

**Mededeling van de Raad van het BIPT
van 19 december 2022
betreffende het observatorium van de markt voor
postactiviteiten in België voor 2021**

Inhoudsopgave

1. Samenvatting	4
2. De impact van de pandemie op de postale sector	6
3. Scope van het observatorium en structuur van de postmarkt in België	8
3.1. Structuur van de Belgische postmarkt	8
3.2. Operatoren bevroegd in het kader van het observatorium	9
4. Beschrijving van de Belgische markt voor de verstrekking van postdiensten van 2010 tot 2021 ..	14
4.1. Algemeen overzicht van de postmarkt	14
4.1.1. <i>Inkomsten</i>	14
4.1.2. <i>Marktconcentratie</i>	16
4.1.3. <i>Belang van de segmenten</i>	18
4.2. Focus op het brievenpostsegment	20
4.2.1. <i>Algemeen overzicht</i>	20
4.2.1.1. <i>Volumes</i>	20
4.2.1.2. <i>Inkomsten</i>	21
4.2.2. <i>Transactionele post</i>	22
4.2.2.1. <i>Volumes</i>	22
4.2.2.2. <i>Inkomsten</i>	25
4.2.2.3. <i>Kleingebruikerstarieven voor de prior van de aanbieder van de universele dienst</i>	27
4.2.3. <i>Geadresseerde reclamezendingen</i>	31
4.2.3.1. <i>Volumes</i>	31
4.2.3.2. <i>Inkomsten</i>	32
4.2.4. <i>Internationale post</i>	32
4.2.4.1. <i>Volumes</i>	32
4.2.4.2. <i>Inkomsten</i>	33
4.2.4.3. <i>Kleingebruikerstarieven van de aanbieder van de universele dienst</i>	34
4.3. Focus op het segment van de pakjes en snelpostzendingen en op e-commerce	36
4.3.1. <i>Volume</i>	38
4.3.2. <i>Inkomsten</i>	41
4.3.3. <i>Impliciet tarief</i>	43
4.3.4. <i>Kleingebruikerstarieven</i>	44
4.4. Focus op het segment van de persdistributie aan de abonnees	45
4.4.1. <i>Volume</i>	46
4.4.2. <i>Inkomsten</i>	47
5. Investerings en tewerkstelling in postactiviteiten	49
5.1. Investerings in de postsector	49
5.2. Tewerkstelling in de postsector	51
6. Toegang tot de postdiensten	54
6.1. Sectoraal overzicht	54
6.1.1. <i>Brievenbussen voor verzending</i>	54
6.1.2. <i>Bemande punten</i>	55
6.1.3. <i>Pakketautomaten</i>	56
6.2. Aanbieder van de universele postdienst (AUPD)	58
6.2.1. <i>Toegangspunten tot de postdiensten</i>	58
6.2.2. <i>Postale service-punten</i>	60
7. Dienstkwaliteit & ecologische impact	63
7.1. Tevredenheid van de gebruikers van postdiensten	63
7.2. Verzendingstermijnen van brievenpost	64
7.3. Ecologische impact	65

Lijst van de figuren

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

<i>Figuur 33. Evolutie van de omzet in het segment van de snelpostdiensten en pakjes (miljoen €) en per inwoner (€) per jaar</i>	<i>41</i>
<i>Figuur 34. Marktaandeel op basis van de omzet in het segment van de snelpostzendingen en pakjes (2021) (%)</i>	<i>42</i>
<i>Figuur 35. Marktaandeel op basis van het volume in het segment van de snelpostzendingen en pakjes (2021) (%)</i>	<i>43</i>
<i>Figuur 36. Impliciet tarief binnen het segment van pakket- en expreszendingen (2010-2021)(€).....</i>	<i>44</i>
<i>Figuur 37. Tarieven voor een binnenlands 2kg pakket (2022, euro)</i>	<i>45</i>
<i>Figuur 38. Evolutie van de volumes in het segment van de persdistributie aan abonnees (miljoen eenheden) ...</i>	<i>47</i>
<i>Figuur 39. Evolutie van de inkomsten in het segment van de persdistributie aan abonnees (miljoen EUR).....</i>	<i>48</i>
<i>Figuur 40. Investeringen in de postsector (miljoen EUR).....</i>	<i>50</i>
<i>Figuur 41. Investeringen ten overstaan van omzet in de postsector (%)</i>	<i>50</i>
<i>Figuur 42. Loontrekkende tewerkstelling in de postsector (N, vte).....</i>	<i>52</i>
<i>Figuur 43. Aandeel van de postsector in de totale tewerkstelling (%)</i>	<i>52</i>
<i>Figuur 44. Gemiddeld aantal postale items per kalenderdag per vte in de postale sector (N)</i>	<i>53</i>
<i>Figuur 45. Dichtheid van het netwerk van brievenbussen (van bpost) voor verzending (2021)</i>	<i>55</i>
<i>Figuur 46. Dichtheid van het netwerk van bemande punten (2021).....</i>	<i>56</i>
<i>Figuur 47. Dichtheid van het netwerk van pakketautomaten (bpost) (2021)</i>	<i>58</i>
<i>Figuur 48. Aantal toegangspunten in het kader van de universeledienstverlening</i>	<i>59</i>
<i>Figuur 49. Aantal postale-servicepunten (enkel AUPD)</i>	<i>60</i>
<i>Figuur 50. Gemiddelde bevolking (N) en gemiddelde oppervlakte (km²) bediend per postale-servicepunt (enkel AUPD).....</i>	<i>61</i>
<i>Figuur 51. Verdeling postale-servicepunten anno 2021 (enkel AUPD).....</i>	<i>62</i>
<i>Figuur 52. Aantal ontvankelijke klachten ingediend bij de Ombudsdienst per onderwerp (2017-2021)</i>	<i>64</i>
<i>Figuur 53. Percentage Prior-brieven en aangetekende zendingen afgegeven op D+1 en D+3 (enkel AUPD)</i>	<i>65</i>

1. Samenvatting

1. Sedert begin 2012 houdt het Belgisch Instituut voor postdiensten en telecommunicatie (BIPT) een observatorium bij van de markt voor postale activiteiten in België, vandaag de dag in het kader van de opdracht die het heeft gekregen door de wet van 26 januari 2018 betreffende de postdiensten. Meer bepaald kan het BIPT krachtens artikel 26 b) op gemotiveerde en proportionele wijze aan de aanbieders van postdiensten alle nodige informatie vragen "voor duidelijk omschreven statistische doeleinden, voor marktanalyses en voor alle maatregelen die tot de transparantie kunnen bijdragen".
2. De indicatoren in dit observatorium hebben als doel de structuur van de markt voor alle belanghebbenden van de postsector weer te geven (afzenders, geadresseerden, operatoren, diverse tussenpersonen, enz.). Deze indicatoren bieden een inzicht in de markt vanuit de aanbodzijde, in de ontwikkeling van de activiteit van de aanbieder van de universele dienst en van zijn concurrenten, alsook in de resultaten van de postactiviteit in België in termen van dienstkwaliteit en innovatie voor de gebruikers van deze diensten.
3. Deze editie, die een chronologische reeks van 2010 tot 2021 dekt, neemt de indicatoren over die in de vorige editie gepubliceerd zijn. De trends die in de voorgaande jaren zijn aangekondigd op de Belgische postmarkt, hebben zich door de pandemie doorgezet. De impact hiervan is dusdanig groot dat we sinds vorige editie hier een aparte sectie aan hebben gewijd en de thematiek in de diverse onderdelen behandelt. De groei van de postale markt liep voor het tweede jaar op rij met 'double digits' op, 10,5% in 2021 tegenover 16,2% in 2020, waardoor ze nu ruim meer dan 3 miljard (3,46 miljard) euro bereikt. Die goede prestaties vloeien uit de groei van het segment van de pakjes en van snelpost, dat binnen de postale markt steeds meer gewicht krijgt door de opvallende vooruitgang van e-commerce.
4. Ondanks een vermindering van de concentratie blijft de Belgische postale markt anno 2021 in sterke mate geconcentreerd. Bpost, dat actief is in alle postale segmenten, heeft op zichzelf een marktaandeel van meer dan 50%, een cijfer dat daalt sedert 2010, toen het marktaandeel van bpost nog meer dan 70% bedroeg. De vier voornaamste aanbieders (bpost, UPS, DPD en DHL Express) hebben in termen van omzet, een nog hoog gemeenschappelijk marktaandeel van 78,2%. In 2010 bedroeg dat marktaandeel 92%.
5. Het segment van de pakjes en expreszendingen vertegenwoordigde 65% van de omzet in de sector in 2021, tegenover 62% in 2020. In 2010 was dat nog maar 20%. De brievenpost, inclusief geadresseerde reclamezendingen, vertegenwoordigde nog 32% van de totale omzet binnen de postsector in 2020 tegenover 74% in 2010. Het segment van de persdistributie bij de abonnees thuis heeft 3% van de inkomsten genereerd.
6. Tussen 2020 en 2021 is het volume brievenpost per inwoner gedaald met 5,2%, een beperktere daling ten opzichte van een jaar eerder (-12,4%). Het volume brievenpost heeft 101 eenheden per inwoner op jaarbasis bereikt. De bijbehorende omzet bleef bijna status quo (-0,1%) versus -6,8% anno 2020. Transactionele post vormt daarvan nog de grote meerderheid (61% in 2021), gevolgd door geadresseerde reclame 29% en internationale post 9%. De transactionele post is in 2021 in volume met -6,36% afgenomen, waarbij bulkzendingen het overgrote deel van de transactionele post uitmaken, 78% in 2021 tegenover 59% in 2010. Geadresseerde reclamezendingen gingen zowel qua volume: -15,6% als qua omzet sterk achteruitgegaan: -17,5% in 2020, in 2021 bleef het volume daarentegen quasi gelijk (-0,9%) terwijl de omzet toenam (met 4,4%). De internationale brievenpost van hun kant zagen hun inkomsten voor het eerst in jaren dalen: -8,6% in 2020 en dit door een

daling van de volumes met -12,9%. In 2021 is hier de omzetzaling het grootst met -7,6% (terwijl het volume met 5,31% achteruit ging). Het volume van grote partijen post daalt anno 2021 met -2,8%, maar de bijbehorende inkomsten stijgt met 6,3%.

7. Wat betreft het segment van de pakket- en expreszendingen is het aantal zendingen tussen 2010 en 2021 verviervoudigd tot 365 miljoen stuks. In 2021 bedroeg de volumestijging 8,6%, niettemin een opvallend resultaat daar dit opnieuw gaat om een toename bovenop de recordstijging van liefst 44,5% uit 2020. Bekeken per capita wordt er inmiddels gemiddeld bijna om de 11 dagen een pakket verzonden. In 2021 had 40% van het totaal aantal pakket- en expresdiensten betrekking op binnenlandse zendingen. In 29% van de gevallen ging het om uitgaande internationale zendingen. De overige 31% betrof binnenkomende internationale zendingen. Tussen 2020 en 2021 namen de inkomsten binnen het segment van de pakket- en expreszendingen toe met 11,2% en bereikten in totaal 2,05 miljard euro. Ook binnen dit segment heeft bpost het grootste marktaandeel, en dit zowel in termen van omzet (20-30%) als volume (35-45%). Op basis van de antwoorden van 13 operatoren uit onze enquête zien we dat circa 86% van het volume aan pakket en expresdiensten in 2021 verzonden werd door een professionele gebruiker (B2X aldus). In ongeveer 9% van de gevallen ging het om een particulier die een pakket verzond (C2X), in de resterende gevallen (circa 5%) ging het om retourzendingen. Particulieren zijn echter wel goed voor 14% van de omzet, versus 86% voor de professionele gebruikers. Aangaande de leveringsmodaliteiten, zien we anno 2021 op basis van de antwoorden van 10 operatoren uit onze enquête, dat ongeveer 79% van alle verzonden pakketten en expreszendingen aan huis of op adres worden geleverd. Bemande postale punten zijn goed voor circa 20%, terwijl pakketautomaten circa 1% van het volume ontvangen.
8. Het volume aan bedeelde pers is wederom, zij het beperkt, gedaald in 2021, met -1,6% en de inkomsten zijn quasi gelijk gebleven (-0,2%). Persdistributie aan abonnees is in België toch nog steeds goed voor een globale omzet van 110 miljoen euro. De compensatie die door de staat aan bpost wordt betaald voor het verrichten van de persdistributie aan de abonnees, zit niet vevat in de in aanmerking genomen inkomsten.
9. In vergelijking met 2020 ligt het niveau van investeringen anno 2021, 21,6% hoger, met in totaal 217 miljoen euro. Het gaat om het hoogste bedrag dat sedert 2010 is vastgesteld, destijds lag de investeringsomvang op slechts 76 miljoen euro. Tal van operatoren zijn de voorbije jaren immers hun capaciteit met betrekking tot de sortering en distributie van pakketten aan het uitbreiden. Parallel daarmee zien we voor het vijfde jaar op rij qua tewerkstelling een stijging in de postsector met +3,5% in 2021, een gelijkaardige groei als in 2019 (+3,7%).

2. De impact van de pandemie op de postale sector

10. In de vorige editie van ons observatorium hebben we via een analyse van de volumes van postzendingen tussen de verschillende kwartalen van het jaar 2019 en 2020, de aandacht kunnen vestigen op de verschillende veranderingen die de komst van COVID-19 veroorzaakt heeft op de Belgische postmarkt. De pandemie en de verschillende beperkingen die de overheid getroffen had, zoals een vermindering van de fysieke interacties en een tijdelijke sluiting van niet-essentiële fysieke winkels, moesten er immers voor zorgen dat de verspreiding van het virus werd tegengegaan¹. Het resultaat van deze situatie was dubbel.
11. Allereerst de postale sector waarvan de volumes daalden, met name door de sterke daling van de reclamezendingen die geen bestaansreden meer hadden (en tijdelijk zelfs verboden waren²), door de sluiting van sommige fysieke winkels. Anderzijds hebben die winkels zich moeten aanpassen om tot bij hun klanten te komen, met name via de e-commerce, door een structuur van onlineverkopen te ontwikkelen. Aan de consumentenzijde zijn er niet alleen meer mensen overgeschakeld op onlineaankopen, maar diegenen die al onlineaankopen verrichtten, hebben die gewoonte versterkt. Onlineaankopen strekken zich ook uit naar nieuwe soorten van levensnoodzakelijke producten (zogenaamde "consumptiegoederen voor dagelijks gebruik") en anderzijds artikelen van ongewone omvang of ongewoon gewicht³. Dat alles heeft McKinsey de aanleiding gegeven tot de verklaring dat we op enkele dagen een decennium vooruit zijn gegaan wat het omarmen van onlineaankopen betreft, ofwel 10 jaar in slechts 8 weken.⁴
12. Figuur 1 die de driemaandelijke evolutie tussen 2019 en 2020 beschrijft, alsook de driemaandelijke evolutie tussen 2020 en 2021, wijst nogmaals op die eerste in 2020 waargenomen veranderingen en illustreert tevens de situatie waarin de Belgische postmarkt zich in 2021 bevindt⁵.
13. Tussen 2019 en 2020 kon er in het eerste kwartaal (Q1) een stijging van pakketten en expreszendingen van 12,3% en een daling van de volumes brievenpostzendingen van 10% worden waargenomen. In Q2 zien we het volle effect van de eerste lockdownperiode (die op 18 maart 2020 begon en tot begin juni 2020 duurde) met een stijging van 50,9% van de pakket- en expresdiensten dan het voorgaande jaar en daarentegen 15,5% minder brievenpost. Na een gematigder Q3 met +38,1% voor het volume pakket- en expresdiensten en -5,8% voor de brievenpost, stellen we in Q4 een opflakkering vast door de tweede lockdown (vanaf 30 oktober 2020). Met name voor het volume pakket- en expresdiensten, dat met liefst 58% steeg ten opzichte van het vierde kwartaal van 2019. Een opmerkelijke evolutie,

¹ OESO: E-handel in de tijd van COVID-19

<http://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/e-commerce-in-the-time-of-covid-19-3a2b78e8/> (bezoekt op 16 december 2020)

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

³ Bpost, de leverancier van de USO in België, verklaarde dat het ook tijdens de eerste periode van lockdown in België goederen zoals cement leverde.

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

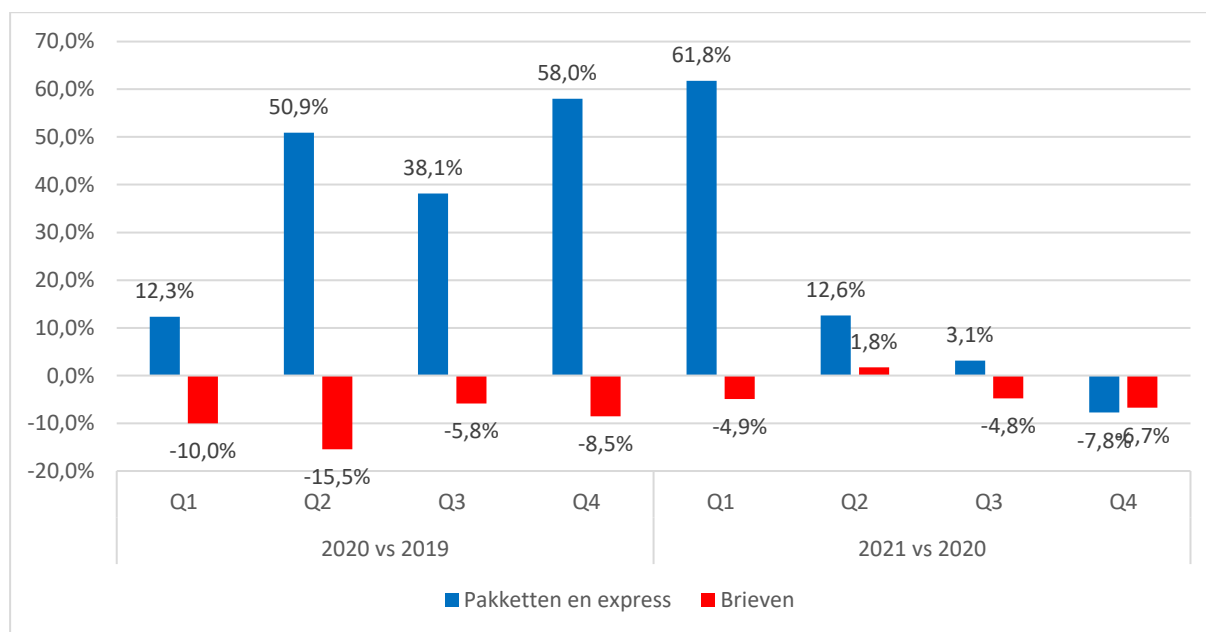
⁴ Hoe COVID-19 het consumentengedrag nu en voor altijd verandert https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/industries/retail/onze_inzichten/hoe-covid-19_het_consumentengedrag_nu_en_voor_altijd_verandert/how-covid-19-is-changing-consumer-behavior-now-and-forever.pdf (bezoekt op 16 december 2020)

⁵ Op basis van kwartaalinfo verschaft door 14 omvangrijke operatoren actief binnen dit segment anno 2020 (vs 2019) en 13 aangaande 2021 (vs 2020).

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

14. Vervolgens is voor de driemaandelijke vergelijking tussen 2020 en 2021 de impact van de stijging van de pakketten voor het eerste kwartaal (Q1) groot gebleven, in de lijn van de stijgingen van de drie voorgaande kwartalen. Wat niet onlogisch is aangezien de eerste lockdownperiode (vanaf 18 maart 2020) in het eerste kwartaal van 2020 (het kwartaal waarmee vergeleken wordt) bijna geen effect heeft gehad. We kunnen dus een stijging van de pakketten vaststellen in vergelijking met het eerste kwartaal van 2020 (61,8%) en een daling van de brievenpost (-4,9%). In de volgende drie kwartalen zien we het stelselmatig teruglopen van de groei binnen het segment van de pakketten en exprezendingen met respectievelijk 12,6% (Q2), 3,1% (Q3) en -7,8% (Q4). Het brievenpostsegment kende dan weer een lichte stijging in Q2 voor het in Q3 (-4,8%) en Q4 (-6,7%) opnieuw daalde. In de diverse hoofdstukken gaan we dieper in op de impact van de pandemie op de verschillende deelsegmenten van de postale sector.

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



Bron: BIPT

15. Zo lijken, althans op korte termijn, de door de OESO⁶ geïdentificeerde gedragwijzigingen inzake onlineaankopen, bevestigd te worden als we kijken naar de niveaus van de pakketten en exprezendingen. Zij tonen aan dat, wanneer we de laatste drie kwartalen van 2020 en 2021 vergelijken, de consumptiegewoonten bijna niet zijn afgeweken van de ('nieuwe') gewoonten van de consumenten tijdens de eerste drie kwartalen van de pandemie.

