

RAPPORT DE PUBLICATION UTILISATEUR FINAL DE SERVICES POSTAUX 2020

Établi pour : IBPT
Établi par : Ipsos

Date : 16/02/2021

GAME CHANGERS



1 TABLE DES MATIÈRES

1	Table des matières.....	2
2	Liste des tableaux et figures.....	4
2.1	Figures.....	4
2.2	Tableaux.....	5
3	EXECUTIVE SUMMARY.....	7
3.1	Contexte et méthodologie.....	7
3.2	Utilisateurs finals particuliers.....	7
3.3	Utilisateurs finals professionnels.....	8
4	Recommandations de l'étude.....	9
5	Introduction.....	11
5.1	Contexte et objectifs de l'enquête.....	11
5.1.1	Contexte.....	11
5.1.2	Objectifs de l'enquête.....	11
5.1.3	Impact COVID-19.....	12
5.2	Méthodologie.....	13
5.2.1	Stratégie exploratoire séquentielle.....	13
5.2.2	Phase d'exploration qualitative.....	13
5.2.3	Validation quantitative.....	15
6	Résultats des particuliers.....	17
6.1	Profil de l'échantillon.....	17
6.2	Poste aux lettres.....	18
6.2.1	Utilisation de la poste aux lettres.....	18
6.2.2	Attentes poste aux lettres.....	20
6.3	Colis.....	22
6.3.1	Utilisation des envois de colis.....	22
6.3.2	Attentes en matière d'envois de colis.....	24
6.4	Réseau postal.....	27
6.4.1	Utilisation du réseau postal.....	27
6.4.2	Attentes vis-à-vis du réseau postal.....	28
6.5	Autres services postaux.....	32
6.5.1	Journaux et périodiques.....	32
6.5.2	Envois recommandés.....	32
6.5.3	Rôle du facteur.....	34
6.6	Évaluation des modifications du service postal universel.....	35
6.6.1	Suppression de l'exigence de desservir toutes les adresses.....	35
6.6.2	La lettre prioritaire devient un produit commercial.....	35
6.6.3	Assouplissement du réseau postal : remplacer des bureaux de poste par des points poste ...	36
6.6.4	Suppression de l'obligation de desservir la totalité du territoire à un tarif abordable uniforme .	36
6.7	Conclusions principales sur les besoins des particuliers.....	37
6.7.1	Envois de lettres.....	37
6.7.2	Envois de colis.....	37
6.7.3	Réseau postal.....	37
6.7.4	Autres services postaux.....	38
7	Résultats pour les utilisateurs professionnels.....	39
7.1	Description des utilisateurs professionnels.....	39

7.1.1	Utilisateurs professionnels en Belgique.....	39
7.1.2	Utilisateurs professionnels selon le volume postal.....	40
7.2	Courrier administratif.....	42
7.2.1	Utilisation du courrier administratif.....	42
7.2.2	Attentes concernant le courrier administratif.....	44
7.3	Courrier publicitaire adressé.....	47
7.3.1	Utilisation du courrier publicitaire adressé.....	47
7.3.2	Attentes en matière de courrier publicitaire adressé.....	48
7.4	Colis.....	50
7.4.1	Utilisation des colis.....	50
7.4.2	Attentes concernant les colis.....	53
7.5	Réseau postal.....	55
7.5.1	Utilisation du réseau postal.....	55
7.5.2	Attentes vis-à-vis du réseau postal.....	56
7.6	E-commerce.....	58
7.6.1	Utilisateurs professionnels possédant un webshop.....	58
7.7	Conclusions principales concernant les besoins des utilisateurs finals professionnels.....	59
7.7.1	Courrier administratif.....	59
7.7.2	Courriers publicitaires.....	59
7.7.3	Colis.....	59
7.7.4	Réseau postal.....	60
7.7.5	E-commerce.....	60
8	Annexe.....	61
8.1	Attributs, niveaux et descriptions des choix conjoints d'utilisateurs finals particuliers.....	61
8.1.1	Poste aux lettres.....	61
8.1.2	Colis.....	62
8.1.3	Réseau postal.....	64
8.2	Attributs, niveaux et descriptions des choix conjoints d'utilisateurs finals professionnels.....	66
8.2.1	Courrier administratif.....	66
8.2.2	Courriers publicitaires.....	67
8.2.3	Colis.....	68
8.2.4	Réseau postal.....	69

2 LISTE DES TABLEAUX ET FIGURES

2.1 Figures

Figure 5-a. Profil sociodémographique de l'échantillon d'utilisateurs finals particuliers	17
Figure 5-b. Disposition à payer dimensions de service de la poste aux lettres pour les utilisateurs finals particuliers	20
Tableau 5-c. Fréquence de réception de colis par les utilisateurs finals particuliers - par catégorie d'âge	22
Figure 5-d. Disposition à payer dimensions de service des envois de colis pour les utilisateurs finals particuliers	24
Figure 5-e. Disposition à payer, lieu de livraison des colis pour les utilisateurs finals particuliers - par catégorie d'âge	25
Figure 5-f. Disposition à payer, lieu de livraison des colis pour les utilisateurs finals particuliers - par degré d'urbanisation	25
Figure 5-g. Disposition à payer dimensions de service du réseau postal pour les utilisateurs finals particuliers	28
Figure 5-h. Disposition à payer pour la distance maximale pour le dépôt d'envois postaux par les utilisateurs finals particuliers - par catégorie d'âge.....	29
Figure 5-i. Disposition à payer pour la distance maximale pour le dépôt d'envois postaux par les utilisateurs finals particuliers - par degré d'urbanisation.....	29
Figure 5-j. Rôle du facteur pour les utilisateurs finals particuliers	34
Figure 5-k. Quatre modifications potentielles du service postal universel pour les utilisateurs finals particuliers	35
Figure 6-a. Nombre moyen d'envois postaux d'utilisateurs finals professionnels - sur la base du volume postal	40
Figure 6-b. Nombre moyen de travailleurs chez les utilisateurs finals professionnels - sur la base du volume postal	40
Figure 6-c. Disposition à payer dimensions de service du courrier administratif pour les utilisateurs finals professionnels.....	44
Figure 6-d. Disposition à payer des utilisateurs finals professionnels concernant la vitesse de livraison de courrier administratif - sur la base du volume postal.....	45
Figure 6-e. Disposition à payer des utilisateurs finals professionnels concernant le lieu de dépôt du courrier administratif - sur la base du volume postal	45
Figure 6-f. Disposition à payer dimensions de service du courrier publicitaire adressé pour les utilisateurs finals professionnels	48
Figure 6-g. Disposition à payer dimensions de service des colis pour les utilisateurs finals professionnels..	53
Figure 6-h. Disposition à payer des utilisateurs finals professionnels concernant le lieu de dépôt des colis - sur la base du volume postal.....	54
Figure 6-i. Disposition à payer dimensions de service du réseau postal pour les utilisateurs finals professionnels.....	56
Figure 6-j. Services en ligne d'utilisateurs finals professionnels	58

2.2 Tableaux

Tableau 4-a. Aperçu de la répartition des utilisateurs professionnels.....	14
Tableau 5-a. Fréquence de réception de poste aux lettres par les utilisateurs finals particuliers - par catégorie d'âge	18
Tableau 5-b. Fréquence d'envoi de poste aux lettres par les utilisateurs finals particuliers - par catégorie d'âge	19
Tableau 5-c. Affirmation « Je devrai toujours envoyer des lettres » pour les utilisateurs finals particuliers - par catégorie d'âge	19
Tableau 5-d. Fréquence d'envoi de colis (hors retours) par les utilisateurs finals particuliers – par catégorie d'âge	22
Tableau 5-e. Fréquence d'envoi de colis (retours inclus) par les utilisateurs finals particuliers – par catégorie d'âge	23
Tableau 5-f. Affirmation « Je devrai toujours envoyer des colis » pour les utilisateurs finals particuliers - par catégorie d'âge	23
Tableau 5-g. Fréquence d'utilisation des boîtes aux lettres rouges par les utilisateurs finals particuliers - par catégorie d'âge	27
Tableau 5-h. Utilisation du type de boîte aux lettres rouge le plus souvent utilisé par les utilisateurs finals particuliers - par catégorie d'âge	27
Tableau 5-i. Distance maximale que les utilisateurs finals particuliers sont disposés à parcourir pour envoyer du courrier – par catégorie d'âge.....	30
Tableau 5-j. Distance maximale que les utilisateurs finals particuliers sont disposés à parcourir pour envoyer des colis – par catégorie d'âge	30
Tableau 5-k. Abonnement à un journal/périodique chez les utilisateurs finals particuliers – par catégorie d'âge	32
Tableau 5-l. Fréquence de réception d'envois recommandés par les utilisateurs finals particuliers - par catégorie d'âge	32
Tableau 5-m. Fréquence d'envoi de courrier recommandé par les utilisateurs finals particuliers - par catégorie d'âge	33
Tableau 5-n. Attitude des utilisateurs finals particuliers par rapport aux envois recommandés numériques – par catégorie d'âge	33
Tableau 6-a. Nombre d'utilisateurs finals professionnels par catégorie de personnel vs. part au sein de la population des entreprises belges.....	39
Tableau 6-b. Volume postal par catégorie de personnel d'utilisateurs finals professionnels.....	39
Tableau 6-c. Pourcentage par secteur pour les utilisateurs finals professionnels de cet échantillon - sur la base du volume postal. Seuls les secteurs affichant au moins 1 % ont été rapportés.	41
Tableau 6-d. Importance de l'envoi et de la réception de courrier administratif pour les utilisateurs finals professionnels - sur la base du volume postal	42
Tableau 6-e. Fréquence d'envoi de courrier administratif pour les utilisateurs finals professionnels - sur la base du volume postal.....	42
Tableau 6-f. Méthode d'affranchissement des utilisateurs finals professionnels - sur la base du volume postal	43
Tableau 6-g. Entreprises/coursiers utilisés par les utilisateurs finals professionnels - sur la base du volume postal - exprimé en pourcentages	43
Tableau 6-h. Attentes des utilisateurs finals professionnels concernant l'envoi de courrier administratif dans les 3 prochaines années - sur la base du volume postal	43
Tableau 6-i. Importance de la réception/de l'envoi de courrier publicitaire adressé pour les utilisateurs finals professionnels - sur la base du volume postal	47
Tableau 6-j. Fréquence d'envoi de courrier publicitaire adressé par les utilisateurs finals professionnels - sur la base du volume postal.....	47
Tableau 6-k. Attentes des utilisateurs finals professionnels concernant l'envoi de courrier publicitaire adressé dans les 3 prochaines années - sur la base du volume postal	47
Tableau 6-l. Importance de la réception/de l'envoi de colis pour les utilisateurs finals professionnels - sur la base du volume postal.....	50
Tableau 6-m. Fréquence d'envoi de colis pour les utilisateurs finals professionnels - sur la base du volume postal	50
Tableau 6-n. Entreprises/coursiers utilisés par les utilisateurs finals professionnels pour les colis - sur la base du volume postal - exprimé en pourcentages.....	51
Tableau 6-o. Ouverture des utilisateurs finals professionnels vis-à-vis des livraisons durables de colis - sur la base du volume postal.....	51
Tableau 6-p. Attentes des utilisateurs finals professionnels concernant l'envoi de colis dans les 3 prochaines années - sur la base du volume postal.....	52

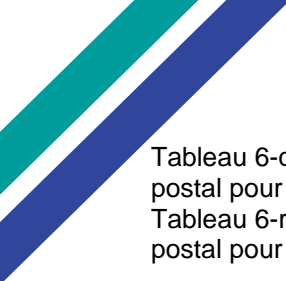


Tableau 6-q. Utilisation par les utilisateurs finals professionnels des services de dépôt/enlèvement du réseau postal pour le courrier administratif et le courrier publicitaire..... 55
Tableau 6-r. Utilisation par les utilisateurs finals professionnels des services de dépôt/enlèvement du réseau postal pour les colis - sur la base du volume postal..... 55

3 EXECUTIVE SUMMARY

3.1 Contexte et méthodologie

Avec un chiffre d'affaires de 2,7 milliards d'euros en 2019¹, le marché postal belge représente une part importante de l'économie belge. Ce marché est en pleine mutation en raison des évolutions technologiques, telles que la numérisation. Ces évolutions technologiques ont influencé le marché postal principalement de deux manières. D'une part, une grande partie de la communication sociale, qui était initialement transmise par courrier postal, s'est déplacée vers des substituts électroniques (e-mails, médias sociaux, etc.). D'autre part, ces mêmes évolutions technologiques ont ouvert la voie à une forte croissance du commerce électronique (ou e-commerce), qui a entraîné une forte augmentation du volume des colis. Ce bouleversement se reflète également dans le marché postal. Depuis 2017, le chiffre d'affaires du segment des colis est supérieur à celui du segment des lettres.

Il va sans dire que les préférences et les besoins des consommateurs belges évoluent en fonction de l'évolution du marché postal. La directive postale européenne, qui est en vigueur depuis 1997 avec des modifications en 2002 et 2008, précise dans son article 5 que le service postal universel, auquel peut donc recourir chaque consommateur européen, doit évoluer en fonction de l'environnement technique, économique et social ainsi que des besoins des utilisateurs.

À cette fin, l'IBPT évalue tous les trois ans l'évolution des besoins des utilisateurs finals des services postaux en Belgique par le biais de vastes études consommateurs. Sur la base de ces études consommateurs, le service universel belge actuel, ainsi que toute proposition de modification du service universel, peut être adapté de manière optimale aux besoins actuels de l'utilisateur final de services postaux.

En 2020, l'IBPT a confié la réalisation de la présente étude à IPSOS. Cette étude utilise une stratégie exploratoire séquentielle. Cela signifie que dans une première phase, une étude qualitative a été menée afin que les informations générées puissent être utilisées dans une étude quantitative ultérieure.

La phase d'exploration qualitative a été menée auprès d'un échantillon représentatif d'utilisateurs finals particuliers et professionnels. En outre, des entretiens supplémentaires ont été menés avec des utilisateurs vulnérables tels que les allophones, les personnes très âgées, les malades chroniques, etc. Le volet qualitatif comprenait à la fois des groupes de discussion (avec 10 participants chacun) et des entretiens individuels approfondis.

La phase de validation quantitative a été réalisée via le WATI (Web Assisted Telephone Interviewing). Cela signifie que les personnes interrogées ont été appelées par des enquêteurs depuis un centre d'appel. Au cours de l'entretien, il leur a été demandé de se rendre sur une page Internet où le questionnaire était affiché visuellement. Pour les utilisateurs finals particuliers sans Internet, l'enquête a été envoyée par courrier postal. Les entretiens quantitatifs ont été menés auprès d'utilisateurs finals particuliers et professionnels. Les résultats de cette étude sont représentatifs de la population belge des utilisateurs finals particuliers et professionnels. Au total, 2 755 entretiens ont été menés auprès d'utilisateurs finals particuliers et 1 721 auprès d'utilisateurs finals professionnels.

3.2 Utilisateurs finals particuliers

Les évolutions connues chez les utilisateurs finals particuliers se poursuivent en 2020. Les particuliers reçoivent moins de lettres (53 % au moins 3 à 4 fois par semaine) et en envoient également moins (40 % sur une base mensuelle). En revanche, les particuliers reçoivent plus que jamais des colis (57 % sur une base mensuelle). À l'avenir, les utilisateurs finals particuliers s'attendent à ce que cette évolution se poursuive. Les utilisateurs finals particuliers s'attendent à envoyer moins de lettres dans un délai de trois ans, étant donné que la communication numérique remplacera encore davantage la poste aux lettres. Ils s'attendent également à ce que l'envoi et la réception de colis continuent d'augmenter, principalement sous l'effet de l'e-commerce.

Les boîtes aux lettres rouges sont également moins utilisées par les utilisateurs finals particuliers (37 % sur une base mensuelle). Les particuliers ont le sentiment que le réseau de boîtes aux lettres rouges et de bureaux de poste se réduit, mais cela ne les dérange pas étant donné qu'ils envoient moins souvent du courrier. Les utilisateurs finals particuliers, en tant que groupe, n'ont pas de préférence particulière pour un bureau de poste ou un point poste, étant donné que ces deux types de points de service ont leurs avantages et leurs inconvénients. Les bureaux de poste sont considérés comme plus efficaces pour les affaires postales ; les points poste sont quant à eux considérés comme plus flexibles (principalement en raison des heures d'ouverture plus étendues).

¹ <https://www.ibpt.be/operators/publication/communication-du-16-octobre-2020-concernant-lobservatoire-du-marche-des-activites-postales-en-belgique-pour-2019>

La disposition à payer pour une livraison en jour+1 (c'est-à-dire une livraison le jour ouvrable suivant) est faible pour les lettres et les colis. Cela signifie que la livraison en jour+1 n'est pas un besoin universel pour les particuliers. Le retrait des timbres Prior (jour+1) du service postal universel correspond aux besoins actuels des utilisateurs finals particuliers. Pour les lettres et les colis, les utilisateurs finals particuliers s'attendent à une livraison en jour+3. Toutefois, si la livraison d'une lettre ou d'un colis prend plus de trois jours ouvrables, cela devient inacceptable pour les particuliers.

Les utilisateurs finals particuliers comprennent que les livraisons rapides traditionnelles de colis ne sont pas particulièrement durables et sont ouverts à des solutions. Cependant, les particuliers ne sont pas disposés à payer un supplément si la livraison est durable. D'autre part, les particuliers sont ouverts au regroupement des colis avec ceux des voisins afin que la distribution soit plus efficace et donc plus durable, à condition que le délai n'excède pas trois jours ouvrables.

Les envois recommandés sont rarement effectués par des utilisateurs finals particuliers. La réception d'un envoi recommandé, en particulier, peut entraîner de nombreuses frustrations (par exemple lorsque le destinataire n'est pas chez lui). Les utilisateurs finals particuliers sont donc ouverts aux envois recommandés numériques, à condition que la sécurité soit garantie.

Enfin, les utilisateurs finals particuliers estiment que le facteur devrait offrir des services supplémentaires aux personnes socialement isolées, même si cela ralentit la tournée et coûte plus cher au Trésor public belge.

3.3 Utilisateurs finals professionnels

Le courrier administratif et les colis sont importants pour le fonctionnement quotidien de la plupart des utilisateurs finals professionnels. Les envois publicitaires, en revanche, sont plutôt limités à un plus petit groupe d'entreprises et d'organisations. Quatre pour cent seulement des utilisateurs finals professionnels envoient du courrier publicitaire sur une base hebdomadaire.

À l'avenir, les utilisateurs finals professionnels s'attendent à une forte diminution de la quantité de courrier administratif envoyé. Cette évolution est principalement due à la numérisation, par exemple, des documents officiels. Les utilisateurs finals professionnels ayant un volume de courrier élevé s'attendent à envoyer encore plus de colis et de courrier publicitaire à l'avenir. Pour les utilisateurs finals professionnels ayant un volume de courrier faible à moyen, l'augmentation des envois de colis est moins prononcée et une diminution du nombre d'envois publicitaires est attendue.

Contrairement aux utilisateurs finals particuliers, les utilisateurs finals professionnels sont disposés à payer pour une livraison en jour+1 du courrier administratif. Cette disposition à payer est moins prononcée chez les utilisateurs finals professionnels ayant un faible volume de courrier, mais est très prononcée chez les utilisateurs finals professionnels ayant un volume de courrier élevé. Par conséquent, seule une minorité d'utilisateurs finals professionnels sont ouverts à une livraison plus durable mais plus lente des colis, même en contrepartie d'un avantage financier. Les utilisateurs finals professionnels craignent d'être désavantagés sur le plan concurrentiel sans offrir une livraison des colis en jour+1.

Tant pour le courrier administratif que pour les colis, les utilisateurs professionnels sont les plus disposés à payer lorsqu'ils déposent leurs colis dans un bureau de poste ou un point poste. La levée directe auprès de l'entreprise elle-même n'est pertinente que pour les professionnels ayant un volume de courrier élevé.

Les utilisateurs professionnels attachent de l'importance à une grande fiabilité des délais d'acheminement (99 %) pour les envois publicitaires et les colis. Pour le courrier administratif, une fiabilité de 95 % est suffisante. Pour les colis, l'importance d'une grande fiabilité du délai d'acheminement s'explique par le niveau élevé de frustration des particuliers lorsqu'un colis n'arrive pas le jour annoncé.

Enfin, les utilisateurs finals professionnels ont une légère préférence pour les bureaux de poste par rapport aux points poste lorsque d'autres dimensions telles que la distance et les heures d'ouverture sont les mêmes. Ils apprécient l'expertise des collaborateurs.

4 RECOMMANDATIONS DE L'ÉTUDE

Les résultats de cette étude peuvent contribuer à adapter de manière optimale le service postal universel belge aux besoins actuels de l'utilisateur final de services postaux. Nous élaborons ci-dessous une première ébauche de recommandations. Ces recommandations se fondent uniquement sur les résultats de l'étude et ne tiennent pas compte d'autres éléments qui pourraient être pertinents dans le cadre de la stratégie entourant le service postal universel.

Envisager le retrait des envois prioritaires du service postal universel pour les particuliers.

Pour les utilisateurs finals particuliers, la livraison en jour+1 offre une faible valeur ajoutée par rapport à une livraison en jour+3 lors de l'envoi de correspondance (non urgente). Il convient toutefois de prévoir quelques exceptions nécessitant une livraison prioritaire. Par exemple, l'envoi de faire-part de décès constitue bien un besoin postal universel. Nous recommandons d'analyser plus avant d'autres exceptions possibles. Contrairement aux utilisateurs finals particuliers, certains utilisateurs finals professionnels sont disposés à payer pour une livraison en jour+1 du courrier administratif, surtout parmi les utilisateurs finals professionnels ayant un volume de courrier élevé. Pour eux, le délai de jour + 1 est donc très important.

Les normes de qualité pour les colis ont leur importance

En raison de la pertinence élevée (et croissante) des colis, les normes de qualité pour les colis deviennent également plus importantes, tant pour les utilisateurs finals privés que pour les utilisateurs finals professionnels.

En termes de rapidité, on constate que les particuliers trouvent les livraisons en jour+1 optimales mais, moyennant une réduction, les livraisons en jour+3 sont relativement acceptables. Les utilisateurs finals particuliers perçoivent un acheminement du colis dépassant trois jours comme inacceptable. En ce sens, une garantie de livraison en jour+3 semble correspondre aux besoins des consommateurs. Les utilisateurs finals professionnels, en revanche, craignent d'être désavantagés sur le plan concurrentiel en l'absence de fourniture d'une livraison des colis en jour+1.

Outre la rapidité, la fiabilité est également importante pour les utilisateurs finals, qu'ils soient particuliers ou professionnels. Chez les particuliers, il y a une légère disposition à payer pour l'envoi de colis avec une fiabilité de 99 % par rapport à l'envoi de colis avec une fiabilité de 95 %. Chez les utilisateurs professionnels, cette disposition à payer est plus grande. Ils veulent éviter autant que possible le niveau élevé de frustration des particuliers lorsqu'un colis n'arrive pas le jour annoncé.

Envisager d'autres modifications du réseau postal

Les utilisateurs finals particuliers, en tant que groupe, n'ont pas de préférence particulière pour un bureau de poste ou un point poste pour les services postaux quotidiens (par exemple, l'achat de timbres, l'envoi de lettres, la réception de colis, etc.). Toutefois, ils estiment qu'il convient de préserver un nombre minimum de bureaux de poste afin d'offrir des services postaux spécifiques et souvent complexes. À cet égard, les utilisateurs finals particuliers ont besoin de personnel spécifiquement formé. De plus, en cas d'autres modifications du réseau postal, il convient de tenir compte de la tendance générale selon laquelle il y aura moins d'agences bancaires à l'avenir et que, par conséquent, il se peut que les services financiers offerts dans les bureaux de poste ou points poste deviendront plus pertinents.

Il convient également d'accorder plus d'attention aux utilisateurs vulnérables qui ont des besoins spécifiques, comme une distance maximale plus courte pour le dépôt d'une lettre. Il est possible de répondre à ces besoins à l'aide du service SVP facteur², mais il faut alors que le service devienne plus connu auprès des utilisateurs finals particuliers. Ce service est considéré par les utilisateurs finals particuliers comme étant pertinent pour les personnes socialement isolées, même si cela devait coûter plus cher au Trésor public belge. Le service jouit d'une faible notoriété actuellement.

Enfin, les utilisateurs professionnels ont une légère préférence pour les bureaux de poste par rapport aux points poste lorsque d'autres dimensions telles que la distance et les heures d'ouverture sont les mêmes. Ils apprécient l'expertise des collaborateurs.

La livraison à l'adresse reste importante pour la distribution des lettres

La livraison à l'adresse est une nécessité absolue pour la distribution des lettres en 2020. Les alternatives telles que la livraison dans un bureau de poste, un point poste, une boîte aux lettres commune, etc. ne sont

² Via votre facteur, vous pouvez effectuer un certain nombre d'actions à domicile. Il suffit de placer une affiche « SVP facteur » à la fenêtre et le facteur sonnera lors de sa tournée. Les services proposés sont l'achat de timbres, le dépôt d'envois et l'émission de virements (avec un montant maximal).

actuellement pas acceptables aux yeux des utilisateurs finals particuliers. Un arrêt de la livraison standard à l'adresse irait fortement à l'encontre des besoins et attentes actuels des utilisateurs finals particuliers.

