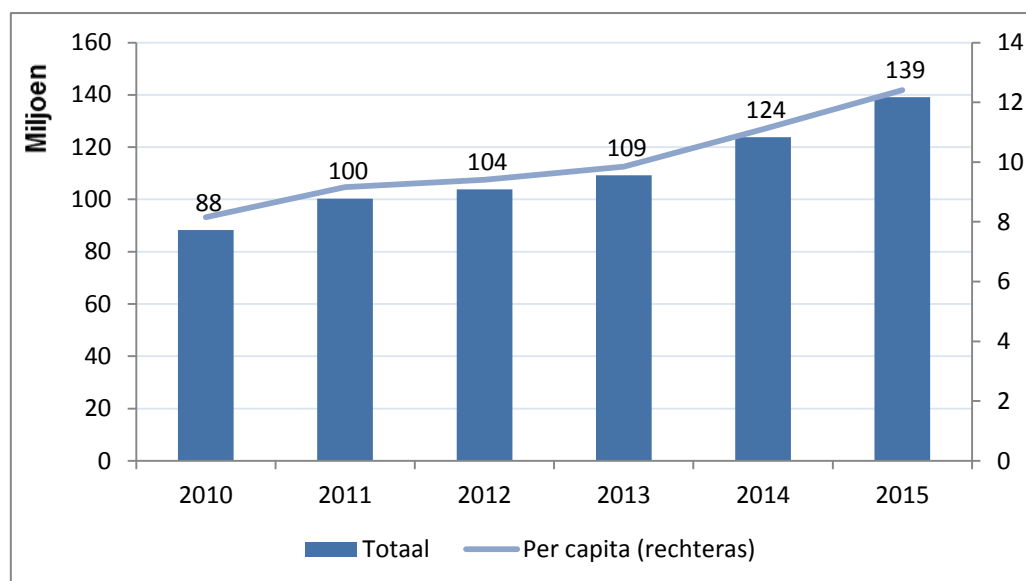
---

<sup>10</sup> Er werd aan de operators gevraagd om, indien mogelijk, enkel maar data over te maken voor pakketten tot 10 kilogram (internationaal binnenkomend tot 20 kilogram).

<sup>11</sup> De grens tussen de pakjes en de snelpostzendingen is moeilijk af te bakenen. Het vervoer van pakjes houdt steeds vaker diensten in waardoor deze steeds dichter aanleunt bij een snelpostzending (traceerdienst van de zendingen, verzekering van de inhoud van de zending, verzendingstermijnen, enz.). Bovendien bieden heel wat spelers beide soorten diensten aan hun klanten aan.

<sup>12</sup> In het observatorium van vorig jaar werd enkel de som van binnenlandse en uitgaande pakketten getoond, wat toen uiteraard lagere volumes en omzetten opleverde.

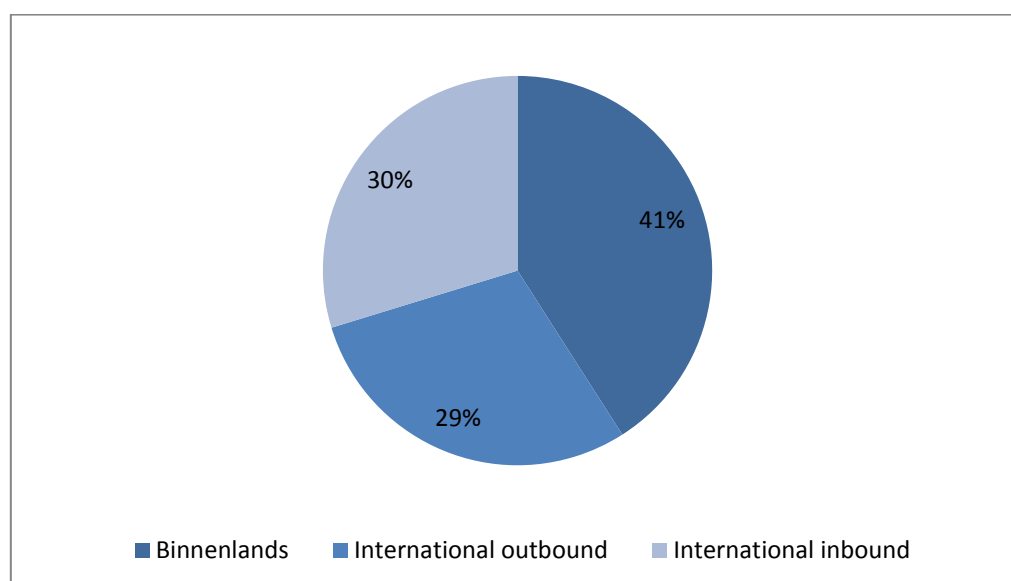
**Figuur 26: Evolutie van het volume aan pakket- en expressdiensten in totaal (in miljoen eenheden) en per capita (in eenheden) per jaar**



Bron: BIPT

Figuur 27 toont ons dat 41% van het totaal aantal pakket- en expressdiensten uit 2015 binnenlandse zendingen betrof. Bijna de helft van de zendingen werden binnen het Belgische grondgebied verstuurd om vervolgens ook binnen de landsgrenzen ontvangen te worden. In 29% van de gevallen ging het om uitgaande internationale zendingen (international outbound), dus verzonden vanuit België richting het buitenland. De resterende 30% van het totaal aantal zendingen kwam vanuit het buitenland en werd finaal in België uitgereikt (international inbound).