⁶ OESO: E-handel in de tijd van COVID-19

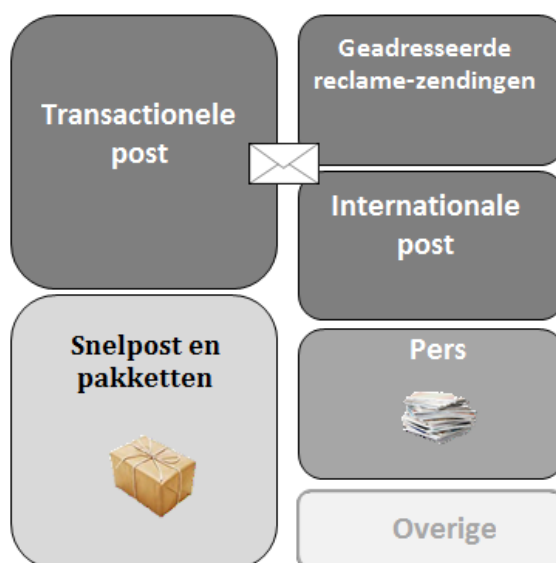
<http://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/e-commerce-in-the-time-of-covid-19-3a2b78e8/> (bezocht op 16 december 2020)

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

3.1. Structuur van de Belgische postmarkt

16. De scope van de postale activiteiten die in beschouwing worden genomen in het kader van dit observatorium kan worden opgedeeld in zes categorieën, zoals weergegeven in de figuur hieronder:

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



17. De categorie "Overige" omvat de diensten zoals het tijdelijk bewaren van post, nazending, frankering voor de klant, verkoop van adressen, enz., die niet rechtstreeks bij de andere categorieën kunnen worden ondergebracht.
18. Als ze niet worden aangeboden door postoperatoren vallen de routeringsactiviteiten buiten het bestek van dit observatorium. De activiteiten in verband met de distributie van niet-geadresseerd reclamedrukwerk zijn wel opgenomen in deel 4.2.3. om een algemeen overzicht te geven over de hoeveelheid reclame die rechtstreeks in de brievenbus wordt gestoken. Omdat niet-geadresseerde zendingen evenwel niet als postzendingen worden beschouwd, worden die niet meegeteld in de inkomsten of volumes die verder in dit observatorium vermeld worden.

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

3.2. Operatoren bevraagd in het kader van het observatorium

19. In deze context is gepoogd om een zo nauwkeurig mogelijk beeld van de sector te schetsen met behulp van een zo representatief mogelijk geheel van operatoren. In totaal zijn 23 ondernemingen bevraagd.
20. Naast de historische postoperator, **bpost**, die de universele dienst moet verzorgen, en aanwezig is in alle segmenten, zijn ook de vier grote internationale integratoren (**DHL, FedEx, TNT⁸, UPS**) aanwezig en actief in de sector van de pakjes en snelpostdiensten in België. Wat DHL betreft, maken zowel **DHL Express** als **DHL Parcel⁹**, dat sedert 2014 actief is op de Belgische markt, deel uit van dit observatorium. UPS Access Point werd samen met UPS onder één noemer (UPS/UPS Access Point) gebracht. Sedert medio 2016 heeft UPS de gehele integratie van het voormalige Kiala bewerkstelligd.
21. Overigens zijn ook de grotere postbedrijven in de buurlanden actief op de Belgische markt. Zo ziet men dat er in bepaalde segmenten van de postale markt actief gespecialiseerde postbedrijven worden ontwikkeld afkomstig van grote Europese postconcerns.
22. Zo maakt **DPD** deel uit van DPDgroup, een dochter van de Franse groep La Poste, met het op één na grootste netwerk voor pakketleveringen in Europa. DPD opereert vanuit negen depots in België.
23. **GLS**, dochteronderneming van de Britse historische operator Royal Mail, is gespecialiseerd in de distributie van pakjes. GLS verdeelt jaarlijks ongeveer 870 miljoen pakjes, met name in Europa, voor meer dan 250.000 klanten. Daartoe steunt het op 120 hubs, 1.600 depots en meer dan 22.000 werknemers.
24. **PostNL**, de historische operator en aanbieder van de universele dienst in Nederland, biedt eveneens pakjesdiensten, waaronder tevens farmaceutische zendingen, aan in België.
25. PostNL is in België ook aanwezig via haar dochteronderneming **Mikropakket**, die gespecialiseerd is in de levering van (waardevolle) pakketten tot 15 kg met levering binnen 24 uur en die in de Benelux B2B- en B2C-diensten aanbiedt.
26. **G3 Worldwide**, dat ook toebehoort aan PostNL, is via haar dochteronderneming Spring Globalmail dan weer sterk aanwezig in het segment van de internationale post voor ondernemingen: het verdeelt dagelijks internationaal commerciële brievenpost, catalogi en facturen.
27. **Mondial Relay**, dat voor particulieren ongeveer 140 miljoen pakjes per jaar verdeelt, van 0 tot 150 kg, en dat een netwerk bezit van 58.000 afhaalpunten in Europa, beschikt in België over een netwerk van 1400 afhaalpunten verspreid over het grondgebied. In 2021 raakte

⁸ De overname van TNT door FedEx is afgerond in 2016, maar de integratie is nog aan de gang:

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

⁹ DHL Parcel heeft een samenwerkingsakkoord gesloten met bpost voor de levering van pakjes en het gebruik van postkantoren en PostPunten van bpost. Zie De Standaard van 1 december 2016:

http://www.standaard.be/cnt/dmf20161201_02602980 en <https://www.dhlparcel.be/nl/particulier/afhaalpunten>

Daarenboven werken bpost en DHL sinds 2018 samen op het gebied van e-commercelevering in de Benelux: http://corporate.bpost.be/media/press-releases/2018_2/2018-05-30?sc_lang=nl-BE

bekend dat het Poolse Inpost, bekend van zijn pakketautomaten in diverse Europese landen, Mondial Relay zou overnemen.¹⁰

28. **Belgium Parcels Service** is in België dan weer uitsluitend actief in het segment van binnenlandse pakketten.
29. Binnen het pakketsegment is sinds de eerste helft van 2021¹¹ ook **Homerr** actief geworden in België (Vlaanderen en Waals-Brabant). Deze van origine Nederlandse operator heeft nu ook tal van punten in België. Homerr steunt met name op verzamelpunten en bestaande routes van logistieke dienstverleners, om zo de CO₂-uitstoot per pakket te drukken. Het opvallende bij deze dienstverlening is dat deze punten ook particulieren kunnen zijn, waardoor afhalen (ruim) na de kantooruren ook een mogelijkheid wordt.
30. **Colis Privé**, een onderneming die historisch gezien in Frankrijk actief is, heeft in 2021 ook haar intrede in België gedaan met de bouw van een logistiek centrum in Willebroek¹² en is inmiddels dus actief in de levering van pakketten op het Belgische grondgebied.
31. Vanaf dit jaar werden aldus Homerr en ColisPrivé toegevoegd aan het observatorium. De cijfers van Budbee en ook die van Amazon (zie verderop) zouden echter, behoudens tegenbericht, in de volgende editie van ons observatorium dienen te worden opgenomen. **Budbee**, een Zweedse operator -die daarna ook actief werd in Denemarken, Finland en Nederland- streek in de loop van 2021 ook neer in ons land. De focus ligt op de levering van B2C-pakketten in parcel lockers, met op dit moment reeds zo'n 150 aanwezig in Vlaanderen en Brussel. Eind oktober 2022 werd aangekondigd dat de Zweedse Mededingingsautoriteit de aanvraag heeft goedgekeurd om de krachten te bundelen tussen Budbee en Instabox hieruit zou een nieuw bedrijf gevormd worden onder de naam Instabee.¹³
32. Het onlineverkoopplatform **Amazon** dat zich van een sorteercentrum in Antwerpen¹⁴ heeft voorzien en dat recent een Belgische versie van zijn onlineverkoopwebsite¹⁵ gelanceerd heeft, is, volgens de registratie bij de Kruispuntbank voor Ondernemingen (KBO), in 2019 gestart met zijn eigen postactiviteiten.
33. bpost kent tevens tal van dochterondernemingen, zoals:

¹⁰ <https://www.property-forum.eu/news/inpost-acquires-mondial-relay-for-513-million/9234>

¹¹ 20 april 2021: Homerr breidt uit naar Vlaanderen:

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

¹² 22 oktober 2021: Franse pakjesdienst Colis Privé opent logistiek centrum in Willebroek

https://www.nieuwsblad.be/cnt/dmf20211021_95540971

¹³ <https://budbee.com/wp-content/uploads/2022/10/instabee-is-officieel-.pdf>

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

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

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

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

34. **Kariboo!** werd in 2014 opgericht door LS Distribution Logistics¹⁶. Anno 2020 was de integratie van Kariboo! rond en verdween het als afzonderlijke operator.
35. **Dynalogic**¹⁷ is een onderneming die gespecialiseerd is in flexibele en gepersonaliseerde leveringen van elk formaat. Dat formaat kan gaan van zeer klein zoals een paspoort of medicijnen tot 2XL zoals een wasmachine of een bankstel. Het is bovendien mogelijk een bezorging te combineren met montage en installatie in huis, of het retourneren van verpakkingsmaterialen en oude producten. Dynalogic biedt zijn diensten aan in Nederland, België en Luxemburg vanuit vijf centrale hubs.
36. Een andere speler waarmee in het kader van dit observatorium rekening wordt gehouden voor het segment van de pakjes en snelpostzendingen is **Euro Sprinters**, dochteronderneming van bpost, met als specialisatie snelpost en logistiek.
37. Wat het perssegment betreft, verzorgt bpost nog tot 31 december 2023 de openbare dienst van vervroegde krantenbedeling (vóór 7u30 uur tijdens de week en 10 uur in het weekend). Deze vervroegde bedeling betreft uitsluitend de distributie van dagbladen aan de abonnees. In het kader van diezelfde openbare dienst bezorgt bpost ook tijdschriften aan de abonnees, maar dan via de klassieke rondes. Niettegenstaande deze dienst van 'last resort' heeft bpost nog een aantal uitdagers in het segment van de persdistributie.
38. De tweede speler na bpost binnen het segment van de persbedeling is **PPP**. Dit bedrijf, dat via een management buy-out in 2015 loskwam van voormalig moederbedrijf Belgische Distributiedienst (BD), is vooral actief in de krantenbedeling in Brussel, Antwerpen en in beide Brabantse provincies.
39. **Belgische Distributiedienst** (BD) is dan weer de marktleider in huis-aan-huiscommunicatie (niet-geadresseerde zendingen) en digitale promo experiences met de myShopi-app en -website. Eind 2019 kwam het bericht dat BD **CityDepot** zou overnemen van bpost. De effectieve overname vond plaats met ingang van 1 januari 2020.
40. In het noorden van het land is ook **Vlaamse Post** actief in het bedelen van niet-geadresseerde post.
41. In dit observatorium werd de operator Mosaïc (bekend onder de handelsnaam **TBC-Post**) niet opgenomen sinds het jaar 2020. Het betreft de eerste speler met vergunning die actief was in het segment van de brievenpost, dat voordien voorbehouden was aan bpost. Het bedrijf heeft evenwel eind 2019 zijn activiteiten stopgezet.¹⁸

¹⁶ Het Mededingingscollege van de Belgische Mededingingsautoriteit heeft onder bepaalde voorwaarden de overname door bpost van AMP en LS Distribution Benelux goedgekeurd (<https://www.bma-abc.be/nl/beslissingen/16-cc-32-bpost-amp-ls-distribution>).

¹⁷ Op 12 december 2016 tekenden bpost en DynaGroup een akkoord met betrekking tot de overname door bpost van 100% van de aandelen van DynaGroup.

De overname heeft als doel de pakjesdivisie van bpost te versterken met nieuwe en complementaire logistieke knowhow, en het groeiplatform van DynaGroup nog sneller (internationaal) uit te bouwen. <http://www.dynalogic.eu/nl/company/nieuws/bpost-en-dynagroup-bundelen-hun-krachten-en-logistieke-exper>

¹⁸ Sinds 10/11/2020 is er weliswaar een licentie voor SPRL Net Express (dat werkt onder de handelsnaam "TBC Post").

42. In de loop van 2019 kwamen er daarentegen twee nieuwe, lokale, spelers bij binnen het brievenpostsegment, namelijk **Glejor** en **Span Diffusion**. Voor 2020 zijn deze operatoren aldus voor het eerst aanwezig met data die het gehele jaar bestrijkt.
43. **Glejor**, een onderneming die aanvankelijk gespecialiseerd was in de verdeling van niet-geadresseerde reclamefolders, heeft een vergunning gekregen om brievenpost te verdelen. De onderneming is van plan om in eerste instantie haar distributie te beperken tot Limburg en meer bepaald de gemeenten Dilsen-Stokkem (postnummer 3650) en Maaseik (postnummer 3680)¹⁹.
44. **Span Diffusion**, dat een vergunning heeft gekregen om geadresseerde reclame te verdelen, beperkt zich tot bezorging in Brussel.
45. Enkel de hier opgesomde operatoren werden opgenomen in het bestek van de studie voor dit observatorium. Er zijn nog enkele andere interessante en omvangrijke spelers op de markt, denken we bijvoorbeeld maar aan ASX-IBECO, die een algemene oplossing aanbieden, waarin zowel stadsopdrachten, postverwerking, expreszendingen als kaai-opdrachten begrepen zijn. In dergelijke gevallen werkt men echter veelal via 'sub contracting', wat tot dubbelstellingen zou leiden.

Figuur 3. De voornaamste spelers op de Belgische markt voor de verstrekking van postdiensten (in 2021)

	Geadresseerde post	Pakjes/Expreszendingen	Reclamepost	Pers	Internationale post	Overige
Belgische Distributiedienst*						
Belgium Parcels Service						
bpost						
CityDepot						
DHL Express						
DHL Parcel						
DPD (Belgium) N.V.						
Dynalogic						
Euro Sprinters						
FedEx Belgium						
G3 Worldwide (Belgium) NV						
Glejor						
GLS Belgium N.V.						
Homerr						
Kariboo						
Mikropakket						
Mondial Relay						
PostNL						

¹⁹ Mededeling betreffende de lijst van de aanbieders van postdiensten die houder zijn van een individuele vergunning (<https://www.bipt.be/operators/publicatie/mededeling-betreffende-de-lijst-van-de-aanbieders-van-postdiensten-die-houder-zijn-van-een-individuele-vergunning-2022>)

PPP						
TNT België						
Span Diffusion						
UPS/UPS Access Point						
Vlaamse Post*						

* De gerealiseerde omzet voor de ongeadresseerde reclame wordt niet meegeteld in de totale postale omzet. Vlaamse Post en BD zijn enkel actief in ongeadresseerde reclame.

4. Beschrijving van de Belgische markt voor de verstrekking van postdiensten van 2010 tot 2021

4.1. Algemeen overzicht van de postmarkt

4.1.1. Inkomsten

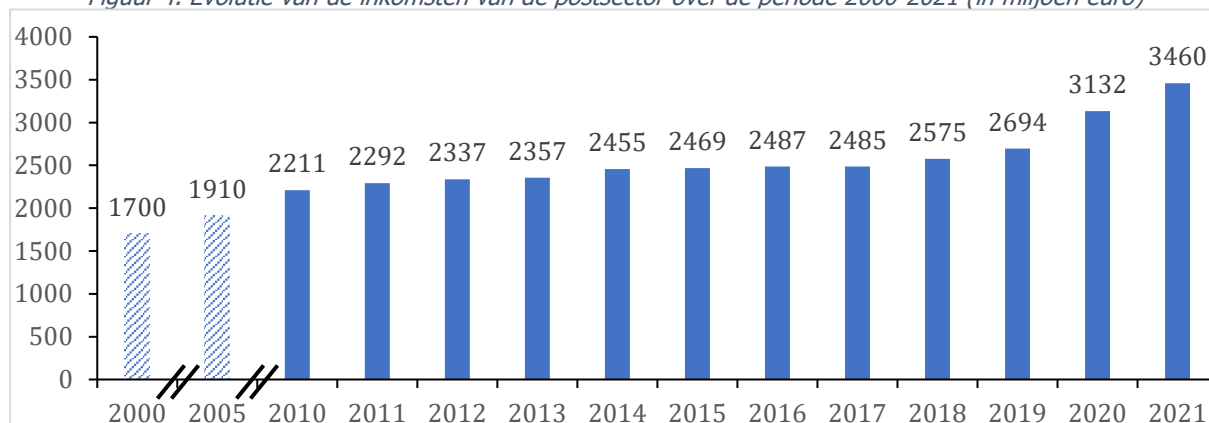
46. De evolutie van de inkomsten²⁰ die door de Belgische postsector worden gegenereerd, wordt weergegeven in figuur 4. Tussen 2010 en 2021 is ze gebaseerd op de resultaten van de enquête. De gearceerde kolommen betreffende de jaren 2000 en 2005 zijn retropolaties gemaakt op basis van de gegevens van de sector van de Nationale Bank van België.²¹
47. De beschouwde postoperatoren vertegenwoordigden in 2021 een totaal van 3.460 miljard euro omzet in de postsector. Dat is een stijging van 10,5% ten opzichte van het voorgaande jaar. Zo blijft de stijging van de omzet van de postsector op jaarbasis hoog na de recordstijging van 2020 die, ter herinnering, 16,2% bereikte in vergelijking met de cijfers van 2019. De effecten naar aanleiding van de boom van de e-commerce veroorzaakt door de pandemie blijven grotendeels aanwezig en merkbaar in de cijfers van 2021. De stijging van de omzet van de sector ten opzichte van 2010 is 56,5%, wat gelijk staat aan een gemiddelde jaarlijkse groei (CAGR²²) van 4,2%.
48. Er zal in de hoofdstukken van dit verslag dieper ingegaan worden op de omzetcijfers van de verschillende deelsegmenten, namelijk de brievenpost, de expreszendingen, de pakketten en de persdistributie.

²⁰ Inclusief (voor deze figuur) de transit en diensten met toegevoegde waarde, zoals ophaling aan huis, frankering voor de klant, tijdelijke bewaring van de post, verkoop van adressen, enz. De diensten die specifiek worden aangeboden door de routeurs en groepage-expediteurs vallen buiten het bestek van dit observatorium. Zo is enkel de omzet betreffende de postale activiteiten, met uitzondering van de compensatie voor de diensten van algemeen economisch belang, meegeteld voor bpost.

²¹ De gemiddelde verhouding over de periode 2010-2017 tussen de sectoromzet voor postale activiteiten verkregen via de enquête van het BIPT, en de sectoromzet die werd geregistreerd bij de NBB, werd toegepast op de sectoromzet weergegeven door de NBB voor de jaren 2000 en 2005. Dit om tot vergelijkbare ordegroottes te komen.

²² Compound annual growth rate wordt ook wel "het samengestelde jaarlijkse groeipercentage" genoemd.

Figuur 4. Evolutie van de inkomsten van de postsector over de periode 2000-2021 (in miljoen euro)

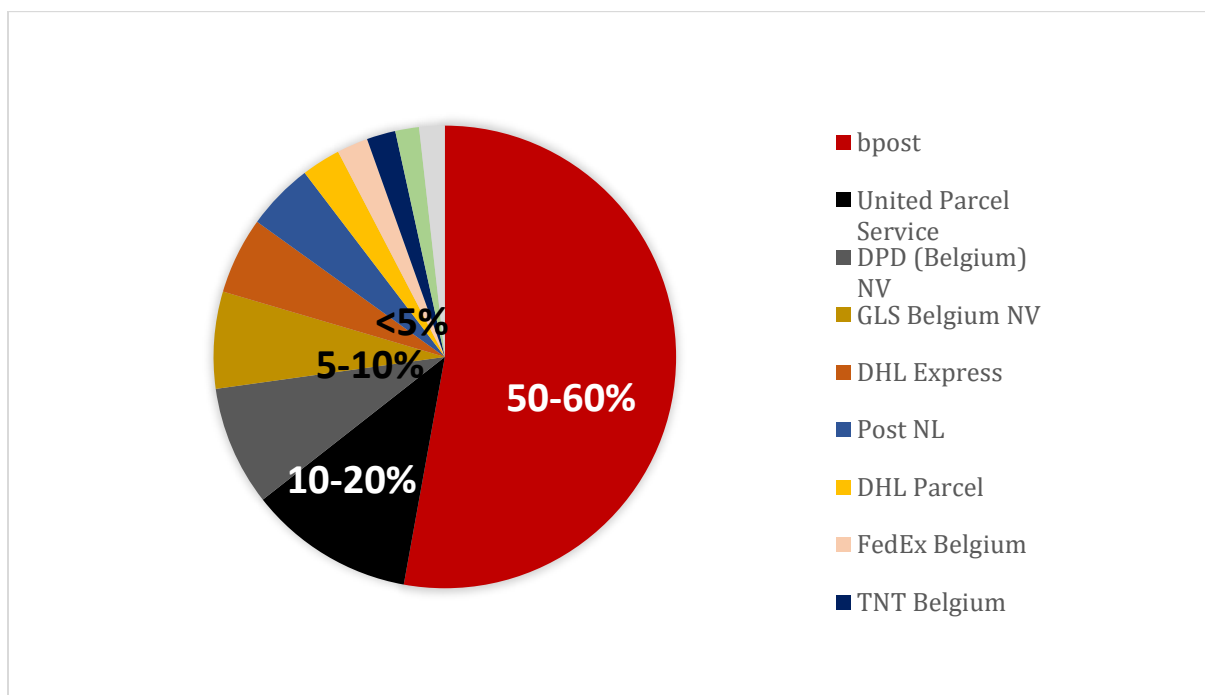


Bron: NBB en BIPT

49. Figuur 5 geeft de marktaandelen van de voornaamste spelers weer in termen van omzet. Deze spelers hebben in 2021 elk minstens 1% marktaandeel in de sector. Het grootste aandeel van de omzet in de sector is in handen van bpost (50-60%). Er zijn natuurlijk nog andere spelers en die onderscheiden zich van elkaar, vooral in het segment van de pakjes en van de expresdiensten, dat meer deelsegmenten omvat: binnenlandse zendingen, internationale zendingen, B2B, B2C, C2X²³. Zo is UPS de tweede grootste speler met tussen de 10 en 20% marktaandeel in de sector. DPD, GLS en DHL Express hebben tussen 5 en 10% marktaandeel. De overige vermelde spelers (PostNL, DHL Parcel, FedEx, TNT en Mondial Relay) alsook alle overige resterende spelers vertegenwoordigen elk minder dan 5% marktaandeel in de sector.
50. In 2021 staan 10 ondernemingen tussen de ondernemingen met minstens 1% van de omzet. Ter vergelijking: in 2010 waren er maar 6 ondernemingen die elk minstens 1% van de totale omzet in de sector hadden.