En ce qui concerne la livraison de colis, l'utilisateur final particulier moyen semble être ouvert à une livraison qui n'aurait pas lieu à l'adresse, moyennant une réduction de 1 € à 1,5 €, selon le degré d'urbanisation. La livraison pourrait alors avoir lieu dans un point poste ou dans un bureau de poste. Dans le cas des distributeurs automatiques de colis, la disposition à payer actuelle des particuliers est encore plus faible, sans doute en raison du faible taux de couverture aujourd'hui. Pour les utilisateurs vulnérables, une livraison à domicile, tant pour les lettres que pour les colis, reste très importante.

Recherche de pistes pour des livraisons durables

Les résultats de cette étude indiquent enfin que les utilisateurs finals particuliers sont ouverts à une livraison durable de colis. L'exemple que nous avons donné consistait en un délai d'acheminement plus long afin que les colis puissent être regroupés de manière plus optimale.³ Une complexité à cet égard est que, pour l'instant, seule une minorité d'utilisateurs finals professionnels sont ouverts à une livraison plus durable mais plus lente des colis, car ils craignent d'être désavantagés sur le plan concurrentiel. Nous conseillons d'explorer davantage cette piste avec les différents acteurs concernés.

³ La livraison durable a été présentée comme suit au répondant : « Vos colis sont regroupés avec ceux d'autres voisins afin de remplir le plus possible les véhicules postaux. Cela peut entraîner un prolongement du délai d'acheminement de X jour(s). »

5 INTRODUCTION

5.1 Contexte et objectifs de l'enquête

5.1.1 Contexte

Dans le cadre de la directive postale européenne (directive 97/67/CE concernant des règles communes pour le développement du marché intérieur des services postaux de la Communauté et l'amélioration de la qualité du service, telle que modifiée par la directive 2002/39/CE et la directive 2008/06/CE), les États membres doivent introduire un service universel au sein du marché intérieur des services postaux. Conformément à l'article 5 de cette directive postale, ce service universel doit évoluer, dans chaque État membre, en fonction de l'environnement technique, économique et social ainsi que des besoins des utilisateurs finals.

Ce service universel comprend notamment les services suivants :

- la levée, le tri, le transport et la distribution des envois postaux jusqu'à 2kg ;
- la levée, le tri, le transport et la distribution des colis postaux jusqu'à 10 kg ;
- la distribution des colis postaux reçus d'autres États membres et pesant jusqu'à 20 kg ;
- les services relatifs aux envois recommandés et aux envois à valeur déclarée ;

Le secteur postal représente une part importante de l'économie européenne et belge. En 2018, les services postaux (situés au croisement du secteur des communications et du commerce électronique) ont généré 82 milliards d'euros de recettes dans l'Union européenne, dont 2,7 milliards d'euros en Belgique. Les opérateurs postaux sont des acteurs essentiels du développement du commerce électronique. Les préférences de ce service ont fortement évolué depuis l'entrée en vigueur de la première directive postale 97/67.

À cette fin, l'IBPT évalue tous les trois ans l'évolution éventuelle des besoins des utilisateurs finals des services postaux en Belgique par le biais d'études consommateurs. Sur la base des études consommateurs, le service universel actuel, ainsi que toute proposition de modification du service universel, peut être adapté de manière optimale aux besoins actuels de l'utilisateur final de services postaux.

En 2020, l'IBPT a opté pour une stratégie exploratoire séquentielle. Cela signifie que dans une première phase, une étude qualitative a été menée afin que ces informations puissent être utilisées dans une étude quantitative ultérieure.

5.1.2 Objectifs de l'enquête

L'objectif de cette étude consommateurs était d'identifier les éléments suivants :

- les besoins actuels des utilisateurs de services postaux en ce qui concerne le service postal universel ;
- les valeurs des composantes du service postal universel pour les différents types d'utilisateurs ;
- les besoins des utilisateurs de services postaux en ce qui concerne la communication d'informations par le secteur postal et e-retail ;
- les besoins des utilisateurs de services postaux en ce qui concerne l'aspect postal de l'e-commerce ;
- les besoins des utilisateurs de services postaux en ce qui concerne les options de livraison de leurs envois postaux ;
- l'utilisation actuelle de produits et services postaux chez les utilisateurs finals ;
- les tendances éventuelles en ce qui concerne l'utilisation de produits et services postaux chez les utilisateurs finals ;
- les principaux facteurs déterminants d'une modification de l'utilisation de produits et services postaux ;
- les expériences, perceptions et attentes des utilisateurs de services postaux en ce qui concerne les produits postaux et le réseau postal ;
- les perspectives en matière de substituabilité des produits et services postaux ;
- la popularité et la fidélité à la marque des grands opérateurs postaux ;
- l'impact des modifications potentielles du service postal universel.

L'utilisateur de services postaux comprend à la fois les utilisateurs finals résidentiels et professionnels.

5.1.3 Impact COVID-19

À l'exception des groupes de discussion, l'étude sur le terrain de la phase qualitative et quantitative a été effectuée pendant et après la première vague de la crise du coronavirus. La crise du coronavirus et le confinement ont entraîné des changements au niveau de l'attitude et des habitudes des utilisateurs finals particuliers et professionnels. Le secteur postal ne fait certainement pas exception. Dans le volet quantitatif, quelques questions ont donc été ajoutées afin que l'analyse puisse tenir compte de ces changements.

En ce qui concerne les particuliers, l'on s'attendait à ce que la crise sanitaire ait peu d'impact sur cette étude. Pour pouvoir vérifier cela, l'on a demandé aux particuliers si leur utilisation des services postaux avait augmenté, stagné ou diminué par rapport à la période précédant la crise du coronavirus. Les résultats indiquent que cette hypothèse est exacte. La grande majorité des particuliers ont indiqué envoyer un nombre équivalent de lettres et de colis. Toutefois, les particuliers reçoivent des colis plus souvent qu'avant la crise du coronavirus.

L'impact de la crise du coronavirus est potentiellement bien plus important pour les utilisateurs finals professionnels. Une partie des entreprises et des organisations étaient en effet sous le coup d'une fermeture obligatoire pendant une partie de l'étude sur le terrain. C'est la raison pour laquelle l'on a choisi, pour les utilisateurs finals professionnels, en ce qui concerne l'envoi et la réception de services postaux, de poser spécifiquement des questions concernant la période avant la crise du coronavirus.

5.2 Méthodologie

5.2.1 Stratégie exploratoire séquentielle

Cette étude a suivi une stratégie exploratoire séquentielle. Cela implique qu'une phase d'exploration a d'abord eu lieu par le biais d'une étude qualitative. Les questions exactes de l'étude quantitative ont été déterminées sur la base des résultats de l'étude qualitative. Ces questions ont en outre été davantage optimisées pour les principaux opérateurs postaux actifs en Belgique. L'étude quantitative permet ainsi de valider de manière fiable les résultats de l'étude qualitative.

5.2.2 Phase d'exploration qualitative

Le volet qualitatif de l'étude consistait en une étude exploratoire ayant pour but de :

- fournir un premier aperçu des besoins émergents et des nouvelles tendances en matière de produits et de services postaux, qui ont ensuite été validés dans le cadre de l'étude quantitative ;
- fournir des éléments pour le questionnaire de l'étude quantitative (par exemple, formulation des questions, possibilités de réponse, hypothèses pour validation) ;
- enrichir et illustrer les résultats finaux quantitatifs (par ex. par des citations).

Ce premier aperçu a été obtenu au moyen de :

- n= 10 groupes de discussion de 3h avec 8 utilisateurs postaux résidentiels ;
- n= 20 entretiens individuels approfondis avec des utilisateurs professionnels ;
- n= 20 entretiens individuels approfondis avec des utilisateurs résidentiels vulnérables.

Avant le début des entretiens, tous les utilisateurs (à l'exception de trois profils vulnérables de langue étrangère) ont reçu une présentation informative comprenant une introduction, des statistiques, des défis et des scénarios futurs possibles concernant le service postal universel. Cela a permis aux répondants de partager des avis éclairés.

La phase d'exploration qualitative a eu lieu de février à avril 2020.

5.2.2.1 Groupes de discussion

Au total, 10 groupes de discussion de 3h, comprenant chacun n= 8 utilisateurs postaux résidentiels, ont été organisés. Afin d'obtenir une image complète des expériences et des tendances parmi les utilisateurs de produits et services postaux, l'on a veillé lors du recrutement des participants à une bonne répartition concernant les dimensions suivantes :

- la langue et la région ;
- la densité de population : les utilisateurs vivant dans des zones urbanisées par rapport à ceux vivant dans des zones rurales ;
- l'âge (environnement et phase de la vie).

4 GROUPES DE DISCUSSION EN FLANDRE :

- n= 1 groupe ; 18-45 ans ; zone urbanisée (la session a eu lieu à Anvers) ;
- n= 1 groupe ; 18-45 ans ; zone rurale⁴ (la session a eu lieu à Hasselt) ;
- n= 1 groupe ; 46-70 ans ; zone urbanisée (la session a eu lieu à Gand) ;
- n= 1 groupe ; 46-70 ans ; zone rurale⁵ (la session a eu lieu à Bruges).

2 GROUPES DE DISCUSSION À BRUXELLES :

- n= 1 groupe avec des francophones ; 18-45 ans ; zone urbanisée (la session a eu lieu dans le centre de Bruxelles) ;
- n= 1 groupe avec des néerlandophones ; 46-70 ans ; zone urbanisée (la session a eu lieu dans la périphérie bruxelloise).

4 GROUPES DE DISCUSSION EN WALLONIE :

- n= 1 groupe ; 18-45 ans ; zone rurale⁶ (la session a eu lieu à Namur) ;
- n= 1 groupe ; 18-45 ans ; zone rurale⁷ (la session a eu lieu dans le Luxembourg) ;
- n= 1 groupe ; 46-70 ans ; zone urbanisée (la session a eu lieu à Liège) ;

⁴ De communes rurales du Limbourg

⁵ De communes rurales en Flandre-Occidentale

⁶ De communes rurales de la province de Namur

⁷ De communes rurales de la province de Luxembourg

- n= 1 groupe ; 46-70 ans ; zone urbanisée (la session a eu lieu à Charleroi) ;

Au sein de chaque groupe, l'on a veillé à un bon mélange d'expériences en matière de services et de produits postaux :

- la moitié avait eu recours à l'e-commerce au cours du mois précédent (réception, envoi et retour de colis) ;
- la moitié avait envoyé une lettre ou une carte de vœux par la poste au cours des trois derniers mois ;
- la moitié s'était rendue dans un bureau de poste ou un point poste au cours des trois derniers mois ;
- plusieurs d'entre eux avaient :
 - plusieurs fois par an fait l'expérience d'envoyer eux-mêmes ou de retourner un colis ;
 - quelques fois par an fait l'expérience d'envoyer ou de retourner un colis à l'étranger ;
 - eu une expérience avec des opérateurs postaux autres que bpost pour la réception ou l'envoi/le retour de colis.

Enfin, au sein de chaque groupe, l'on a veillé à un bon mélange en termes de :

- sexe (homme/femme) ;
- classe sociale.

Aucun d'entre eux n'a travaillé dans le domaine de la publicité, du marketing, des études de marché, des médias, de l'informatique, des sociétés Internet/concepteurs web, des boutiques en ligne ou auprès d'entreprises postales (DHL, bpost, PostNL, UPS, GLS).

5.2.2.2 Entretiens individuels approfondis avec les utilisateurs professionnels

Pour les n= 20 entretiens individuels approfondis avec des utilisateurs professionnels, l'on a veillé à un bon équilibre en termes de :

- langue (10 répondants néerlandophones et 10 répondants francophones) ;
- taille de l'entreprise (nombre de travailleurs) ;
- le type d'activités de l'entreprise (travail de bureau vs travail manuel) ;
- secteur dans lequel l'entreprise était active.

Taille de l'entreprise	Fonction du répondant au sein de l'entreprise	Type d'activités de la société	Secteur
6 entreprises unipersonnelles (pas de travailleurs) 4 NL + 2 FR	- tous les (co-)gérants	- 3 principalement du travail de bureau - 2 travail de bureau et travail manuel - 2 principalement du travail manuel	commerce, immobilier, cosmétiques, photographie, exportation, e-commerce
5 petites entreprises (de 2 à 4 travailleurs) 2 NL + 3 FR	- 4 (co-)gérants - 1 employé	- 4 principalement du travail de bureau - 1 principalement du travail manuel	horeca, magasin de sport, commerce
5 entreprises moyennes (de 5 à 49 travailleurs) 2 NL + 3 FR	- 1 gérant - 4 employés*	- 3 principalement du travail de bureau - 2 principalement du travail manuel	santé, secteur des voyages, construction, automobile
4 grandes entreprises (comptant 50 travailleurs ou plus) 2 NL + 2 FR	- 4 employés*	- 3 principalement du travail de bureau - 1 principalement du travail manuel	secteur des voyages, commerce, assurances, consultance

Tableau 5-a. Aperçu de la répartition des utilisateurs professionnels

*Les employés ont occupé différents postes au sein de l'entreprise : chef de bureau, employé de logistique, responsable des ressources humaines, responsable de marque, etc.

Aucun d'entre eux n'a travaillé dans le secteur des médias/du journalisme, de l'éducation, de l'administration publique, des études de marché/du marketing, des entreprises postales.

5.2.2.3 Entretiens individuels approfondis avec des profils vulnérables

Au total, 20 entretiens ont eu lieu avec des utilisateurs ayant un profil vulnérable.

- 10 vivant en Flandre (8 femmes et 2 hommes) ;
- 10 vivant en Wallonie/Bruxelles (5 femmes et 5 hommes).

Il y a eu :

- 6 entretiens avec des répondants âgés (+70 ans) qui sont plus souvent moins mobiles et vivent plus souvent isolés socialement (indiquent qu'ils se sentent souvent seuls) - 3 NL et 3 FR ;
- 5 entretiens avec des personnes souffrant d'une maladie chronique qui a un impact sérieux sur leur vie (par ex. ne pas pouvoir travailler, ne pas être ou être moins mobiles) - 2 NL et 3 FR ;
- 3 entretiens avec des personnes souffrant d'un handicap physique qui les limite dans leur vie quotidienne (par ex. en fauteuil roulant, malvoyant) - 2 NL et 1 FR ;
- 2 nouveaux arrivants de langue étrangère (anglais) vivant en Flandre ;
- 2 répondants issus de l'immigration et vivant à Bruxelles/Wallonie ;
- 2 répondants issus d'une classe socio-économique défavorisée (peu instruits, chômeurs) - 1 NL + 1 FR.

Aucun d'entre eux n'a travaillé dans le domaine de la publicité, du marketing, des études de marché, des médias, de l'informatique, des sociétés Internet/concepteurs web, des boutiques en ligne ou auprès d'entreprises postales (DHL, bpost, PostNL, UPS, GLS).

5.2.3 Validation quantitative

La validation quantitative a eu lieu de mai à octobre et a été effectuée selon la méthodologie décrite dans une publication de l'institut RAND.⁸

5.2.3.1 Groupe cible

Tant des utilisateurs particuliers que professionnels ont été interrogés.

Les utilisateurs particuliers sont tous des Belges âgés de plus de 18 ans. Des mesures spécifiques ont été prises (voir ci-dessous) pour s'assurer que les utilisateurs particuliers sans Internet (principalement des personnes âgées de plus de 75 ans) soient également correctement représentés dans l'étude.

L'utilisateur professionnel a été défini comme une entreprise ou organisation dotée d'un numéro de TVA en Belgique. Aucune limite n'a été définie concernant le nombre de travailleurs. Cette étude comprend donc tant les entreprises unipersonnelles que les grandes entreprises de plus de 500 travailleurs. Tant les entreprises privées que les organisations publiques relèvent du champ d'application de la présente étude.

En Belgique, plus de 80 % des entreprises sont des entreprises unipersonnelles et les grandes entreprises ne représentent qu'une petite partie de l'ensemble du marché des entreprises. C'est la raison pour laquelle il a été décidé de recruter les entreprises de manière disproportionnée dans la présente étude. Cela signifie que la part des grandes entreprises au sein de l'échantillon est plus grande que la part dans la population totale. Il est ainsi possible de rapporter des résultats fiables pour toutes les tailles d'entreprises, y compris les grandes entreprises. Pour les analyses sur l'échantillon total des utilisateurs professionnels, l'on a à nouveau pondéré en fonction des rapports corrects via une pondération post-stratification, afin que les résultats restent représentatifs de l'ensemble du marché des entreprises.

5.2.3.2 Méthode de collecte des données

L'enquête quantitative a été réalisée auprès des utilisateurs finals postaux via la méthode WATI « **Web Assisted Telephone Interviewing** ». Cela signifie que les personnes interrogées ont été appelées par des intervieweurs depuis le centre d'appel, leur demandant de participer à l'enquête. Au début de l'interview, il leur a été demandé de se rendre sur une page web où des stimuli visuels pouvaient être montrés. Avec l'accord du répondant, la première partie de l'interview était réalisée par téléphone et, lors de la deuxième partie, il était demandé au répondant de se rendre sur un site Internet. Via ce site, le répondant pouvait suivre l'écran de l'intervieweur. Ce soutien visuel était nécessaire car une partie de l'interview était composée de questions de compromis qui pouvaient uniquement être correctement évaluées en étant montrées aux répondants.

Pour les particuliers, un volet postal était présenté en plus de la méthode WATI. Ce volet permettait aux répondants qui n'avaient pas Internet, ou qui se méfiaient de devoir aller sur un site Internet, de participer également à cette étude. Dans ce cas, il a été demandé au répondant de donner ses coordonnées afin que le questionnaire puisse être envoyé par courrier. Le répondant pouvait compléter le questionnaire papier à son

⁸ Rohr C., Trinkner U., Lawrence A. et al., Study on Appropriate Methodologies to Better Measure Consumer Preferences for Postal Services, 2010

domicile et le renvoyer gratuitement à Ipsos. Les réponses étaient ensuite encodées, contrôlées afin de vérifier qu'elles étaient complètes et ajoutées aux réponses du volet WATI.

5.2.3.3 Échantillonnage

L'échantillonnage des particuliers a été effectué via « mobile random digit dialing ». Cela signifie que des numéros de téléphone étaient générés de manière totalement aléatoire parmi les préfixes mobiles connus. Ces numéros de téléphone ont ensuite été « pulsés ». Cela signifie que l'on a vérifié si ces numéros de téléphone étaient utilisés. Les numéros de téléphone utilisés étaient enfin contactés aléatoirement.

L'échantillonnage des utilisateurs professionnels était basé sur un échantillonnage par quotas recruté à partir d'une base de données contenant les données de toutes les entreprises de Belgique. Le quota d'utilisateurs professionnels utilisé est décrit au chapitre 6.1 profil de l'échantillon.

5.2.3.4 Taille de l'échantillon

Au total, 4 442 utilisateurs finals postaux ont participé au volet quantitatif de la présente étude :

- n= 2 722 particuliers :
 - o via WATI : 2 150 particuliers ;
 - o via le volet postal : 572 particuliers ;
- n= 1 720 utilisateurs professionnels.

5.2.3.5 Durée de l'étude sur le terrain

L'étude sur le terrain a été réalisée simultanément pour les utilisateurs particuliers et professionnels. L'étude sur le terrain s'est déroulée de fin mai à début octobre 2020. Lors des congés du bâtiment en juillet, l'on a uniquement contacté par téléphone des utilisateurs finals professionnels sur rendez-vous.

6 RÉSULTATS DES PARTICULIERS

6.1 Profil de l'échantillon

Au total, n=2 722 particuliers ont été interrogés. Le recrutement des particuliers a été effectué aléatoirement. Il est donc possible que le profil des particuliers de l'échantillon diverge légèrement des rapports de la population en ce qui concerne certaines caractéristiques. Ces divergences ont été corrigées à l'aide d'une pondération poststratification. Les variables suivantes ont été reprises dans ce schéma de pondération : âge croisé avec la région, sexe croisé avec la région et la province. Le profil sociodémographique de l'échantillon correspond ainsi totalement au profil de la population belge. La pondération est basée sur les chiffres de Statbel pour l'année 2020.

La répartition selon le sexe en Belgique est de 49 % d'hommes/51 % de femmes. 58 % des Belges sont néerlandophones et 42 % sont francophones. La répartition selon l'âge en Belgique est la suivante : 10 % de 18-24 ans ; 16 % de 25-34 ans ; 16 % de 35-44 ans ; 17 % de 45-54 ans ; 17 % de 55-64 ans ; 13 % de 65-74 ans et 11 % de 75+ ans. Enfin, 58 % des Belges habitent en Flandre, 32 % habitent en Wallonie et 11 % habitent à Bruxelles.

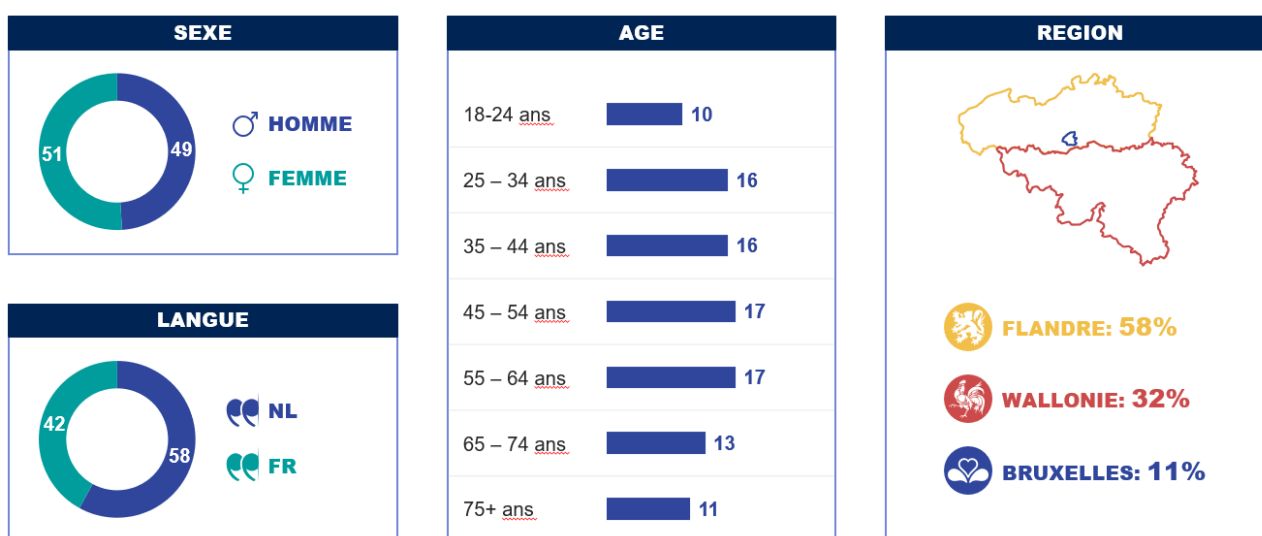


Figure 6-a. Profil sociodémographique de l'échantillon d'utilisateurs finals particuliers

6.2 Poste aux lettres

6.2.1 Utilisation de la poste aux lettres

Un peu plus de la moitié des Belges (53 %) reçoit du courrier au minimum 3 à 4 fois par semaine. Les Belges plus jeunes (18-34 ans) reçoivent du courrier un peu moins souvent que les générations plus âgées. À partir de 75 ans, la fréquence de réception de courrier diminue à nouveau.

	Total	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-74	75+
Chaque jour ouvrable	12	16	11	13	13	13	11	13
3 à 4 fois par semaine	41	34	35	38	48	46	47	31
1 à 2 fois par semaine	37	26	41	41	35	38	36	42
1 ou plusieurs fois par mois	8	19	12	8	3	3	5	7
Moins souvent	2	4	2	1	1	0	1	4

Tableau 6-a. Fréquence de réception de poste aux lettres par les utilisateurs finals particuliers - par catégorie d'âge

La fréquence de réception de poste aux lettres a fortement chuté par rapport à 2015. À l'époque, 79 % des utilisateurs particuliers avaient indiqué recevoir du courrier au moins 3 à 4 fois par semaine, contre 41 % aujourd'hui. Il s'agit d'une évolution normale, car bpost ne livre le courrier non urgent plus que deux fois par semaine au lieu de cinq depuis 2020.

Les utilisateurs particuliers envoient principalement des lettres à des fins administratives ou légales, comme des factures, des documents officiels, etc. En raison de la numérisation croissante, les utilisateurs particuliers indiquent qu'ils ont moins souvent recours à la poste aux lettres. Les utilisateurs préfèrent en général la communication numérique étant donné qu'il s'agit d'une solution plus rapide et moins chère.