**Figuur 27: Verdeling van het volume aan pakket- en expressdiensten volgens binnenlands, uitgaand internationaal en binnenkomend internationaal anno 2015**



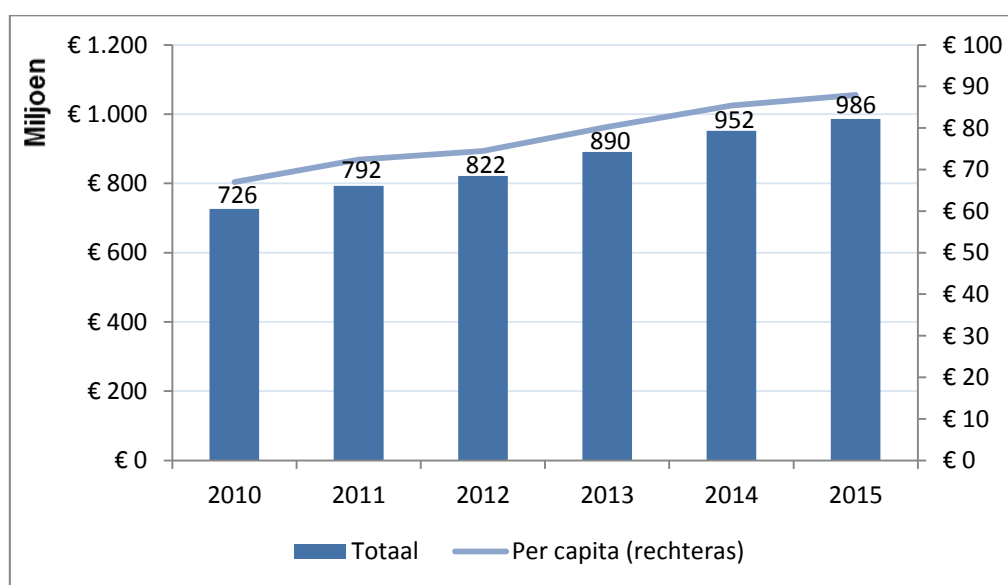
Bron: BIPT

### 4.3.2 Inkomsten

In termen van gerealiseerde omzet kende het segment van pakket- en expressdiensten een bescheidenere, doch eveneens continue, stijging tussen 2010 en 2015. Gaandeweg groeiden, met gemiddeld 7,2% per jaar, de totale inkomsten van 726 miljoen euro tot 986 miljoen euro. Tussen 2014 en 2015 nam de globale gerealiseerde omzet binnen het segment nog met 3,5% toe. De vier belangrijke internationale spelers, DHL, Fedex, UPS en TNT vertegenwoordigen samen met bpost meer dan 80% van deze markt in termen van omzet.

Uitgezet per capita werd er anno 2015 gemiddeld 88 euro per inwoner besteed aan pakket- en expressdiensten, dat is 15 euro meer dan in 2010.

**Figuur 28 : Evolutie van de inkomsten binnen het segment van de pakket- en expressdiensten in totaal (in miljoen EUR) en per capita (in EUR) per jaar**



Bron: BIPT

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

De distributie van de erkende pers, waarbij de items worden afgeleverd bij de abonnee thuis, is een dienst van algemeen economisch belang (DAEB) die anno 2015 nog behoorde tot het 5<sup>de</sup> beheerscontract afgesloten tussen bpost en de Belgische Staat. Sinds 1 januari 2016, en nog tot 31 december 2020<sup>13</sup>, is het een afzonderlijke dienst van 'last resort' geworden die buiten het (6<sup>de</sup>) beheerscontract valt. Deze DAEB, waarop de uitgevers naar eigen wens een beroep kunnen doen, wordt door bpost uitgevoerd en bestaat uit:

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

<sup>13</sup> Op 16 oktober 2015 heeft de Ministerraad, na een openbare, transparante en niet-discriminerende procedure, beslist om de concessies voor de bezorging van erkende kranten en erkende tijdschriften voor de periode 2016 tot 2020 toe te wijzen aan bpost.

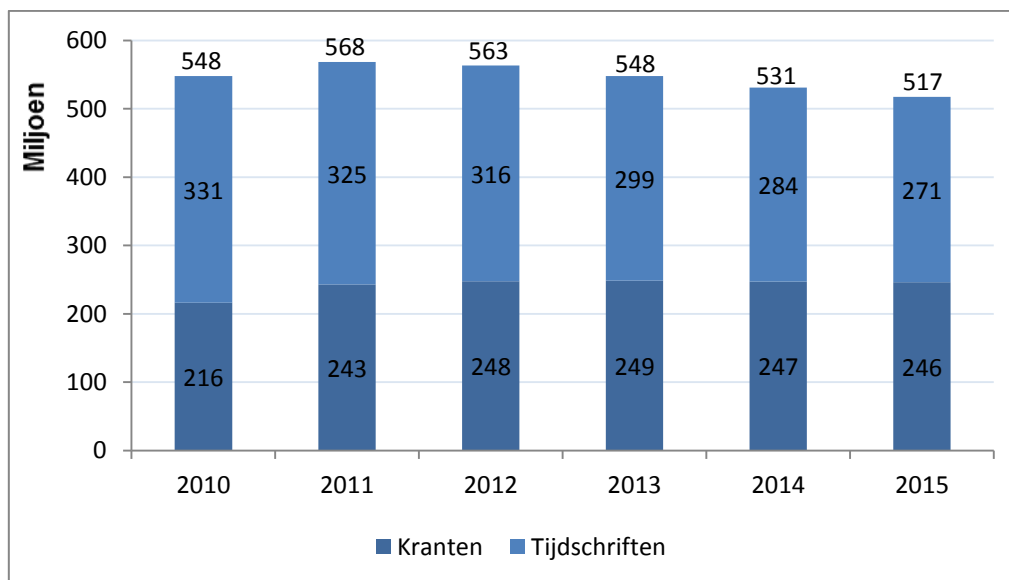
- de thuisbezorging van tijdschriften aan de abonnees via de klassieke verdeelrondes, van maandag tot vrijdag.

Als aanbieder die belast is met deze DAEB aangaande de distributie van de erkende pers aan de abonnees, is bpost de belangrijkste operator in het segment van thuislevering van persartikelen. Er zijn momenteel nog andere spelers actief in dit segment: zoals PPP, Asendia en Deltamedia, een dochteronderneming van bpost die pers van de groep Mediahuis verdeelt<sup>14</sup>.

#### 4.4.1 Volume

Sinds 2012 daalt het totale volume van bedeelde pers, na gepiekt te hebben op 568 miljoen bedeelde exemplaren op jaarbasis in 2011. Tussen 2014 en 2015 nam het globale volume met 2,6% af. Bij de tijdschriften is de daling al langer aan de gang en zijn de recente dalingen dan ook scherper, met name -4,6% tussen 2014 en 2015. Het volume aan bedeelde kranten stagneerde en kent sinds 2013 een beperkte terugval, hierbij gaat het om -0,3% anno 2015. 52,3% van de bedeelde pers omvat tijdschriften, de rest bestaat uit kranten (47,7%).