²³ B2B, B2C en C2X staan respectievelijk voor "business to business" of handelsbetrekkingen tussen ondernemingen, "business to consumer" of handelsbetrekkingen van een onderneming met een consument en "consumer to any other party" of handelsbetrekkingen die uitgaan van een consument.

Figuur 5. Marktaandeel op basis van de omzet in de Belgische postsector in 2021 (%)



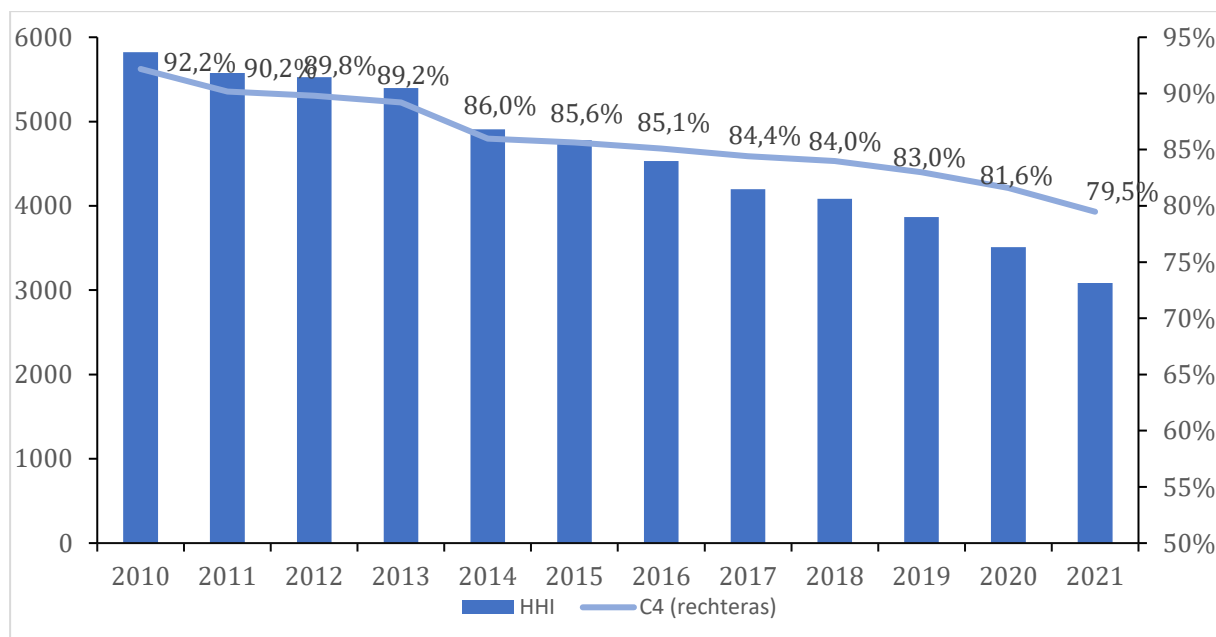
Bron: BIPT

4.1.2. Marktconcentratie

51. Een markt is geconcentreerd wanneer een klein aantal spelers veel marktaandeel in handen hebben. Welnu, men kon in de vorige figuur al makkelijk zien dat de Belgische postmarkt zeer geconcentreerd is, net als het merendeel van de postmarkten in West-Europa.
52. Figuur 6 beschrijft de evolutie van de marktconcentratie tussen 2010 en 2021 aan de hand van de C4- en de Herfindahl-Hirschmanindex (HHI). Deze twee indexen maken het, elk op een eigen manier, mogelijk om de marktconcentratie te meten. Zo geeft de C4-index het gecumuleerde marktaandeel weer in termen van omzet van de vier grootste aanbieders en is de HH-index gebaseerd op de som van de kwadraten van de marktaandelen van alle marktspelers. Die laatste index is in een monopoliesituatie dus gelijk aan 10.000 en gaat omlaag wanneer het aantal spelers stijgt en de variantie in de marktaandelen afneemt.²⁴
53. Er is een belangrijke daling van beide indexen te zien tussen 2010 en 2021 (van 92,2% in 2010 naar 79,5% in 2021 voor de C4-index en een daling tot ongeveer 3000 in 2021 voor de HH-index). Desondanks blijft de Belgische postale markt anno 2021 in sterke mate geconcentreerd.

²⁴ Een markt wordt als erg geconcentreerd beschouwd wanneer de index hoger is dan 2500. Tussen 1500 en 2500 is die slechts "beperkt geconcentreerd". Pas onder 1500 wordt van een markt gezegd dat er concurrentie heerst.

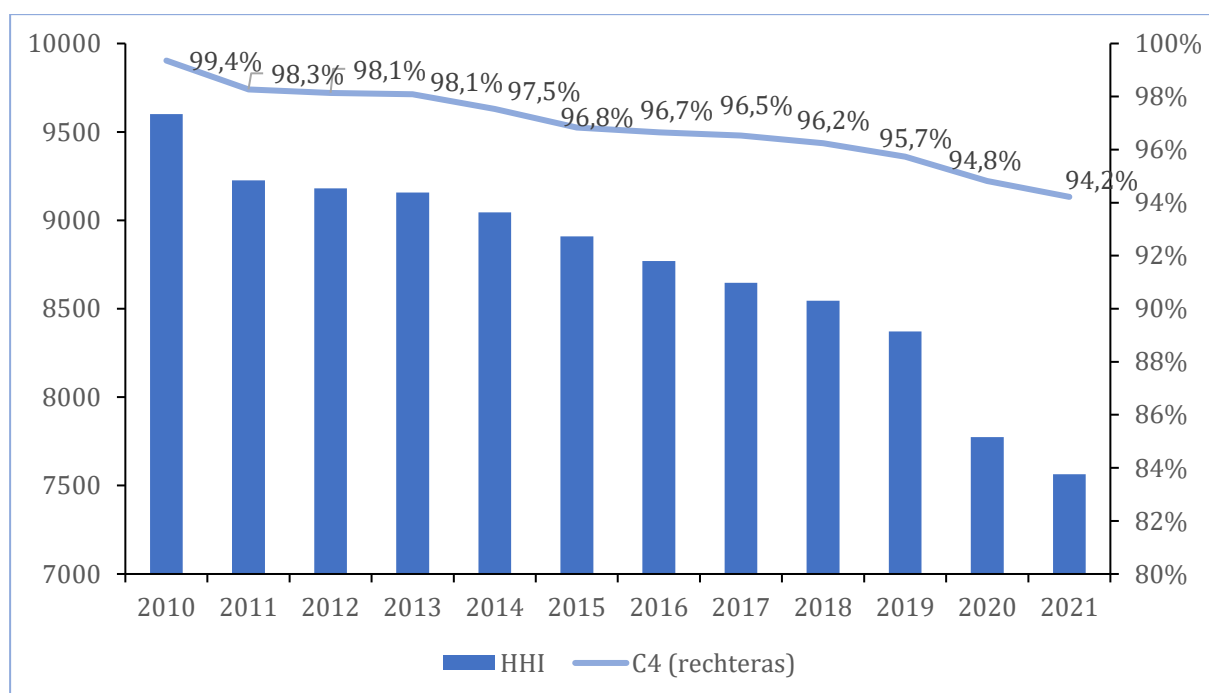
Figuur 6. Horizontale concentratie op basis van de omzet door middel van de HH- en de C4-index



Bron: BIPT

54. Als naar de volumes wordt gekeken, stellen we vast dat de situatie nog kritischer is. Deze vaststelling komt door het feit dat bpost grote marktaandelen heeft in segmenten met hogere volumes en met een lagere eenheidsprijs (de brievenpost en de persdistributie). Welnu, deze twee segmenten vormen het grootste deel van de volumes.
55. De 4 grootste spelers bezitten dus 94,2% marktaandeel in volume in 2021, wat 5,2 procentpunten minder is dan gedurende de 11 vorige jaren. De HH-index blijft eveneens, ondanks de daling in de loop van de jaren, erg hoog en beschrijft een erg geconcentreerde markt. Bekijken we de volumes, dan heeft geen enkele concurrent van bpost meer dan 3% marktaandeel in België.

Figuur 7. Horizontale concentratie op basis van de volumes door middel van de HH- en de C4-index

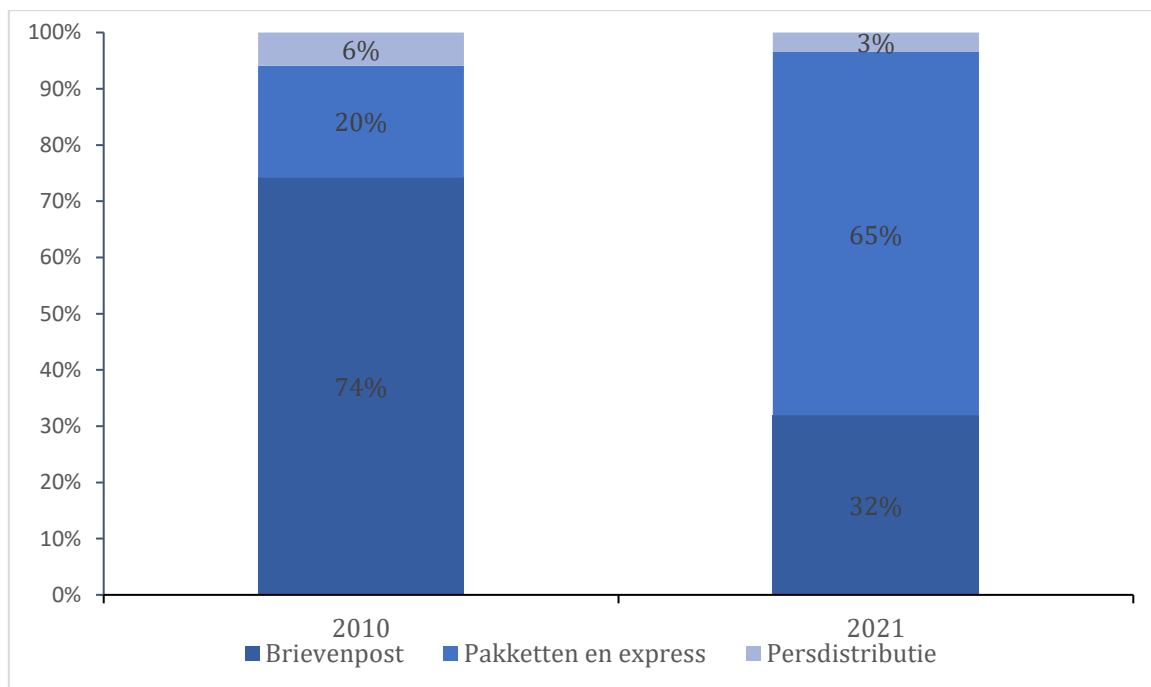


Bron: BIPT

4.1.3. Belang van de segmenten

56. De postsector bestaat uit verschillende segmenten: de brievenpost, de pakjes en exprezendingen, alsook de persdistributie aan abonnees.
57. Figuur 8 geeft de evolutie van de verdeling (in termen van omzet) weer van deze verschillende segmenten tussen 2010 en 2021. Zo vertegenwoordigt de brievenpost (waarin ook de geadresseerde reclamezendingen zitten) in 2021, 32% van de inkomsten in de sector. Dit wordt ruimschoots overschreden door het segment van de pakjes en expresdiensten, goed voor 65% van de inkomsten. Ten slotte vertegenwoordigt het segment van de persdistributie aan de abonnees slechts 3% van de gegenereerde inkomsten. De compensatie die door de Staat aan bpost wordt betaald voor het verrichten van de persdistributie aan de abonnees, zit niet vervat in de beschouwde inkomsten.
58. In vergelijking met 2010 kan worden vastgesteld dat het segment van de persdistributie aan de abonnees gedaald is (-3 procentpunten). Voorts is er een duidelijk verschil wat betreft de verdeling van de inkomsten in de sector, met zo maar even 42 procentpunten minder wat de brievenpost betreft. Het segment van de pakjes en expresdiensten heeft de verschillen van de overige twee segmenten ingepalmd (+45 procentpunten).
59. Al deze segmenten van de postmarkt komen verder in dit rapport uitvoerig aan bod.

Figuur 8. Aandeel van de verschillende segmenten in de omzet van de totale postsector in 2010 in vergelijking met 2021 (%)



Bron: BIPT

4.2. Focus op het brievenpostsegment

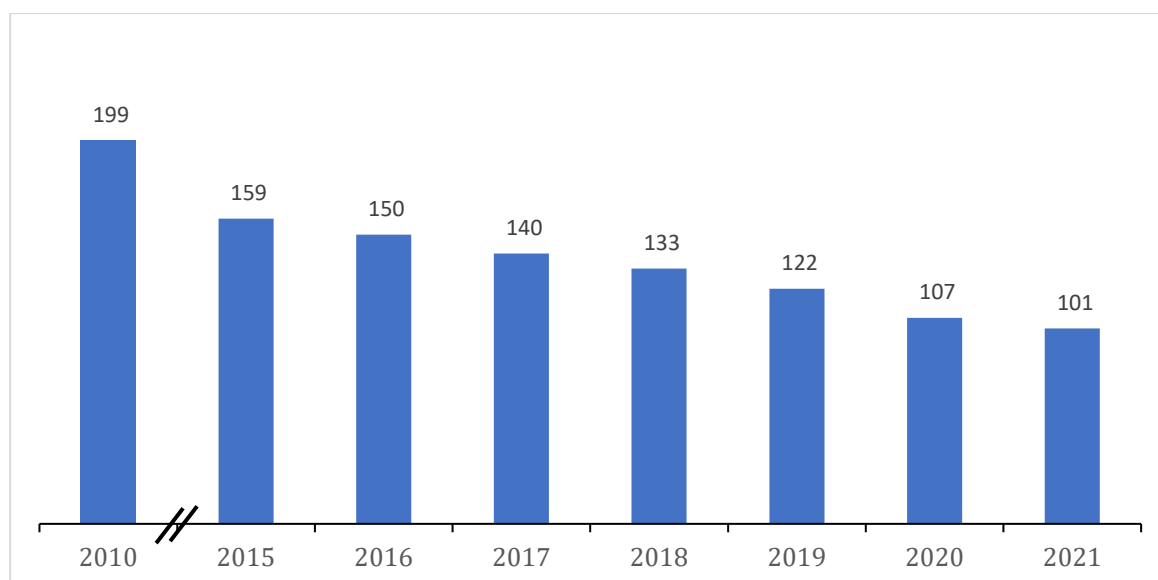
4.2.1. Algemeen overzicht

60. In het kader van dit observatorium omvat het brievenpostsegment de categorieën transactionele post, reclamepost en internationale post²⁵. Dat segment verwijst dus naar allerlei brievenpostzendingen, met uitzondering van pakjes en pers, die niet als brievenpost worden beschouwd. Die zullen worden toegelicht in specifieke hoofdstukken (zie 4.3 en 4.4).

4.2.1.1. Volumes

61. Sedert 2010 stellen we op de markt van de brievenpost een verminderd gebruik van de producten vast. Zo is tussen 2010 en 2021 het volume post per inwoner gedaald met gemiddeld 6% (CAGR) per jaar en komt nu, in 2021, op ongeveer de helft van het aantal van 2010, ofwel 101 postitems per inwoner op jaarbasis. In 2010 bedroeg dat aantal immers nog 199 stuks.

Figuur 9. Volume post per inwoner (N)

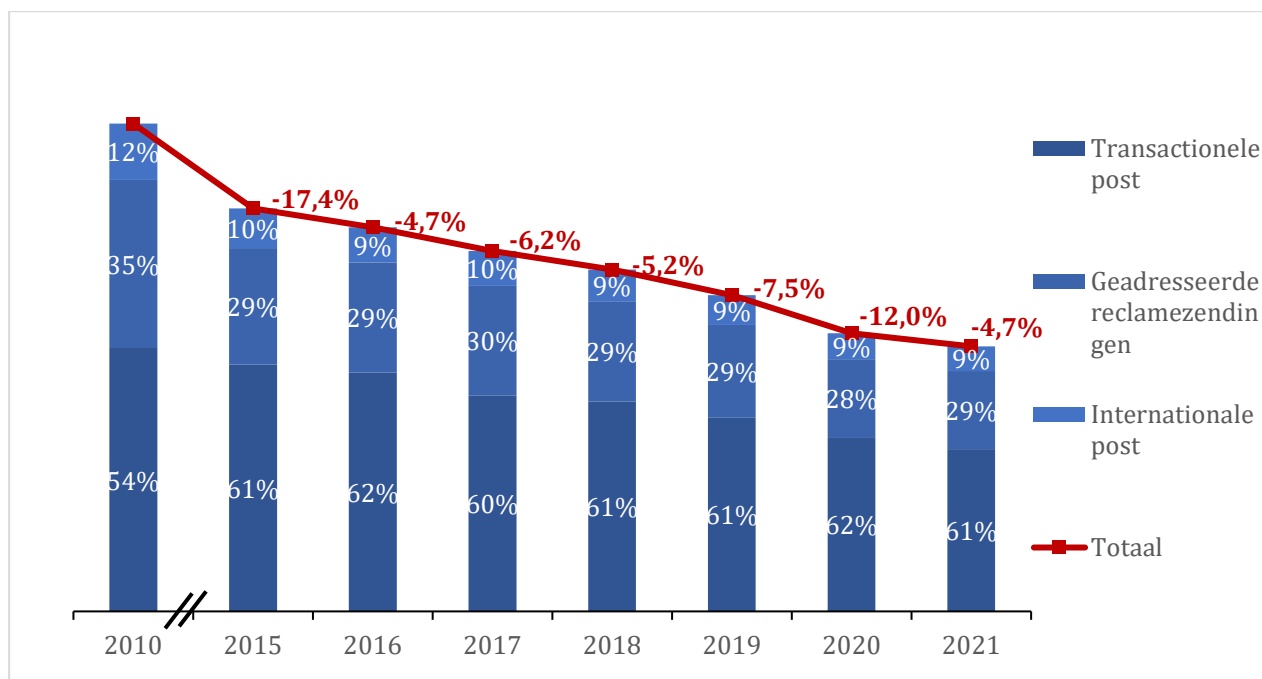


Bron: BIPT

62. Als we aandachtiger kijken naar de samenstelling van de verschillende volumes, stellen we vast dat de transactionele post relatief belangrijker wordt binnen het brievenpostsegment (van 54% in 2010 naar 61% in 2021). De categorieën geadresseerde reclamezendingen en internationale post vertegenwoordigen respectievelijk 29% en 9% van het totaal van de brievenpostzendingen. Na de grootste jaarlijkse daling in 2020 in volume van de brievenpost (12%), is de daling van 2021 dan weer gematigder (4,7%).

²⁵ Deze categorieën zullen uitvoerig aan bod komen in de delen 4.2.2, 4.2.3 en 4.2.4.