*Pas du tout important : je ne poste plus rien du tout ou un ou deux courriers.
J'envoie des mails, je scanne mes documents. Les extraits de compte non plus. J'ai évolué avec les outils actuels, je trouve ça plus pratique et plus rapide. Moins de stockage, moins de gaspillage, moins de papier*

~Groupe Charleroi, zone urbanisée, 46-70 ans~

Une minorité, principalement des personnes plus âgées, envoie encore des lettres pour des raisons émotionnelles, et à des moments spécifiques comme l'envoi de cartes d'anniversaire, cartes de vœux, condoléances, etc.

En 2020, 41 % des Belges ont encore envoyé une lettre au moins une fois par mois. Les utilisateurs âgés de 18-24 ans en envoient beaucoup moins souvent (18 %) et les plus de 65 ans en envoient beaucoup plus souvent (53 %). Par rapport à 2015, l'envoi de lettres a légèrement diminué. En 2015, 44 % des Belges ont encore envoyé une lettre au moins une fois par mois.

	Total	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-74	75+
Chaque jour ouvrable	0	0	0	0	0	0	1	1
1 ou plusieurs fois par semaine	5	1	4	4	3	6	11	12
1 ou plusieurs fois par mois	35	17	29	29	43	44	41	40
Moins souvent	51	57	56	59	49	47	44	42
Jamais	8	26	12	7	5	4	3	5

Tableau 6-b. Fréquence d'envoi de poste aux lettres par les utilisateurs finals particuliers - par catégorie d'âge

En ce qui concerne l'envoi de lettres, les utilisateurs font presque exclusivement appel à bpost (95 %).⁹

D'un point de vue général, la population pense que la poste aux lettres poursuivra son recul étant donné que la communication officielle des entreprises et organisations passe de plus en plus par les canaux électroniques. La majorité des Belges (73 %) pense à l'avenir envoyer environ autant de lettres qu'à l'heure actuelle. Toutefois, les Belges qui pensent changer leur comportement s'attendent à envoyer plutôt moins de lettres (22 %).

La majorité des Belges pensent que la poste aux lettres ne disparaîtra jamais totalement. 50 % des Belges sont plutôt d'accord à totalement d'accord avec l'affirmation « je devrai toujours envoyer des lettres », ce qui représente plus que la part de Belges qui ne sont pas d'accord avec cette affirmation.

	Total	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-74	75+
Tout à fait d'accord	22	7	20	21	24	28	29	21
Plutôt d'accord	28	25	37	36	32	28	21	12
Ni d'accord ni pas d'accord	11	18	13	12	12	10	6	6
Plutôt pas d'accord	21	34	20	22	22	19	17	14
Pas du tout d'accord	18	17	11	10	10	15	26	47

Tableau 6-c. Affirmation « Je devrai toujours envoyer des lettres » pour les utilisateurs finals particuliers - par catégorie d'âge

⁹ Liste des titulaires de licences actuels pour l'envoi de lettres : <https://www.ibpt.be/operateurs/publication/communication-concernant-la-liste-des-prestataires-de-services-postaux-titulaires-d'une-licence-individuelle>

6.2.2 Attentes poste aux lettres

Dans le volet quantitatif, les besoins actuels en matière de poste aux lettres ont été sondés au moyen d'une « discrete choice experiment ». ¹⁰ Cela signifie que les besoins des utilisateurs finals particuliers n'ont pas été sondés directement, mais ont été déduits indirectement à l'aide de choix simulés.

Sur la base de la phase d'exploration qualitative, les dimensions suivantes ont été reprises dans l'analyse quantitative : le prix, la vitesse de livraison, le lieu de livraison, le nombre de livraisons, la fiabilité des envois, le nombre de levées par jour, et la prise en charge ou non des lettres à envoyer par le facteur.

Le graphique ci-dessous montre la mesure dans laquelle les utilisateurs finals particuliers sont prêts à payer pour des améliorations de services/le degré d'admissibilité pour une diminution de service pour différentes dimensions de service de la poste aux lettres.

Concernant la poste aux lettres, la situation de base est la suivante : livraison en jour+3, livraison à l'adresse, 3 livraisons par semaine, fiabilité de 95 %, 1 levée par jour, le facteur n'emporte pas le courrier à envoyer.

Pour info : une livraison en jour+3 signifie que la lettre est livrée au plus tard 3 jours ouvrables après le dépôt au sein du réseau postal avant la dernière heure de levée. En cas de livraison en jour+1, la lettre est livrée le jour ouvrable suivant.

Différents niveaux de service ont été simulés pour chaque dimension. Une modification d'une dimension peut avoir un effet positif ou négatif sur l'utilisateur final particulier. En cas d'effet positif, il est possible de mesurer la disposition à payer. Il s'agit de la mesure dans laquelle l'utilisateur final particulier est disposé à payer davantage pour ce changement positif. En cas d'effet négatif, on mesure le degré d'admissibilité. Il s'agit de la mesure dans laquelle un utilisateur final particulier souhaite payer moins pour accepter ce changement négatif. La disposition à payer et le degré d'admissibilité sont tous deux exprimés en euro par rapport au prix de base d'un timbre poste.

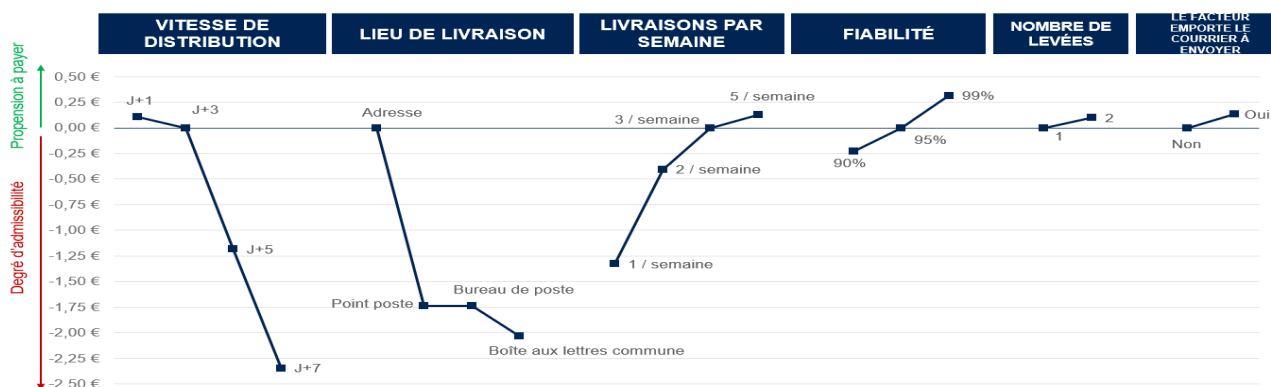


Figure 6-b. Disposition à payer dimensions de service de la poste aux lettres pour les utilisateurs finals particuliers

Vitesse de livraison

Les utilisateurs finals particuliers sont prêts à payer 10 cents de plus pour une livraison en jour+1 par rapport à la livraison standard en jour+3. Le choix de bpost de passer d'une livraison standard en jour +1 à une livraison standard en jour+3 est conforme aux attentes de l'utilisateur final particulier. En effet, il existe une différence relativement faible concernant la disposition à payer entre une livraison en jour+1 et une livraison en jour+3. Pour l'envoi de poste aux lettres standard (non urgente), une livraison en jour+1 est donc peu nécessaire.

Dans le volet quantitatif, nous n'avons pas sondé la disposition à payer en cas de poste aux lettres urgente pour laquelle un timbre prior est nécessaire. Dans le volet qualitatif, les utilisateurs finals particuliers ont indiqué que la livraison en jour+1 pouvait être considérée comme un service premium. Toutefois, quelques utilisateurs finals particuliers estiment qu'avec le prior actuel, la livraison en jour+1 n'est pas toujours respectée.

¹⁰ Rohr C., Trinkner U., Lawrence A. et al., Study on Appropriate Methodologies to Better Measure Consumer Preferences for Postal Services, 2010

Je ne paye pas le prior car je n'ai pas la garantie, j'ai un prior qui est arrivé 15 jours

~ Profil vulnérable ~

La livraison en jour+3 est considérée comme le délai d'acheminement standard et comme acceptable pour le courrier non urgent. Toutefois, lorsque la livraison prend plus de trois jours, le degré d'admissibilité diminue immédiatement à un niveau inacceptable. Les livraisons en jour+5 et jour+7 ne sont pas acceptées par les utilisateurs finals particuliers.

Il n'y a pas de différences significatives entre les groupes d'âge en ce qui concerne les attentes en matière de vitesse de livraison. Tous les groupes d'âge sont disposés à payer un peu plus pour une livraison en jour+1 et estiment qu'une livraison à partir de jour+5 est inacceptable.

Lieu de livraison

Actuellement, seule la livraison à l'adresse du domicile est considérée comme une solution acceptable. Les utilisateurs finals particuliers estiment généralement qu'il est inacceptable que la poste aux lettres soit distribuée de manière standard dans un point poste, un bureau de poste ou une boîte aux lettres commune plutôt qu'à l'adresse du domicile. La boîte aux lettres commune¹¹ est à cet effet encore moins acceptée qu'un point postal ou un bureau de poste.

Nombre de livraisons par semaine

Le niveau de base pour la dimension nombre de livraisons par semaine a été défini à trois jours par semaine. Officiellement, bpost effectue encore deux tournées régulières par semaine par adresse, mais du courrier supplémentaire peut être distribué le vendredi afin de satisfaire le critère jour+3. En raison de la combinaison de courrier qui doit parfois encore être reçu le vendredi et d'envois prior qui doivent pouvoir être distribués chaque jour ouvrable, les particuliers ont l'impression que le courrier est distribué en moyenne trois jours par semaine.

La décision de passer à partir de 2020 de cinq à deux tournées régulières par semaine par adresse pour le courrier non prior correspondait aux attentes de l'utilisateur final particulier.¹² La disposition à payer davantage pour cinq livraisons par semaine est comparable à la disposition à payer pour un envoi prior.

Fiabilité, nombre de levées et prise en charge du courrier à envoyer par le facteur

Il existe une certaine disposition à payer pour une fiabilité à 99 % de l'envoi, pour deux levées par jour et pour la prise en charge du courrier à envoyer par le facteur. La disposition à payer pour une fiabilité élevée est la plus grande. Nous pouvons en déduire qu'il y a un grand besoin de fiabilité élevée.

¹¹ Tant les lettres que les colis peuvent être livrés dans une boîte aux lettres commune. Si l'utilisateur final particulier optait pour cette option, les lettres et les colis pouvaient uniquement être déposés dans une boîte aux lettres commune.

¹² Communication du Conseil de l'IBPT du 13 février 2017 concernant une analyse globale relative aux besoins postaux en Belgique

6.3 Colis

6.3.1 Utilisation des envois de colis

57 % des utilisateurs finals particuliers reçoivent un colis au moins une fois par mois. Ce sont principalement les jeunes générations qui reçoivent plus souvent des colis ; 72 % des 18-35 ans reçoivent au moins un colis chaque mois.

	Total	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-74	75+
Chaque semaine	17	20	21	26	23	11	8	3
1 à 2 fois par mois	40	52	51	44	45	40	28	14
3 à 4 fois par an	18	11	14	17	16	23	26	18
Moins souvent	18	16	11	11	13	21	24	36
Jamais	7	2	3	3	4	5	13	27

Tableau 6-c. Fréquence de réception de colis par les utilisateurs finals particuliers - par catégorie d'âge

En 2020, les utilisateurs finals particuliers ont reçu des colis bien plus souvent qu'en 2015. En 2015, seulement 8 % des utilisateurs particuliers ont reçu un colis sur une base mensuelle. Lors des entretiens approfondis et des groupes de discussion, les utilisateurs finals particuliers ont indiqué que le fait de commander des produits en ligne et de les faire envoyer était une pratique désormais bien établie.

Contrairement à la réception de colis, les utilisateurs finals particuliers ont eu bien moins recours à l'envoi de colis. Si l'on ne tient pas compte des retours, seuls 7 % des Belges envoient un colis sur une base mensuelle. Ceci est confirmé dans l'observatoire de l'IBPT, où il est indiqué que 6 % du volume domestique de colis est envoyé par des particuliers.¹³ 9 % des particuliers envoient mensuellement des retours d'achats en ligne. Les colis ordinaires sont envoyés environ à la même fréquence par tous les groupes d'âge. Les retours d'achats en ligne sont principalement envoyés par des utilisateurs finals particuliers âgés de moins de 55 ans.

	Total	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-74	75+
Chaque semaine	1	0	0	1	1	1	1	0
1 à 2 fois par mois	6	7	6	9	6	4	4	2
3 à 4 fois par an	10	8	12	14	12	9	9	6
Moins souvent	36	30	37	39	38	40	34	28
Jamais	48	54	45	38	43	47	51	63

Tableau 6-d. Fréquence d'envoi de colis (hors retours) par les utilisateurs finals particuliers - par catégorie d'âge

¹³ <https://www.ibpt.be/operators/publication/communication-du-16-octobre-2020-concernant-observatoire-du-marche-des-activites-postales-en-belgique-pour-2019>

	Total	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-74	75+
Chaque semaine	1	3	1	2	1	0	0	0
1 à 2 fois par mois	8	12	13	12	10	5	2	2
3 à 4 fois par an	13	15	17	22	17	10	4	1
Moins souvent	34	36	37	34	37	39	29	18
Jamais	44	34	33	30	35	45	64	78

Tableau 6-e. Fréquence d'envoi de colis (retours inclus) par les utilisateurs finals particuliers - par catégorie d'âge

Pour l'envoi de colis, 80 % des utilisateurs finals particuliers font appel à bpost. DHL est utilisé par 12 % des Belges, principalement par des utilisateurs plus jeunes (18-34 ans). Suivent PostNL (9 % de pénétration en Belgique ; 14 % en Flandre) et Mondial Relay (8 % de pénétration en Belgique ; 14 % en Wallonie).

Les utilisateurs finals particuliers pensent que l'envoi de colis sera au moins similaire à l'avenir, voire poursuivra sa croissance. En effet, 71 % des utilisateurs estiment que le nombre de colis envoyés restera à peu près identique. Toutefois, 22 % s'attendent à ce que ce nombre augmente, alors que seulement 6 % s'attendent à ce qu'il diminue.

Davantage de Belges sont d'accord plutôt que pas d'accord avec l'affirmation selon laquelle l'on devra toujours envoyer des colis. À l'instar de la poste aux lettres, ce sont principalement les Belges de 25 à 64 ans qui sont le plus d'accord avec cette affirmation pour les colis.

	Total	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-74	75+
Tout à fait d'accord	20	13	21	24	24	17	19	20
Plutôt d'accord	29	31	34	37	37	27	20	14
Ni d'accord ni pas d'accord	19	27	20	14	14	19	18	20
Plutôt pas d'accord	19	17	17	16	16	22	25	17
Pas du tout d'accord	14	12	8	8	8	15	18	28

Tableau 6-f. Affirmation « Je devrai toujours envoyer des colis » pour les utilisateurs finals particuliers - par catégorie d'âge

Sur la base de l'enquête qualitative, il s'est également avéré que les utilisateurs finals particuliers étaient actuellement encore réticents face aux manières innovantes de distribuer des colis :

- Les utilisateurs font actuellement peu confiance aux distributions de colis selon les formules « in-car »¹⁴ ou « in-home »¹⁵. La raison principale de cette réticence est que les personnes ne veulent pas donner accès à leur voiture ou domicile à quelqu'un d'autre et considèrent cela comme une violation de leur vie privée.
- La livraison par drone n'est pas encore considérée en Belgique comme une livraison « pour les utilisateurs ordinaires ». L'aspect pratique soulève encore beaucoup de questions. Les utilisateurs finals particuliers considèrent cela plutôt comme une solution pour les entreprises, les organisations et les organes publics.

¹⁴ Les colis sont livrés directement dans le coffre de la voiture du travailleur, pendant qu'il est au travail. Cette formule est possible à l'aide du logiciel déjà présent dans un très grand nombre de voitures.

¹⁵ Les colis peuvent être livrés à l'aide d'une sonnette intelligente qui laisse entrer des livreurs spécifiques.

Les utilisateurs finals particuliers sont toutefois ouverts à des solutions plus durables, mais ne sont initialement pas prêts à payer plus pour elles. Les utilisateurs finals particuliers sont toutefois ouverts à un délai de livraison plus long si le colis est envoyé de manière plus durable.

6.3.2 Attentes en matière d'envois de colis

À l'instar de la poste aux lettres, les attentes des utilisateurs finals particuliers en matière d'envois de colis ont été sondées à l'aide d'une analyse conjointe, dans le cadre de laquelle les attentes n'ont pas été sondées directement, mais ont été déduites indirectement de choix simulés.

Sur la base de la phase d'exploration qualitative, les dimensions suivantes ont été reprises dans l'analyse quantitative : prix, lieu de livraison, vitesse de livraison, nombre de jours de retard des colis s'ils sont distribués avec les colis des voisins, le créneau lors duquel le colis est livré, la fiabilité du délai d'acheminement et le nombre de livraisons par semaine.

Le graphique ci-dessous montre la disposition à payer et le degré d'admissibilité des utilisateurs finals particuliers pour chaque niveau de ces dimensions.

En ce qui concerne les livraisons de colis, la situation de base est la suivante : une livraison le premier jour ouvrable suivant, la livraison à l'adresse, aucun retard dû au regroupement des colis, un créneau de 8h (laps de temps au cours duquel le colis sera livré), et une fiabilité du délai d'acheminement de 95 %.

Différents niveaux de service ont été simulés pour chaque dimension. Une modification d'une dimension peut avoir un effet positif (disposition à payer) ou négatif (degré d'admissibilité) sur l'utilisateur final particulier. La disposition à payer et le degré d'admissibilité sont tous deux exprimés en euro par rapport au prix de base d'un envoi de colis.

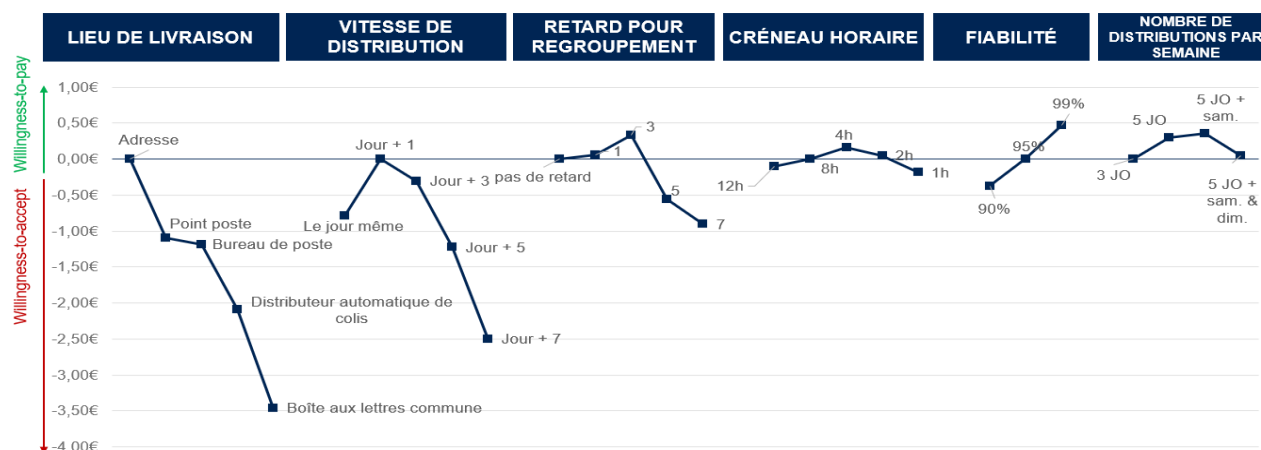


Figure 6-d. Disposition à payer dimensions de service des envois de colis pour les utilisateurs finals particuliers

Lieu de livraison

Actuellement, la livraison ayant lieu ailleurs qu'à l'adresse a un faible degré d'admissibilité parmi les utilisateurs finals particuliers. Les utilisateurs finals particuliers veulent payer environ 1,1 à 1,2 euro de moins pour les colis livrés dans un point poste ou dans un bureau de poste. Concernant les distributeurs automatiques de colis, le degré d'admissibilité est plus faible (-2 euros) et la boîte aux lettres commune¹⁶ est considérée actuellement comme inacceptable.

L'on note des différences claires au niveau de la disposition à payer entre les différents groupes d'âge. Pour les Belges de moins de 75 ans, un point poste ou un bureau de poste est acceptable si le prix diminue d'environ 1,2 euro. Cette somme est plus élevée que la réduction octroyée actuellement par bpost (1 euro) si la livraison ne doit pas avoir lieu à l'adresse (mais donc dans un point poste ou dans un distributeur automatique de colis de bpost). Pour les Belges de plus de 75 ans, le bureau de poste et le point poste sont toutefois inacceptables.

L'on peut nuancer le résultat avec le fait que les distributeurs automatiques de colis sont encore relativement rares et récents (comme la boîte aux lettres commune). En cas de couverture plus étendue, l'on peut assumer que la disposition à payer à cet égard augmentera.

¹⁶ Outre une boîte aux lettres « fixe » par résidence, des boîtes aux lettres générales pour colis « variables », auxquelles seul le destinataire d'un colis a accès.

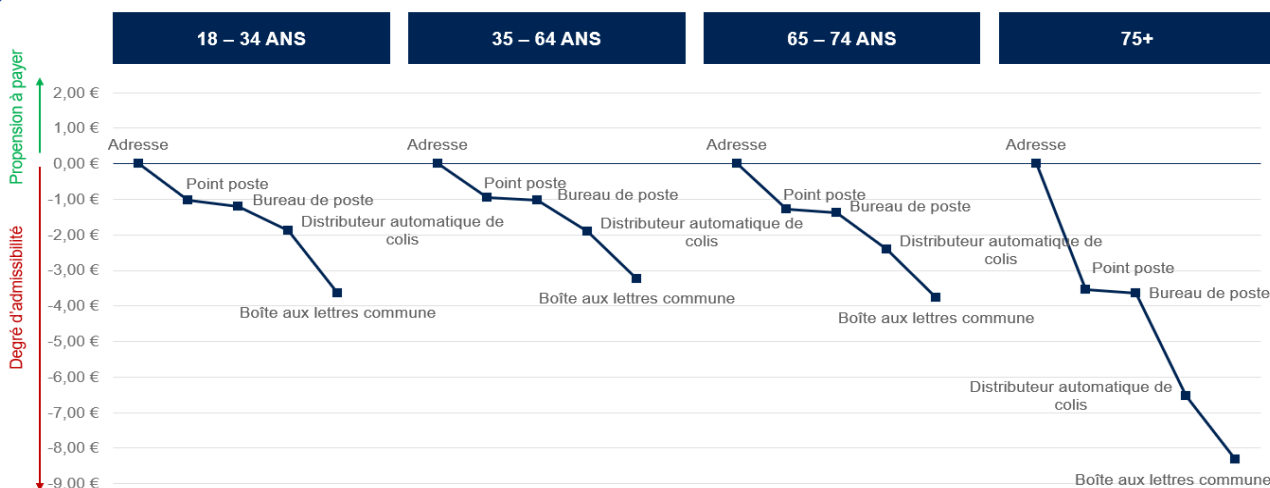


Figure 6-e. Disposition à payer, lieu de livraison des colis pour les utilisateurs finals particuliers - par catégorie d'âge

Si l'on répartit les utilisateurs finals particuliers par degré d'urbanisation, l'on peut voir une disposition à payer similaire concernant le lieu de livraison dans les grands centres, les villes et les petites localités.¹⁷ Les Belges qui habitent dans des zones rurales, et doivent donc en moyenne parcourir la plus grande distance pour trouver un point poste, un bureau de poste ou un distributeur automatique de colis, affichent le degré d'admissibilité le plus faible pour ces alternatives. Les utilisateurs finals particuliers de zones rurales ont également le plus faible degré d'admissibilité pour la boîte aux lettres commune, alors que cela s'avérerait justement intéressant dans ces zones, où la densité d'urbanisation est souvent plus faible.