Figuur 29: Evolutie van de volumes in het segment van de persdistributie aan abonnees (miljoen eenheden)



Bron: BIPT

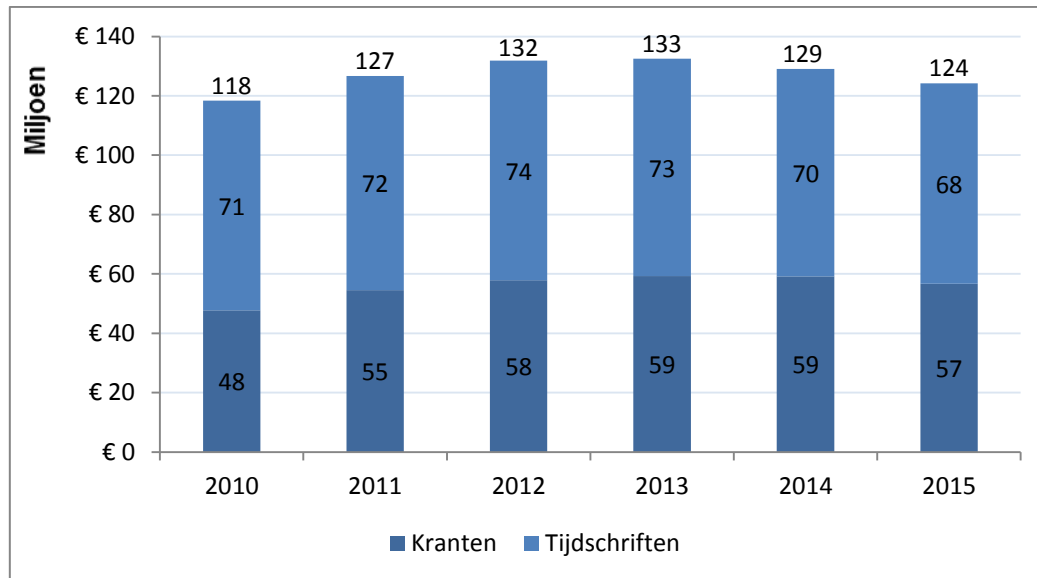
#### 4.4.2 Inkomsten

Aan de inkomsten zijde zien we dat de neergaande fase zich pas vanaf 2014 heeft ingezet. Tussen 2014 en 2015 krompen de inkomsten wederom, dit keer met 3,7%. Deze daling toont zich zowel, en haast even sterk, bij de kranten (-4,2%) als bij de tijdschriften (-3,4%). 54,4% van de inkomsten zijn nog steeds toe te schrijven aan de bedeling van tijdschriften, tegenover 45,6% aan de bedeling van kranten.

<sup>14</sup> Tot april 2016 (volgens Trends op 11 november 2015: <http://trends.knack.be/economie/bedrijven/persbedelingscontract-is-motor-voor-tewerkstelling-bij-bpost/article-normal-624689.html>).

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

**Figuur 30: Evolutie van de inkomsten in het segment van de persdistributie aan abonnees (miljoen EUR)**



Bron: BIPT

Voor de volledigheid vermelden we dat AMP<sup>15</sup> eveneens actief is op de markt voor de distributie van pers aan abonnees, AMP levert echter niet aan huis maar in de (kranten)winkel. Daarnaast voorzien zij ook in de distributie van pers voor losse nummerverkoop in de winkel. De inkomsten en volumes van dit bedrijf zijn niet opgenomen in de bovenstaande overzichten.

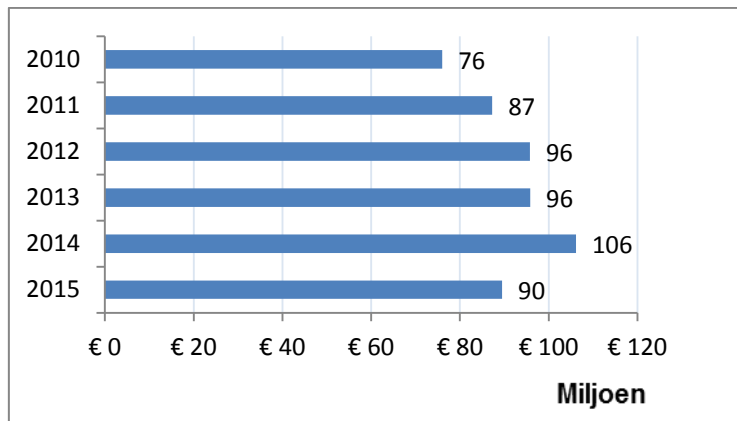
## 5. Investerings en tewerkstelling in postactiviteiten

### 5.1 Investerings in de postsector

In 2015 werd voor in totaal aan 90 miljoen euro geïnvesteerd in de postsector door de operatoren uit onze steekproef, een daling van 15,7% ten opzichte van 2014. Hierdoor komt er een einde aan de stijgende trend. Daarbij dienen we wel op te merken dat 2014 een topjaar was op het vlak van investeringen. Anno 2015 werd er nog steeds meer geïnvesteerd in de postale sector dan in 2010 of 2011 bijvoorbeeld het geval was.

<sup>15</sup> Het mededingingscollege van de Belgische mededingingsautoriteit heeft recent onder voorwaarden de overname goedgekeurd door bpost van AMP en LS Distribution Benelux (volgens Knack op 10 november 2016: <http://trends.knack.be/economie/bedrijven/bpost-krijgt-voorwaardelijk-groen-licht-voor-overname-amp-en-krantenwinkels/article-normal-775165.html>).

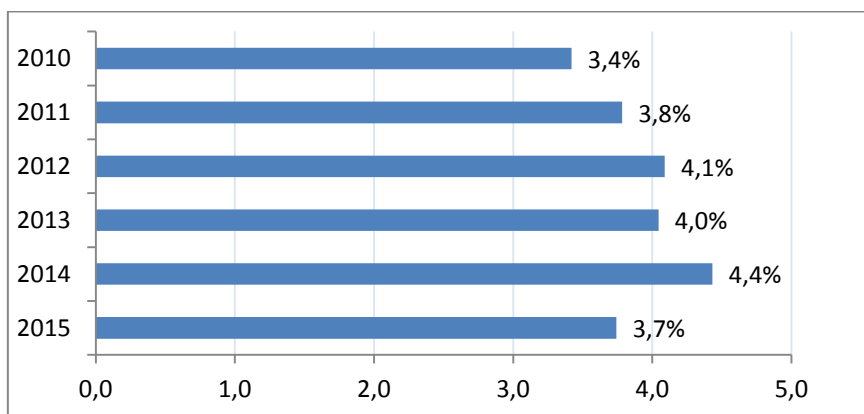
**Figuur 31: Investerings in de postsector (miljoen EUR)**



Bron: BIPT

De uitgevoerde investeringen in de postsector bedroegen anno 2015 3,7% van de gerealiseerde omzet. Dit is het tweede laagste percentage uit onze tijdreeks, enkel in 2010 werd er een kleiner deel van de gerealiseerde omzet opnieuw in de sector geïnvesteerd.