Figuur 10. Volume van de brievenpost (%)

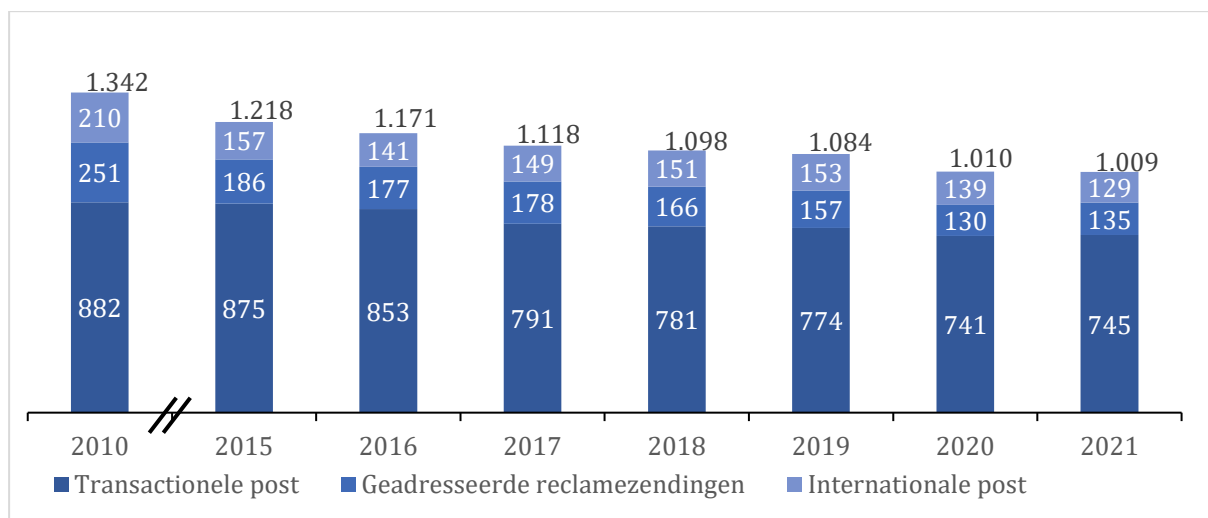


Bron: BIPT

4.2.1.2. Inkomsten

63. De vastgestelde neerwaartse trend van de volumes vertaalt zich echter niet helemaal in de cijfers van de inkomsten. Zo zien we een omzet van 1,009 miljard, ofwel een cijfer gelijkaardig aan dat van 2020 (1,01 miljard). Dat is een vermindering met 0,1% voor het jaar 2021 tegenover 6,8% voor het jaar 2020. Het gaat om de kleinste jaarlijkse daling sedert 2010.
64. Binnen de verschillende segmenten van de brievenpost zijn de inkomsten uit transactionele post en geadresseerde reclame licht gestegen, terwijl de inkomsten uit internationale post gedaald is. Zo stellen we een lichte stijging vast voor de transactionele post van 0,3 procentpunt, gevolgd door een stijging voor de geadresseerde reclame (0,6 procentpunt), alsook een daling voor de internationale post (1 procentpunt).

Figuur 11. Inkomsten in het brievenpostsegment (miljoen €)



Bron : BIPT

4.2.2. Transactionele post

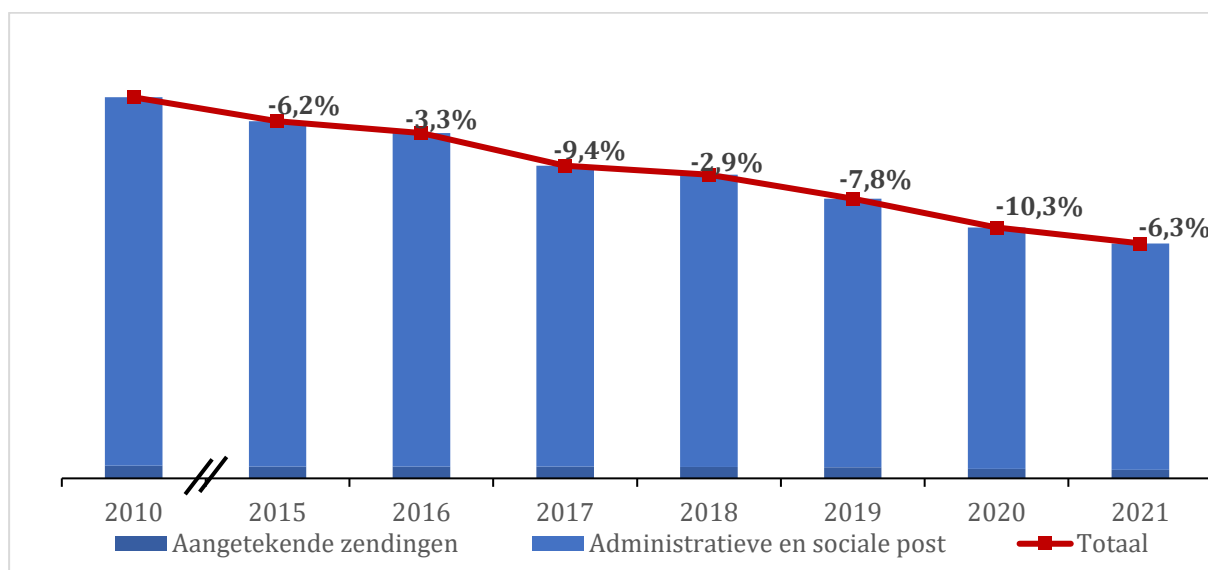
65. Het begrip transactionele post dat wordt gebruikt in het kader van dit observatorium verwijst naar brievenpost die wordt verzonden in de vorm van een brief en die een persoonlijke mededeling bevat. Deze brievenpost kan van administratieve aard zijn (bijv. facturen, loonfiches, enz.), of van meer "sociale" aard (bijv. wenskaarten, prentbriefkaarten, privécorrespondentie, enz.).
66. Ingeschreven zendingen (aangetekende zendingen en zendingen met aangegeven waarde) worden ook beschouwd als deel van de transactionele post, wat daarentegen niet het geval is voor direct mail (geadresseerde reclame). Ook internationale brievenpost valt buiten het bestek van deze deelrubriek, omdat die aan bod komt in een apart punt (zie 4.2.4).
67. Transactionele post kan worden verzonden per eenheid (via de rode brievenbussen, de postkantoren of de postwinkels), en in dat geval spreekt men van stukpost, ofwel worden gebundeld wanneer die wordt gedeponereerd bij de postoperator voor verzending; in dat geval spreekt men met van een grote partij post.

4.2.2.1. Volumes

68. Door het effect van de e-substitutie (elektronische alternatieven in allerlei vormen voor transactionele post) blijven de volumes van de transactionele post zakken. Ondanks de COVID-19-vaccinatiecampagne waarbij een deel van de uitnodigingen met name via de post²⁶ verstuurd zijn, zagen we in 2021 een daling van 6,3% in de volumes van de transactionele post.

²⁶ <https://www.lesoir.be/355037/article/2021-02-13/sms-email-courrier-comment-connaître-la-date-laquelle-vous-pourrez-etre-vacciné>

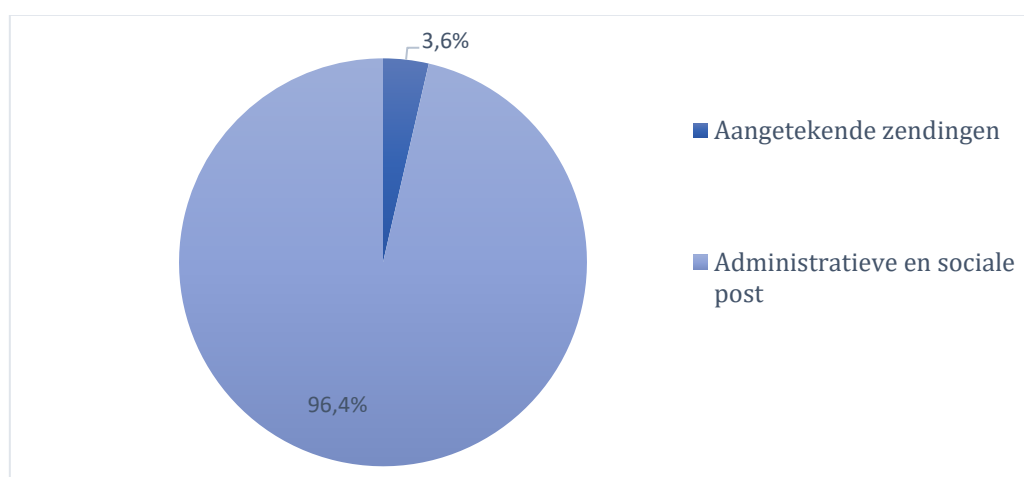
Figuur 12. Evolutie van de volumes van transactionele post²⁷



Bron: BIPT

69. Binnen de transactionele post is de verdeling van de aangetekende zendingen en zendingen met aangegeven waarde enerzijds en van de administratieve en sociale post anderzijds voor 2021 respectievelijk 3,6% en 96,4%. Sinds 2017 vertoont het aandeel aangetekende zendingen en zendingen met aangegeven waarde gelijklopende verhoudingen met waarden tussen 3,6% en 4% inzake de aangetekende zendingen (tussen 96% en 96,4% voor de administratieve en sociale post).

Figuur 13. Verdeling van de volumes van transactionele post (%) (2021)

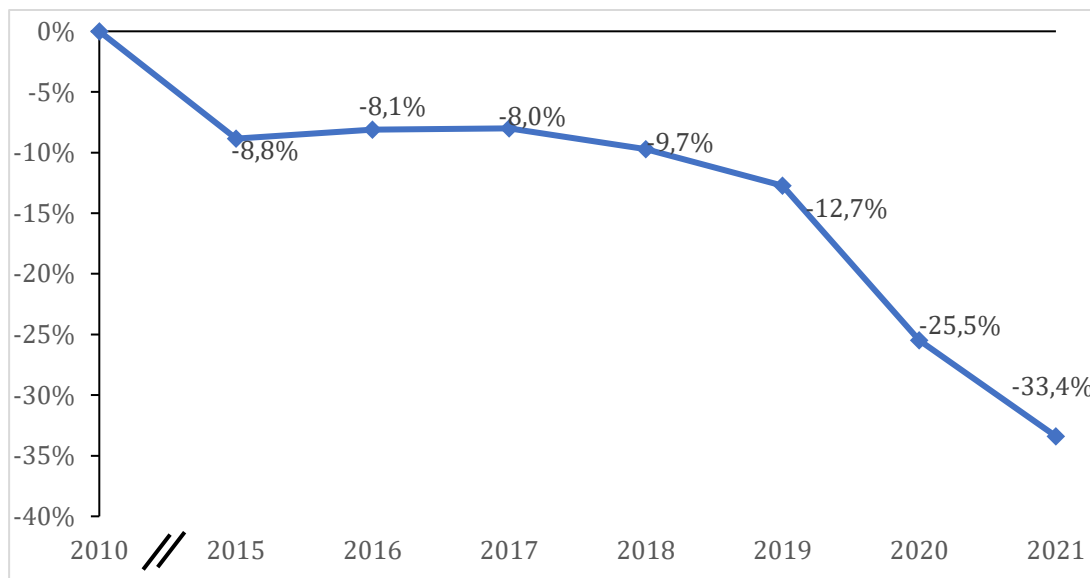


Bron: BIPT

²⁷ In de figuren 12 tot 15 wordt geen onderscheid gemaakt tussen stukpost of grote partijen post en dus gaat het daarin om alle volumes transactionele post zonder onderscheid.

70. Het volume van aangetekende zendingen heeft snel een plateau bereikt (tussen -8% en -9,7%) in de periode 2015-2018. Het ging verder achteruit in 2019, waarna in 2020 en 2021 een sterke terugval volgde, waarbij een volumedaling van 33,4% werd bereikt in vergelijking met het jaar 2010.

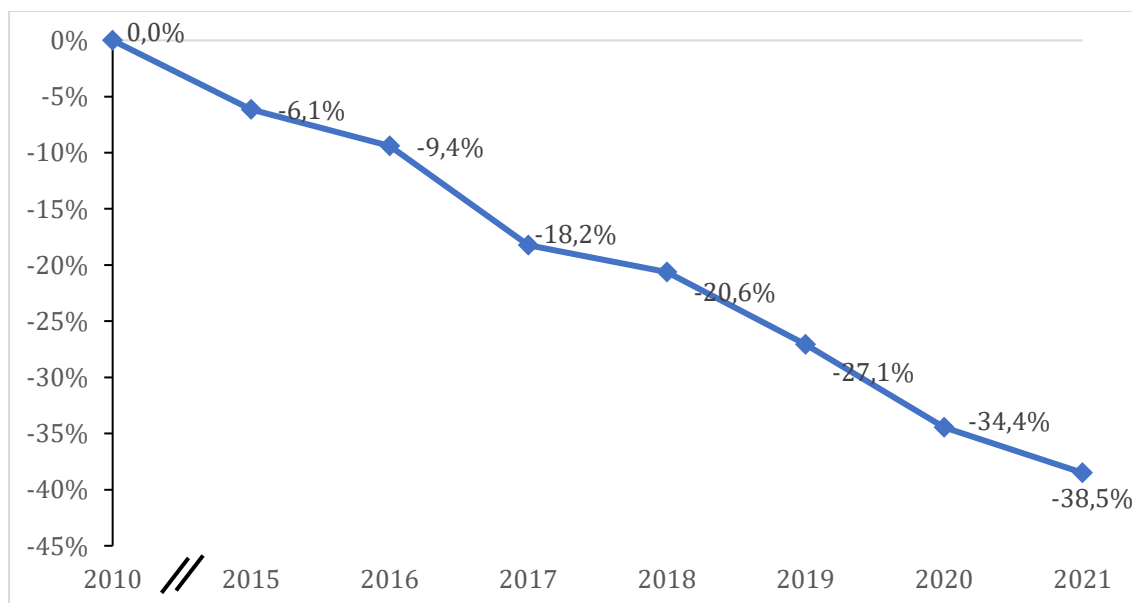
Figuur 14. Evolutie van de volumes van aangetekende zendingen sedert 2010 (gecumuleerde groei)



Bron: BIPT

71. Sinds 2015 is het volume van administratieve post jaarlijks sterk teruggefallen en bereikt in 2021 een daling van 38,5% ten opzichte van 2010.

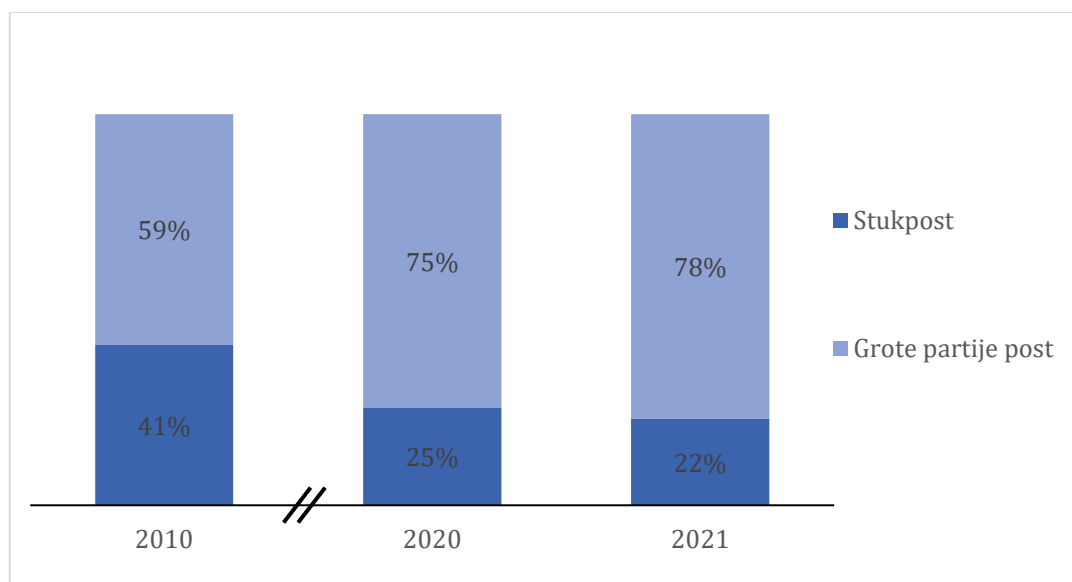
Figuur 15. Evolutie van de volumes van administratieve post sedert 2010 (gecumuleerde groei)



Bron: BIPT

72. De verdeling tussen de volumes van stukpostzendingen en grote partijen post wat transactionele post betreft is sinds meer dan een decennium sterk geëvolueerd. Zo zijn in 2021 meer dan 3 van de 4 zendingen grote partijen post, tegenover bijna 6 van de 10 in 2010. Het aandeel stukpost blijft, in vergelijking met grote partijen post, afnemen sedert 2010.

Figuur 16. Verdeling van de volumes van transactionele post tussen stukpost en grote partijen post (%) (2010, 2020, 2021)



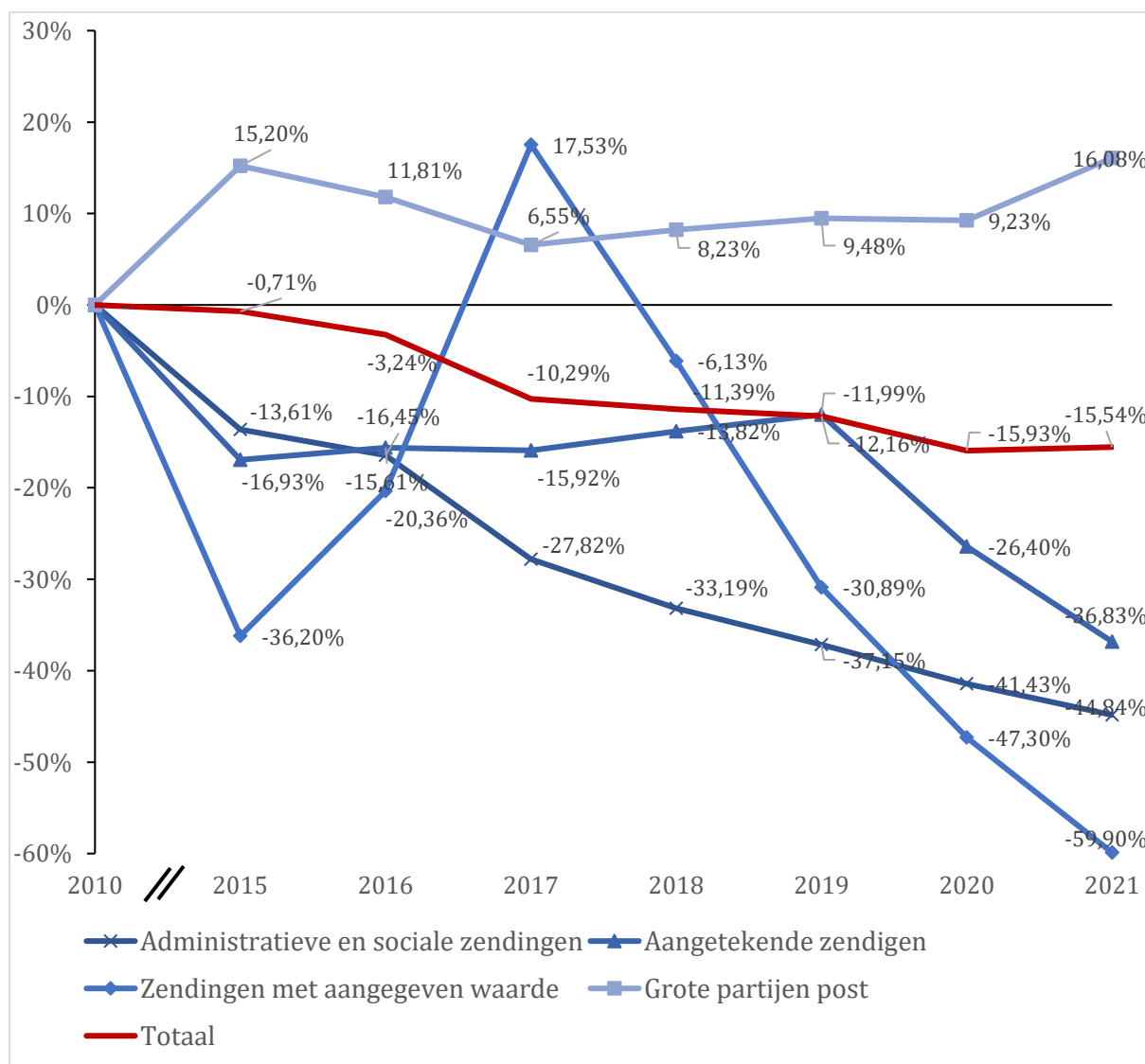
Bron: BIPT

4.2.2.2. Inkomsten

73. Figuur 17 beschrijft de evolutie van de inkomsten van de verschillende segmenten binnen de transactionele post. De totale inkomsten zijn tussen 2010 en 2021 verminderd met 15,5%, waarvan 7 procentpunten tussen 2016 en 2017 en 5 procentpunten tussen 2019 en 2020. De inkomsten van 2021 zijn licht gestegen in vergelijking met 2020 (+ 0,4 procentpunt).
74. Onder de verschillende producten die samen de transactionele post vormen, dalen de inkomsten uit de zendingen met aangegeven waarde (van +17,5% in 2017 naar -59,9% in 2021) en procentueel gaat het om de grootste daling in 2021, in vergelijking met 2010.
75. De administratieve en sociale post zat op het tweede laagste niveau van alle hier beschouwde producten in 2021. De neerwaartse trend die in 2013 begonnen is, houdt aan. In 2021 loopt de daling dus op tot 44,8%.
76. Aangetekende zendingen zijn dan weer opnieuw aan het zakken: na twee lichte stijgingen in 2018 en 2019, vallen ze sterk terug met een verlies van bijna 16 procentpunten in 2020 en nog meer in 2021; in vergelijking met 2010 gaat het om -36,8%.

77. Ten slotte vormen grote partijen post²⁸ het enige segment dat het hele decennium lang positief is gebleven met een piek in 2021 (+16,1%).