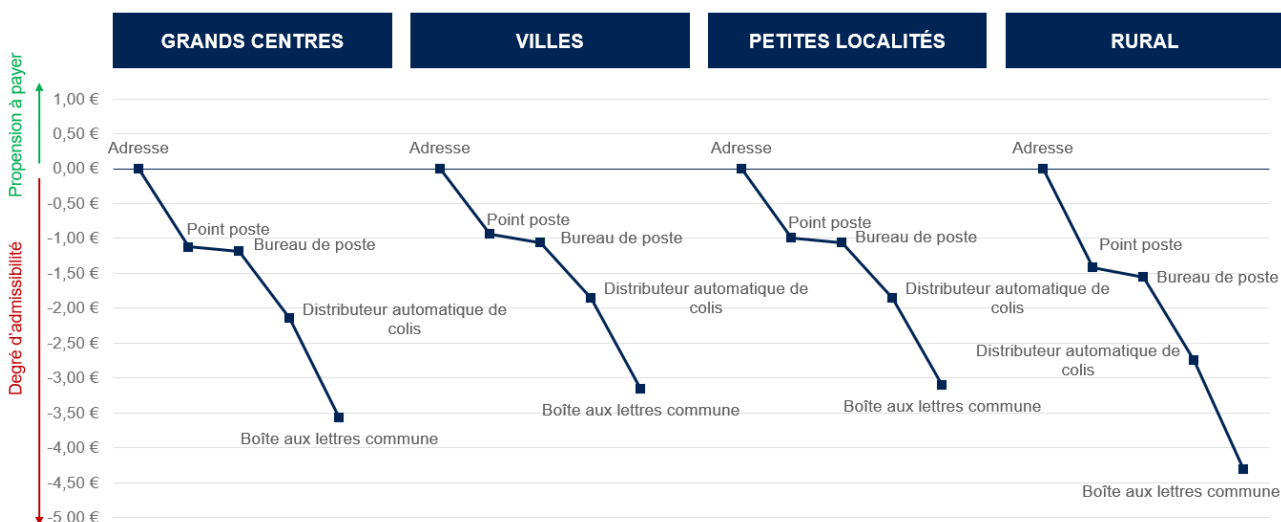


Figure 6-f. Disposition à payer, lieu de livraison des colis pour les utilisateurs finals particuliers - par degré d'urbanisation

Vitesse de livraison

La livraison en jour+1 actuelle est considérée comme la plus optimale par les utilisateurs finals particuliers. Une livraison le jour même a même un impact négatif sur la disposition à payer. Cela révèle qu'une livraison le jour même a également des inconvénients pour les utilisateurs finals particuliers qui sont plus importants que l'avantage d'une livraison rapide (par ex. il est difficile de s'organiser, ce n'est pas durable, etc.). Les livraisons en jour+3 ont un degré d'admissibilité élevé de 0,4 euro. Mais, les utilisateurs finals particuliers perçoivent un acheminement du colis dépassant trois jours comme inacceptable.

¹⁷ Cette distinction est basée sur le degré d'urbanisation en Belgique. Les répondants sont répartis dans ces catégories selon leur code postal. Le degré d'urbanisation est défini sur la base du nombre d'habitants par kilomètre carré.

C'est cool de pouvoir se vanter d'une livraison super rapide et de pouvoir le faire, mais ce n'est pas absolument nécessaire, c'est un « nice to have ».

~ Groupe Hasselt, zone rurale, 18-45 ans ~

La rapidité n'est pas primordiale pour moi, j'ai toujours une saison d'avance pour les enfants, 1 semaine d'attente, ça me va. Primordial = le prix auquel j'ai l'objet et que les colis arrivent en bon état, ça me suffit.

~ Profil vulnérable ~

Ralentissement suite au regroupement de colis

Avant la question de compromis, cette dimension a été expliquée de manière simple et intuitivement compréhensible au répondant, afin que ce dernier comprenne bien les conséquences des choix :

Vos colis sont regroupés avec ceux d'autres voisins afin de remplir le plus possible les véhicules postaux. Cela peut entraîner un prolongement du délai d'acheminement de X jour(s).

Les utilisateurs finals particuliers accueillent favorablement un ralentissement si les colis peuvent être regroupés. Pour jusqu'à trois jours de retard inclus, l'on note même une certaine disposition à payer. Bien qu'il ne faille pas comprendre littéralement par là que les utilisateurs finals particuliers voudraient payer plus pour attendre un colis pendant plus longtemps, cela montre toutefois clairement que l'effet durable positif du regroupement prime par rapport au temps d'attente supplémentaire. Du moins, si le délai ne dépasse pas trois jours. Si la durée dépasse trois jours, la disposition à payer devient négative (-0,6 euro).

Créneau horaire, fiabilité et nombre de livraisons par semaine

Pour les différents créneaux au sein desquels les colis sont livrés, nous ne constatons que de petites variations de la disposition à payer et du degré d'admissibilité. En d'autres termes, cette dimension semble être moins importante pour l'utilisateur final particulier. Le créneau idéal est de 4 heures. Veuillez noter qu'il s'agit purement de la largeur du créneau et non de la précision de la livraison au sein de ce créneau. La fiabilité est importante, dans le sens où l'on constate une légère disposition à payer de 0,40 euro pour un envoi d'une fiabilité de 99 %.

Concernant le nombre de livraisons par semaine, on constate une légère disposition à payer pour l'étendre à 5 jours de la semaine ou 5 jours de la semaine + le samedi. Toutefois, une extension à 7 jours par semaine (dimanche compris) n'est pas nécessaire pour les utilisateurs finals particuliers.

6.4 Réseau postal

6.4.1 Utilisation du réseau postal

Les boîtes aux lettres rouges de bpost ne sont pas fréquemment utilisées par les utilisateurs finals particuliers. Seulement 37 % des Belges indiquent les utiliser au moins 1 fois par mois. L'utilisation de ces boîtes aux lettres rouges est plus fréquente chez les Belges de 35 à 64 ans.

	Total	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-74	75+
Chaque semaine	4	2	3	2	3	5	8	6
Chaque mois	33	24	25	26	34	39	40	42
Moins souvent	51	55	56	61	53	48	43	39
Jamais	11	19	16	12	10	7	7	8

Tableau 6-g. Fréquence d'utilisation des boîtes aux lettres rouges par les utilisateurs finals particuliers - par catégorie d'âge

Les boîtes aux lettres rouges utilisées dépendent fortement de la phase de la vie du Belge. Les Belges de moins de 25 ans (qui travaillent encore moins souvent) utilisent le plus souvent une boîte aux lettres rouges la plus proche du domicile. Les Belges entre 25 et 54 ans, qui travaillent le plus souvent, choisissent, outre une boîte aux lettres rouge proche du domicile, une boîte aux lettres rouge sur le chemin du travail ou à proximité du lieu de travail. Les Belges de plus de 55 ans utilisent principalement la boîte aux lettres rouge la plus proche de leur domicile ou dans un bureau de poste.

	Total	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-74	75+
Boîte aux lettres rouge la plus proche de mon domicile	61	78	63	64	54	56	64	52
Une boîte aux lettres rouge dans un bureau de poste	13	5	9	7	13	19	18	26
Une boîte aux lettres rouge sur le trajet entre mon domicile et mon travail	10	10	12	9	13	8	1	1
Une boîte aux lettres rouge proche de mon travail	6	0	10	11	7	3	1	0
Une autre boîte aux lettres rouge dans les environs	6	3	5	7	7	5	6	9

Tableau 6-h. Utilisation du type de boîte aux lettres rouge le plus souvent utilisé par les utilisateurs finals particuliers - par catégorie d'âge

6.4.2 Attentes vis-à-vis du réseau postal

Sur la base de la phase d'exploration qualitative, les dimensions suivantes ont été reprises dans l'analyse quantitative : distance minimale à parcourir pour déposer un envoi postal, heures d'ouverture, prix, services disponibles et type de point de service.

Depuis 2017, le chiffre d'affaires du segment des colis est plus élevé que le chiffre d'affaires du segment des lettres sur le marché postal belge.¹⁸ Les résultats de cette étude confirment que cette tendance se poursuivra, avec un intérêt croissant pour le segment des colis. Il a donc été choisi d'utiliser le prix pour l'envoi d'un colis afin de mesurer les attentes des utilisateurs particuliers vis-à-vis du réseau postal. En 2015, les attentes étaient encore mesurées à l'aide du prix pour l'envoi d'une lettre.¹⁹

Le graphique ci-dessous montre la disposition à payer et le degré d'admissibilité des utilisateurs finals particuliers pour chaque niveau de ces dimensions.

En ce qui concerne le réseau postal, la situation de base est la suivante : distance maximale pour le dépôt de courrier entre 500 m et 1 km, ouverture 5 jours ouvrables entiers, offre de base de services postaux et le point de service est un bureau de poste.

Différents niveaux de service ont été simulés pour chaque dimension. Une modification d'une dimension peut avoir un effet positif (disposition à payer) ou négatif (degré d'admissibilité) sur l'utilisateur final particulier. La disposition à payer et le degré d'admissibilité sont tous deux exprimés en euro par rapport au prix de base d'un envoi de colis.

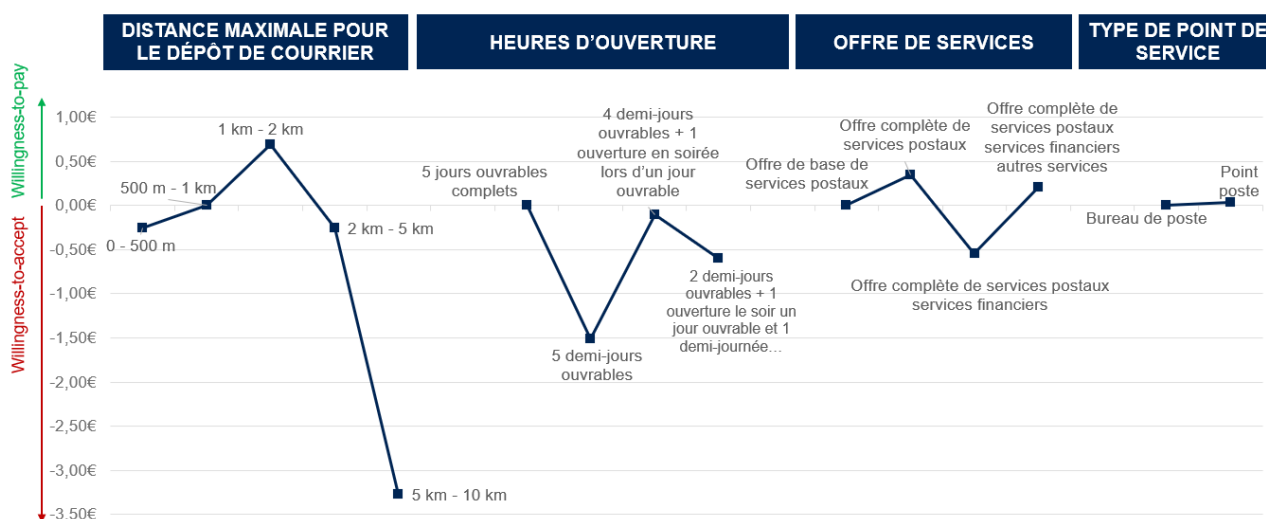


Figure 6-g. Disposition à payer dimensions de service du réseau postal pour les utilisateurs finals particuliers

Distance maximale pour le dépôt d'envois postaux

Sur la base du comportement en matière de choix, l'on peut conclure que les utilisateurs finals particuliers n'ont aucun problème avec une distance maximale jusqu'à 2 km et qu'une extension jusqu'à 5 km maximum a un impact très faible sur la disposition à payer. Une distance supérieure à 5 km est considérée comme inacceptable.

Les attentes concernant la distance jusqu'à un point poste ou un bureau de poste diffèrent chez les plus de 75 ans. Une distance de plus de 5 km jusqu'au bureau de poste ou au point poste est considérée comme beaucoup plus inacceptable au sein de ce groupe d'âge.

¹⁸ <https://www.ibpt.be/consommateurs/publication/communication-du-16-octobre-2020-concernant-lobservatoire-du-marche-des-activites-postales-en-belgique-pour-2019>

¹⁹ Communication du Conseil de l'IBPT du 8 décembre 2015 concernant la réalisation d'une enquête et d'une analyse statistiques portant sur les préférences, les besoins et la propension à payer des utilisateurs particuliers et professionnels domestiques en ce qui concerne les prestations relevant du service postal universel.

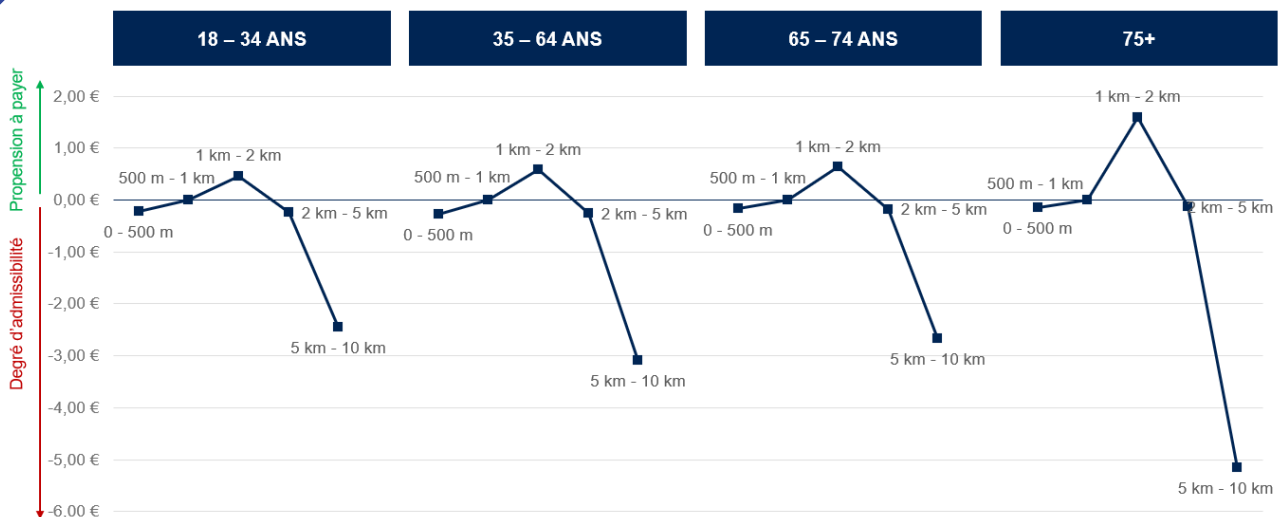


Figure 6-h. Disposition à payer pour la distance maximale pour le dépôt d'envois postaux par les utilisateurs finals particuliers - par catégorie d'âge

Les attentes concernant la distance maximale pour le dépôt d'un envoi postal divergent clairement parmi les utilisateurs finals particuliers en fonction du degré d'urbanisation. Jusqu'à 2 km, les Belges ont environ les mêmes attentes. Toutefois, à partir de 2 km, on constate un degré d'admissibilité significativement plus faible chez les utilisateurs finals particuliers des grands centres. Les utilisateurs finals particuliers qui habitent dans des zones plus rurales acceptent plus facilement une plus grande distance.

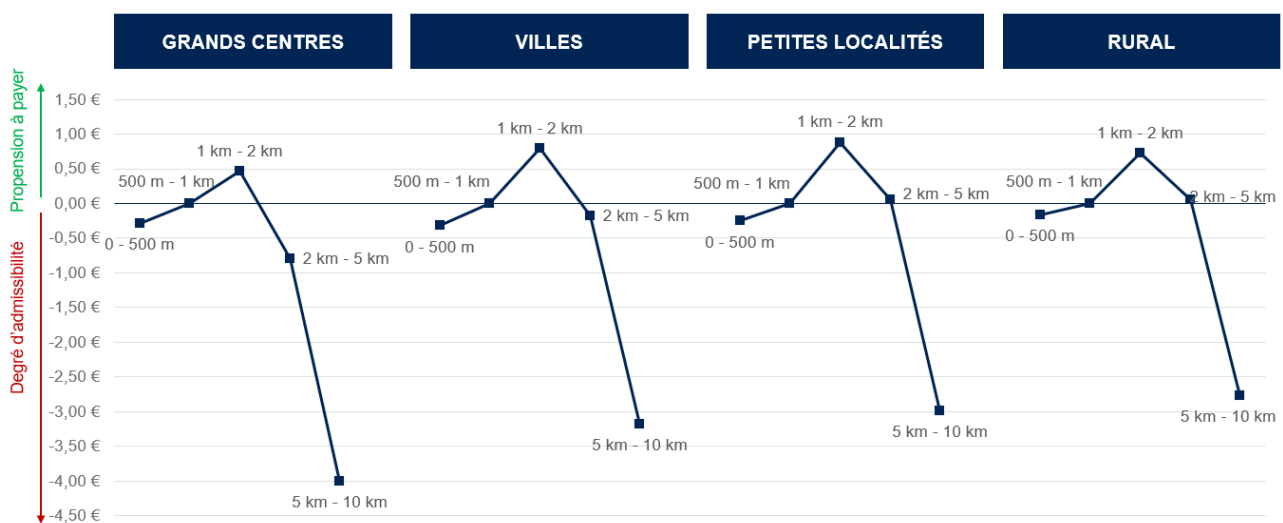


Figure 6-i. Disposition à payer pour la distance maximale pour le dépôt d'envois postaux par les utilisateurs finals particuliers - par degré d'urbanisation

La distance maximale a également été directement sondée. Si les Belges doivent mentionner une distance maximale eux-mêmes – sans devoir tenir compte à cet égard d'autres dimensions de service – ils sont bien plus stricts que ce que l'on peut déduire indirectement de leur comportement en matière de choix. 30 % des Belges s'attendent à ce qu'une boîte aux lettres rouge, un bureau de poste ou un point poste soit présent dans un rayon de 500 m et 55 % s'attendent à ce qu'il y en ait dans un rayon de 1 km. Ces attentes sont plus élevées parmi les personnes plus âgées. Parmi les plus de 75 ans, 45 % s'attendent à trouver une boîte aux lettres rouge, un bureau de poste ou un point poste dans un rayon de 500 mètres et 66 % s'attendent à ce qu'il y en ait dans un rayon de 1 km.

	Total	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-74	75+
Moins de 100 m	6	3	6	4	3	7	8	11
100 m – 500 m	24	10	18	22	24	26	32	33
500 m – 1 km	25	18	23	27	27	26	26	23
1km – 2km	21	38	23	25	23	17	17	14
2km – 5km	12	19	15	14	11	12	1	4
> 5 km	7	10	10	6	9	7	3	4
NA	4	2	5	1	3	4	3	10

Tableau 6-i. Distance maximale que les utilisateurs finals particuliers sont disposés à parcourir pour envoyer du courrier – par catégorie d'âge

Toutefois, l'utilisateur final particulier est moins exigeant sur ce plan. Dans l'étude de 2015, 75 % des Belges avaient indiqué qu'ils s'attendaient à trouver une boîte aux lettres rouge, un bureau de poste ou un point poste dans un rayon de 1 km. Ce pourcentage a considérablement baissé en 2020 (55 %).²⁰

Les utilisateurs finals particuliers sont également moins exigeants en ce qui concerne la distance maximale à parcourir pour déposer un colis. À cet égard, 21 % des Belges s'attendent à trouver un distributeur automatique de colis, un bureau de poste ou un point poste dans un rayon de 500 mètres et 44 % s'attendent à ce qu'il y en ait un dans un rayon de 1 km.

On constate également une nette différence en fonction de l'âge en ce qui concerne la distance maximale pour le dépôt d'un colis. Seulement 11-12 % des Belges entre 25 et 54 ans s'attendent à trouver un distributeur automatique de colis, un bureau de poste ou un point poste dans un rayon de 500 mètres. Ce pourcentage est environ deux fois supérieur au sein de la catégorie d'âge entre 55 et 64 ans (24 %) et même plus de trois fois supérieur chez les Belges de plus de 65 ans (36 %).

	Total	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-74	75+
Moins de 100 m	4	3	4	2	3	2	6	9
100 m – 500 m	17	14	9	9	8	22	28	28
500 m – 1 km	23	15	15	27	29	21	24	24
1 km – 2 km	23	34	25	27	24	24	15	16
2 km – 5 km	19	20	29	24	20	17	16	7
> 5 km	9	11	15	8	13	9	6	2
NA	5	2	4	2	3	4	5	14

Tableau 6-j. Distance maximale que les utilisateurs finals particuliers sont disposés à parcourir pour envoyer des colis – par catégorie d'âge

²⁰ Les attentes des utilisateurs se sont probablement ajustées à la nouvelle réalité. En effet, en 2019, 20,6 % de toutes les boîtes aux lettres pour l'expédition ont disparu.
<https://www.ibpt.be/consommateurs/publication/communication-du-16-octobre-2020-concernant-lobservatoire-du-marche-des-activites-postales-en-belgique-pour-2019>

Heures d'ouverture

Pour les bureaux de poste et les points poste, deux scénarios en matière d'heures d'ouverture donnent la disposition à payer la plus élevée :

- 5 jours ouvrables complets
- 4 demi-jours ouvrables + 1 ouverture en soirée lors d'un jour ouvrable

Pour les utilisateurs finals particuliers, une ouverture en soirée a une valeur significative en ce qui concerne les heures d'ouverture. D'autres variantes d'heures d'ouverture engendrent une disposition à payer significativement plus basse (de -0,7 euro à -1,5 euro).

Offre de services

On constate en général une faible disposition à payer davantage pour des services supplémentaires (services financiers, offre globale de services postaux) dans les bureaux de poste ou points poste. Actuellement, les services financiers sont perçus comme les moins pertinents et engendrent même une disposition à payer négative. Il est important de noter qu'il s'agit ici d'un instantané et qu'il y a encore relativement beaucoup d'agences bancaires en Belgique. La tendance générale est qu'il y aura moins d'agences bancaires à l'avenir. Par conséquent, il se peut que les services financiers offerts dans les bureaux de poste ou points poste deviennent plus pertinents.

Type de point de service

Il n'y a pas de différence significative entre un bureau de poste et un point poste en ce qui concerne la disposition à payer. Cela signifie que les utilisateurs finals particuliers n'ont en moyenne aucune préférence concernant le type de point de service. Toutefois, le fait qu'il n'y ait pas de préférence ne signifie pas qu'un utilisateur final particulier individuel ne puisse pas avoir de préférence (mais uniquement que ces préférences s'annulent lorsque l'on tient compte de l'ensemble de la population). Dans l'enquête qualitative, les utilisateurs finals particuliers ont indiqué que les deux types de points de service avaient leurs avantages et leurs inconvénients.

- Les bureaux de poste sont considérés comme plus performants en ce qui concerne les activités postales. Le personnel est mieux formé et davantage de services postaux sont proposés.
- Les points poste sont perçus comme plus accessibles. Selon les utilisateurs finals de services postaux, il y a davantage de points poste répartis dans l'ensemble de la Belgique et, selon la perception générale, ceux-ci ont des heures d'ouverture plus étendues.

Le fait que les utilisateurs finals particuliers n'ont en moyenne aucune préférence pour l'un ou l'autre type de point de service ressort dans chaque groupe d'âge.

6.5 Autres services postaux

6.5.1 Journaux et périodiques

30 % des Belges reçoivent un journal à domicile. La réception de journaux est liée à l'âge. Les personnes de 25-34 ans sont moins souvent abonnées à un journal. Les générations plus âgées sont plus souvent abonnées à un journal - jusqu'à 42 % chez les plus de 75 ans.

Les Belges sont plus souvent abonnés à des périodiques plutôt qu'à des journaux – 42 % des Belges reçoivent un périodique à domicile. On peut également noter une même différence en fonction de l'âge concernant cet aspect. Les personnes de 25-34 ans reçoivent moins souvent des périodiques. Les générations plus âgées reçoivent plus souvent des périodiques, jusqu'à plus de la moitié chez les plus de 65 ans.

	Total	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-74	75+
Journaux	30	30	20	20	25	34	41	42
Périodiques	42	35	30	33	37	48	53	63

Tableau 6-k. Abonnement à un journal/périodique chez les utilisateurs finals particuliers - par catégorie d'âge²¹

Au sein du volet d'exploration qualitatif, la livraison intacte, la livraison dans la boîte aux lettres correcte et, spécifiquement pour les journaux, la livraison tôt les jours de semaine (avant 7h30) ont été citées comme des attentes essentielles. En ce qui concerne les périodiques, l'on s'attend également à ce que la livraison à domicile ait lieu au moment où le périodique apparaît également en magasin.

J'ai été abonné et c'est frustrant de voir le numéro en librairie et le recevoir 2 semaines plus tard.

~ Profil vulnérable ~

6.5.2 Envois recommandés

Les Belges reçoivent rarement des envois recommandés. Seulement 6 % indiquent en recevoir environ chaque mois. 52 % reçoivent un envoi recommandé tous les ans. Lorsque les utilisateurs ne sont plus en âge de travailler, ce pourcentage diminue. Seulement 29 % des plus de 75 ans reçoivent un envoi recommandé annuellement.

	Total	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-74	75+
Chaque semaine	0	1	1	0	0	0	0	0
Chaque mois	6	17	7	8	4	5	3	2
Annuellement	52	34	67	61	62	52	44	29
Moins souvent	41	48	26	31	34	43	53	69

Tableau 6-l. Fréquence de réception d'envois recommandés par les utilisateurs finals particuliers - par catégorie d'âge

La réception d'envois recommandés peut parfois entraîner quelques frustrations chez les utilisateurs finals particuliers :

- L'utilisateur n'est souvent pas chez lui lorsque le facteur se présente avec l'envoi recommandé ;
- Il n'est possible d'aller chercher l'envoi recommandé qu'à partir du jour suivant ;

²¹ Le plus haut taux de pénétration des journaux et périodiques reçus chez les 18-24 ans s'explique éventuellement par le fait que les parents y sont abonnés.

- L'avis de passage ne contient aucune information sur l'expéditeur ;
- Il est compliqué de faire récupérer l'envoi recommandé par une autre personne.