**Figuur 32: Investerings ten overstaande van omzet in de postsector (%)**



Bron: BIPT

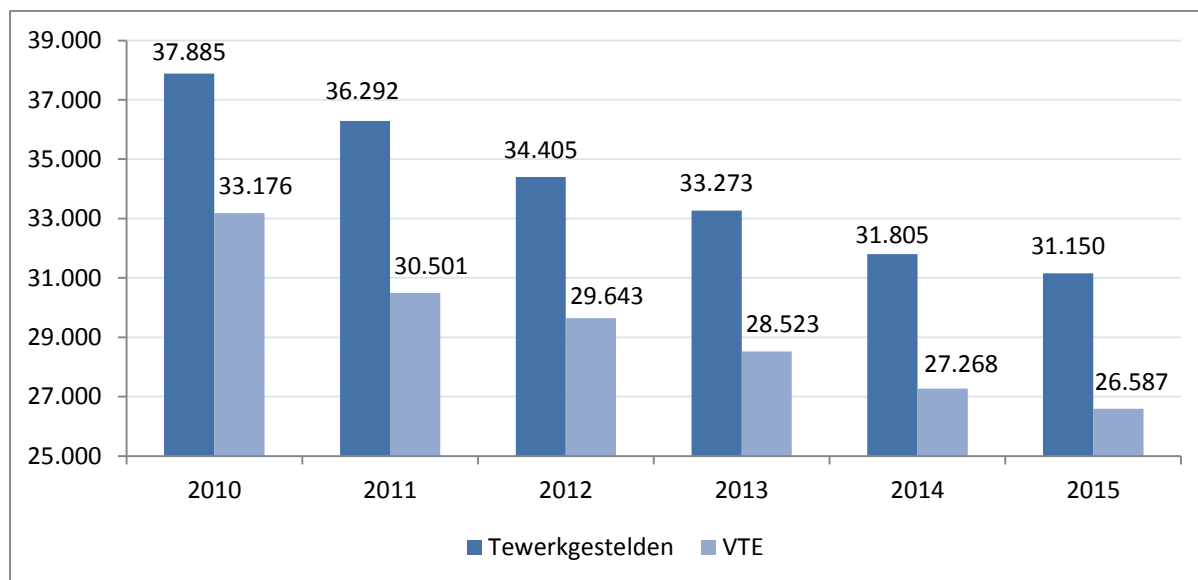
## 5.2 Tewerkstelling in de postsector

In 2015 was de postale sector op directe wijze goed voor de tewerkstelling van 31.150 personen<sup>16</sup>. Opnieuw was er sprake van een daling ten opzichte van een jaar eerder, maar dit keer was het verlies met -2,1% relatief beperkt. Deze afvlakking, ondanks een onafgebroken daling van het personeelsbestand van bpost, laat zich verklaren door een toename van het aantal tewerkgestelden bij alternatieve operatoren. Zo was in 2015 inmiddels 20,1% van de loontrekkenden in de sector, tewerkgesteld bij een alternatieve operator.

<sup>16</sup> We bekijken telkens de situatie op 30 juni, zodoende einde tweede kwartaal, van het betreffende jaar, omdat de tewerkstelling op dat tijdstip typisch het minst gevoelig is voor seizoensschommelingen.

Niettemin, loopt de tewerkstellingsdaling in de sector al op tot 17,8% wanneer we vergelijken met 2010. Bekeken in voltijdse equivalenten<sup>17</sup> (vte's) zien we een nog sterkere daling sinds 2010 (-19,9%), wat aanleiding geeft tot een totaal van 26.587 voltijdse equivalenten in 2015.

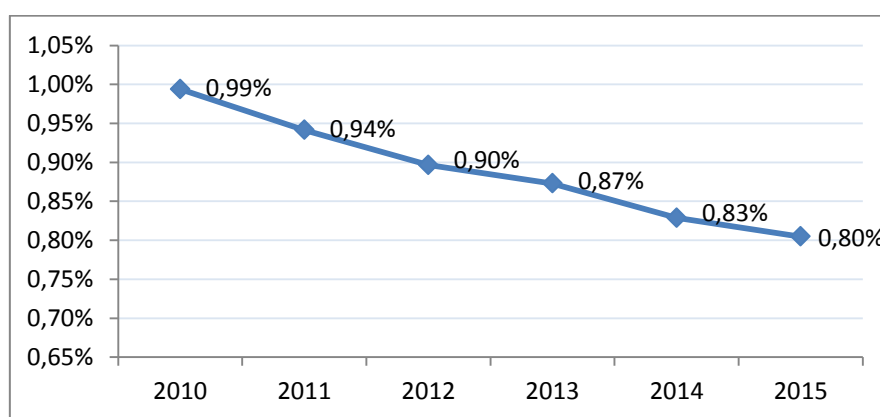
**Figuur 33: Tewerkstelling in de postsector (N, vte)**



Bron: RSZ

De neerwaartse trend aangaande tewerkstelling in de postsector laat zich opnieuw duidelijk zien wanneer vergeleken wordt met de totale tewerkstelling. Bekeken ten opzichte van de totale tewerkstelling, zien we dat anno 2010 ongeveer 1% van alle werkenden tewerkgesteld waren in de postale sector, in 2015 was dit nog slechts 0,8%.