Figuur 17. Evolutie van de inkomsten uit transactionele post sedert 2010 (gecumuleerde groei) (%)

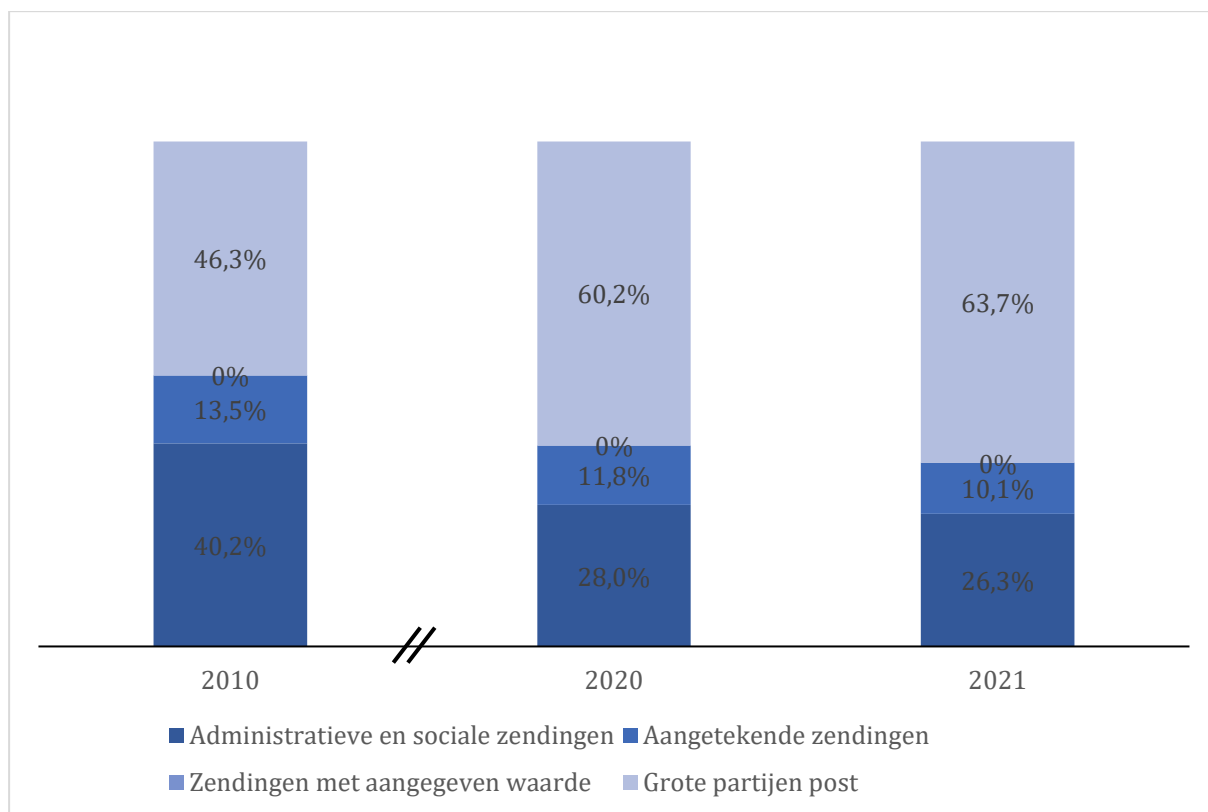


Bron: BIPT

78. Als we de samenstelling van de inkomsten uit de verwerking van de transactionele post nader bekijken, merken we dat de meeste inkomsten (62%) gegenereerd worden door de grote partijen post. Het resterende deel (36,3%) bestaat dus uit stukpostzendingen (aangetekende zendingen, zendingen met aangegeven waarde en administratieve en sociale post).

²⁸ Grote partijen post omvatten zowel administratieve post als ingeschreven zendingen.

Figuur 18. Verdeling van de inkomsten uit transactionele post (%) (2010, 2020, 2021)



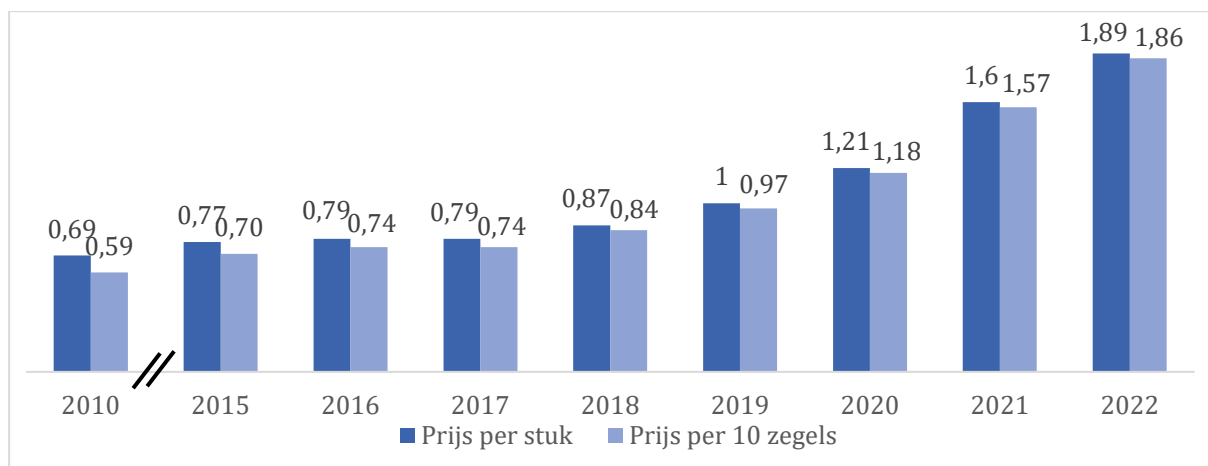
Bron: BIPT

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

79. Het nominale tarief van een binnenlandse priorbrief van minder dan 50 gram in België is in 2021 én vervolgens ook 2022 gestegen.
80. Als we de trend bekijken sedert 2010, zien we dat de prijs per stuk van een postzegel gestegen is met 173%. Voor de prijs per 10 zegels is dit fenomeen nog meer uitgesproken: de gecumuleerde stijging bedraagt 215%. Ter vergelijking: de gecumuleerde inflatie (HICP)²⁹ in België bedraagt 21,3% tussen 2010 en 2021.
81. Onder de nieuwe wet betreffende de postdiensten van 26 januari 2018 kan men een duidelijke stijging vaststellen. Zo is de gemiddelde jaarlijkse stijging (CAGR) van de postzegel per stuk gegaan van 1,9% over de periode 2010-2017 naar 21,4% over de periode 2017-2022.

²⁹ Geharmoniseerd indexcijfer van de consumptieprijzen.

Figuur 19. Prijs van de dienst voor binnenlandse priorbrieven < 50 g (€)

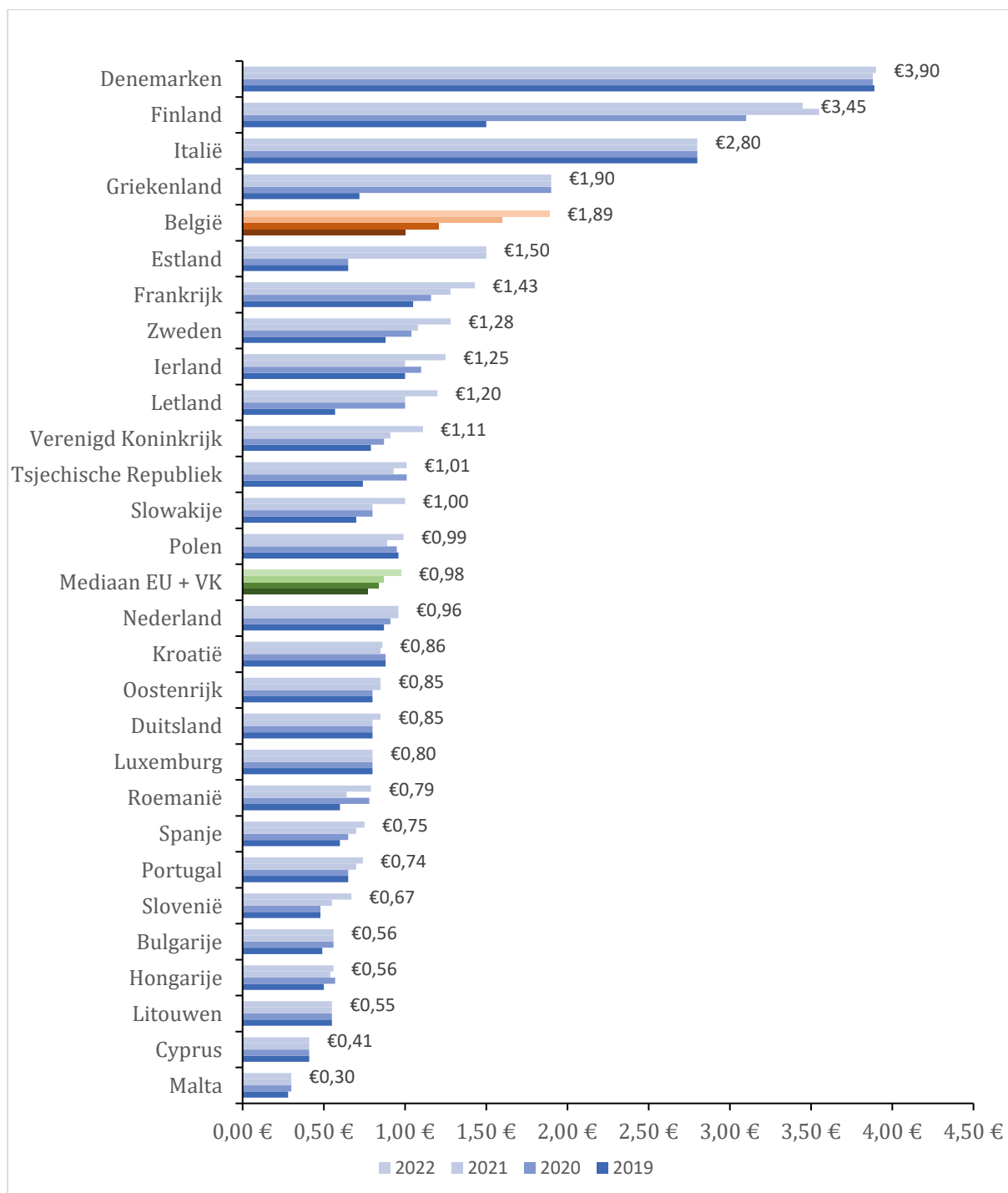


Bron: BIPT

82. Figuur 20 hieronder toont de prijzen van de verschillende diensten voor het vervoer en de bedeling van brieven in standaardformaat in de 27 lidstaten van de Europese Unie en in het Verenigd Koninkrijk.
83. In 2022 bedraagt de Europese mediaan³⁰ voor de frankering van een binnenlandse brief € 0,98, waarbij Denemarken de duurste verrichtingen heeft (€ 3,90) en Malta de meest betaalbare (€ 0,30). België staat op plaats 5 bij de duurste landen. Het staat al sinds 2020 op die plaats.

³⁰ De mediaan wordt gebruikt omdat er extreme waarden zijn (Denemarken, Finland, Italië) die het gemiddelde te sterk zouden beïnvloeden.

Figuur 20. Prijs van de dienst voor een binnenlandse standaardbrief in Europa (€) (Vermelde tarieven van 2022)

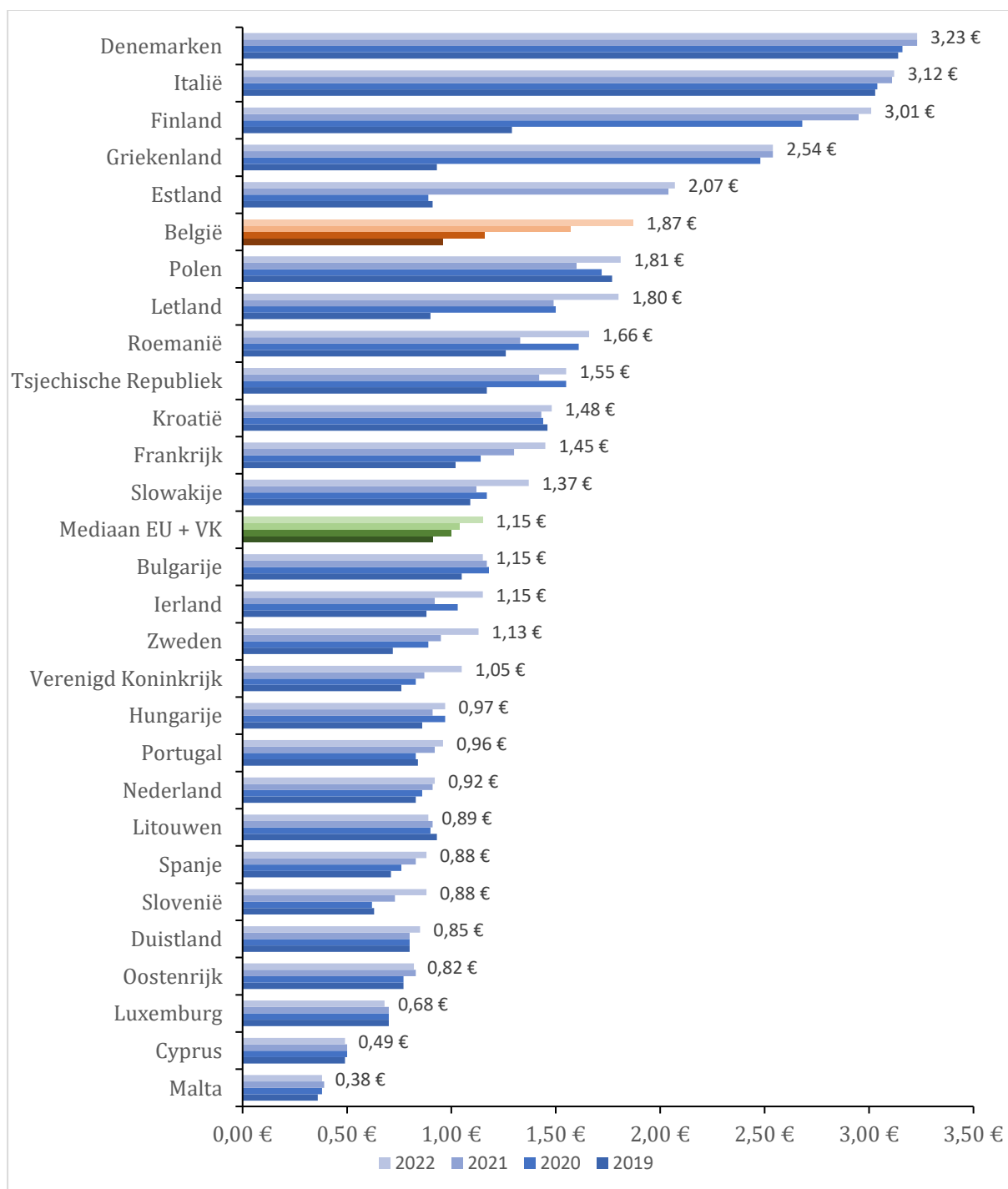


Bron: Deutsche Post, Letter Price Survey (2019, 2020, 2021 en 2022)

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

85. Wanneer de verschillen in levensstandaard geneutraliseerd worden dan zit de Europese mediaan op € 1,15. België blijft ruim boven het niveau van deze mediaan (€ 1,87) met een 6e plaats, tegenover de 7e plaats in 2021 en de 12e plaats in de twee jaren daarvoor. Denemarken blijft het duurste land (€ 3,23) en Malta het goedkoopste (€ 0,38).

Figuur 21. Prijzen uitgedrukt in koopkrachtpariteit (PPP) van de dienst voor een binnenlandse standaardbrief in Europa (€) (Vermelde tarieven van 2022)



Bron: Deutsche Post, Letter Price Survey (2019, 2020, 2021 en 2022)

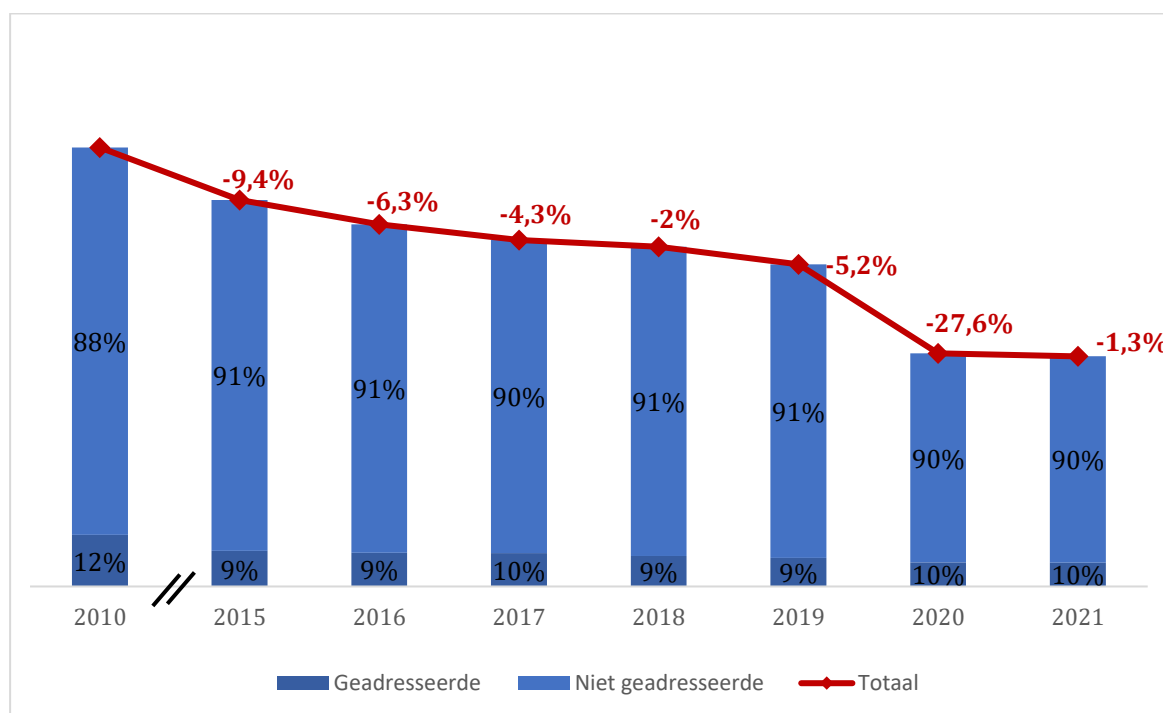
4.2.3. Geadresseerde reclamezendingen

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

4.2.3.1. Volumes

87. Het volume van gedrukte reclame vermindert gestaag sinds 2010. Dat is bijzonder duidelijk in 2020 met een vermindering van 27,6% ten opzichte van 2019 (dat resultaat is uiteraard opnieuw gelinkt aan de pandemie, tijdens de lockdown was het voeren van promoties zelfs tijdelijk verboden). Die daling is in 2021 relatief beperkt gebleven met slechts -1,3% in vergelijking met het voorgaande jaar. Ze heeft zich vertaald in een gelijkaardige daling van de volumes van de geadresseerde en niet-geadresseerde reclame. Betreffende de verdeling van de volumes vertegenwoordigt de geadresseerde post slechts 10% tegenover 90% voor het volume niet-geadresseerde post.

Figuur 22. Evolutie van de volumes van geadresseerde reclame

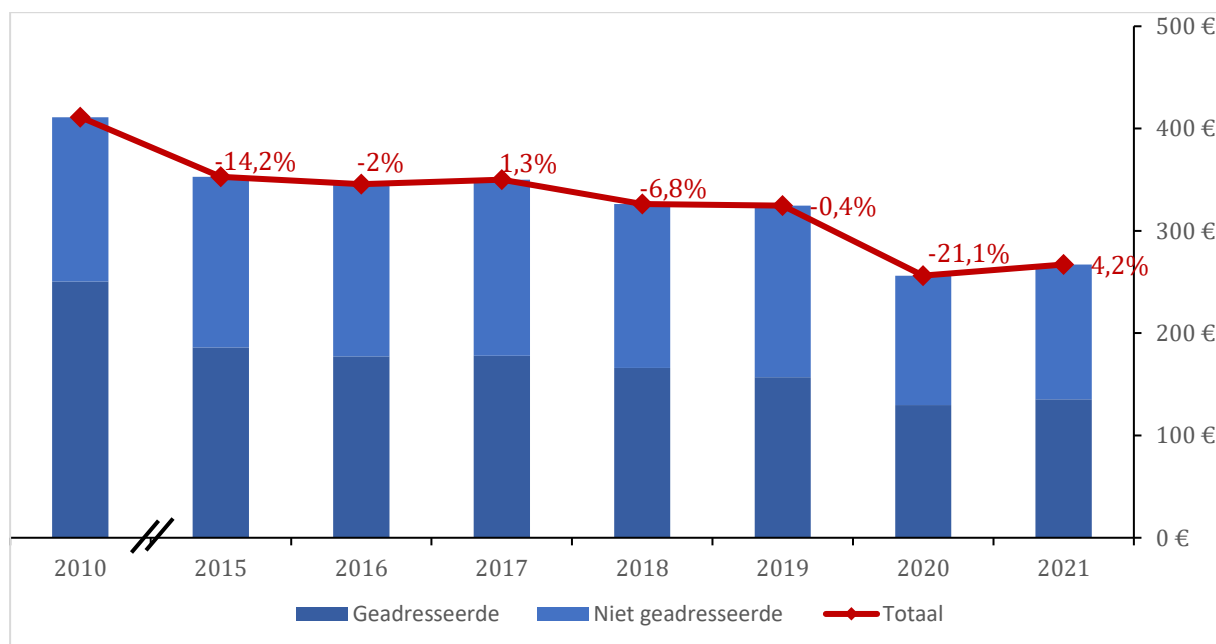


Bron : BIPT

4.2.3.2. Inkomsten

88. De inkomsten uit geadresseerde en niet-geadresseerde reclame kenden in de periode 2010-2021 dalingen, met als grootste jaarlijkse daling 2020 (21,2%). Enkel 2018 (1,3%) en 2021 (4,2%) hebben een stijging op jaarbasis gekend. In tegenstelling tot de volumes voor die productcategorieën zijn de inkomsten tussen 2020 en 2021 licht gestegen.