L'envoi de courrier recommandé est encore moins fréquent. Pratiquement aucun utilisateur final particulier n'envoie de courrier recommandé chaque mois. 30 % des utilisateurs finals particuliers envoient un recommandé tous les ans.

	Total	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-74	75+
Chaque mois	1	1	1	1	0	1	1	1
Annuellement	29	15	27	34	36	34	30	19
Moins souvent	70	84	72	66	64	65	69	79

Tableau 6-m. Fréquence d'envoi de courrier recommandé par les utilisateurs finals particuliers - par catégorie d'âge

Les Belges accueillent favorablement une variante numérique de l'envoi recommandé. Seulement 14 % des Belges ne sont en aucun cas favorables à l'envoi de courrier recommandé sous cette forme.²² Ce sont principalement les Belges plus âgés qui ne sont pas favorables à cette forme : 24 % chez les 65-74 ans et 47 % chez les plus de 75 ans.

À cet égard, les Belges estiment principalement que la sécurité est importante. 70 % des Belges envisageraient les envois recommandés numériques si l'on pouvait garantir qu'ils sont aussi sûrs que les recommandés ordinaires. En outre, la majorité des Belges indiquent qu'ils les envisageraient également s'ils étaient la solution la moins chère.

	Total	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-74	75+
S'ils sont aussi sûrs	70	70	65	75	72	79	60	29
S'ils sont moins chers	55	61	55	54	58	56	47	22
Si le contenu de la lettre n'est pas si important	40	61	45	32	32	40	33	32
En aucun cas	14	7	12	12	13	10	24	47

Tableau 6-n. Attitude des utilisateurs finals particuliers par rapport aux envois recommandés numériques - par catégorie d'âge

²² Connect Solutions, le seul prestataire de services belge qualifié concernant les envois recommandés électroniques, envoie environ 50 000 envois recommandés par an.

6.5.3 Rôle du facteur

Les utilisateurs particuliers éprouvent en général beaucoup de sympathie pour le facteur et son travail. Le travail du facteur est perçu comme très pénible et l'utilisateur particulier pense que le facteur est soumis à d'importantes contraintes de temps. Pour les générations plus âgées dans les zones rurales, le facteur est encore une personne familière. Le facteur est important, surtout pour les personnes qui ont peu de contact avec les autres.

Ce rôle social est énorme, une personne âgée va l'attendre, va lui offrir un petit café vite fait bien fait.

~ Profil vulnérable ~

Les utilisateurs de zones plus urbanisées indiquent qu'ils ne connaissent pas ou plus leur facteur, ou qu'ils ont l'impression qu'il s'agit à chaque fois d'un autre facteur. Pourtant, ils remarquent lorsque leur facteur habituel est en congé, car son remplaçant fait souvent plus vite une erreur ou fait son travail moins correctement.

Le fait que la livraison des lettres et colis soit correcte et soignée est une attente essentielle en ce qui concerne le facteur. Il est également important que le facteur soit toujours amical.

Je l'aime bien, on fait connaissance à chaque fois qu'il passe, sympathique et relation amicale. Il est très poli, il demande comment je vais, il est très souriant, c'est la base et il a l'air d'apprécier ce qu'il fait.

~ Profil vulnérable ~

Les Belges aimeraient que le facteur offre des services supplémentaires aux personnes socialement isolées, même si cela devait augmenter le coût d'une tournée du facteur et coûter plus cher au Trésor public belge.

Seulement 13 % des Belges indiquent que la seule tâche du facteur doit être la livraison correcte et efficace du courrier. Près de 80 % des Belges estiment que le facteur doit emporter les recommandés à envoyer des personnes socialement isolées. En outre, 63 % des Belges pensent que le facteur doit pouvoir vendre des timbres-poste aux personnes socialement isolées et 53 % pensent que le facteur doit entretenir un contact social, par exemple en sonnant à la porte. Une minorité de Belges estiment que le facteur doit également pouvoir effectuer des opérations financières pour les personnes socialement isolées.

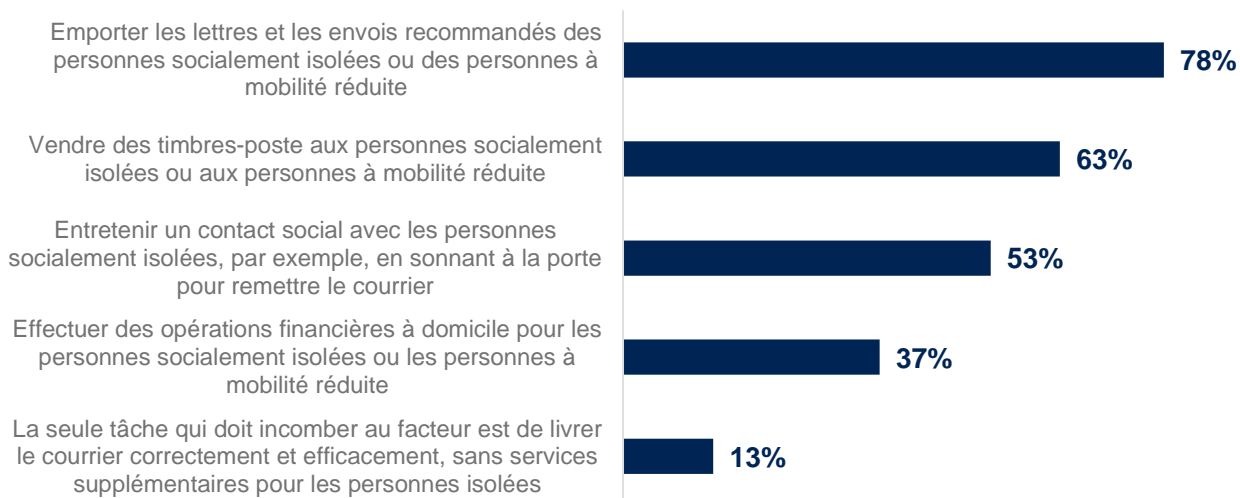


Figure 6-j. Rôle du facteur pour les utilisateurs finals particuliers

6.6 Évaluation des modifications du service postal universel

Différents scénarios où le service postal universel a été modifié ont été testés tant dans le volet qualitatif que dans le volet quantitatif.

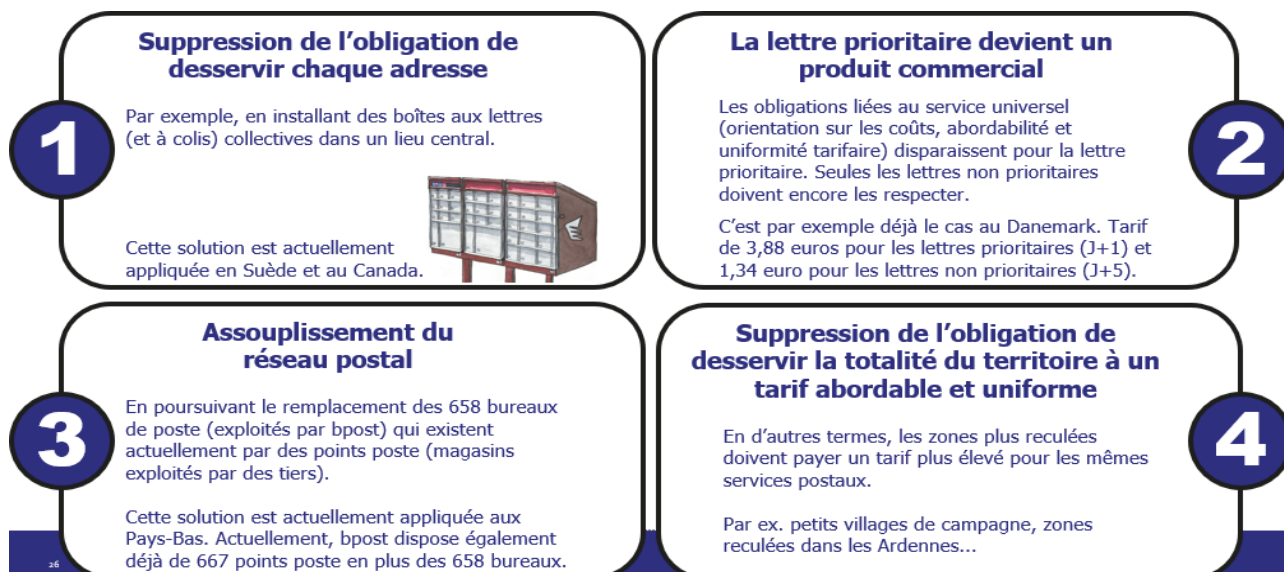


Figure 6-k. Quatre modifications potentielles du service postal universel pour les utilisateurs finals particuliers

6.6.1 Suppression de l'exigence de desservir toutes les adresses

L'idée de ce scénario est qu'il y ait une seule boîte aux lettres à un endroit central plutôt que des boîtes aux lettres à chaque adresse. Cette boîte aux lettres commune peut par exemple se trouver au début d'une rue. Cette solution est déjà appliquée en Suède et au Canada.

Lors des entretiens qualitatifs et au sein des groupes de discussion, cette idée a soulevé de nombreuses réserves. L'on comprenait bien pourquoi cela pouvait être une solution dans certaines zones, sous certaines conditions : la boîte est proche et sécurisée, et les personnes moins mobiles peuvent encore être desservies à leur domicile.

Les résultats du volet quantitatif confirment cette conclusion. Les Belges ne sont pas favorables à cette idée dans les circonstances actuelles et donc sans garanties supplémentaires. La boîte aux lettres commune est donc considérée comme inacceptable, tant pour la réception de lettres que de colis.

6.6.2 La lettre prioritaire devient un produit commercial

Dans ce scénario, la lettre prioritaire est supprimée du service postal universel et devient un produit commercial. Cela signifie que le prix d'une lettre prioritaire peut fortement augmenter puisqu'il n'y a plus d'obligations à cet égard. C'est par exemple le cas actuellement au Danemark.

Au sein des groupes de discussion et lors des entretiens approfondis individuels, les utilisateurs finals particuliers trouvent que ce sera une décision logique. Les moyens numériques ont remplacé en grande partie la poste aux lettres rapide, rendant le besoin d'une distribution de courrier rapide très exceptionnel. Dans ce cas exceptionnel, les particuliers trouvent normal que ce service ait un tarif plus élevé. Les particuliers indiquent toutefois que les faire-part de décès devraient faire l'objet d'une exception.

Dans le volet quantitatif, nous n'avons constaté qu'une faible disposition à payer de 10 cents pour une livraison en jour+1 par rapport à la livraison standard en jour+3. Cela signifie que les utilisateurs finals particuliers voient peu de valeur ajoutée dans une livraison en jour+1 par rapport à une livraison en jour+3. Le prix des timbres prior est actuellement 20 cents plus cher que celui des timbres standard²³, et donc déjà plus élevé que la disposition à payer des utilisateurs finals particuliers. L'important à cet égard est que, quantitativement, la disposition à payer a été mesurée pour l'envoi de lettres standard. Les timbres prior ont été créés pour des situations très urgentes, dans le cadre desquelles l'utilisateur final particulier serait éventuellement prêt à payer davantage.

²³ En 2021, cette différence s'élèvera jusqu'à 50 cents.

<https://www.ibpt.be/operateurs/publication/decision-concernant-lanalyse-des-augmentations-des-tarifs-unitaires-de-bpost-pour-lannee-2021>

6.6.3 Assouplissement du réseau postal : remplacer des bureaux de poste par des points poste

Ce scénario a été accueilli le plus favorablement dans le volet qualitatif par tous les utilisateurs, car cela concorde fortement avec les habitudes et besoins actuels. Différentes caractéristiques positives des points poste sont souvent avancées : heures d'ouverture étendues, convivialité, etc. Les Belges estiment qu'il devrait y avoir partout des alternatives à part entière pour les habitants moins mobiles dans les zones rurales, où il n'y a souvent pas suffisamment de points poste.

Cela a été confirmé du point de vue quantitatif. Les Belges n'ont pas une disposition à payer plus élevée si le point de service postal est un bureau de poste. Pour les Belges, le type de point de service est la dimension la moins importante reprise dans l'étude quantitative.

6.6.4 Suppression de l'obligation de desservir la totalité du territoire à un tarif abordable uniforme

Dans le cadre de la phase d'exploration qualitative, ce scénario se heurte à une forte opposition parmi tous les âges et degrés d'urbanisation. Les Belges estiment que tout le monde doit pouvoir recourir aux services postaux aux mêmes tarifs. Le point de vue est qu'il n'existe en Belgique aucun lieu à ce point reculé qu'il justifie un surcoût pour le courrier.

En raison de la forte opposition dans le volet qualitatif, ce scénario n'a pas été analysé plus avant dans le volet quantitatif.

6.7 Conclusions principales sur les besoins des particuliers

6.7.1 Envois de lettres

- Conformément au service adapté de bpost, la fréquence de réception d'envois de correspondance a sensiblement diminué. 53 % des Belges reçoivent des envois de correspondance au moins 3 à 4 fois par semaine en 2020, contre 79 % en 2015.
- Les Belges envoient également moins de lettres en 2020. 41 % des Belges envoient une lettre au moins une fois par mois en 2020, contre 44 % en 2015. L'on utilise principalement la poste aux lettres pour régler des affaires légales et administratives.
- Les Belges s'attendent également à envoyer moins de courrier à l'avenir, principalement en raison de la numérisation des documents administratifs.
- La vitesse de distribution des envois de correspondance est déterminante. Une livraison en jour+3 est conforme aux besoins actuels des Belges. Mais une livraison prenant plus de trois jours est considérée comme inacceptable.
- Les Belges sont disposés de manière limitée à payer davantage pour une livraison en jour+1. Le besoin d'une livraison en jour+1 est donc faible par rapport à une livraison en jour+3 pour la poste aux lettres normale.
- Outre la vitesse de livraison, le lieu de livraison est également déterminant en ce qui concerne les envois de correspondance. La livraison des lettres à l'adresse est actuellement la seule solution acceptable. La livraison dans un bureau de poste, un point poste ou une boîte aux lettres commune est considérée comme inacceptable – la compensation en termes de prix demandée par les utilisateurs finals particuliers à cet égard est trop élevée en comparaison avec les prix actuels.
- Une distribution d'envois non prioritaires au rythme de trois jours par semaine correspondrait aux besoins actuels. Actuellement, la distribution a lieu deux jours par semaine, contre cinq auparavant.

6.7.2 Envois de colis

- Les envois de colis constituent le domaine dans lequel nous constatons les plus grandes différences de comportement par rapport à 2015. La fréquence de réception de colis a fortement augmenté. En 2015, 7 % des Belges ont indiqué recevoir au moins un colis par mois, contre 57 % aujourd'hui.
- En revanche, l'envoi de colis est très occasionnel. Seulement 7 % des Belges envoient un colis par mois (hors retours) et 9 % envoient un retour d'un achat en ligne mensuellement.
- Les Belges s'attendent à ce que ce pourcentage augmente à l'avenir, notamment en raison de la croissance de l'e-commerce.
- En ce qui concerne les colis, le lieu de la livraison est la dimension principale. Pour les plus de 75 ans, l'adresse est le seul lieu de livraison acceptable. Les Belges entre 18 et 74 ans sont favorables dans une certaine mesure à la livraison dans un point poste ou un bureau de poste si cela engendre une diminution de prix de +/- 1,2 euro.
- Outre le lieu de livraison, la vitesse de livraison est une dimension importante. La livraison en jour+1 actuelle est considérée comme la plus optimale par les utilisateurs finals particuliers. Il ressort que les utilisateurs ont peu besoin d'une livraison le jour même de la commande. D'un autre côté, les livraisons en jour+3 avec une compensation moyenne de 0,4 euro semblent relativement acceptables. Les utilisateurs finals particuliers perçoivent un acheminement du colis dépassant trois jours comme inacceptable.
- Les Belges sont ouverts à un délai de livraison plus long, jusqu'à maximum trois jours si les colis peuvent être regroupés, réduisant ainsi l'impact écologique.

6.7.3 Réseau postal

- Les boîtes aux lettres rouges ne sont pas fréquemment utilisées. 37 % des Belges les utilisent au moins une fois par mois.
- Ce sont principalement les boîtes aux lettres rouges les plus proches du domicile qui sont le plus souvent utilisées. Les boîtes aux lettres rouges au bureau de poste et les boîtes aux lettres rouges sur le chemin du travail ou à proximité de celui-ci sont utilisées dans une moindre mesure.
- L'aspect le plus important du réseau postal est la distance maximale à parcourir pour déposer l'envoi postal. Sur la base de ces questions de compromis, où différents aspects du réseau postal étaient évalués en même temps, nous déduisons que les Belges trouveraient une distance maximale de 5 km acceptable, moyennant une petite compensation au niveau du prix. Toutefois, si on le demande directement, sans possibilité de compensation au niveau du prix, les Belges s'attendent à une distance plus courte (55 % s'attendent à un rayon de 1 km pour la poste aux lettres). La conclusion la plus sûre est que l'utilisateur final particulier est devenu dans tous les cas moins exigeant sur le plan de la

distance maximale. En 2015, 75 % des Belges attendaient une boîte aux lettres rouge, un bureau de poste ou un point poste dans un rayon de 1 km, contre 55 % en 2020.

- De plus, les Belges n'ont en moyenne pas de préférence particulière pour un bureau de poste ou un point poste (individuellement, ils peuvent avoir une préférence particulière). Les deux types de points de service présentent des avantages et des inconvénients. Les bureaux de poste sont perçus comme plus performants en ce qui concerne l'offre globale de services et produits postaux. Les points poste sont souvent perçus comme plus flexibles en termes d'heures d'ouverture.

6.7.4 Autres services postaux

- 30 % des Belges reçoivent un journal à domicile et 42 % reçoivent un périodique à domicile. Ce sont principalement les Belges plus âgés qui reçoivent plus souvent des journaux et périodiques.
- Seulement 6 % des Belges reçoivent un envoi recommandé mensuellement. La réception d'envois recommandés engendre régulièrement des frustrations (destinataire absent, ne pas pouvoir faire réceptionner l'envoi par une autre personne, ne pouvoir chercher l'envoi qu'à partir du jour suivant, aucune information sur l'expéditeur, etc.).
- Les Belges sont ouverts aux envois recommandés numériques, à condition que la sécurité soit garantie.
- Les Belges estiment que le facteur devrait offrir des services supplémentaires aux personnes socialement isolées, même si cela ralentit la tournée et coûte plus cher au Trésor public belge.

7 RÉSULTATS POUR LES UTILISATEURS PROFESSIONNELS

7.1 Description des utilisateurs professionnels

7.1.1 Utilisateurs professionnels en Belgique

Dans le cadre de cette étude, n=1 721 utilisateurs professionnels ont été interrogés. Comme décrit dans le chapitre concernant la méthodologie de l'étude, l'on a choisi une configuration dans le cadre de laquelle les utilisateurs professionnels étaient recrutés de manière disproportionnée sur la base du nombre de travailleurs actifs. Le tableau ci-dessous indique le nombre d'utilisateurs professionnels interrogés par catégorie de personnel, d'une part, et la part de chaque catégorie au sein de la population des entreprises belges, d'autre part. Il est clair que la part des entreprises et organisations comptant un grand nombre de travailleurs est disproportionnellement plus élevée.

Nombre de travailleurs	Nombre de répondants	Nombre total non pondéré	Nombre total pondéré
1 travailleur	210	12 %	81 %
2 – 4 travailleurs	442	26 %	12 %
5 – 49 travailleurs	662	38 %	6 %
50+ travailleurs	407	24 %	1 %

Tableau 7-a. Nombre d'utilisateurs finals professionnels par catégorie de personnel vs. part au sein de la population des entreprises belges

Cette approche a été choisie car le volume postal joue un rôle important dans cette étude. La grande majorité des volumes postaux est engendrée par les utilisateurs professionnels comptant plus de 50 travailleurs. Les statistiques de bpost montrent que les grandes organisations et entreprises (50 travailleurs ou plus) sont responsables de 78 % du volume postal. Les entreprises unipersonnelles représentent uniquement 2 % du volume postal, alors qu'elles constituent 81 % de la population des entreprises.

Nombre de travailleurs	Volume postal
Inconnu	[5-15] %
1 travailleur	[0-10] %
2 – 4 travailleurs	[0-10] %
5 – 49 travailleurs	[5-15] %
50+ travailleurs	[75-85] %

Tableau 7-b. Volume postal par catégorie de personnel d'utilisateurs finals professionnels

À l'aide d'une pondération poststratification, les données collectées ont été repondérées lors de l'analyse en fonction des ratios de population corrects. Plus spécifiquement, la pondération utilisée tient compte du nombre de travailleurs et du secteur d'activités. En guise de source, nous avons utilisé les données Statbel de 2020 qui sont basées sur la Banque-Carrefour des Entreprises.

7.1.2 Utilisateurs professionnels selon le volume postal

Concernant les utilisateurs professionnels, il est pertinent de les répartir selon le volume postal. Les besoins postaux peuvent en effet fortement varier en fonction de l'utilisation du courrier. Lors du rapportage des résultats des utilisateurs professionnels, nous utiliserons donc la répartition « volume postal faible », « volume postal moyen » et « volume postal élevé ». Cette répartition est basée sur l'envoi de courrier administratif, de courriers publicitaires et de colis, et a été définie comme suit :

- Volume postal faible : en moyenne 5 envois postaux ou moins par semaine
- Volume postal moyen : en moyenne 6 à 30 envois postaux inclus par semaine
- Volume postal élevé : en moyenne plus de 30 envois postaux par semaine

Les utilisateurs professionnels affichant un volume postal faible envoient en moyenne 1,5 envoi postal par semaine. Il s'agit principalement d'envois administratifs. Les utilisateurs professionnels avec un volume postal moyen envoient en moyenne 14 envois postaux par semaine, dont 11 envois avec du courrier administratif. Les utilisateurs professionnels affichant un volume postal élevé envoient en moyenne 183 envois postaux par semaine. La plupart de ces envois sont du courrier administratif et des courriers publicitaires, suivis par les colis.

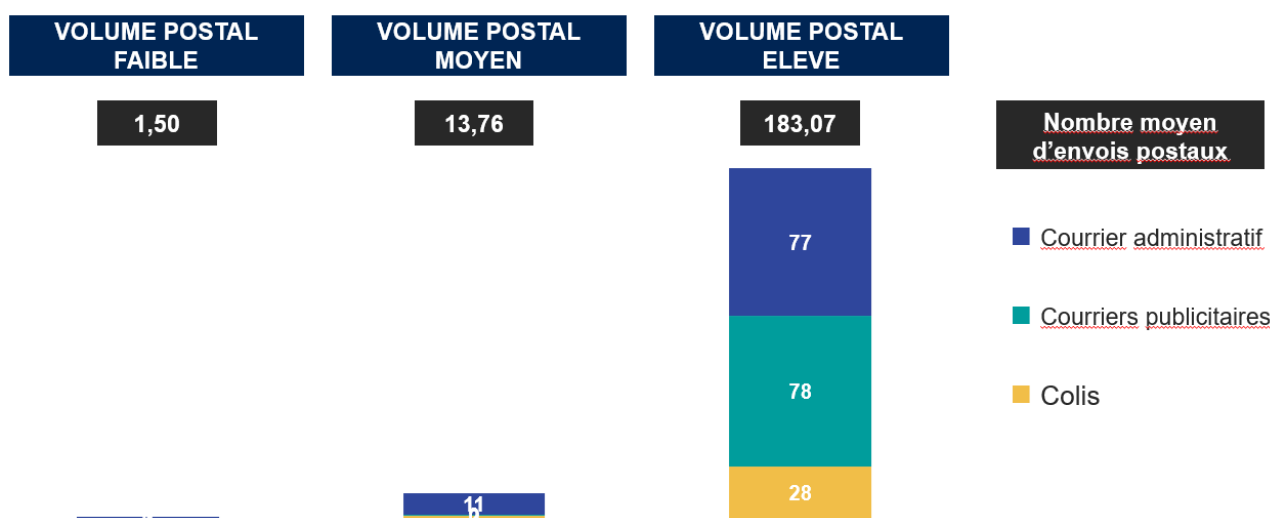


Figure 7-a. Nombre moyen d'envois postaux d'utilisateurs finals professionnels - sur la base du volume postal

Près de 96 % d'utilisateurs finals professionnels affichant un volume postal faible ont moins de 5 travailleurs. Plus le volume postal au sein de l'entreprise ou de l'organisation est élevé, plus les travailleurs y sont actifs. Concernant les utilisateurs professionnels affichant un volume élevé, 62 % des entreprises ou organisations ont une entreprise unipersonnelle.