**Figuur 34: Aandeel tewerkstelling in de postsector ten opzichte van de totale tewerkstelling (%)**



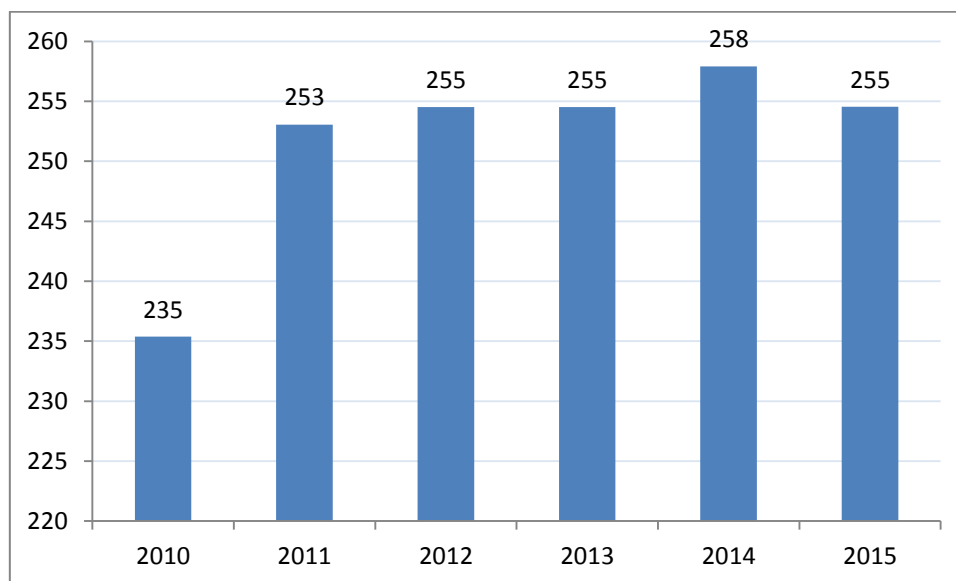
Bron: RSZ<sup>18</sup>

<sup>17</sup> Om de effectief gepresteerde arbeid zo goed mogelijk weer te geven, gaat het hierbij om voltijdse equivalenten exclusief gelijkgestelde dagen. Gelijkgestelde dagen zijn periodes, zoals onvrijwillige werkloosheid, arbeidsongeschiktheid, bevallingsrust en brugpensioen, waarin niet werd gewerkt maar die toch meetellen in de berekening van de pensioenloopbaan.

<sup>18</sup> De gedecentraliseerde RSZ-data aangaande de totale tewerkstelling is allesomvattend, en bevat in dit geval ook gegevens komende van RSZPPO en HVKS.

Terwijl de tewerkstelling in de postale sector daalt, blijft het aantal postale items per voltijds equivalent in de postsector de laatste jaren stabiel. Anno 2015 werden er gemiddeld 255 items, gaande van brieven tot pakjes, expresszendingen, kranten of magazines, verwerkt per postale werknemer per kalenderdag, en dit uitgedrukt in termen van voltijdse werkdagen (vte). Dit is gemiddeld drie items per dag minder dan in 2014, en gelijkaardig aan de hoeveelheid verwerkte stuks tussen 2011 en 2013.

**Figuur 35: Gemiddeld aantal postale items per kalenderdag per vte in de postale sector (N)**



*Bron: RSZ en BIPT*

## 6. Toegang tot postdiensten

### 6.1 Sectorieel overzicht : toegangspunten voor verzending én ontvangst

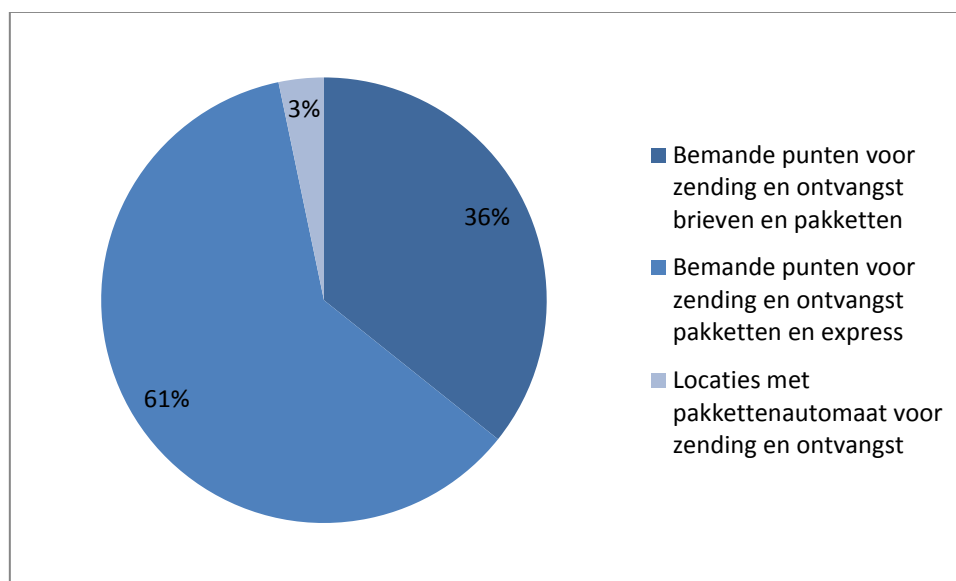
De omwenteling die de postale sector de laatste jaren heeft meegemaakt toont zich ook bij de toegangspunten tot de diverse postale netwerken. Eind 2015 beschikten alle operatoren samen over ongeveer 4.500 toegangspunten die tegelijk konden instaan voor zowel verzending als ontvangst. Dat wilt zeggen dat er gemiddeld elke 7 km<sup>2</sup> en voor gemiddeld elke 2.600 inwoners een toegangspunt voor de verzending en ontvangst van pakketten aanwezig was.

Reeds in de meerderheid van de gevallen, met name 61%, ging het om bemande toegangspunten van operatoren zoals Kiala, Kariboo, DPD, GLS, Fedex en DHL Express, die zich louter toelagen op het segment van pakket- en snelpostzendingen.

Nog 36% van de toegangspunten, waren bemande toegangspunten die toebehoorden aan spelers, in casu bpost en TBC Post<sup>19</sup>, die zowel actief zijn binnen het segment van de brievenpost als dat van de pakketten.

Een bijkomende nieuwe trend die de afgelopen jaren de kop op stak zijn de pakketautomaten. Deze automaten, uitgerust met een aantal beveiligde kastjes, zijn veelal geïnstalleerd op drukke locaties en kunnen tevens 24/7 worden gebruikt voor de verzending en ontvangst van pakketten. Zowel bpost als DHL Express boden anno 2015 deze mogelijkheid reeds aan in België. Daarnaast, en buiten de scope van dit observatorium, zijn er tevens ook operator-onafhankelijke initiatieven zoals BringMe<sup>20</sup> en ParcelHome<sup>21</sup> die ervoor zorgen dat men thuis of op het werk een pakje in een pakketautomaat kan laten leveren.