Figuur 23. Evolutie van de inkomsten uit reclame (miljoen €)



Bron: BIPT

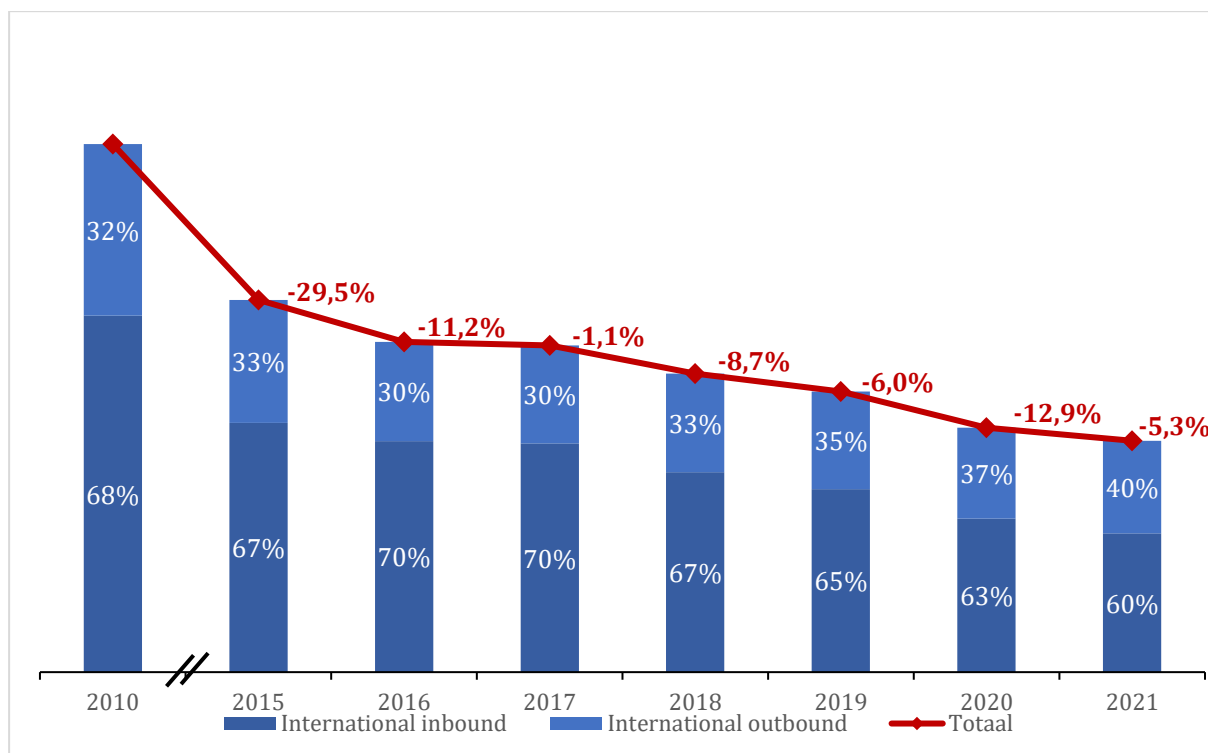
4.2.4. Internationale post

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

4.2.4.1. Volumes

90. Figuur 24 beschrijft de evolutie van de volumes van binnenkomende en uitgaande internationale post sinds 2010. Dit laat toe de evolutie van de verhouding tussen beide posttypes jaar na jaar op te volgen. In 2021 zien we een verhouding van 40% voor binnenkomende internationale post en 60% voor de uitgaande internationale post. Het totale volume van binnenkomende en uitgaande internationale brievenpostzendingen is echter constant verminderd en noteert, na de grootste daling op jaarbasis (-12,9%) in 2020, een daling van 5,3% voor 2021.

Figuur 24. Evolutie van de volumes van internationale post

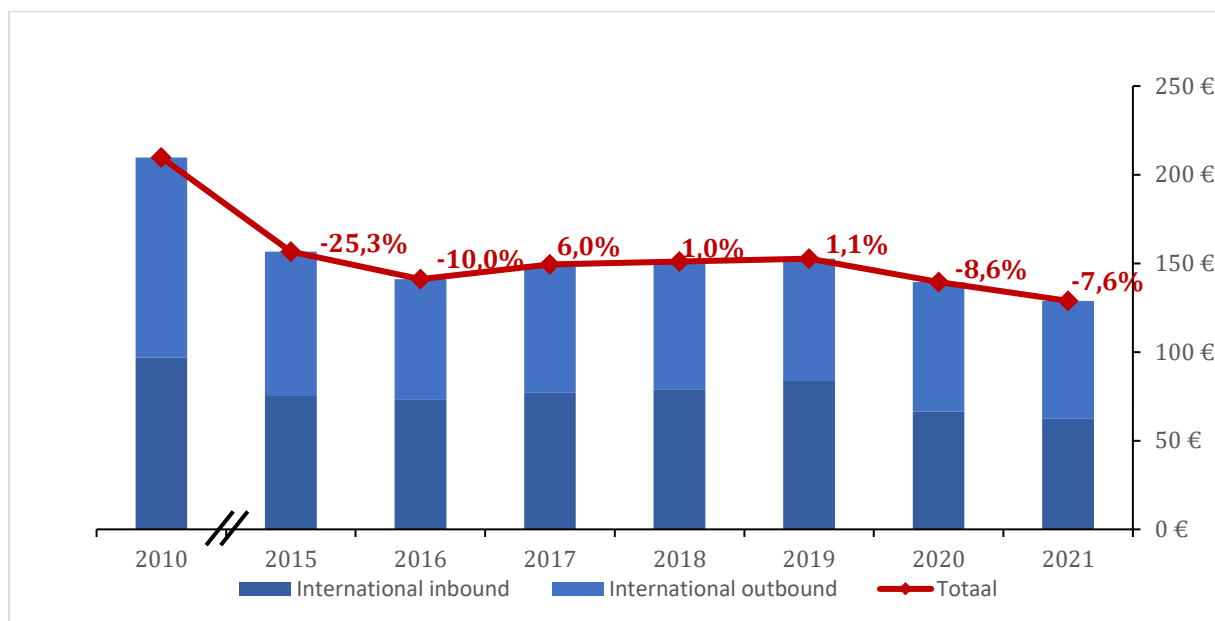


Bron: BIPT

4.2.4.2. Inkomsten

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

Figuur 25. Evolutie van de inkomsten uit internationale post (miljoen €)

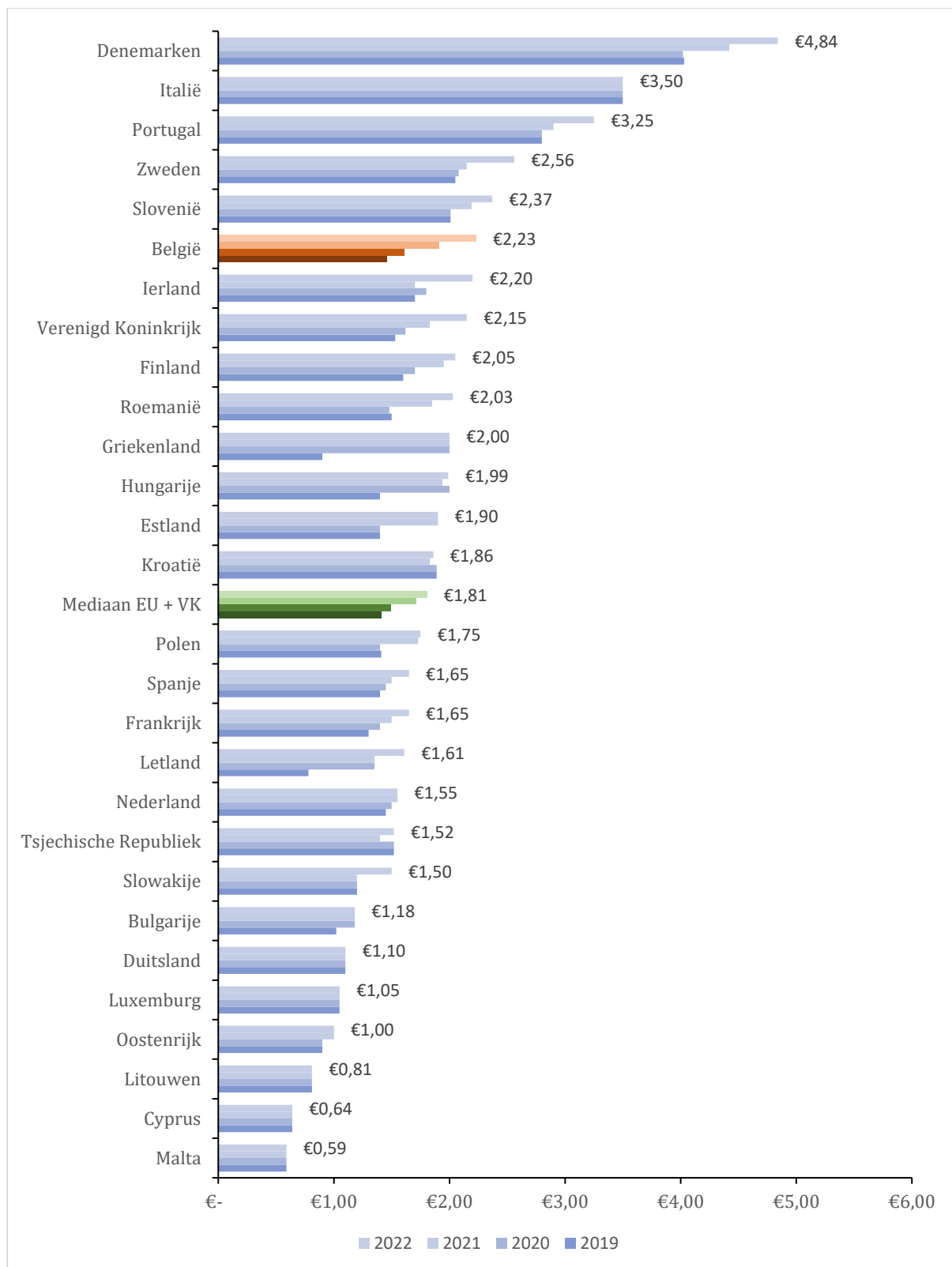


Bron : BIPT

4.2.4.3. Kleingebruikerstarieven van de aanbieder van de universele dienst

92. Als we de prijzen vergelijken van de verschillende aanbieders van de universele dienst in Europa wat betreft de dienst voor standaardbrieven binnen de EU, dan zien we dat België boven de Europese mediaan zit (respectievelijk € 2,23 en € 1,81). België is overigens in dat klassement 5 plaatsen gestegen ten opzichte van 2020, en staat dit jaar op de 7e plaats. Het duurste land op dat niveau is nog altijd Denemarken (€ 4,84) en het land met de meest betaalbare internationale dienst is Malta (€ 0,59).

Figuur 26. Prijs van de dienst voor een intra-Europese standaardbrief in Europa (in nominale waarde) (€)
(Vermelde tarieven van 2022)

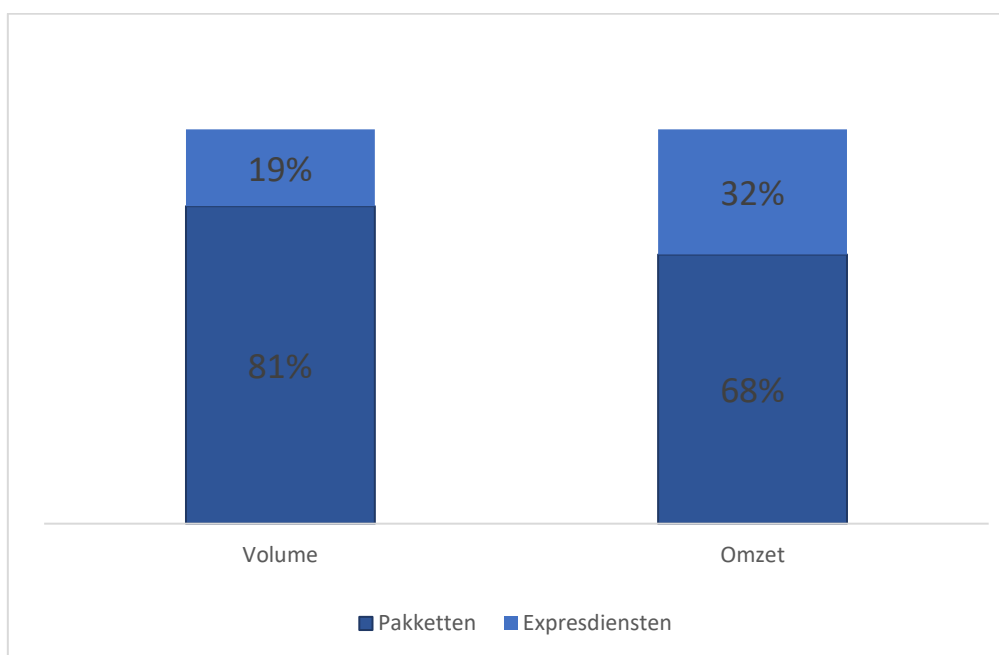


Bron: Deutsche Post, Letter Price Survey (2019, 2020, 2021 en 2022)

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

93. De voortdurende stijging van e-commerce in België en elders duwt de markt van de pakjes en snelpostzendingen in dezelfde richting, zodat deze steeds meer plaats inneemt binnen de verschillende diensten op de postmarkt. Zoals eerder reeds aangegeven in de grafiek over het gewicht van de verschillende segmenten (zie 4.1.3) stellen we sedert 2017 vast dat het segment van de pakjes en van de snelpostdiensten het grootste is geworden. Dat overwicht is nadien blijven toenemen, en heeft in 2021 een nieuwe piek bereikt. Vandaag is dat segment qua omzet reeds dubbel zo groot als het brievenpostsegment.
94. In dit hoofdstuk zal het gaan over zowel de evolutie van de pakjesmarkt³¹ als die van de expresdiensten³²; ze zullen dus samen worden geanalyseerd. De verhouding is echter duidelijk in het voordeel van de pakjes, met 81% wat de volumes betreft, tegenover 19% voor snelpostzendingen, en 68% voor de inkomsten, tegenover 32% voor de snelpostzendingen.

Figuur 27. Verhouding pakketten versus expreszendingen in termen van volume en omzet (2021)



Bron: BIPT

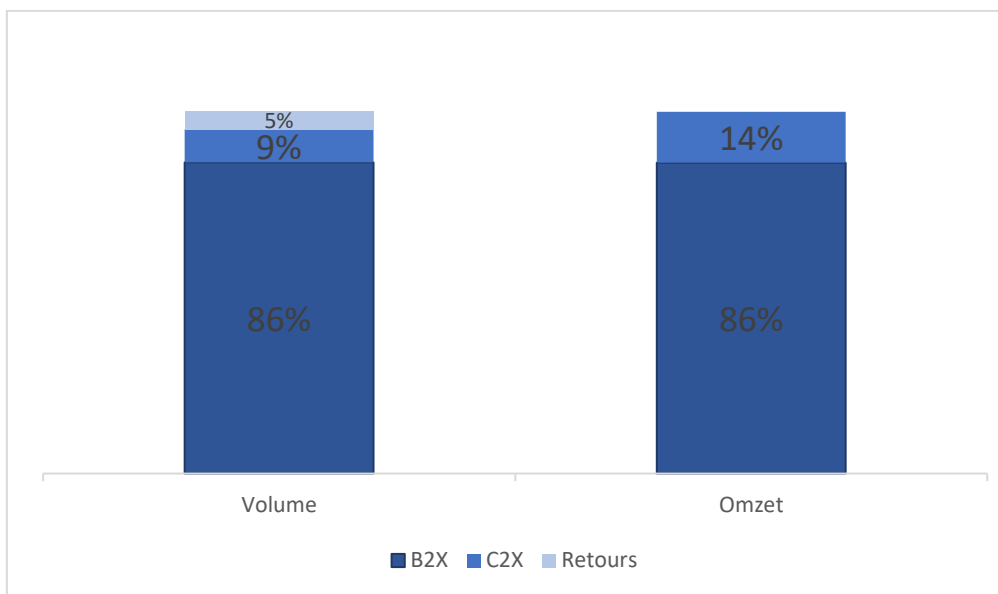
95. Hoewel sommige spelers actief zijn binnen specifieke segmenten (B2B, B2C, C2X), blijft het soort van geadresseerde voor de operator evenwel moeilijk met zekerheid te identificeren. Daarom zullen de verschillende segmenten hier in het verdere vervolg samen in beschouwing worden genomen. Op basis van de antwoorden van 13 operatoren uit onze enquête zien we weliswaar dat circa 86% van het volume aan pakket en expresdiensten in 2021 verzonden

³¹ Het gaat hier enkel om de pakjes tot 10 kg (behalve de binnenkomende internationale pakjes die tot 20 kg gaan).

³² Onder 'express' wordt er in het kader van het observatorium zendingen verstaan die hoogst tijdsgevoelig zijn en zodoende voor een welbepaald tijdstip, gekozen door de verzender, dienen geleverd te worden, dit veelal rechtstreeks zonder gebruik te maken van een distributieronde die ook andere zendingen betreft. Bijvoorbeeld door middel van een leveringsgarantie, zoals garantie op levering voor 9u, 10u of 12u de volgende dag. Reguliere pakketten daarentegen worden veelal, deel uitmakend van een reguliere distributieronde, als D+1 (voor binnenlandse zendingen) geleverd.

werd door een professionele gebruiker (B2X aldus). In ongeveer 9% van de gevallen ging het om een particulier die een pakket verzond (C2X), in de resterende gevallen (circa 5%) ging het om retourzendingen. Particulieren zijn echter wel goed voor 14% van de omzet, versus 86% voor de professionele gebruikers. Dit is uiteraard niet onlogisch gegeven de veelal hogere prijs, zonder bijvoorbeeld hoeveelheidskortingen, die particulieren dienen te betalen. Het C2X segment lijkt, door onder andere websites als tweedehands.be en apps als Vinted aan belang te winnen, in het verleden werd immers bekomen dat circa 6% van het volume toe te schrijven was aan zendingen door particulieren.

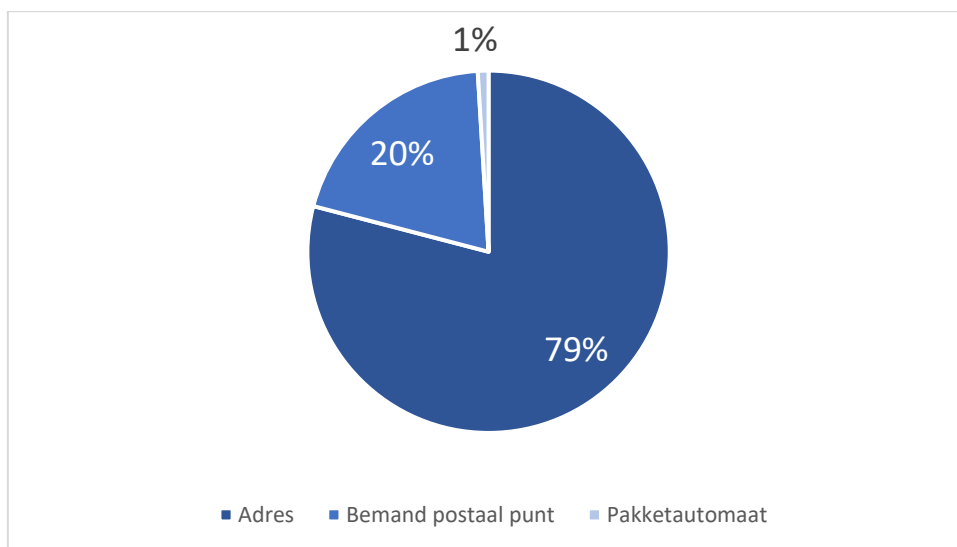
Figuur 28. Verhouding B2X, C2X en retours in termen van volume en omzet (2021)



Bron: BIPT

96. Aangaande de leveringsmodaliteiten, zien we anno 2021 op basis van de antwoorden van 10 operatoren uit onze enquête, dat ongeveer 79% van alle verzonden pakketten en exprezendingen aan huis (op adres en niet in afhaalpunten) worden geleverd. Bemandede postale punten zijn goed voor circa 20%, terwijl pakketautomaten circa 1% van het volume ontvangen. Op het netwerk van de operatoren komen we uitgebreid terug in sectie 6.