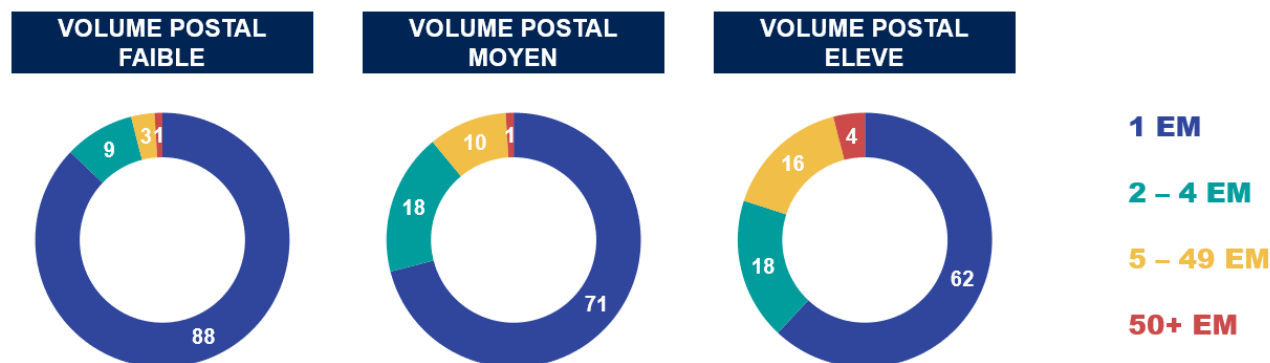


Figure 7-b. Nombre moyen de travailleurs chez les utilisateurs finals professionnels - sur la base du volume postal

Le tableau ci-dessous comprend le pourcentage d'utilisateurs professionnels par secteur, réparti en fonction du volume postal. On voit ainsi clairement que les secteurs tels que l'agriculture, la construction et l'hébergement et la restauration ont un volume postal plutôt faible. Les professions libérales et le secteur des arts, spectacles et activités récréatives affichent un volume postal moyen. L'on trouve principalement les volumes postaux élevés dans les secteurs de l'industrie, du commerce de gros et de détail/réparation d'automobiles et de motocycles, de l'information et de la communication. Les professions libérales sont fortement représentées dans tous les volumes postaux.

Secteur	Total	Volume postal faible	Volume postal moyen	Volume postal élevé
Agriculture, sylviculture et pêche	5	6	4	3
Industrie	5	3	8	11
Construction	13	17	10	3
Commerce de gros et de détail/réparation d'automobiles et de motocycles	18	17	18	25
Transports et entreposage	3	3	1	2
Hébergement et restauration	6	9	2	0
Information et communication	5	5	2	11
Activités financières et d'assurances	1	0	3	1
Activités immobilières	3	4	1	4
Professions libérales et activités scientifiques et techniques	19	15	29	20
Activités de services administratifs et de soutien	6	7	4	5
Administration publique et défense/ assurances sociales obligatoires	0	0	0	1
Enseignement	2	2	3	1
Santé humaine et action sociale	2	2	2	3
Arts, spectacles et activités récréatives	4	3	6	1
Autres activités de services	7	6	7	10

Tableau 7-c. Pourcentage par secteur pour les utilisateurs finals professionnels de cet échantillon - sur la base du volume postal. Seuls les secteurs affichant au moins 1 % ont été rapportés.

7.2 Courrier administratif

7.2.1 Utilisation du courrier administratif

Le courrier administratif joue un rôle important au sein des entreprises et organisations belges. Deux utilisateurs professionnels sur trois estiment que la réception de courrier administratif est plutôt importante à très importante pour les activités de l'entreprise ou de l'organisation. L'envoi de courrier administratif est considéré comme important par moins d'utilisateurs professionnels, mais tout de même plus de 50 %.

Tant l'envoi que la réception de courrier administratif sont importants pour les utilisateurs professionnels affichant un volume postal faible, moyen et élevé. Ce sont principalement les utilisateurs professionnels affichant un volume postal élevé qui indiquent que la réception et l'envoi de courrier administratif sont très importants.

% important	Total	Volume postal faible	Volume postal moyen	Volume postal élevé
Réception de courrier administratif	68	63	43	89
Envoi de courrier administratif	58	49	73	79

Tableau 7-d. Importance de l'envoi et de la réception de courrier administratif pour les utilisateurs finals professionnels - sur la base du volume postal

Environ la moitié des utilisateurs professionnels envoient du courrier administratif sur une base hebdomadaire. À partir du moment où ces utilisateurs ont un volume postal moyen, le pourcentage augmente à plus de 80 % sur une base hebdomadaire. Un utilisateur professionnel sur trois affichant un volume postal faible envoie du courrier administratif moins d'une fois par mois.

	Total	Volume postal faible	Volume postal moyen	Volume postal élevé
Chaque semaine	51	33	84	83
Chaque mois	24	33	12	2
Moins souvent	14	18	3	14
Jamais	11	17	0	1

Tableau 7-e. Fréquence d'envoi de courrier administratif pour les utilisateurs finals professionnels - sur la base du volume postal

La grande majorité des utilisateurs professionnels utilisent une méthode prepaid (timbres ordinaires ou une machine à affranchir). 12 % des utilisateurs professionnels ont recours à la facturation par bpost, mais ce chiffre est principalement soutenu par les entreprises ou organisations affichant un volume postal élevé (31 %). Les machines à affranchir sont également principalement utilisées par les utilisateurs finals professionnels affichant un volume postal moyen à élevé.

	Total	Volume postal faible	Volume postal moyen	Volume postal élevé
Timbres	85	84	90	78
Machine à affranchir	4	1	7	16
Facturation par bpost	12	6	18	31

Facturation par une autre entreprise	7	5	13	9
--------------------------------------	---	---	----	---

Tableau 7-f. Méthode d'affranchissement des utilisateurs finals professionnels - sur la base du volume postal

Plus de 90 % des utilisateurs professionnels envoient du courrier administratif via bpost. Les utilisateurs professionnels affichant un volume postal faible ou moyen le font pratiquement exclusivement via bpost.

*Seuls les opérateurs avec une part minimale de 1 % dans l'une des catégories de volume postal sont rapportés dans ce tableau, plusieurs opérateurs pouvaient être indiqués.

	Total	Volume postal faible	Volume postal moyen	Volume postal élevé
bpost	93	95	93	82
DHL	5	2	4	22
TNT	2	1	0	12
GLS	1	0	0	9
FedEx	1	0	0	4
Euro-Sprinters	1	1	0	0
DPD	1	1	0	1

Tableau 7-g. Entreprises/courriers utilisés par les utilisateurs finals professionnels - sur la base du volume postal - exprimé en pourcentages

Près de la moitié des utilisateurs professionnels s'attendent à envoyer moins de courrier administratif dans les trois prochaines années. Ceux qui ne s'attendent pas à envoyer moins de courrier administratif pensent principalement qu'ils enverront autant de courrier administratif. Cela est moins prononcé chez les utilisateurs professionnels affichant un volume postal élevé. Toutefois, ceux-ci s'attendent également à une diminution de l'envoi de courrier administratif à l'avenir. La communication numérique en est une cause majeure. Elle est considérée comme plus rapide et moins chère par les utilisateurs professionnels.

Nous collaborons avec des entreprises qui envoient encore tout automatiquement par courrier postal. Nous demandons parfois d'utiliser l'e-mail, et on remarque que celui-ci est utilisé de plus en plus au fil des ans. Mais il y en a encore de la vieille école qui envoient encore tout par courrier postal.

~ Utilisateur professionnel, 4 à 5 travailleurs~

	Total	Volume postal faible	Volume postal moyen	Volume postal élevé
Plus	8	5	11	17
Environ la même chose	44	45	47	34
Moins	48	50	42	49

Tableau 7-h. Attentes des utilisateurs finals professionnels concernant l'envoi de courrier administratif dans les 3 prochaines années - sur la base du volume postal

7.2.2 Attentes concernant le courrier administratif

Dans le cadre du volet quantitatif, nous avons sondé les besoins actuels en matière de courrier administratif via une analyse conjointe. Cela signifie que les besoins des utilisateurs finals professionnels n'ont pas été sondés directement, mais ont été déduits indirectement à l'aide de choix simulés.

Sur la base de la phase d'exploration qualitative, les dimensions suivantes ont été reprises dans l'analyse quantitative : le prix, la vitesse de livraison, le lieu de livraison, le nombre de livraisons, la fiabilité de l'envoi et le nombre de levées par jour.

Le graphique ci-dessous présente la disposition à payer des utilisateurs finals professionnels pour chaque niveau des dimensions du courrier administratif.

Le prix pour l'envoi de courrier administratif dépend de plusieurs facteurs (volume, niveau de préparation par l'expéditeur, etc.) et peut donc fortement varier selon l'utilisateur professionnel. C'est la raison pour laquelle il a été choisi d'exprimer le prix en pourcentage vis-à-vis du prix payé actuellement par l'utilisateur professionnel. Par exemple, une disposition à payer de 10 % signifie que les utilisateurs professionnels sont prêts à payer 10 % de plus que leur tarif actuel pour envoyer du courrier administratif.

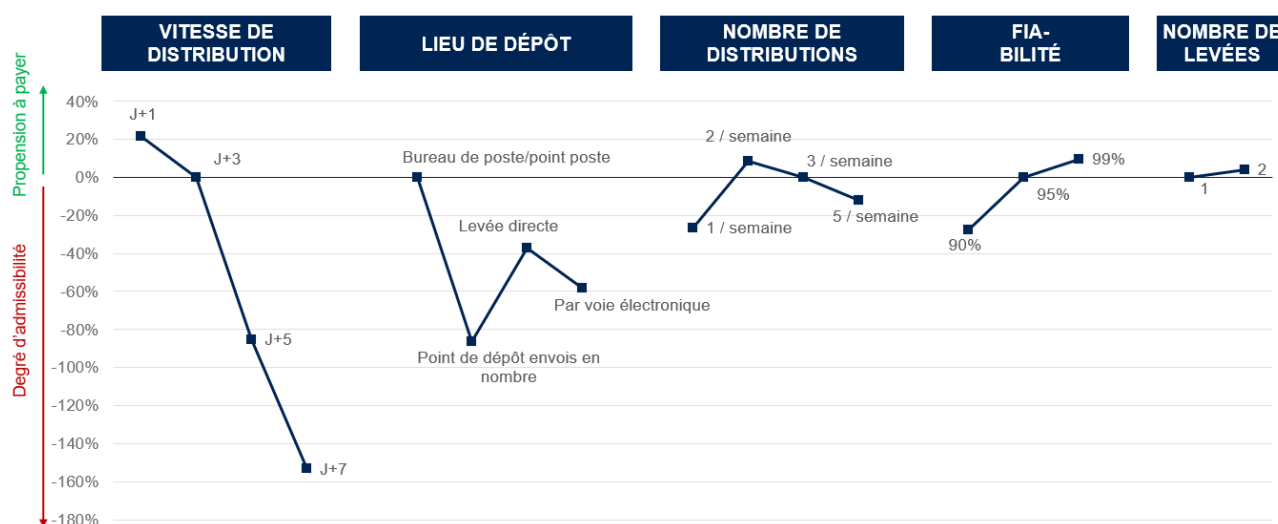


Figure 7-c. Disposition à payer dimensions de service du courrier administratif pour les utilisateurs finals professionnels

Vitesse de livraison

Les utilisateurs professionnels sont disposés à payer 20 % de plus que leur tarif actuel pour une livraison en jour+1. Une livraison de courrier administratif prenant plus de trois jours est perçue comme inacceptable par les utilisateurs professionnels.

Les attentes en matière de vitesse de livraison dépendent fortement du volume postal des utilisateurs professionnels. Les utilisateurs professionnels affichant un volume postal faible n'attachent pas tant d'importance à une livraison en jour+1 et sont uniquement disposés à payer +/- 10 % de plus que le tarif actuel pour une telle livraison. La disposition à payer augmente déjà à 30 % chez les utilisateurs professionnels affichant un volume postal moyen et même à 50 % chez les utilisateurs professionnels affichant un volume postal élevé.

ATTENTES COURRIER ADMINISTRATIF - PROFESSIONNELS (PAR VOLUME POSTAL)

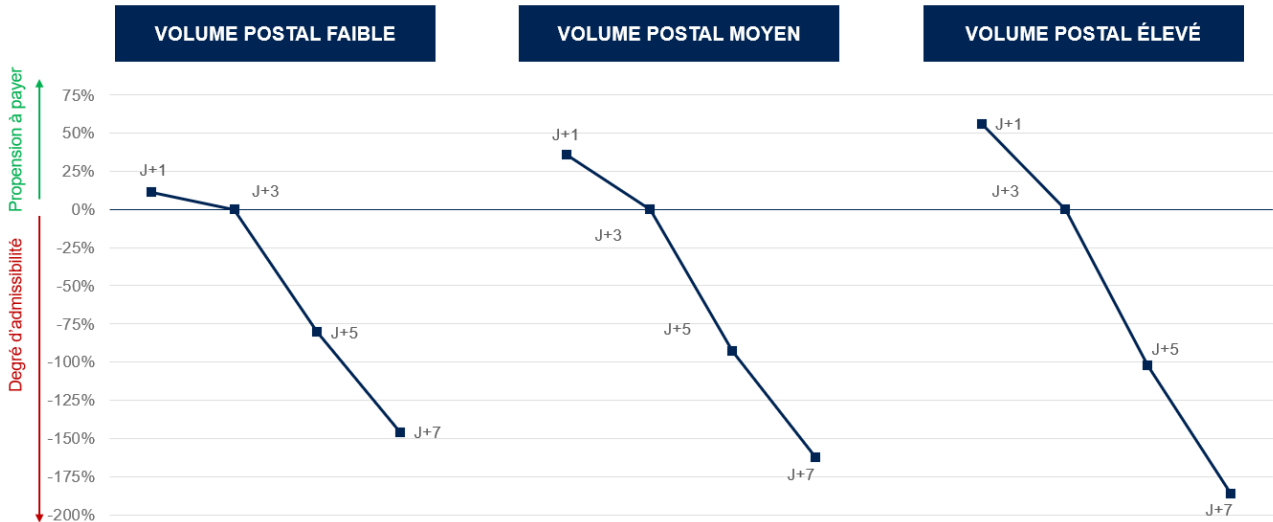


Figure 7-d. Disposition à payer des utilisateurs finals professionnels concernant la vitesse de livraison de courrier administratif - sur la base du volume postal

Lieu de dépôt²⁴

L'utilisateur professionnel moyen est disposé à payer le plus si le courrier administratif peut être déposé dans un point poste ou un bureau de poste. Les utilisateurs professionnels sont disposés à payer 30 % en moins pour un enlèvement direct, 60 % en moins si le contenu est envoyé par voie électronique et 90 % en moins s'ils doivent déposer le courrier dans un point de dépôt pour les envois en nombre.

Les utilisateurs professionnels affichant un volume postal élevé sont toutefois disposés à payer autant pour un enlèvement direct du courrier administratif.

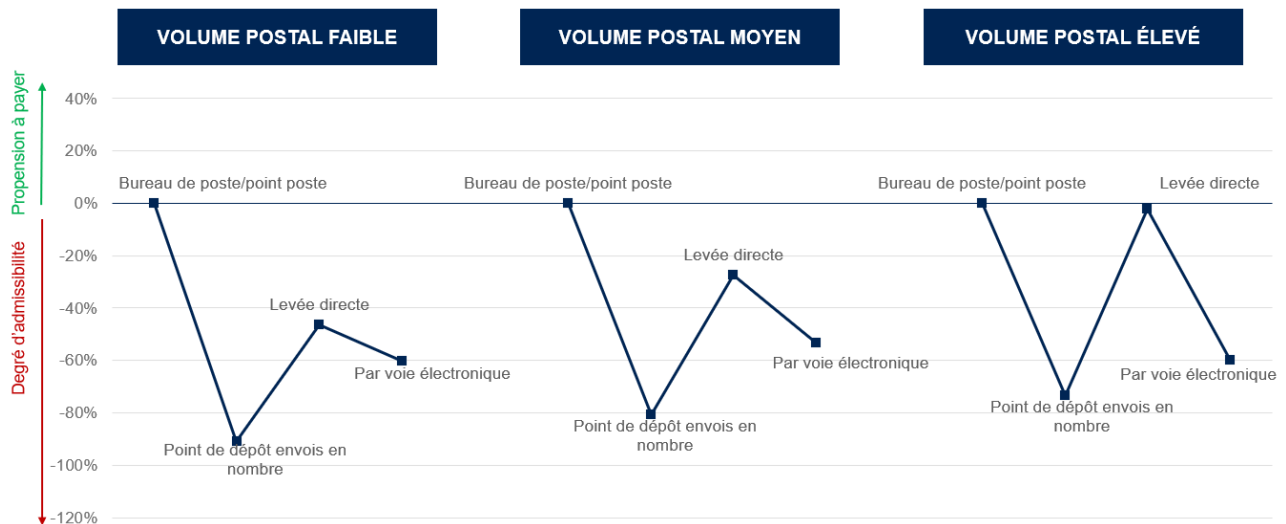


Figure 7-e. Disposition à payer des utilisateurs finals professionnels concernant le lieu de dépôt du courrier administratif - sur la base du volume postal

Nombre de distributions par semaine

Le nombre de distributions actuel par semaine de bpost est totalement conforme aux attentes des utilisateurs professionnels. La disposition à payer est la plus élevée en cas de deux à trois distributions par semaine. En cas d'une seule distribution par semaine, la disposition à payer diminue de 30 %. Il n'y a aucune disposition à payer en cas de cinq distributions par semaine.

²⁴ Le lieu de dépôt est l'endroit où l'utilisateur professionnel remet son courrier à bpost pour envoi.

Fiabilité du délai d'acheminement

La fiabilité actuelle de 95 % concernant le courrier administratif est également conforme aux attentes des utilisateurs professionnels.²⁵ Si cette fiabilité augmente à 99 %, les utilisateurs professionnels sont uniquement disposés à payer 10 % de plus. Les utilisateurs professionnels sont plus sensibles à une diminution de la fiabilité du délai d'acheminement. Une baisse de la fiabilité à 90 % entraîne une diminution de la disposition à payer de 30 %.

Nombre de levées par jour

Les utilisateurs professionnels attachent peu d'importance à une extension d'une à deux levées par jour des boîtes aux lettres rouges. La disposition à payer pour deux levées par jour n'est pas significativement plus élevée que la disposition à payer pour une seule levée par jour.

²⁵ La norme de qualité légale de 93 % est applicable au courrier égrené prioritaire, ce qui signifie qu'au moins 93 % de ces envois doivent arriver le jour suivant le dépôt de la lettre (avant la dernière heure de levée). Le contrat de gestion du SU entre l'État et bpost va plus loin à cet égard : 95 % du courrier égrené non prioritaire, du courrier égrené prioritaire et des envois recommandés égrenés doivent arriver dans le délai d'acheminement promis (respectivement Jour+3, Jour+1 et Jour+1).

7.3 Courrier publicitaire adressé

7.3.1 Utilisation du courrier publicitaire adressé

Pour seulement un utilisateur professionnel sur huit, l'envoi de courrier publicitaire adressé est important pour le fonctionnement de l'entreprise. Cela dépend toutefois fortement du volume postal envoyé. Pour un utilisateur professionnel sur trois affichant un volume postal élevé, l'envoi de courrier publicitaire adressé est important pour le fonctionnement de l'entreprise.

% important	Total	Volume postal faible	Volume postal moyen	Volume postal élevé
Réception de courrier publicitaire	14	14	14	16
Envoi de courrier publicitaire	12	9	9	32

Tableau 7-i. Importance de la réception/de l'envoi de courrier publicitaire adressé pour les utilisateurs finals professionnels - sur la base du volume postal

Il convient à cet égard de ne pas oublier que les utilisateurs finals professionnels n'envoient pas tous du courrier publicitaire adressé. Seulement 4 % d'entre eux envoient du courrier publicitaire adressé sur une base hebdomadaire et 6 % sur une base mensuelle. 86 % des utilisateurs professionnels indiquent ne jamais envoyer de courrier publicitaire adressé. À nouveau, ce chiffre dépend fortement du volume postal total envoyé par l'entreprise.

	Total	Volume postal faible	Volume postal moyen	Volume postal élevé
Chaque semaine	4	1	7	11
Chaque mois	2	1	1	8
Moins souvent	8	6	11	17
Jamais	86	91	81	63

Tableau 7-j. Fréquence d'envoi de courrier publicitaire adressé par les utilisateurs finals professionnels - sur la base du volume postal

L'utilisateur professionnel moyen s'attend à une diminution du courrier publicitaire adressé dans les trois prochaines années. Toutefois, les utilisateurs affichant un volume postal élevé représentent près de la totalité du courrier publicitaire adressé. Ces utilisateurs tendent à vouloir envoyer plus de courrier publicitaire adressé à l'avenir.

	Total	Volume postal faible	Volume postal moyen	Volume postal élevé
Plus	4	3	4	12
Environ la même chose	75	72	81	82
Moins	21	25	15	6

Tableau 7-k. Attentes des utilisateurs finals professionnels concernant l'envoi de courrier publicitaire adressé dans les 3 prochaines années - sur la base du volume postal

Lors des entretiens approfondis, quelques utilisateurs professionnels ont indiqué qu'ils remplaceraient à l'avenir le courrier publicitaire adressé par des publicités numériques sur mesure comme les publicités Facebook ou les campagnes par e-mail.

7.3.2 Attentes en matière de courrier publicitaire adressé

Dans le cadre du volet quantitatif, nous avons sondé les besoins actuels en matière de courrier publicitaire adressé via une analyse conjointe. Cela signifie que les besoins des utilisateurs finals professionnels n'ont pas été sondés directement, mais ont été déduits indirectement à l'aide de choix simulés. Les questions de compromis ont uniquement été posées aux utilisateurs professionnels qui avaient déjà envoyé du courrier publicitaire adressé.

Sur la base de la phase d'exploration qualitative, les dimensions suivantes ont été reprises dans l'analyse quantitative : le prix, le lieu de livraison, la fiabilité, le nombre de levées et la précision.

Le graphique ci-dessous présente la disposition à payer des utilisateurs finals professionnels pour chaque niveau des dimensions liées au courrier publicitaire adressé.

La disposition à payer en ce qui concerne le courrier publicitaire adressé est exprimée en pourcentage par rapport au montant actuel.

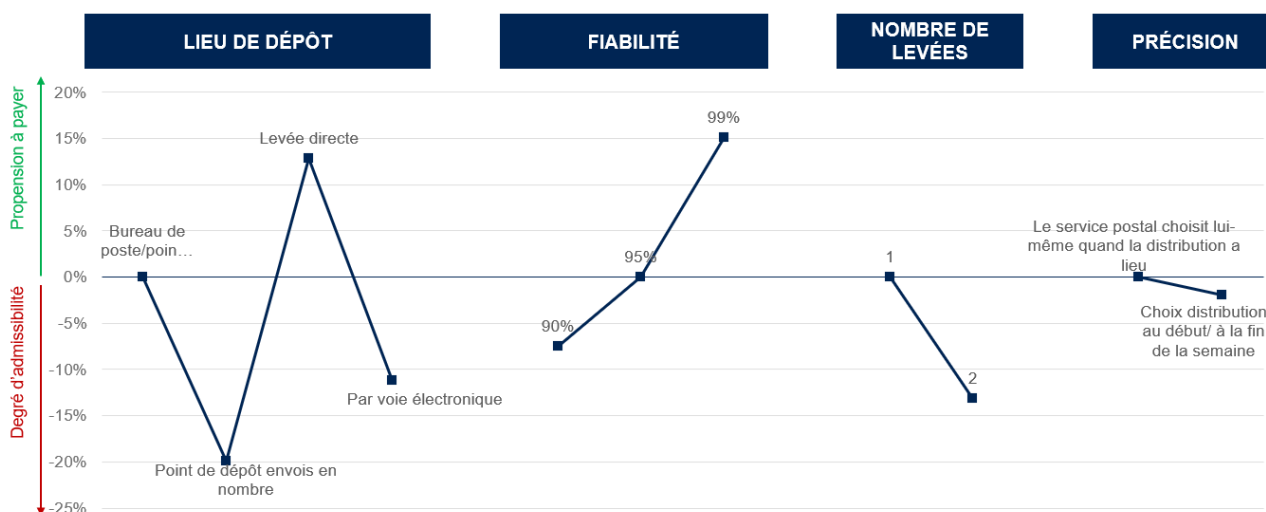


Figure 7-f. Disposition à payer dimensions de service du courrier publicitaire adressé pour les utilisateurs finals professionnels

Lieu de dépôt (pour l'envoi de courrier)

Concernant le courrier publicitaire adressé, les utilisateurs professionnels optent pour l'enlèvement direct et sont prêts à payer pour cela 15 % de plus que le prix qu'ils paient lorsqu'ils déposent eux-mêmes le courrier publicitaire adressé dans un bureau de poste ou un point poste. Si les utilisateurs professionnels envoient le contenu de la publicité par voie électronique, ils s'attendent à une réduction de 12 % et, dans le cas d'un dépôt dans un point de dépôt pour les envois en nombre, à une réduction de 20 %.

La faible disposition à payer pour l'envoi électronique de courrier publicitaire s'explique peut-être par l'utilisation très limitée qu'en font les utilisateurs professionnels. Si les utilisateurs professionnels doivent passer à une nouvelle méthode, cela engendre souvent des coûts supplémentaires.