**Figuur 36: Verdeling volgens type toegangspunt anno 2015**



Bron : BIPT

## 6.2 Aanbieder van de universele postdienst (AUPD)

### 6.2.1 Toegangspunten tot de postdiensten

Wanneer we specifiek oog hebben voor toegang tot het netwerk van de universele dienst aanbieder bpost, bekijken we het concept toegangspunt ruimer en hebben we het over fysieke installaties die beschikbaar worden gesteld aan het publiek, hetzij op de openbare weg, hetzij in de lokalen van een aanbieder van postdiensten en via welke de verschillende types postzendingen door de afzenders toevertrouwd kunnen worden aan het netwerk van de postoperator.

<sup>19</sup> Daarnaast beschikt TBC Post, net als bpost, uiteraard ook nog over brievenbussen voor verzending van brievenpost.

Locaties TBC Post punt of postbus: <https://www.tbc-post.info/zoek-tbc-post>

Locaties bpost in uw buurt: <http://www.bpost.be/site/nl/zoek-bpost-uw-buurt>

<sup>20</sup> <https://www.bringme.com>

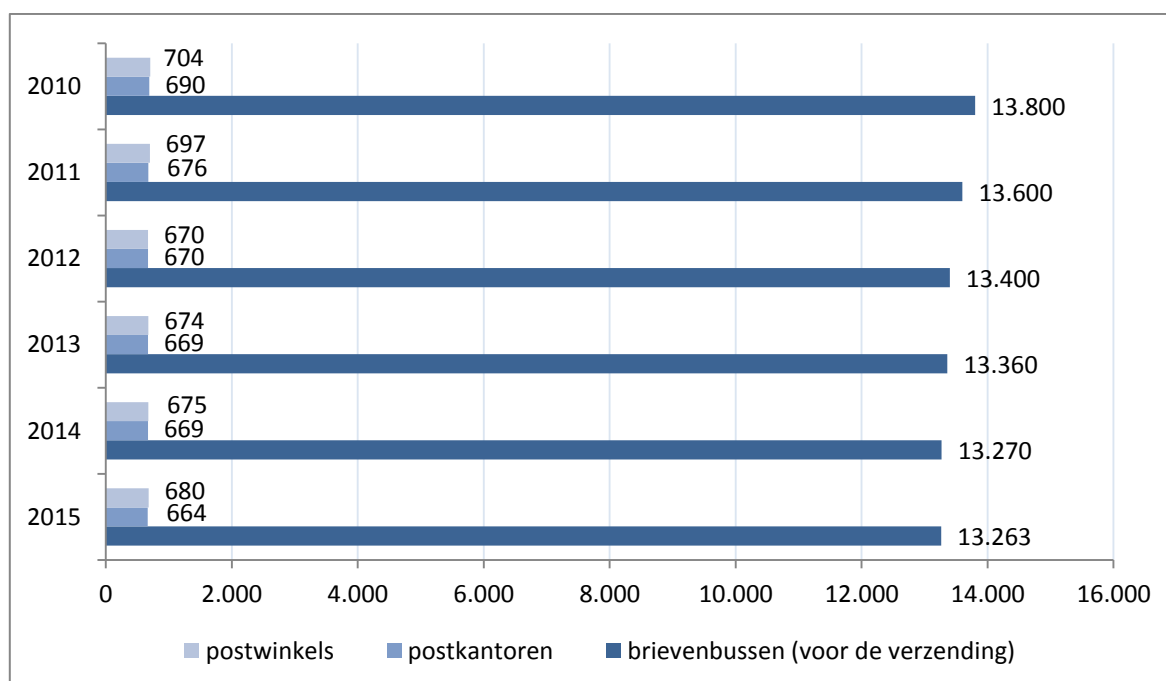
<sup>21</sup> <https://www.parcelhome.com>

Brievenbussen die door de postoperatoren beschikbaar worden gesteld aan de gebruikers zijn een voorbeeld van een toegangspunt.

Ook postkantoren en postwinkels vormen toegangspunten tot de postdiensten. In dit geval is er meer bepaald sprake van postale-servicepunten, waarbij het voornaamste verschil tussen postkantoren en postwinkels in het feit ligt dat de eerstgenoemde door een postoperator zelf worden beheerd, terwijl de laatstgenoemde geëxploiteerd worden door derden voor rekening van een postoperator.

Anno 2015 kenden de toegangspunten van de universele dienstverlener slechts een beperkte wijziging ten opzichte van de situatie in 2014.

**Figuur 37: Aantal toegangspunten tot de postdiensten<sup>22</sup>**



Bron: BIPT

### 6.2.2 Postale-servicepunten<sup>23</sup>

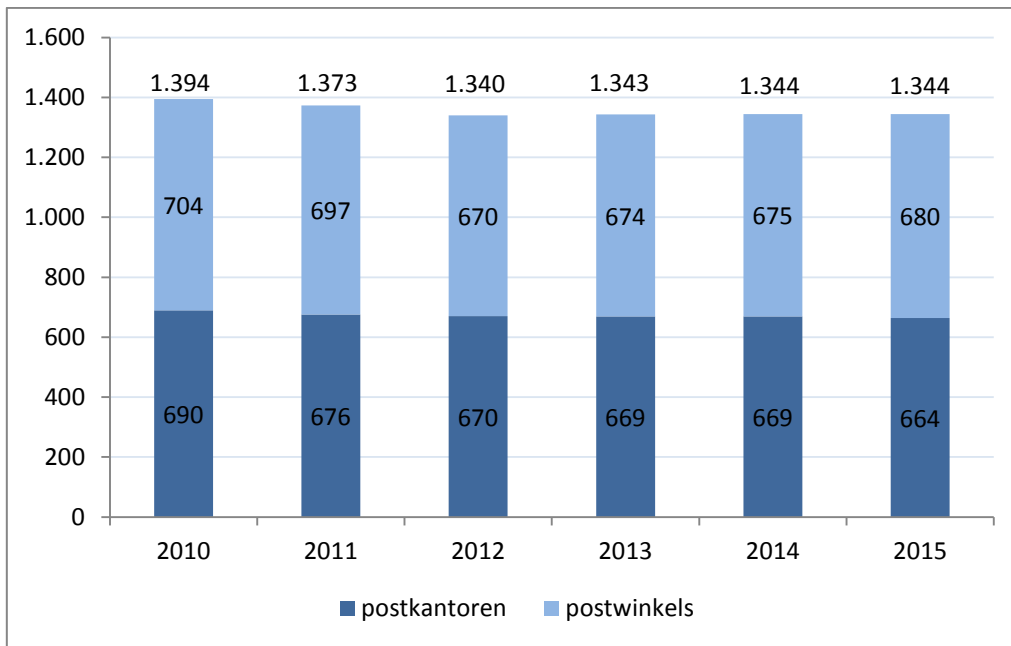
In 2015 verstrekt de aanbieder van de universele postdienst (AUPD) postdiensten via 1344 vestigingen (postkantoren of postwinkels<sup>24</sup>) die gespreid zijn over het gehele Belgische grondgebied. Dit zijn exact evenveel servicepunten als in 2014, alleen de samenstelling is gewijzigd. Er zijn enerzijds vijf postkantoren verdwenen, maar anderzijds zijn er evenveel postwinkels bijgekomen. Ten opzichte van 2010 is er wel sprake van een terugval met 50 servicepunten, waarvan 26 postkantoren en 24 postwinkels.