Figuur 29. Verhouding levering op adres, bemand postaal punt en pakket automaat (2021)



Bron: BIPT

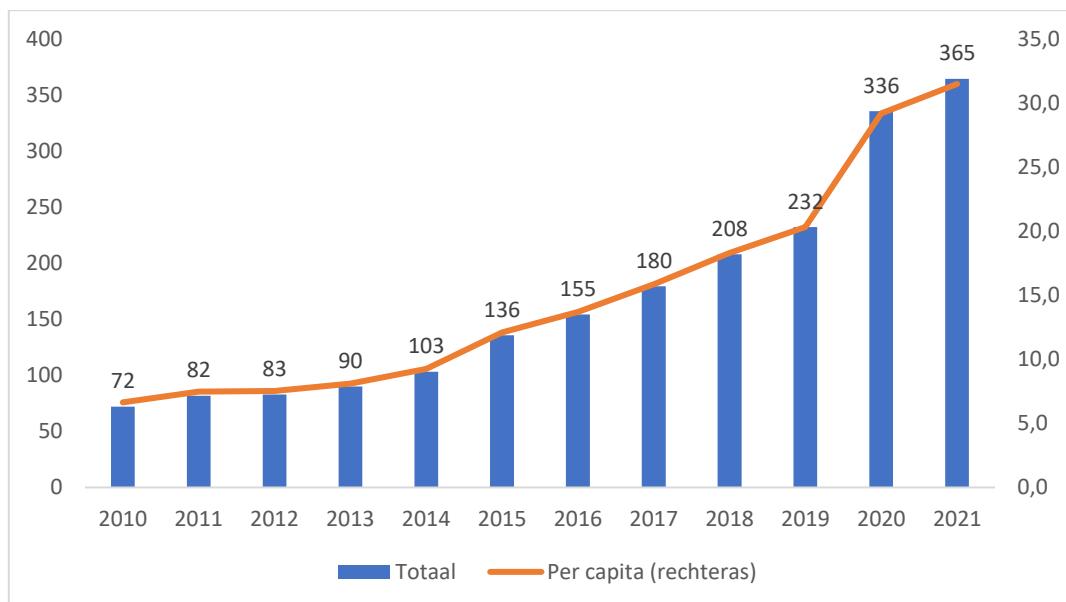
4.3.1. Volume

97. Het segment van pakket- en expreszendingen is het segment dat de jongste jaren het sterkst evolueert. Het heeft in 2020 zelfs voordeel gehaald uit de coronacrisis, toen veel fysieke winkels de deuren moesten sluiten om de verspreiding tegen te gaan. De consumenten zijn dan ook overgeschakeld naar alternatieve oplossingen om in hun behoeften te voorzien. Dit zorgde voor een recordstijging over een jaar: een stijging met 44,5% tussen 2019 en 2020. Anno 2021 is de vooruitgang uiteraard beperkter, met 8,6% ligt deze zelfs onder de gemiddelde jaarlijkse groeivoet (CAGR) van 15,9% gemeten over de periode 2010-2021. Niettemin is het opmerkelijk dat deze groei gerealiseerd wordt bovenop de recordgroei van 2020.

98. Het aantal pakjes per jaar per inwoner volgde de laatste 10 jaar uiteraard deze trend en is meer dan verviervoudigd, van 6,6 naar 31,5 pakjes per inwoner op jaarbasis. Er wordt dus binnen de 12 dagen een pakje of expreszending verzonden (al dan niet met een consument als bestemming). België zit echter nog een stuk verwijderd van de landen waar het grootste aantal pakjes per capita in Europa worden geregistreerd: Duitsland staat in 2020 aan kop met 52 pakjes.³³

³³ ERGP Report on Postal Core Indicator, 28 January 2022

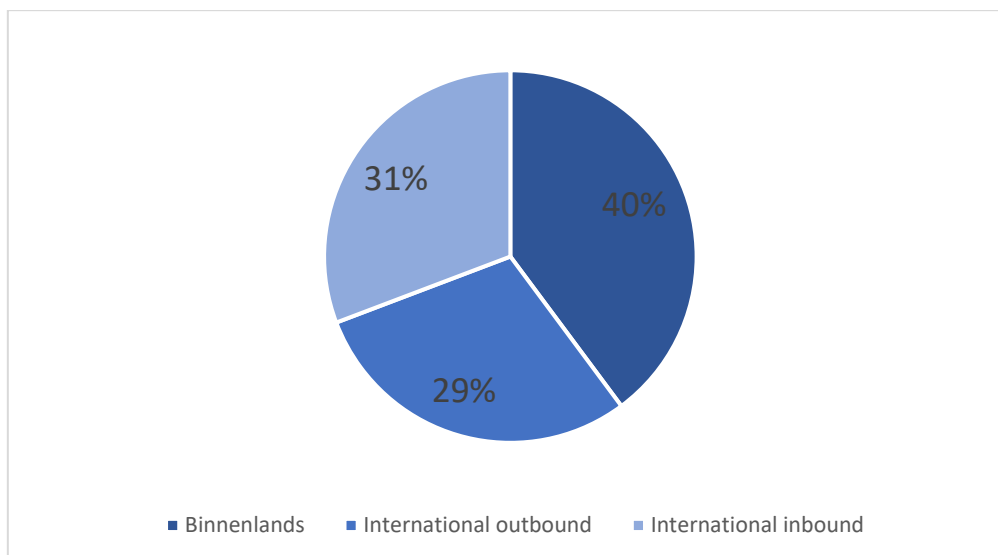
Figuur 30. Evolutie van het volume snelpostdiensten en pakjes in totaal (in miljoen stuks) en per inwoner (per stuk) per jaar



Bron: BIPT

99. De volgende figuur toont de verdeling van de pakjes en snelpostzendingen volgens hun herkomst en land van bestemming. Zo zijn 40% van de pakjeszendingen of snelpostzendingen in de loop van 2021 binnenlandse zendingen. Ze hebben dus het nationale grondgebied niet verlaten. Het artikel is van een Belgische entiteit naar een andere (natuurlijke persoon of onderneming) gegaan. Het belang van de binnenkomende internationale zendingen bedraagt 31%, dat van uitgaande internationale zendingen 29%. Deze onderlinge verhoudingen zijn de laatste jaren zo goed als constant gebleven. In België worden aldus een beetje meer pakjes geïmporteerd dan wel geëxporteerd. Bij onderstaande figuur dienen we nog te bemerken dat deze uiteraard niet alleen e-commerce bevat, zijnde B2C, maar uiteraard tevens ook het belangrijke B2B segment en het (kleinere) C2X. Binnen de EU zien we trouwens, op basis van het eerder aangehaalde ERGP Core Indicators rapport, dat er slechts een handvol landen met meer uitgaande dan binnenkomende pakketten zijn (zogenaamde 'net exporters'). Het gaat hierbij onder andere om buurlanden Nederland en Duitsland, die typisch een sterk ontwikkelde e-commerce sector hebben.

Figuur 31. Verdeling van het volume aan pakket- en expresdiensten volgens binnenlandse, uitgaande internationale en binnenkomende internationale zendingen (2021)

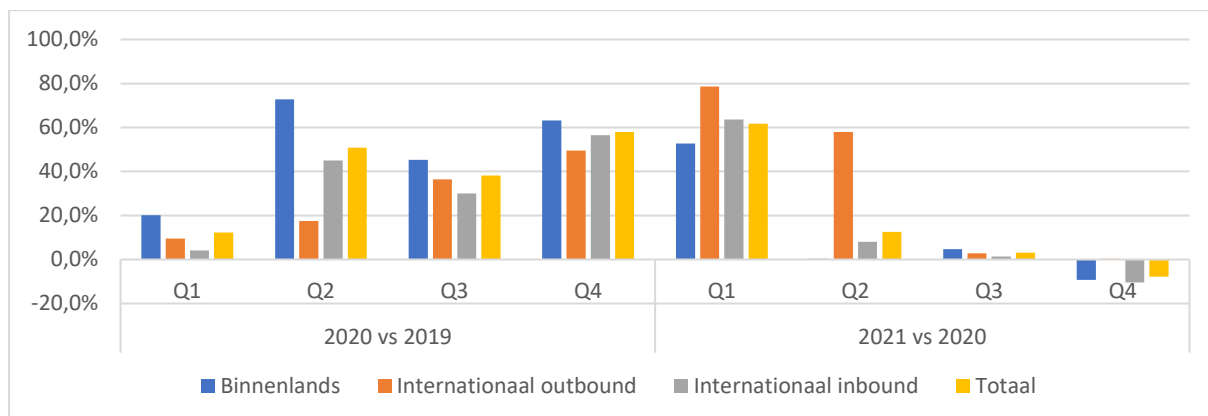


Bron: BIPT

100. Wanneer we kijken naar het volume binnenlands, internationaal outbound (uitgaand) en internationaal inbound (binnenkomend) per kwartaal³⁴, dan zagen we doorheen 2020, ten gevolge van de pandemie, verschillende evoluties. Na de eerste lockdown, in het tweede kwartaal (Q2), zagen we met name een toename van het binnenlands volume. Doorheen Q2 2020 steeg het binnenlands volume zelfs met 72,7% ten opzichte van Q2 anno 2019. In dat tweede kwartaal steeg internationaal outbound, de uitgaande pakketten, met slechts 17,5% terwijl internationaal inbound, de binnenkomende pakketten, met 45,1% steeg. De totale stijging voor Q2, zijnde 50,9% zoals besproken in sectie 2 "De impact van de pandemie op de postale sector" verhult dus diverse onderliggende evoluties. Ook in het derde en vierde kwartaal was de sterkste groei te vinden bij binnenlandse pakket- en expresdiensten, maar was het verschil met de andere, internationale, categorieën beperkter.
101. Anno 2021, ten opzichte van 2020, zien we een andere evolutie. In het eerste kwartaal namen we een sterke groei van alle categorieën waar (gemiddeld +61,8%), en met name van de uitgaande zendingen +78,7%. Dit valt uiteraard te verklaren omdat er vergeleken wordt met het eerste kwartaal van 2020, waar het effect van de pandemie en de eerste lockdown (ingegaan op 18 maart 2020) nog amper merkbaar was. In de kwartalen daarna brokkelt de groei echter stelselmatig af. In Q2 bedraagt de totale groei nog +12,6%, maar specifiek voor de binnenlandse zendingen spreken we dan echter al over quasi status quo (+0,4%). Enkel de internationaal uitgaande zendingen, die slechts beperkt groeiden in Q2 2020, kenden nog een groei van +57,9%. In Q3 neemt de groei ook echter daar af (+2,8%), zodat binnenlandse zendingen (met +4,7%) in dat derde kwartaal nog de grootste groei noteren. In het vierde kwartaal is, vergeleken met een jaar eerder, de totale groei finaal omgebogen in een krimp van gemiddeld -7,8%, met als uitschieter -9,2% voor het binnenlands volume. Uiteraard moeten we hierbij steeds in het achterhoofd houden dat we steevast vergelijken met het recordjaar 2020.

³⁴ Op basis van kwartaalinfo verschaft door 14 omvangrijke operatoren actief binnen dit segment anno 2020 (vs 2019) en 13 aangaande 2021 (vs 2020).

Figuur 32. Vergelijking van evolutie kwartaalvolumes binnenlands, internationaal outbound en internationaal inbound 2020 vs 2019 en 2021 vs 2020 (YoY)

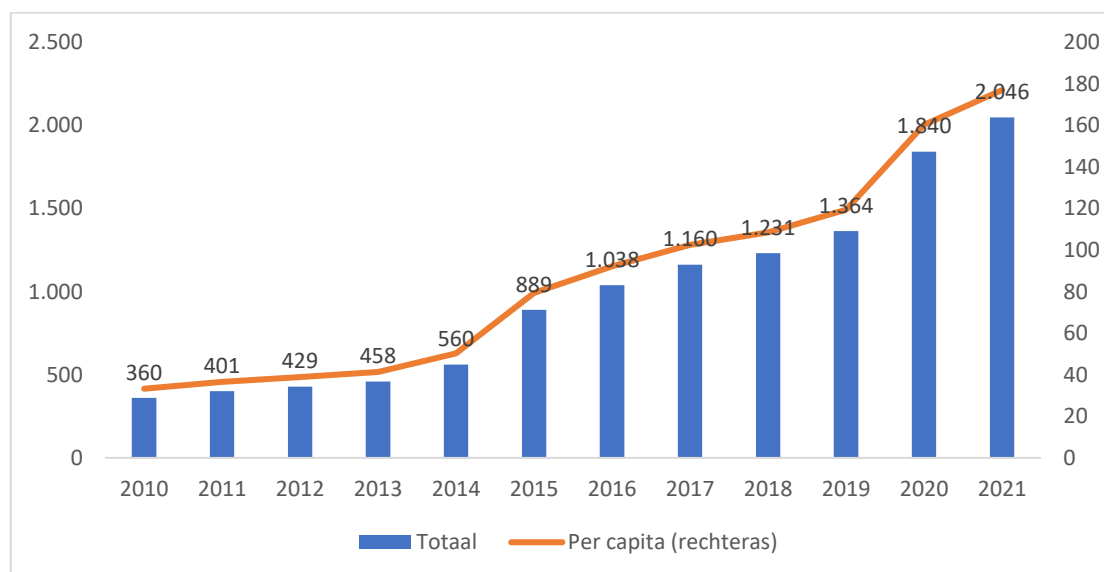


Bron: BIPT

4.3.2. Inkomsten

102. De tendens van 2021 die we qua volume zien, wordt bevestigd in de omzet. De inkomsten van het segment van de pakjes en van de snelpostzendingen bereiken een nieuw hoogtepunt met een cijfer dat 2.046 miljoen euro bereikt. Dat komt overeen met een stijging van 11,2%, opnieuw lager dan het gewogen gemiddeld groeicijfers van de laatste 11 jaar (17,1%) maar wel hoger dan de hierboven aangehaalde volumestijging (8,6%). Deze omzet vertegenwoordigt in 2021 dus gemiddeld € 177 per persoon per jaar, goed 5 keer meer dan het niveau van in 2010.

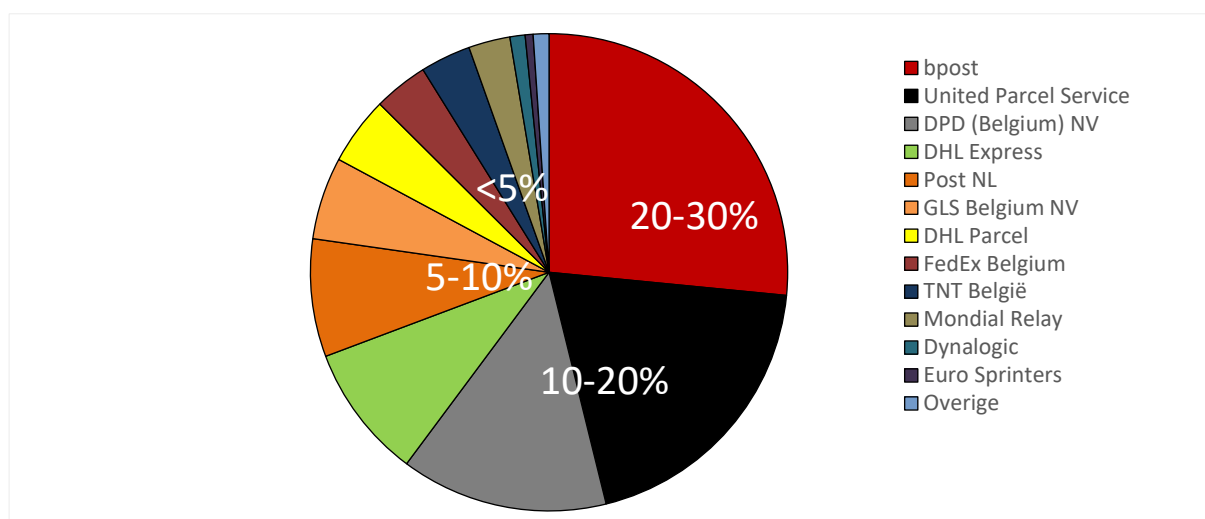
Figuur 33. Evolutie van de omzet in het segment van de snelpostdiensten en pakjes (miljoen €) en per inwoner (€) per jaar



Bron: BIPT

103. Figuur 34 hieronder geeft het marktaandeel weer van de verschillende spelers binnen het segment van de pakjes en snelpostdiensten op basis van de omzet in 2021. Zo hebben bpost, United Parcel Service en DPD elk meer dan 10% marktaandeel en vertegenwoordigen ze samen circa 60% marktaandeel. Vervolgens hebben DHL Express, Post NL, GLS en DHL Parcel elk minstens 5% marktaandeel. Sinds dit jaar telt deze groep 4 operatoren, nu ook DHL Parcel over de grens van 5% is gegaan. De overige operatoren hebben elk een marktaandeel van minder dan 5%.

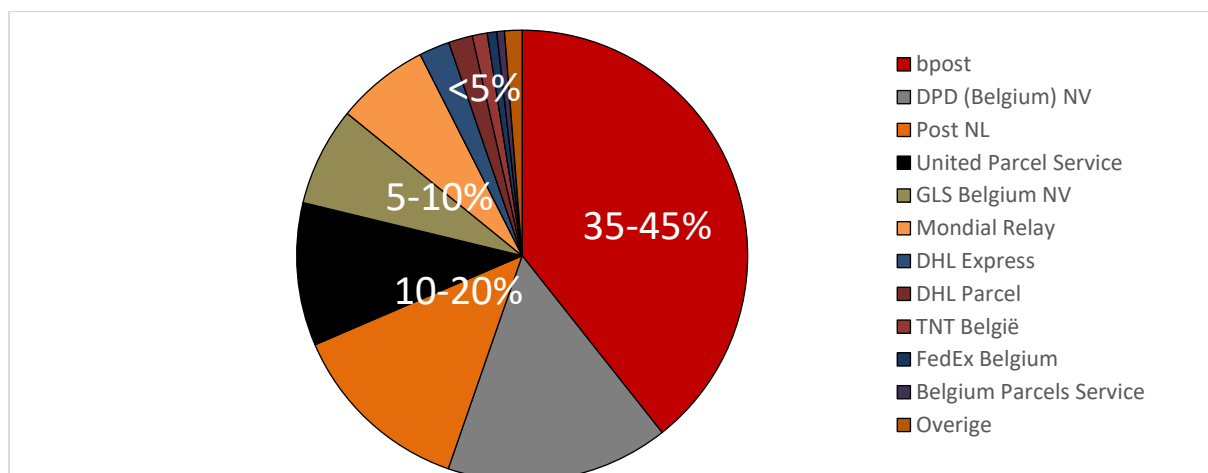
Figuur 34. Marktaandeel op basis van de omzet in het segment van de snelpostzendingen en pakjes (2021) (%)



Bron: BIPT

104. Een soortgelijke analyse met marktaandelen kan worden gemaakt op basis van de volumes, wat andere resultaten oplevert. Bpost heeft dus het grootste marktaandeel met meer dan 35% in termen van volume. DPD, Post NL en United Parcel Service hebben elk minstens 10% marktaandeel. GLS en Mondial Relay hebben 5 tot 10% marktaandeel en de rest van de spelers hebben elk een marktaandeel van minder dan 5%.
105. Er wordt opgemerkt dat de marktspelers die gespecialiseerd zijn in de expresdienst lagere volumes hebben, maar hogere prijzen hanteren. Aldus hebben UPS en DHL Express een kleiner marktaandeel in volume, in vergelijking met de percentages marktaandeel qua omzet. Ook het omgekeerde effect doet zich voor. Zo zullen sommige spelers die focussen op het pakjessegment, meer volume realiseren dan sommige van hun concurrenten, wegens een segment met lagere prijzen. PostNL en bpost bijvoorbeeld hebben hogere percentages wat betreft de marktaandelen in volume dan in omzet.

Figuur 35. Marktaandeel op basis van het volume in het segment van de snelpostzendingen en pakjes (2021) (%)



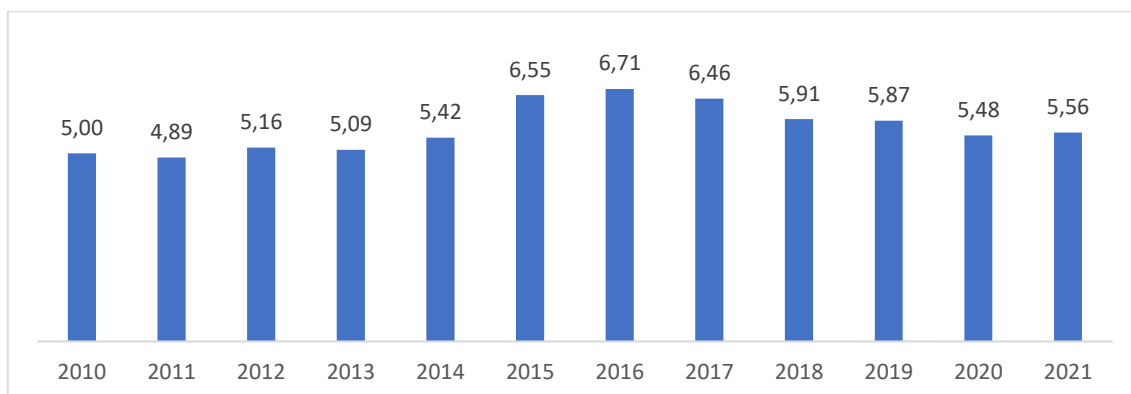
Bron: BIPT

4.3.3. Impliciet tarief

106. Wanneer we omzet en volume met elkaar confronteren krijgen we een impliciet tarief. Dit is het gemiddelde tarief per eenheid binnen het segment, met alle operatoren, formaten en bestemmingen tezamen beschouwd. In de voorgaande paragrafen zagen we reeds dat het volume binnen het segment van pakketten en expreszendingen sterker was gestegen dan de omzet, waardoor het impliciete tarief dan ook omlaag ging (met een marginale stijging anno 2021). Die daling van het impliciete tarief kan worden verklaard door verschillende aspecten:
- 106.1. sterkere groei van de volumes van standaardpakketten dan de volumes van duurere expreszendingen;
 - 106.2. de volumegroei wordt in essentie getrokken door de grootste e-commercespelers, die het voordeel hebben van lagere prijzen;
 - 106.3. doordat de groei getrokken wordt door e-commerce stijgt het C2X-segment, met hogere prijzen, minder dan het B2X-segment;
 - 106.4. een sterkere concurrentie in een groeisector waar de schaalvoordelen groot zijn, zet de operatoren ertoe aan zich meer te bekommeren om hun marktaandeel dan om de onmiddellijke rentabiliteit.
107. Deze impliciete tarieven verschillen danig van de tarieven die bekomen werden uit de Cross-border analyse³⁵, echter ging het in dit laatste geval over een erg beperkt deel van de markt, zijnde kleingebruikerstarieven (C2X), en lag de focus duidelijker op internationale tarieven.