Fiabilité

Les utilisateurs professionnels attachent de l'importance au respect du délai d'acheminement. En cas de fiabilité à 99 %, les utilisateurs sont prêts à payer 15 % de plus que le prix pour une fiabilité à 95 %.

Nombre de levées par jour

Les utilisateurs professionnels ne voient aucune valeur ajoutée dans l'augmentation du nombre de levées d'une à deux levées en ce qui concerne l'envoi de courrier publicitaire adressé. Il n'y a donc pas non plus de disposition à payer plus à cet effet.



Précision

Les utilisateurs professionnels n'attachent également aucune importance au fait que le service postal choisisse quand la distribution du courrier publicitaire adressé a lieu, ou que l'utilisateur puisse choisir lui-même si elle a lieu au début ou à la fin de la semaine. La différence au niveau de la disposition à payer pour les deux options n'est pas grande.

7.4 Colis

7.4.1 Utilisation des colis

La réception de colis est importante pour les activités de deux utilisateurs professionnels sur trois. Elle est encore plus importante pour les utilisateurs professionnels affichant un volume postal élevé. 87 % de ces utilisateurs déclarent que la réception de colis est importante pour les activités. En revanche, l'envoi de colis est important pour un groupe plus limité. L'envoi de colis est plutôt sans importance pour les utilisateurs professionnels affichant un volume postal faible (25 % l'estiment important). À partir du moment où l'utilisateur affiche un volume postal moyen, l'envoi d'un colis devient plus important (55 %) et l'envoi de colis est important pour quatre utilisateurs professionnels affichant un volume postal élevé sur cinq.

% important	Total	Volume postal faible	Volume postal moyen	Volume postal élevé
Réception de colis	68	65	69	87
Envoi de colis	38	25	55	80

Tableau 7-l. Importance de la réception/de l'envoi de colis pour les utilisateurs finals professionnels - sur la base du volume postal

En 2020, un utilisateur professionnel sur cinq envoie des colis sur une base hebdomadaire. En revanche, plus de la moitié des utilisateurs professionnels indiquent qu'ils n'envoieront jamais de colis. Logiquement, il y a une forte corrélation positive entre la fréquence d'envoi de colis et le volume postal de l'utilisateur professionnel.

	Total	Volume postal faible	Volume postal moyen	Volume postal élevé
Chaque semaine	20	9	31	59
Chaque mois	16	12	26	14
Moins souvent	11	12	8	8
Jamais	54	67	34	19

Tableau 7-m. Fréquence d'envoi de colis pour les utilisateurs finals professionnels - sur la base du volume postal

Bpost est l'opérateur le plus prisé par les utilisateurs professionnels pour l'envoi de colis. Les utilisateurs professionnels affichant un volume postal faible ont recours aux services de bpost presque exclusivement. À partir du moment où le volume postal est moyen à élevé, les utilisateurs finals font également appel à d'autres opérateurs. Les coursiers les plus utilisés sont DHL, TNT et GLS.

*Seuls les opérateurs avec une part minimale de 1 % dans l'une des catégories de volume postal sont rapportés dans ce tableau, plusieurs opérateurs pouvaient être indiqués.

	Total	Volume postal faible	Volume postal moyen	Volume postal élevé
bpost	84	97	70	83
DHL	5	1	0	13
TNT	5	0	3	10
GLS	1	0	1	3
FedEx	1	0	3	0
UPS	1	0	1	2
DPD	1	1	0	1
Autre opérateur	12	1	22	14

Tableau 7-n. Entreprises/coursiers utilisés par les utilisateurs finals professionnels pour les colis - sur la base du volume postal - exprimé en pourcentages

*Seuls les coursiers avec une part minimale de 1 % dans l'une des catégories de volume postal sont rapportés dans ce tableau.

À l'heure actuelle, les utilisateurs professionnels sont encore moins ouverts à des livraisons plus durables. Deux utilisateurs professionnels sur trois optent pour la livraison traditionnelle, qui est la plus rapide, même lorsqu'un avantage financier leur est proposé s'ils optent pour une livraison plus durable avec un délai de livraison plus long pour les clients. Plus le volume postal de l'utilisateur professionnel est élevé, plus il préférera la livraison traditionnelle (non durable) sans avantage financier.

	Total	Volume postal faible	Volume postal moyen	Volume postal élevé
Livraison durable avec un long délai de livraison pour les clients avec un avantage financier	36	41	30	17
Livraison dans le délai le plus court sans avantage financier	64	58	70	83

Tableau 7-o. Ouverture des utilisateurs finals professionnels vis-à-vis des livraisons durables de colis - sur la base du volume postal

Cela peut notamment être dû au fait que les utilisateurs professionnels estiment que les Belges ne sont pas prêts à attendre leur colis pendant longtemps. En optant pour une livraison durable mais plus lente, les utilisateurs finals professionnels sont désavantagés sur le plan concurrentiel.

Rapidité, ça doit arriver au moment où ça doit arriver. Pouvoir donner une heure dans une journée de livraison. Comme un B pack 24 qui doit être livré en 24 heures et non en 72 heures.

~ Utilisateur professionnel, 2 à 4 travailleurs~

Une autre raison possible est que les utilisateurs professionnels peuvent manquer la bonne opportunité si le délai de livraison est trop long.

Plus la livraison est rapide, plus votre cycle de vente est long. Imaginez que nous faisons une action pour la Saint-Valentin. Nous pouvons, en cas de livraison rapide, vendre la veille ou le jour même de la Saint-Valentin. Nous pouvons ainsi faire plus d'affaires. En cas de délai de livraison de deux jours, vos affaires s'arrêtent déjà deux jours avant la Saint-Valentin.

~ Utilisateur professionnel, 4 à 5 travailleurs~

Les utilisateurs professionnels s'attendent à envoyer plus de colis dans les trois prochaines années. Cette attente dépend fortement du volume postal de l'utilisateur. Les utilisateurs professionnels affichant un volume postal faible s'attendent plutôt à une diminution d'ici trois ans. En revanche, les utilisateurs professionnels affichant un volume postal moyen et surtout élevé s'attendent à une forte augmentation du nombre de colis à envoyer dans les trois prochaines années.

Compte tenu du poids des utilisateurs professionnels, on peut ainsi conclure que l'on s'attend encore à une forte augmentation du nombre de colis à envoyer.

	Total	Volume postal faible	Volume postal moyen	Volume postal élevé
Plus	21	13	29	43
Environ la même chose	63	67	61	48
Moins	16	20	10	9

Tableau 7-p. Attentes des utilisateurs finals professionnels concernant l'envoi de colis dans les 3 prochaines années - sur la base du volume postal

7.4.2 Attentes concernant les colis

Dans le cadre du volet quantitatif, nous avons sondé les besoins actuels en matière d'envois de colis via une analyse conjointe. Cela signifie que les besoins des utilisateurs finals professionnels n'ont pas été sondés directement, mais ont été déduits indirectement à l'aide de choix simulés.

Sur la base de la phase d'exploration qualitative, les dimensions suivantes ont été reprises dans l'analyse quantitative : le prix pour l'envoi d'un colis, le lieu où le colis est déposé, la fiabilité de l'envoi et le nombre de levées par jour.

Le graphique ci-dessous présente la disposition à payer des utilisateurs finals professionnels pour chaque niveau des dimensions de l'envoi de colis.

La disposition à payer en ce qui concerne les envois de colis est exprimée en pourcentage par rapport au montant actuel.

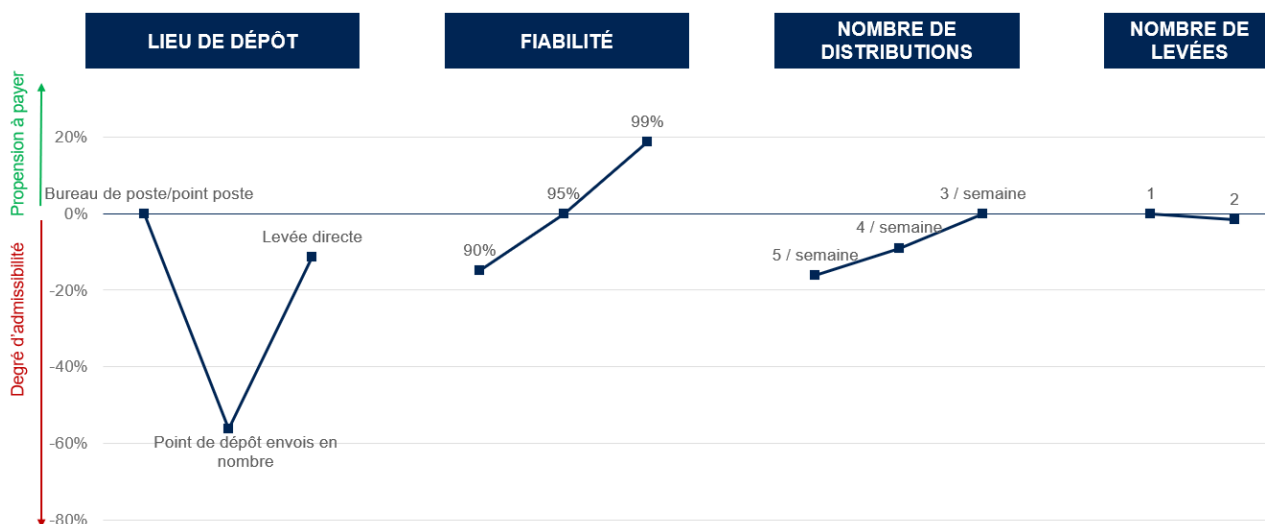


Figure 7-g. Disposition à payer dimensions de service des colis pour les utilisateurs finals professionnels

Lieu de dépôt

Les utilisateurs professionnels ont la plus grande disposition à payer si le colis peut être déposé dans un bureau de poste ou un point poste. Les utilisateurs professionnels s'attendent à payer en moyenne 10 % de moins en cas d'enlèvement direct. Lorsque l'utilisateur affiche un volume postal élevé, la disposition à payer pour la levée directe est la même que pour le dépôt dans un bureau de poste ou un point poste. La disposition à payer pour le dépôt de colis dans un point de dépôt pour les envois en nombre est faible, qu'il s'agisse d'un utilisateur affichant un volume postal faible, moyen ou élevé.

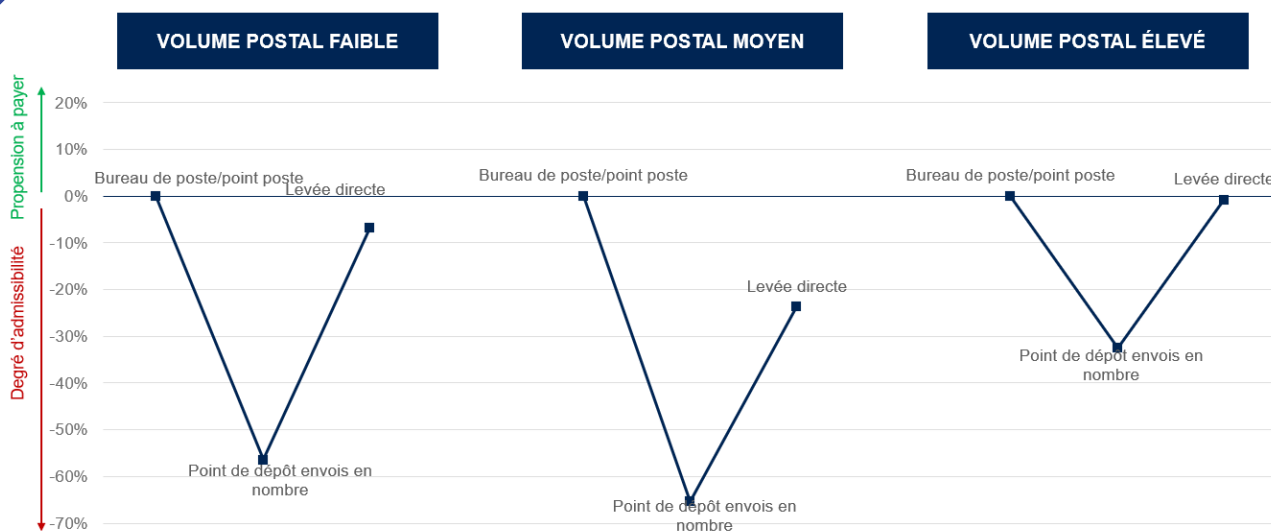


Figure 7-h. Disposition à payer des utilisateurs finals professionnels concernant le lieu de dépôt des colis - sur la base du volume postal

Fiabilité de l'acheminement

Les utilisateurs professionnels attachent de l'importance à la fiabilité de l'acheminement. En cas de baisse de la fiabilité de 95 % à 90 %, les utilisateurs professionnels s'attendent à une diminution des prix de 15 %. En cas d'augmentation de la fiabilité à 99 %, les utilisateurs professionnels sont prêts à payer 20 % de plus pour l'envoi de colis. Le non-respect des délais d'acheminement peut entraîner une grande frustration chez les utilisateurs professionnels.

Nombre de distributions par semaine

Les utilisateurs professionnels attachent peu d'importance à la dimension du nombre de livraisons par semaine. Les professionnels ne sont donc pas disposés à payer davantage pour un colis si le nombre de livraisons augmente de quatre à cinq livraisons par semaine.

Nombre de levées par jour

La dimension du nombre de levées par jour est la moins pertinente pour les utilisateurs professionnels. Il n'y a pas de disposition à payer plus si le nombre de levées augmente d'une à deux.

7.5 Réseau postal

7.5.1 Utilisation du réseau postal

Pour l'envoi de courrier administratif ou de courrier publicitaire, la plupart des entreprises ou organisations utilisent une boîte aux lettres rouge qui se trouve le plus près du lieu de travail. Le bureau de poste ou le point poste est souvent utilisé en guise d'alternative. D'autres services postaux tels que la levée du courrier au bureau ou un centre de dépôt pour les envois en nombre sont relativement peu utilisés par les utilisateurs professionnels. Cela est logique car la partie du réseau axée sur les envois en nombre est uniquement utilisée par un nombre limité d'utilisateurs professionnels, à savoir ceux avec un volume (très) élevé.

	Total	Volume postal faible	Volume postal moyen	Volume postal élevé
Dépôt dans la boîte aux lettres rouge la plus proche du lieu de travail	54	58	50	38
Dépôt dans un bureau de poste ou un point poste	24	23	19	41
Dépôt dans une autre boîte aux lettres rouge dans les environs	11	8	20	7
Enlèvement du courrier sur le lieu de travail	9	7	12	12
Dépôt dans un centre de dépôt pour les envois en nombre	1	1	0	0

Tableau 7-q. Utilisation par les utilisateurs finals professionnels des services de dépôt/enlèvement du réseau postal pour le courrier administratif et le courrier publicitaire - sur la base du volume postal

Plus de quatre utilisateurs professionnels sur cinq déposent les colis à envoyer dans un bureau de poste ou dans un point poste. L'enlèvement du courrier sur le lieu de travail est plus utilisé, contrairement au courrier administratif et au courrier publicitaire. Ce sont principalement les utilisateurs professionnels affichant un volume postal élevé qui y ont recours. Les centres d'envois en masse sont presque exclusivement utilisés par les professionnels affichant un volume postal élevé. Les distributeurs automatiques de colis ne sont pratiquement pas utilisés par les entreprises ou les organisations pour l'envoi de colis.

*Plusieurs possibilités pouvaient être indiquées

	Total	Volume postal faible	Volume postal moyen	Volume postal élevé
Dépôt dans un bureau de poste ou un point poste	83	84	82	75
Enlèvement du courrier sur le lieu de travail	20	18	23	32
Dépôt dans un centre d'envois en masse	4	2	4	15
Dépôt dans un distributeur automatique de colis	3	2	4	1

Tableau 7-r. Utilisation par les utilisateurs finals professionnels des services de dépôt/enlèvement du réseau postal pour les colis - sur la base du volume postal

7.5.2 Attentes vis-à-vis du réseau postal

Dans le cadre du volet quantitatif, nous avons sondé les besoins actuels concernant le réseau postal via une analyse conjointe. Cela signifie que les besoins des utilisateurs finals professionnels n'ont pas été sondés directement, mais ont été déduits indirectement à l'aide de choix simulés.

Sur la base de la phase d'exploration qualitative, les dimensions suivantes ont été reprises dans l'analyse quantitative : le prix pour l'envoi d'un colis, la distance maximale jusqu'à un point de service postal, les heures d'ouverture, les services disponibles et le type de point de service.

Le graphique ci-dessous présente la disposition à payer des utilisateurs finals professionnels pour chaque niveau des dimensions du réseau postal.

Depuis 2017, le chiffre d'affaires des colis est plus élevé que celui des lettres.²⁶ Les résultats de cette enquête confirment que la tendance à l'augmentation du chiffre d'affaires des colis et à la diminution de celui des lettres se poursuivra au cours des prochaines années. En concertation avec l'IBPT, il a donc été choisi d'utiliser le prix pour l'envoi d'un colis afin de mesurer les attentes des utilisateurs professionnels concernant le réseau postal. En 2015, les attentes étaient encore mesurées à l'aide du prix pour l'envoi d'une lettre.

La disposition à payer en ce qui concerne les envois de colis est exprimée en pourcentage par rapport au montant actuel.

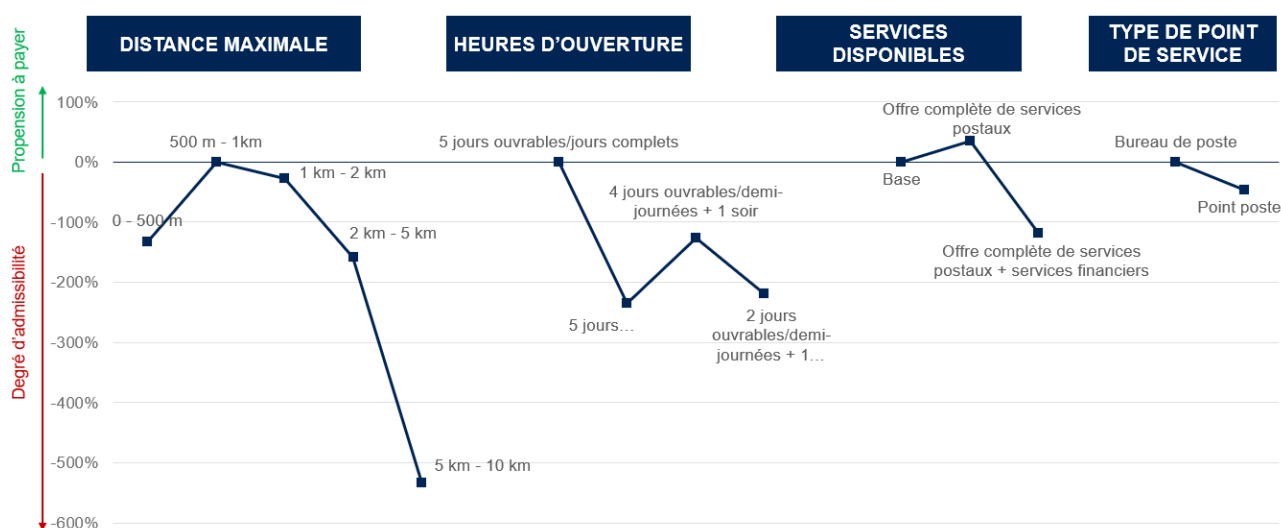


Figure 7-i. Disposition à payer dimensions de service du réseau postal pour les utilisateurs finals professionnels

Distance maximale

Les utilisateurs professionnels montrent la disposition à payer la plus élevée si le point de service postal se trouve à une distance maximale de 1 km. Une distance maximale de 2 km est encore considérée comme acceptable, avec une disposition à payer diminuant de 25 %. Une distance maximale de plus de 2 km est considérée comme inacceptable par les utilisateurs professionnels.

Heures d'ouverture

Les attentes concernant les heures d'ouverture des points de service postal sont conformes aux heures d'ouverture de la plupart des utilisateurs professionnels. La disposition à payer est la plus élevée si le point de service est ouvert cinq jours ouvrables. Si le point de service n'est pas ouvert lors de jours ouvrables complets, la disposition à payer chute rapidement jusqu'à des niveaux inacceptables.

Les utilisateurs professionnels attachent beaucoup d'importance aux heures d'ouverture. Plus les points de service postal sont ouverts longtemps, mieux c'est.

²⁶ <https://www.ibpt.be/operators/publication/communication/communication-du-16-octobre-2020-concernant-observatoire-du-marche-des-activites-postales-en-belgique-pour-2019>

Un bureau de poste doit être ouvert plus longtemps. Plus longtemps, mieux c'est, pour pouvoir encore apporter ou enlever quelque chose le soir. Notre bureau de poste ferme déjà à 17h. C'est trop tôt.

~ Entrepreneur > 35 travailleurs, moins de 50 ~

Services disponibles

Les utilisateurs professionnels voient une valeur ajoutée si le point de service propose une offre complète de services postaux. La disposition à payer est alors 40 % plus élevée que dans le cas d'une offre basique de services postaux. À l'instar des utilisateurs finals particuliers, les utilisateurs finals professionnels estiment actuellement qu'une offre de services financiers est peu pertinente.

Type de point de service

Lors des entretiens approfondis, les utilisateurs professionnels appréciaient l'expertise des collaborateurs des bureaux de poste. Cette appréciation se traduit en termes de disposition à payer en une disposition à payer légèrement plus élevée par rapport aux points poste. À cet égard, il est important de noter que cette préférence est uniquement valable si d'autres dimensions sont exactement identiques pour les deux points de service, ce qui n'est souvent pas le cas dans la réalité. Les dimensions qui ont plus d'impact sur la disposition à payer (par ex. distance maximale et heures d'ouverture) détermineront plutôt si les utilisateurs professionnels optent pour un bureau de poste ou un point poste.

7.6 E-commerce

70 % des utilisateurs finals professionnels sont présents en ligne pour la promotion ou la vente de produits ou services. Presque tous les utilisateurs finals professionnels présents en ligne ont leur propre site Internet contenant des informations sur les produits et les services. En outre, 43 % et donc plus de la moitié des utilisateurs finals professionnels présents en ligne ont un compte sur un ou plusieurs médias sociaux. 11 % des utilisateurs finals professionnels possèdent un webshop et font donc de l'e-commerce.

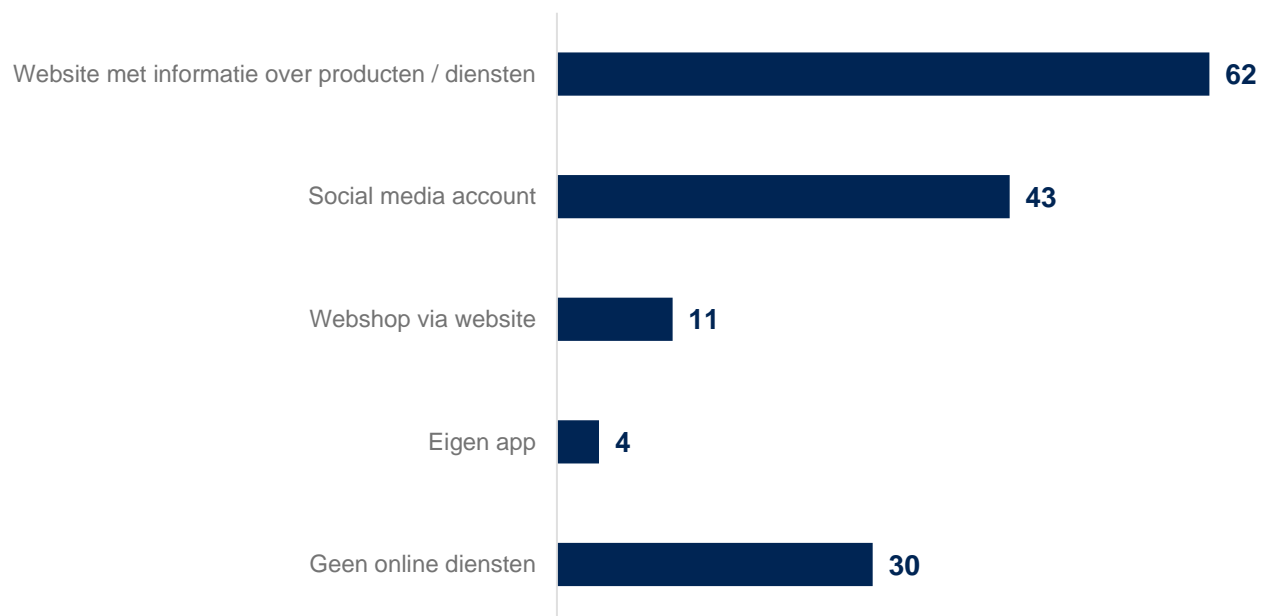


Figure 7-j. Services en ligne d'utilisateurs finals professionnels

Le fait de disposer ou non d'un webshop est indépendant du nombre de travailleurs actifs chez l'utilisateur final professionnel. Les utilisateurs finals professionnels comptant aucun ou peu de travailleurs ont donc un webshop dans la même proportion que les utilisateurs finals professionnels comptant plus de 50 travailleurs.