<sup>22</sup> Het gaat hier enkel om de toegangspunten van de aanbieder van de universele dienst.

<sup>23</sup> In dit subdeel wordt enkel rekening gehouden met de toegangspunten van de aanbieder van de universele dienst omdat alleen hij een verplichting tot territoriale aanwezigheid heeft die met name erop gericht is de sociale en territoriale cohesie te garanderen, en die wordt gedefinieerd door een minimumaantal postale-servicepunten die op het gehele nationale grondgebied in stand moeten worden gehouden.

<sup>24</sup> Bpost geeft de naam "PostPunten" aan zijn postwinkels.

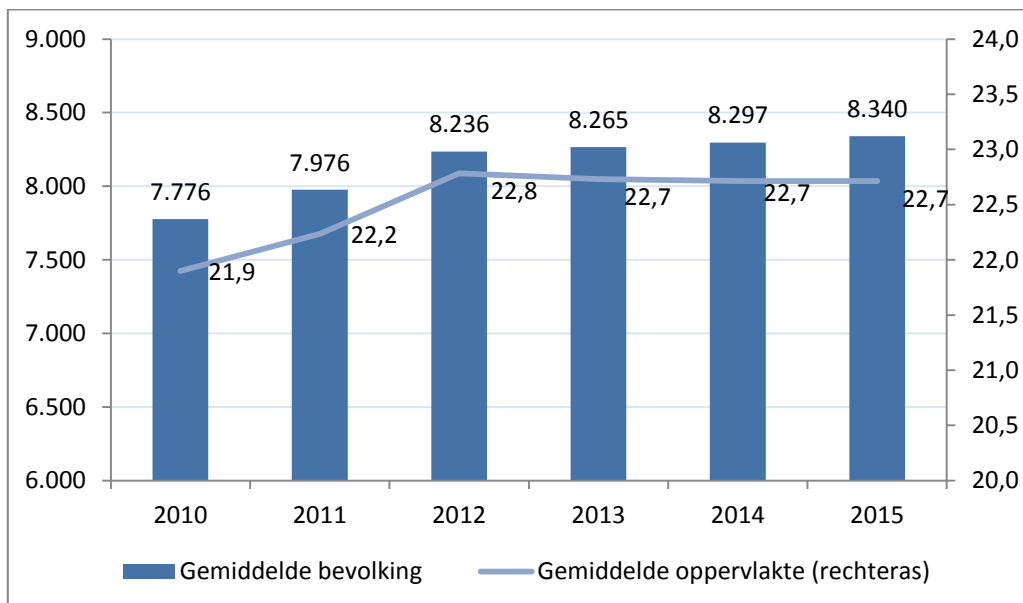
**Figuur 38: Aantal postale-servicepunten (enkel AUPD)**



Bron: BIPT

Door een stijging van de bevolking dient hetzelfde aantal postale servicepunten anno 2015 logischerwijze meer personen te bedienen, gemiddeld genomen was er één postaal servicepunt per 8.340 inwoners. Een postaal servicepunt is gemiddeld nog steeds verantwoordelijk voor de bediening van een gebied van 22,7 km<sup>2</sup>.

**Figuur 39: Gemiddelde bevolking (N) en gemiddelde oppervlakte (km<sup>2</sup>) bediend per postaal servicepunt (enkel AUPD)**



Bron: BIPT

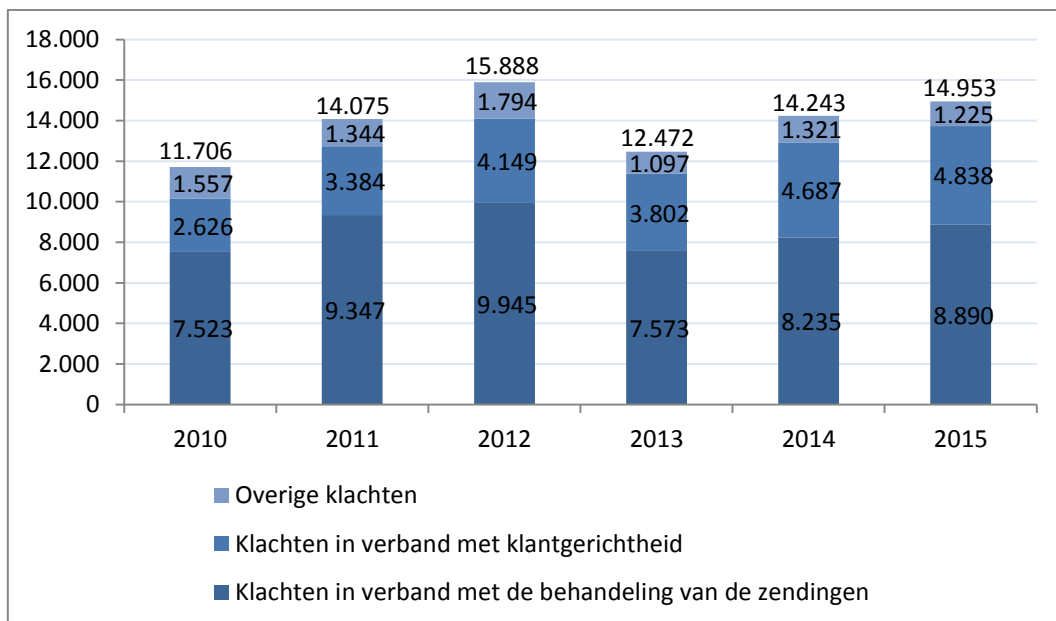
## 7. Dienstkwaliteit

### 7.1 Tevredenheid van de gebruikers van postdiensten

In 2015 werden 14.953 klachten, die verband hielden met postzendingen, ingediend bij de Ombudsdienst voor de postsector. Het ging hierbij om een stijging van 5% ten opzichte van 2014. Bekeken vanaf 2010, werden er enkel in 2013 nog meer klachten opgetekend.