7.6.1 Utilisateurs professionnels possédant un webshop

Pour la plupart des utilisateurs finals professionnels possédant un webshop, l'e-commerce a une fonction complémentaire à la vente de produits ou services. 64 % des utilisateurs finals professionnels possédant un webshop indiquent que les ventes via un autre canal sont plus élevées que la vente via un webshop. 22 % des utilisateurs professionnels vendent environ autant via le webshop que via d'autres canaux. Une minorité de 14 % vend plus en ligne que via d'autres canaux.

La grande majorité des utilisateurs finals professionnels possédant un webshop se limitent à la Belgique et aux pays limitrophes. 37 % des utilisateurs finals professionnels livrent uniquement en Belgique et 90 % livrent en Belgique et dans les pays limitrophes. Parmi les 10 % d'utilisateurs finals professionnels qui livrent des produits et services en dehors de la Belgique et des pays limitrophes, la moitié envoie au sein de l'EEE (l'espace économique européen) et l'autre moitié également en dehors de l'EEE.

Une explication possible du nombre élevé d'utilisateurs finals professionnels possédant un webshop qui livrent uniquement en Belgique est que les tarifs d'expédition internationaux sont trop élevés. 86 % des utilisateurs finals professionnels qui livrent uniquement en Belgique indiquent que les tarifs d'expédition internationaux n'ont aucune influence sur le choix de livrer uniquement en Belgique. De plus, 8 % des utilisateurs finals professionnels possédant un webshop indiquent que les tarifs d'expédition ne jouent qu'un rôle limité, et 7 % trouvent cela très important.

Une explication possible de la faible importance des tarifs d'expédition internationaux est la phase dans laquelle les entreprises se trouvent en ce qui concerne l'e-commerce international. Par exemple, une entreprise qui n'en serait encore que dans sa phase de démarrage fera probablement face à d'autres barrières bien plus importantes comme les barrières linguistiques, les concurrents dans d'autres pays... et ne se préoccupera pas encore des tarifs d'expédition internationaux.

7.7 Conclusions principales concernant les besoins des utilisateurs finals professionnels

7.7.1 Courrier administratif

- En 2020, le courrier administratif joue un rôle important pour les utilisateurs professionnels. Plus de la moitié des utilisateurs professionnels envoient du courrier administratif sur une base hebdomadaire. Cela concerne même huit utilisateurs sur dix en ce qui concerne les utilisateurs affichant un volume postal élevé.
- Malgré l'importance élevée, les utilisateurs professionnels s'attendent à envoyer moins de courrier administratif dans les trois prochaines années. L'on s'attend à ce que les communications numériques remplacent une partie du courrier administratif.
- La disposition à payer plus pour une livraison en jour+1 dépend du volume postal. Les utilisateurs professionnels affichant un volume postal faible sont disposés de manière très limitée à payer davantage pour une livraison en jour+1. La disposition à payer augmente déjà fortement à partir d'un volume postal moyen. La disposition à payer pour une livraison en jour+1 est même plus de 50 % plus élevée que pour une livraison en jour+3 auprès des utilisateurs professionnels affichant un volume postal élevé.
- Les utilisateurs professionnels montrent la plus grande disposition à payer si le dépôt de courrier administratif peut avoir lieu dans un bureau de poste ou un point poste. Pour les utilisateurs affichant un volume postal élevé, l'enlèvement direct est également pertinent.

7.7.2 Courriers publicitaires

- Les courriers publicitaires sont envoyés par une minorité d'utilisateurs professionnels. Il s'agit souvent de grandes entreprises avec un grand nombre de travailleurs.
- Les utilisateurs professionnels ont un avis partagé concernant l'avenir des courriers publicitaires. Les entreprises et organisations affichant un volume postal faible s'attendent à ce qu'ils diminuent à l'avenir, alors que les entreprises et organisations affichant un volume postal élevé s'attendent plutôt à une augmentation.
- L'enlèvement direct des courriers publicitaires jouit de la disposition à payer la plus élevée auprès des utilisateurs professionnels. Ceux-ci sont prêts, à cet effet, à payer 15 % de plus que le prix à payer lorsqu'ils déposent eux-mêmes les courriers publicitaires dans un bureau de poste ou un point poste. Concernant les solutions de dépôt alternatives comme par voie électronique ou les points de dépôt pour les envois en nombre, l'on note une disposition à payer faible.
- Les utilisateurs professionnels n'ont pas besoin de choisir eux-mêmes à quel moment de la semaine la distribution du courrier publicitaire doit avoir lieu.

7.7.3 Colis

- Pour la majorité des utilisateurs professionnels, la réception de colis est importante pour le fonctionnement de l'entreprise ou de l'organisation. Toutefois seulement un utilisateur professionnel sur cinq envoie des colis sur une base hebdomadaire.
- Contrairement aux particuliers, les utilisateurs professionnels ont une forte préférence pour la livraison traditionnelle (et rapide) par rapport à une livraison plus lente plus durable, même en contrepartie d'une compensation financière. La raison principale est que les utilisateurs professionnels craignent d'être désavantagés sur le plan concurrentiel si le délai de livraison est trop long.
- Les utilisateurs professionnels, et principalement les utilisateurs professionnels affichant un volume postal élevé, s'attendent à envoyer plus de colis à l'avenir.
- Comme pour le courrier administratif, les utilisateurs professionnels sont les plus disposés à payer lorsqu'ils déposent leurs colis dans un bureau de poste ou un point poste. L'enlèvement direct n'est pertinent que pour les professionnels ayant un volume de courrier élevé.
- La fiabilité du délai d'acheminement est la plus importante pour les colis par rapport au courrier administratif et aux courriers publicitaires. Les utilisateurs professionnels sont prêts à payer 20 % de plus si la fiabilité du délai d'acheminement est de 99 % au lieu de 95 %.

7.7.4 Réseau postal

- La plupart des utilisateurs professionnels déposent du courrier administratif ou des courriers publicitaires dans les boîtes aux lettres rouges. Une minorité d'utilisateurs professionnels ont recours à la levée de courrier au bureau ou au dépôt dans un point de dépôt pour les envois en nombre.
- La distance maximale acceptable jusqu'à un point de service postal (bureau de poste ou point poste) est de 2 km. Au-delà de cette distance, la disposition à payer chute fortement.
- Les utilisateurs professionnels ont une forte préférence pour les heures d'ouverture pendant des jours ouvrables complets. La disposition à payer chute fortement si les points de service postal ne sont pas ouverts pendant la totalité du jour ouvrable.
- Les utilisateurs professionnels ont une légère préférence pour les bureaux de poste par rapport aux points poste. La raison principale est l'expertise des collaborateurs. Il convient d'apporter une nuance à ce sujet, à savoir que les changements au niveau de la distance et des heures d'ouverture ont un impact plus important que le type de point poste.

7.7.5 E-commerce

- Actuellement, 11 % des utilisateurs professionnels ont un webshop proposant des produits ou services en ligne. La part d'entreprises possédant un webshop est à peu près identique chez les indépendants, les PME et les grandes entreprises ou les organisations.
- Plus d'un utilisateur professionnel possédant un webshop sur trois livrent uniquement en Belgique. 90 % des utilisateurs professionnels livrent uniquement en Belgique et dans les pays limitrophes.

8 ANNEXE

8.1 Attributs, niveaux et descriptions des choix conjoints d'utilisateurs finals particuliers

Vous trouverez ci-dessous les attributs (avec leurs différents niveaux et descriptions) des différents choix conjoints, qui ont été présentés aux utilisateurs particuliers. La description est présentée de la même manière que pour les répondants, tout comme la formulation des niveaux pour leur choix conjoint en question.

Pour la modélisation qui a suivi, nous sommes partis du niveau de base (le niveau qui existe au sein du système postal actuel), afin de pouvoir nous prononcer sur la disposition à payer et sur le degré d'admissibilité des utilisateurs particuliers du réseau postal. Ces niveaux de base ont à chaque fois été marqués d'un astérisque (*) dans les listes ci-dessous, mais n'étaient pas connus des répondants eux-mêmes à la vue des choix conjoints.

8.1.1 Poste aux lettres

Attribut	Niveau	Description
Vitesse de distribution	Jour +1	Votre lettre est distribuée au plus tard 1 jour après qu'elle a été déposée dans une boîte aux lettres rouge/un point poste/un bureau de poste avant la dernière heure de levée.
	Jour +3*	Votre lettre est distribuée au plus tard 3 jours après qu'elle a été déposée dans une boîte aux lettres rouge/un point poste/un bureau de poste avant la dernière heure de levée.
	Jour +5	Votre lettre est distribuée au plus tard 5 jours après qu'elle a été déposée dans une boîte aux lettres rouge/un point poste/un bureau de poste avant la dernière heure de levée.
	Jour +7	Votre lettre est distribuée au plus tard 7 jours après qu'elle a été déposée dans une boîte aux lettres rouge/un point poste/un bureau de poste avant la dernière heure de levée.
Fiabilité du délai d'acheminement	90 %	Votre lettre, qui a été déposée à temps dans une boîte aux lettres rouge/un point poste/un bureau de poste, est distribuée dans le délai promis avec une fiabilité de 90 %.
	95 %*	Votre lettre, qui a été déposée à temps dans une boîte aux lettres rouge/un point poste/un bureau de poste, est distribuée dans le délai promis avec une fiabilité de 95 %.
	99 %	Votre lettre, qui a été déposée à temps dans une boîte aux lettres rouge/un point poste/un bureau de poste, est distribuée dans le délai promis avec une fiabilité de 99 %.
Lieu de livraison	Adresse sur l'enveloppe	La livraison de votre lettre aura lieu à l'adresse qui est indiquée, par ex. aussi une adresse professionnelle.
	Point poste	La livraison de votre lettre aura lieu dans un point poste, une instance exploitée par des tiers, par ex. librairies, épiceries, supermarchés...
	Bureau de poste	La livraison de votre lettre aura lieu dans un bureau de poste, une instance exploitée par l'opérateur postal.
	Boîte aux lettres commune	La livraison de votre lettre aura lieu dans une boîte aux lettres commune centrale et sécurisée dans laquelle votre rue/quartier possède sa propre boîte aux lettres. Si vous optez pour cette option, cela signifie que vous n'aurez plus de boîte aux lettres à votre domicile.
Nombre de distributions par semaine	1 jour ouvrable fixe par semaine	Votre courrier est distribué 1 jour ouvrable fixe par semaine

	2 jours ouvrables fixes par semaine	Votre courrier est distribué 2 jours ouvrables fixes par semaine
	3 jours ouvrables fixes par semaine*	Votre courrier est distribué 3 jours ouvrables fixes par semaine
	5 jours ouvrables	Votre courrier est distribué 5 jours ouvrables par semaine
Nombre de levées par jour	1*	Les lettres déposées dans les boîtes aux lettres rouges sont levées 1 fois par jour par bpost.
	2	Les lettres déposées dans les boîtes aux lettres rouges sont levées 2 fois par jour par bpost.
Le facteur emporte mon courrier à envoyer	Oui	
	Non*	
Prix par timbre poste en euro (en cas d'achat par 10)	0,89	
	0,98	
	1,18	
	1,47	
	1,96	
	2,94	

8.1.2 Colis

Attribut	Niveau	Description
Vitesse de livraison	Le jour même	Votre colis est livré au plus tard le jour même après qu'il a été déposé dans un point poste/un bureau de poste avant la dernière heure de levée.
	Jour +1*	Votre colis est livré au plus tard 1 jour après qu'il a été déposé dans un point poste/un bureau de poste avant la dernière heure de levée.
	Jour +3	Votre colis est livré au plus tard 3 jours après qu'il a été déposé dans un point poste/un bureau de poste avant la dernière heure de levée.
	Jour +5	Votre colis est livré au plus tard 5 jours après qu'il a été déposé dans un point poste/un bureau de poste avant la dernière heure de levée.
	Jour +7	Votre colis est livré au plus tard 7 jours après qu'il a été déposé dans un point poste/un bureau de poste avant la dernière heure de levée.

Fiabilité du délai d'acheminement	90 %	Votre colis, qui a été déposé à temps dans un point poste/un bureau de poste, est livré dans le délai promis avec une fiabilité de 90 %.
	95 %*	Votre colis, qui a été déposé à temps dans un point poste/un bureau de poste, est livré dans le délai promis avec une fiabilité de 95 %.
	99 %	Votre colis, qui a été déposé à temps dans un point poste/un bureau de poste, est livré dans le délai promis avec une fiabilité de 99 %.
Lieu de livraison	Adresse*	La livraison de votre colis aura lieu à l'adresse qui est indiquée, par ex. aussi une adresse professionnelle.
	Point poste	La livraison de votre colis aura lieu dans un point poste, une instance exploitée par des tiers, par ex. librairies, épiceries, supermarchés...
	Bureau de poste	La livraison de votre colis aura lieu dans un bureau de poste, une instance exploitée par l'opérateur postal.
	Distributeur automatique de colis	La livraison de votre colis aura lieu dans un distributeur automatique de colis sécurisé installé dans un lieu central (par ex. un distributeur automatique de colis Cubee (de bpost) dans une gare).
	Boîte aux lettres commune	La livraison de votre colis aura lieu dans une boîte aux lettres commune ou dans des boîtes à colis centrales et sécurisées dans laquelle ou lesquelles votre rue/quartier possède sa propre boîte aux lettres. Si vous optez pour cette option, cela signifie que vous n'aurez plus de boîte aux lettres à votre domicile.
Nombre de distributions par semaine	3 jours ouvrables*	Vos colis sont distribués 3 jours ouvrables par semaine
	5 jours ouvrables	Vos colis sont distribués 5 jours ouvrables par semaine
	5 jours ouvrables + le samedi	Vos colis sont distribués 5 jours ouvrables et le samedi.
	5 jours ouvrables + le samedi et le dimanche	Vos colis sont distribués 5 jours ouvrables et le week-end.
Créneau horaire	12 h	Le moment de la livraison est annoncé avec une précision de 12 heures.
	8 h	Le moment de la livraison est annoncé avec une précision de 8 heures.
	4 h	Le moment de la livraison est annoncé avec une précision de 4 heures.
	2 h	Le moment de la livraison est annoncé avec une précision de 2 heures.
	1 h	Le moment de la livraison est annoncé avec une précision de 1 heure.
Les colis peuvent arriver regroupés X jours plus tard	Pas de regroupement*	Pas de retard.

	1	Vos colis sont regroupés avec ceux d'autres voisins afin de remplir le plus possible les véhicules postaux. Cela peut entraîner un prolongement du délai d'acheminement de 1 jour.
	3	Vos colis sont regroupés avec ceux d'autres voisins afin de remplir le plus possible les véhicules postaux. Cela peut entraîner un prolongement du délai d'acheminement de 3 jours.
	5	Vos colis sont regroupés avec ceux d'autres voisins afin de remplir le plus possible les véhicules postaux. Cela peut entraîner un prolongement du délai d'acheminement de 5 jours.
	7	Vos colis sont regroupés avec ceux d'autres voisins afin de remplir le plus possible les véhicules postaux. Cela peut entraîner un prolongement du délai d'acheminement de 7 jours.
Prix par colis en euro	4,56	
	5,13	
	5,70	
	6,27	
	6,50	

8.1.3 Réseau postal

Attribut	Niveau	Description
Distance maximale pour le dépôt de colis	0-500 m	
	500 m – 1 km*	
	1 km – 2 km	
	2 km – 5 km	
	5 km – 10 km	
Services disponibles	Services postaux de base*	Envois de lettres, de recommandés jusqu'à 2 kg, de colis jusqu'à 10 kg.
	Offre globale de services postaux	Les services postaux de base mais pas limités + présence d'une boîte aux lettres rouge + vente d'enveloppes et de colis préaffranchis.
	Offre globale de services postaux + services financiers	Les services financiers consistent en des paiements en liquide aux bénéficiaires en Belgique
	Offre globale de services postaux + services financiers + autres services	D'autres services postaux consistent en la délivrance de permis de pêche, services Electrabel et vente de cartes prépayées pour la téléphonie mobile.
Heures d'ouverture	5 jours ouvrables complets (base)	
	5 demi-jours ouvrables	

	4 demi-jours ouvrables + 1 ouverture en soirée	
	2 demi-jours + 1 ouverture le soir un jour ouvrable et 1 demi- journée d'ouverture le samedi	
Type de point de service	Bureau de poste*	La livraison de votre colis aura lieu dans un bureau de poste, une instance exploitée par l'opérateur postal.
	Point poste	La livraison de votre colis aura lieu dans un point poste, une instance exploitée par des tiers, par ex. librairies, épiceries, supermarchés...

8.2 Attributs, niveaux et descriptions des choix conjoints d'utilisateurs finals professionnels

Vous trouverez ci-dessous les attributs (avec leurs différents niveaux et descriptions) des différents choix conjoints, qui ont été présentés aux utilisateurs professionnels. La description est présentée de la même manière que pour les répondants, tout comme la formulation des niveaux pour leur choix conjoint en question.

Pour la modélisation qui a suivi, nous sommes partis du niveau de base (le niveau qui existe au sein du système postal actuel), afin de pouvoir nous prononcer sur la disposition à payer et sur le degré d'admissibilité des utilisateurs professionnels du réseau postal. Ces niveaux de base ont à chaque fois été marqués d'un astérisque (*) dans les listes ci-dessous, mais n'étaient pas connus des répondants eux-mêmes à la vue des choix conjoints.

8.2.1 Courrier administratif

Attribut	Niveau	Description
Vitesse de distribution	Jour +1	Votre lettre est distribuée au plus tard 1 jour après qu'elle a été déposée dans une boîte aux lettres rouge/un point poste/un bureau de poste avant la dernière heure de levée.
	Jour +3*	Votre lettre est distribuée au plus tard 3 jours après qu'elle a été déposée dans une boîte aux lettres rouge/un point poste/un bureau de poste avant la dernière heure de levée.
	Jour +5	Votre lettre est distribuée au plus tard 5 jours après qu'elle a été déposée dans une boîte aux lettres rouge/un point poste/un bureau de poste avant la dernière heure de levée.
	Jour +7	Votre lettre est distribuée au plus tard 7 jours après qu'elle a été déposée dans une boîte aux lettres rouge/un point poste/un bureau de poste avant la dernière heure de levée.
Fiabilité du délai d'acheminement	90 %	Votre lettre, qui a été déposée à temps dans une boîte aux lettres rouge/un point poste/un bureau de poste, est distribuée dans le délai promis avec une fiabilité de 90 %.
	95 %*	Votre lettre, qui a été déposée à temps dans une boîte aux lettres rouge/un point poste/un bureau de poste, est distribuée dans le délai promis avec une fiabilité de 95 %.
	99 %	Votre lettre, qui a été déposée à temps dans une boîte aux lettres rouge/un point poste/un bureau de poste, est distribuée dans le délai promis avec une fiabilité de 99 %.
Lieu où l'entreprise dépose son courrier administratif	Bureau de poste ou point poste*	
	Point de dépôt pour les envois en nombre	Un point de dépôt à partir de 500 lettres.
	Enlèvement direct à l'entreprise	
	Par voie électronique	Vous pouvez envoyer le contenu de votre envoi de correspondance par voie électronique. L'opérateur postal se charge alors de la suite du traitement (de l'impression jusqu'à la distribution).
	1 jour ouvrable par semaine	Votre courrier est distribué 1 jour ouvrable par semaine

Nombre de distributions par semaine	2 jours ouvrables par semaine	Votre courrier est distribué 2 jours ouvrables par semaine
	3 jours ouvrables par semaine*	Votre courrier est distribué 3 jours ouvrables par semaine
	5 jours ouvrables	Votre courrier est distribué 5 jours ouvrables par semaine
Nombre de levées par jour	1*	Les lettres déposées dans les boîtes aux lettres rouges sont levées 1 fois par jour par bpost.
	2	Les lettres déposées dans les boîtes aux lettres rouges sont levées 2 fois par jour par bpost.
	90 %	
Prix par rapport au tarif actuel (100 %)	Tarif actuel*	
	120 %	
	150 %	
	200 %	
	300 %	

8.2.2 Courriers publicitaires

Attribut	Niveau	Description
Précision de la distribution	Le service postal choisit lui-même la distribution dans le courant d'une semaine*	
	Possibilité de choisir la distribution au début ou à la fin de la semaine	
Fiabilité du délai d'acheminement	90 %	Votre courrier publicitaire, qui a été déposé à temps dans un point poste/un bureau de poste, est distribué dans le délai promis avec une fiabilité de 90 %.
	95 %*	Votre courrier publicitaire, qui a été déposé à temps dans un point poste/un bureau de poste, est distribué dans le délai promis avec une fiabilité de 95 %.
	99 %	Votre courrier publicitaire, qui a été déposé à temps dans un point poste/un bureau de poste, est distribué dans le délai promis avec une fiabilité de 99 %.
Lieu où l'entreprise dépose son courrier publicitaire	Bureau de poste ou point poste*	
	Point de dépôt pour les envois en nombre	Un point de dépôt à partir de 500 envois publicitaires.
	Enlèvement direct à l'entreprise	

	Par voie électronique	Vous pouvez envoyer le contenu de votre courrier publicitaire par voie électronique. L'opérateur postal se charge alors de la suite du traitement (de l'impression jusqu'à la distribution).
Nombre de distributions par semaine	3 jours ouvrables*	Vos courriers publicitaires sont distribués 3 jours ouvrables par semaine.
	5 jours ouvrables	Vos courriers publicitaires sont distribués 5 jours ouvrables par semaine.
	5 jours ouvrables + le samedi	Vos courriers publicitaires sont distribués 5 jours ouvrables et le samedi.
	5 jours ouvrables + le samedi et le dimanche	Vos courriers publicitaires sont distribués 5 jours ouvrables et le week-end.
Nombre de levées par jour	1*	Les courriers publicitaires déposés dans les boîtes aux lettres rouges sont levés 1 fois par jour par bpost.
	2	Les courriers publicitaires déposés dans les boîtes aux lettres rouges sont levés 2 fois par jour par bpost.
Prix par rapport au tarif actuel (100 %)	90 %	
	Tarif actuel*	
	120 %	
	150 %	
	200 %	
	300 %	

8.2.3 Colis

Attribut	Niveau	Description
Fiabilité du délai d'acheminement	90 %	Votre colis, qui a été déposé à temps dans un point poste/un bureau de poste, est distribué dans le délai promis avec une fiabilité de 90 %.
	95 %*	Votre colis, qui a été déposé à temps dans un point poste/un bureau de poste, est distribué dans le délai promis avec une fiabilité de 95 %.
	99 %	Votre colis, qui a été déposé à temps dans un point poste/un bureau de poste, est distribué dans le délai promis avec une fiabilité de 99 %.
Lieu où l'entreprise dépose son colis	Bureau de poste ou point poste*	
	Point de dépôt pour les envois en nombre	Un point de dépôt à partir de 20 colis.
	Enlèvement direct à l'entreprise	

Nombre de distributions par semaine	3 jours ouvrables*	Vos colis sont distribués 3 jours ouvrables par semaine
	4 jours ouvrables	Vos colis sont distribués 4 jours ouvrables par semaine
	5 jours ouvrables	Vos colis sont distribués 5 jours ouvrables par semaine
Nombre de levées par jour	1*	Les colis sont levés 1 fois par jour par bpost.
	2	Les colis sont levés 2 fois par jour par bpost.
Prix par rapport au tarif actuel (100 %)	90 %	
	Tarif actuel*	
	120 %	
	150 %	
	200 %	
	300 %	

8.2.4 Réseau postal

Attribut	Niveau	Description
Distance maximale pour le dépôt de colis	0-500 m	
	500 m – 1 km*	
	1 km – 2 km	
	2 km – 5 km	
	5 km – 10 km	
Services disponibles	Services postaux de base*	Envois de lettres, de recommandés jusqu'à 2 kg, de colis jusqu'à 10 kg.
	Offre globale de services postaux	Les services postaux de base mais pas limités + présence d'une boîte aux lettres rouge + vente d'enveloppes et de colis préaffranchis.
	Offre globale de services postaux + services financiers	Les services financiers consistent en des paiements en liquide aux bénéficiaires en Belgique
	Offre globale de services postaux + services financiers + autres services	D'autres services postaux consistent en la délivrance de permis de pêche, services Electrabel et vente de cartes prépayées pour la téléphonie mobile.

Heures d'ouverture	5 jours ouvrables complets*	
	5 demi-jours ouvrables	
	4 demi-jours ouvrables + 1 ouverture en soirée	
	2 demi-jours + 1 ouverture le soir un jour ouvrable et 1 demi-journée d'ouverture le samedi	
Type de point de service	Bureau de poste*	La livraison de votre colis aura lieu dans un bureau de poste, une instance exploitée par l'opérateur postal.
	Point poste	La livraison de votre colis aura lieu dans un point poste, une instance exploitée par des tiers, par ex. librairies, épiceries, supermarchés...
Prix par rapport au tarif actuel (100 %)	80 %	
	90 %	
	Tarif actuel*	
	110 %	
	120 %	