Van de ingediende klachten in 2015 hield het meerendeel verband met de behandeling van de zendingen (brieven, pakjes, pakketten) en de klantgerichtheid.

Figuur 40: Aantal klachten ingediend bij de Ombudsdienst



Bron: OMPS

De klachten over de behandeling van de zendingen, die de voornaamste klachtencategorie uitmaken, betreffen grotendeels fouten bij de distributie en een algemene beperking van de dienstverlening (afstand tot een postkantoor waar de zending wacht, variabele distributietijden, enzovoort). Deze klachten betreffen in hoofdzaak bpost door zijn relatief grote aanwezigheid in de vijf segmenten van postale activiteiten die worden beschouwd in dit observatorium.

De klachten over het klantgerichtheid betreffen alle ondernemingen op de postmarkt. Ze houden vaak verband met de verstrekking van verkeerde informatie, de onbereikbaarheid, de te lange wachttijden bij de callcenters, enzovoort.

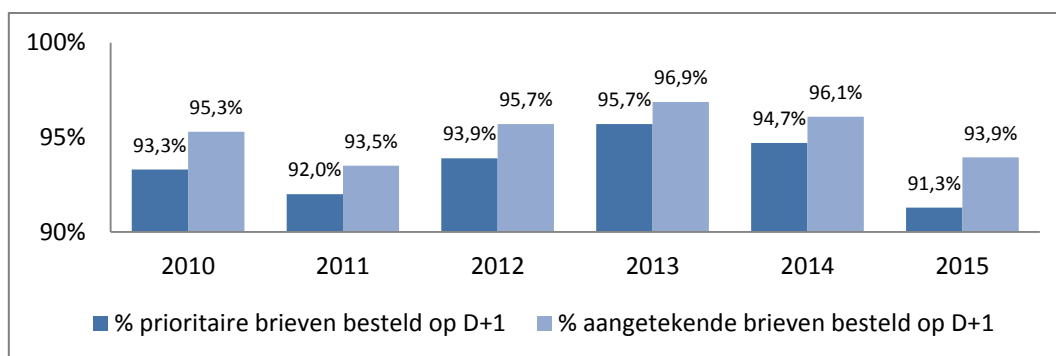
### 7.2 Verzendingstermijnen van de post

De naleving van de verzendingstermijnen die zijn vastgelegd in het vijfde beheerscontract tussen bpost en de Staat wordt jaarlijks gecontroleerd door de regulator aan de hand van een

specifieke studie over de dienstkwaliteit<sup>25</sup>. Deze studie (BELEX-studie) werd gelanceerd in 2002 op verzoek en onder toezicht van het BIPT. Ze bestaat in de meting van de werkelijk door bpost gehanteerde termijnen voor verzending en distributie dankzij de verzending van testbrieven. Er dient te worden opgemerkt dat enkel bpost wordt onderworpen aan deze controle. Zijn postale concurrenten hebben geen reglementaire doelstellingen inzake dienstkwaliteit.

Voor het jaar 2015 werd 91,3% van de binnenlandse stukpostbriefwisseling gefrankeerd tegen het "Prior"-tarief afgeleverd op D+1 tegenover 94,7% in 2014. Hiermee behaalt bpost de laagste score van de afgelopen 10 jaren (2006 tot en met 2015). Dit heeft als gevolg dat bpost voor de eerste keer niet voldoet aan de wettelijke kwaliteitsnorm, die sinds 2014 verhoogd is van 90% naar 93%. Wat de aangetekende stukpostzendingen betreft, is 93,9% van het volume aangetekende stukpostzendingen afgegeven op D+1, wat in vergelijking met 2014 (96,1%) eveneens overeenstemt met een significante daling van het percentage zendingen die binnen de termijnen worden afgegeven. In tegenstelling tot de prioritaire stukpost briefwisseling bestaat er geen wettelijke kwaliteitsnorm voor aangetekende stukpostzendingen.

**Figuur 41: Percentage Prior-brieven en aangetekende brieven afgegeven op D+1 (enkel AUPD)**



Bron: BIPT

<sup>25</sup> <http://www.bipt.be/nl/operators/post/universele-en-niet-universele-postdiensten/besluit-van-de-raad-van-het-bipt-van-10-oktober-2016-met-betrekking-tot-de-controle-van-de-verzendingstermijnen-voor-het-jaar-2015>

## 8. Conclusie

De trends die de voorbije jaren werden ingeluid zetten zich anno 2015 door op de Belgische postale markt. Terwijl het segment van persdistributie in beperkte mate krimpt zien we dat de daling aangaande brievenpost versterkt. Deze daling aangaande brievenpost is voornamelijk te wijten aan e-substitutiemogelijkheden voor de postale eindgebruiker (zoals de opkomst van mobiele telecommunicatie en elektronische alternatieven voor transactionele post).

Daartegenover staat dat het segment van de pakketten en expressdiensten floreert. Het groeiend segment van de pakket- en de snelpostzendingen kan de terugval van de andere segmenten nog net counteren.

Ondanks een afnemende mate van concentratie, blijft de Belgische postale markt anno 2015 in sterk mate geconcentreerd. Zo hebben de vier grootste aanbieders nog steeds een erg hoog gezamenlijk marktaandeel. Bpost, actief in alle postsegmenten, behoudt eigenhandig een fors marktaandeel van meer dan 60%, een dominante positie die echter sedert 2010 licht afneemt.

Charles Cuvelliez  
Lid van de Raad

Axel Desmedt  
Lid van de Raad

Luc Vanfleteren  
Lid van de Raad

Jack Hamande  
Voorzitter van de Raad