³⁵ <https://bipt.be/operators/publication/mededeling-betreffende-de-beoordeling-van-de-weerhouden-bpost-tarieven-in-het-kader-van-de-europese-verordening-betreffende-grensoverschrijdende-pakketbezorgdiensten>

Figuur 36. Impliciet tarief binnen het segment van pakket- en exprezendingen (2010-2021)(€)



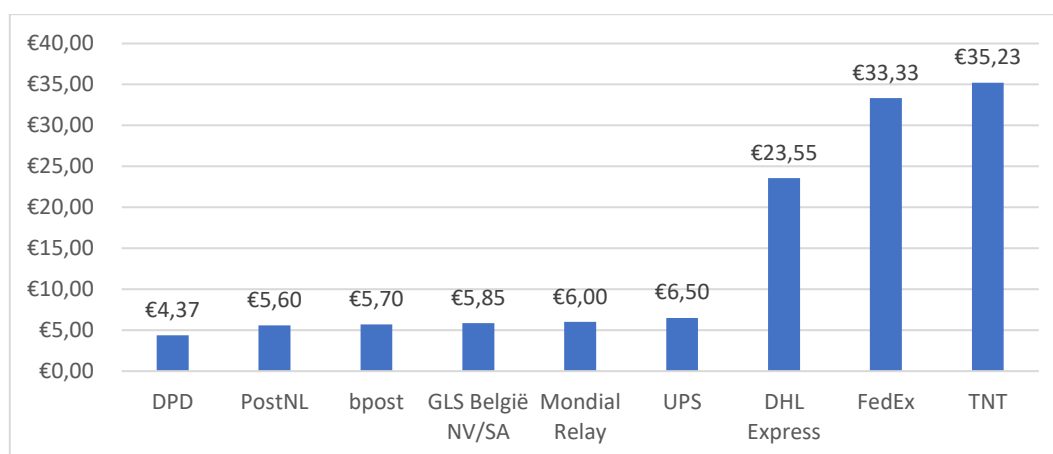
Bron : BIPT

4.3.4. Kleingebruikerstarieven

108. In 2021 publiceerde het BIPT een instrument om tarieven voor een 2kg pakket voor kleingebruikers te vergelijken, zodoende zonder volumekortingen. Dit instrument³⁶, geeft de tarieven - op 1 januari - van alle operatoren voor het verzenden van een - veelgebruikt - pakket van 2kg. Voor elke bestemming, zijnde België of ergens anders in Europa, is het mogelijk om na te gaan welke operatoren er diensten aanbieden. Naast de tarieven voor deze bestemmingen geeft de tool eveneens talrijke nuttige gegevens weer, zoals bijvoorbeeld de minimale en maximale dimensies en gewichten, de aanwezigheid van een standaard verzekering of zelfs ophaling aan huis.
109. De tarieven voor een 2kg pakket binnen België anno 2022 worden weergegeven in figuur 37. Meteen valt er een discrepantie in de prijzen op, met name wanneer men de tarieven van expresleveranciers onderzoekt die uiteraard een geheel andere dienst aanbieden zoals een uitermate snelle levering. Naast de tarifaire aspecten, merkt men vaak nog onderlinge verschillen, zoals een verschil in aangeboden verzekering, of nog de maximale dimensies of gewicht, die het nodig maken goed te vergelijken om een optimale keuze te maken. De tariefvergelijker van het BIPT tracht deze oefening voor de kleingebruiker te vergemakkelijken. Weldra zal dit nog vereenvoudigd worden wanneer deze tool geïntegreerd wordt in www.postaalpunt.be.

³⁶ <https://www.bipt.be/consumenten/publication/tariefvergelijker-2kg-pakket-binnen-belgie-en-europa>

Figuur 37. Tarieven voor een binnenlands 2kg pakket (2022, euro)



Bron: BIPT (tariefvergelijker)

N.B. het weergegeven tarief van zowel UPS als DHL Express is zonder BTW

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

110. De distributie van de erkende pers, waarbij de items worden afgeleverd bij de abonnee thuis, is een dienst van algemeen economisch belang (DAEB), die tot 2015 nog behoorde tot het 5e beheerscontract afgesloten tussen bpost en de Belgische Staat. Sinds 1 januari 2016, en -door twee verlengingen- nog tot 31 december 2023³⁷, is het een afzonderlijke dienst van 'last resort' geworden die buiten het (6e) beheerscontract valt. Deze DAEB, waarop de uitgevers naar eigen wens een beroep kunnen doen, wordt nu door bpost uitgevoerd en bestaat uit:
- 110.1. de vervoegde thuisbezorging van kranten aan de abonnees via specifiek ingelegde rondes vóór 7.30 u 's morgens van maandag tot vrijdag en vóór 10 u op zaterdag;
 - 110.2. de thuisbezorging van tijdschriften aan de abonnees via de klassieke verdeelrondes, van maandag tot vrijdag.

³⁷ Op 16 oktober 2015 heeft de Ministerraad, na een openbare, transparante en niet-discriminerende procedure, beslist om de concessies voor de bezorging van erkende kranten en erkende tijdschriften voor de periode 2016-2020 toe te wijzen aan bpost. Deze concessie werd inmiddels tevens met 2 jaar verlengd, tot eind 2022:

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

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

111. Als aanbieder die belast is met deze DAEB in verband met de distributie van de erkende pers aan de abonnees, is bpost de belangrijkste operator in het segment van thuislevering van persartikelen.³⁸ Er zijn nog andere spelers actief in dit segment, zoals PPP.³⁹

4.4.1. Volume

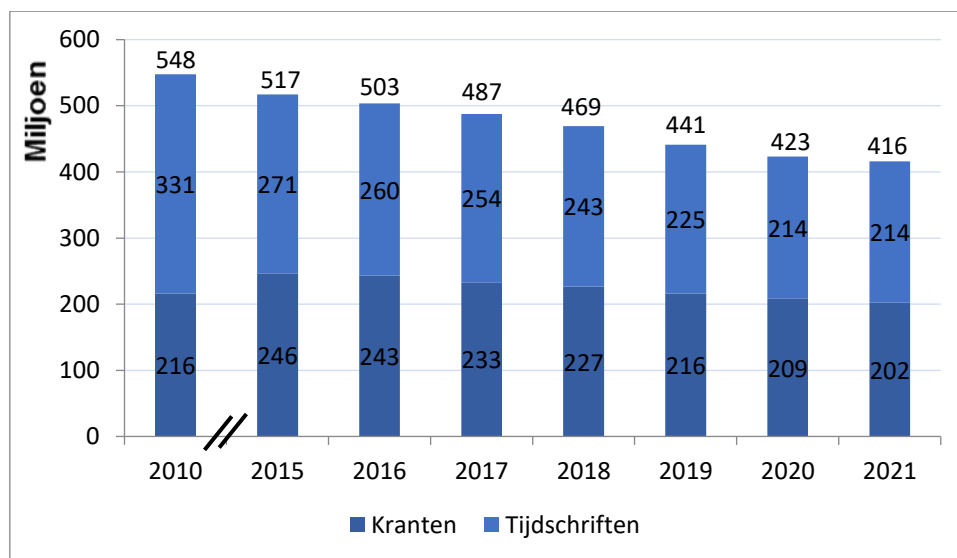
112. Sinds 2012 daalt het totale volume van bedeelde pers, na in 2011 gepiekt te hebben op 568 miljoen bedeelde exemplaren op jaarbasis. Tussen 2020 en 2021 nam het globale volume met 1,6% af, een daling die echter minder sterk is dan die van de jaren voorheen (respectievelijke -4,1% en -6%). Inmiddels wordt er 26,8% minder pers bedeeld in vergelijking met 2011. Voor bedeelde pers werd ook de evolutie per kwartaal bekeken. Achter de beperkte algemene daling gaan ook hier kwartaalverschillen schuil. Het is namelijk het laatste kwartaal (-7,4%) dat finaal wederom zorgt voor een daling. Bij de tijdschriften werden in de eerdere kwartalen immers verrassend groeicijfers genoteerd, met 3,9% als opvallende groei tijdens Q1.
113. Bij de tijdschriften is de algemene jaarlijkse daling al langer aan de gang en stellen we voor 2021 een vertraging van de daling vast, met name van -0,4% tot 214 miljoen bedeelde stuks in 2021. Het volume aan bedeelde kranten stagneerde pas later en kende sinds 2013 een beperkte terugval, welke in 2021 -3% bedroeg. Hiermee worden er nog steeds 202 miljoen kranten bedeeld.
114. 51,3% van de bedeelde pers omvat tijdschriften, de rest bestaat uit kranten (48,7%). Anno 2010 bedroeg deze verhouding nog 60,5% versus 39,5%.

³⁸ Ter info, op 1 september 2022 besloot ACM dat bpost B.V. Aldipress mag overnemen. Aldipress houdt zich bezig met de distributie en (trade-)marketing van tijdschriften, stripalbums, romans en puzzelboekjes bestemd voor de losse verkoop door retailers binnen Nederland.

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

³⁹ Asendia Belgium heeft zijn bedrijfsactiviteiten per 1 juli 2016 beëindigd en zijn ondernemingsnummer geschrapt. Ook Deltamedia werd voorheen opgenomen in dit observatorium. Het bedeelde tot april 2016 pers voor de groep Mediahuis.

Figuur 38. Evolutie van de volumes in het segment van de persdistributie aan abonnees (miljoen eenheden)



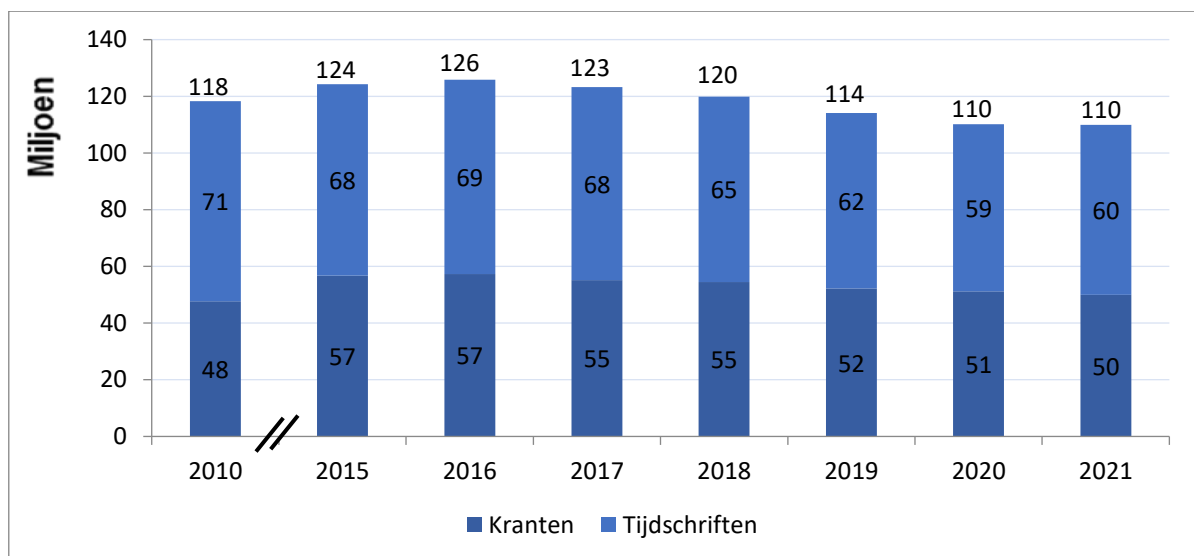
Bron: BIPT

4.4.2. Inkomsten

115. Aan de inkomstzijde zien we dat de neergaande fase zich pas vanaf 2014 heeft ingezet. Anno 2021 bleven de inkomsten echter op quasi hetzelfde niveau als in 2020 (-0,2%). Dit is een verschil met het recente verleden, toen respectievelijk -3,4% en -4,8% voor 2020 en 2019 werden opgetekend. Niettemin loopt de inkomstendaling al op tot -17% in vergelijking met 2013. Anno 2021 is er een lichte stijging van de inkomsten bij de tijdschriften (1,8%) te merken versus een lichte daling bij de kranten (-2,4%).
116. 54,6% van de inkomsten zijn toe te schrijven aan de bedeling van tijdschriften, tegenover 45,4% aan de bedeling van kranten. Anno 2010 bedroeg deze verhouding nog 59,7% versus 40,3%.
117. Er moet worden opgemerkt dat de compensatie die door de overheid wordt betaald aan bpost, voor het verrichten van de DAEB inzake persdistributie aan de abonnees, niet vervat zit in de beschouwde inkomsten.⁴⁰

⁴⁰ Volgens de federale begroting bedroeg de geraamde betaling aangaande de persconcessie in totaal 176 miljoen euro in 2021.

Figuur 39. Evolutie van de inkomsten in het segment van de persdistributie aan abonnees (miljoen EUR)



Bron: BIPT

118. Voor de volledigheid vermelden we dat AMP deel uitmaakt van bpost.⁴¹ AMP levert echter niet aan huis maar in de (kranten)winkel. Daarnaast voorziet het ook in de distributie van pers voor losse-nummerverkoop in de winkel. De inkomsten en het volume van dit bedrijf zijn niet opgenomen in de bovenstaande overzichten, die specifiek betrekking hebben op de bedeling aan huis.

⁴¹ Het Mededingingscollege van de Belgische Mededingingsautoriteit heeft in 2016 onder bepaalde voorwaarden de overname door bpost van AMP en LS Distribution Benelux goedgekeurd (<https://www.bma-abc.be/nl/beslissingen/16-cc-32-bpost-amp-ls-distribution>).

5. Investerings en tewerkstelling in postactiviteiten

5.1. Investerings in de postsector

119. In 2021 werd voor in totaal aan 217 miljoen euro geïnvesteerd⁴² in de postsector door de operatoren uit onze steekproef. Het gaat hierbij om een stijging van 21,6% ten opzichte van 2020, dit is bovendien bovenop de stijging van 45,5% die in 2020 werd vastgesteld. Figuur 40 geeft weer dat algemeen genomen de investeringen in de postale sector duidelijk toenemen overheen het laatste decennium. Vergeleken met 2010 ligt het niveau van investeringen in 2021 zelfs 185,6% oftewel 141 miljoen euro hoger. De mediane waarde van de periode 2010-2021 bedraagt trouwens 96 miljoen euro, of 121 miljoen euro minder dan de waarde van de investeringen in 2021. Het gaat dus om een historisch hoog cijfer dat uiteraard te wijten is aan de bloei van het segment van pakketten en expreszendingen. Operatoren zijn immers nog steeds hun capaciteit aangaande de sortering en distributie van pakketten aan het uitbreiden.⁴³ Van de investeringen anno 2021 gaat het in 88,4% om materiële vaste activa, versus 11,6% in immateriële vaste activa.

⁴² Het gaat hier om uitbreidingsinvesteringen binnen België. De tijdreeks werd anno 2019 tevens herzien daar in het verleden soms ook investeringen in het buitenland werden meegedeeld.

⁴³ Enkele voorbeelden :

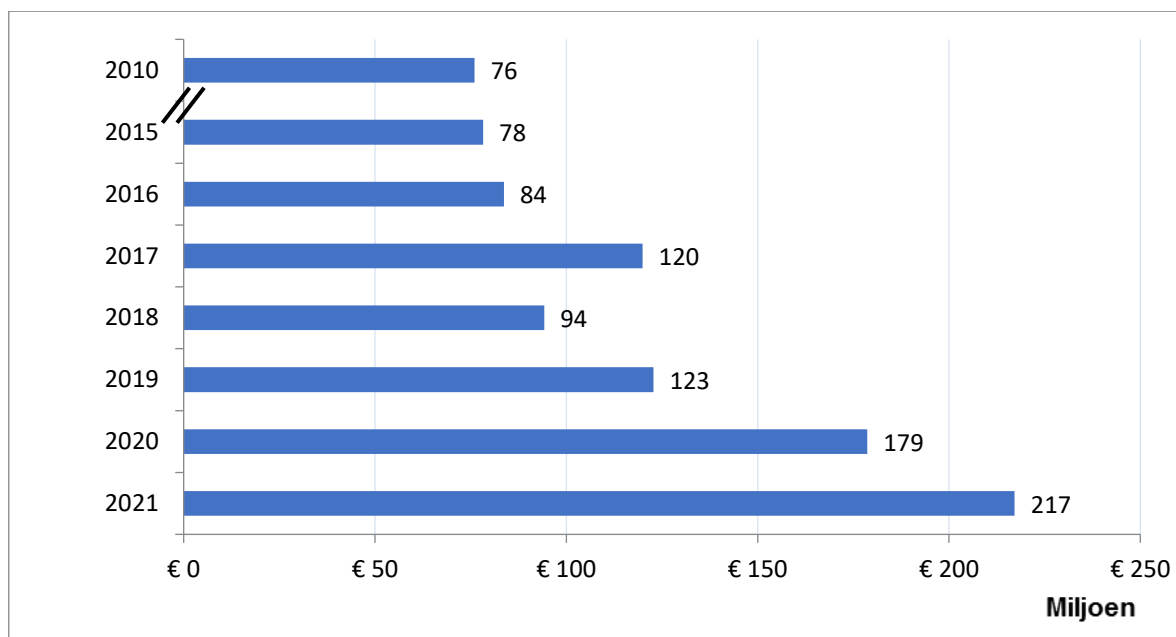
13 juli 2018 "PostNL bouwt twee eerste sorteercentra in België": <https://www.transportmedia.be/postnl-opent-twee-eerste-sorteercentra-in-belgie/>

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

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

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

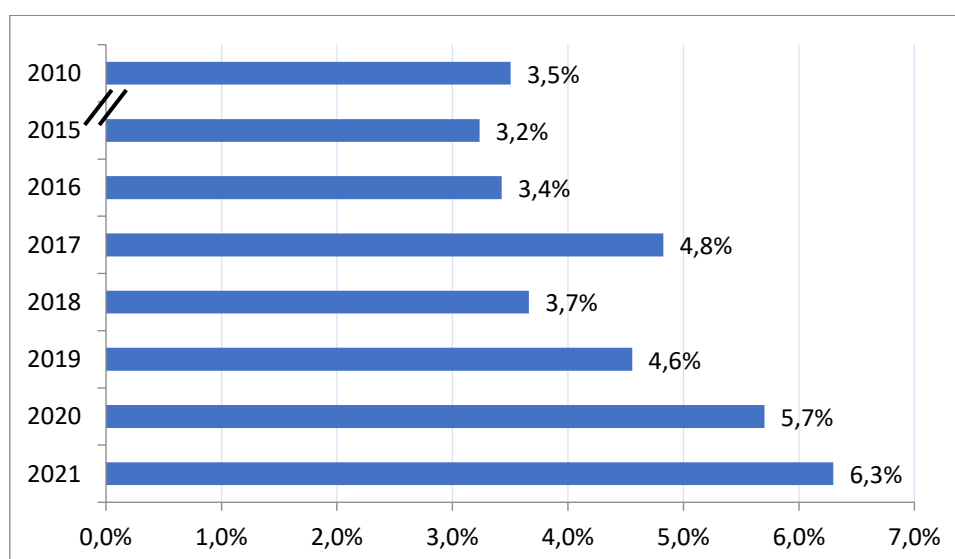
Figuur 40. Investerings in de postsector (miljoen EUR)



Bron: BIPT

120. De uitgevoerde investeringen in de postsector bedroegen anno 2021 6,3% van de gerealiseerde omzet. Dit is, ondanks de recordomzet (zie ook sectie 4.1.1) die werd behaald in 2021 en waartegen het niveau van de investeringen wordt afgezet, eveneens een absoluut record. De verhouding investeringen versus omzet ligt daardoor ongeveer anderhalve procentpunt hoger dan de waardes die nog anno 2017 (4,8%) en 2019 (4,6%) werden genoteerd.

Figuur 41. Investerings ten overstaan van omzet in de postsector (%)



Bron: BIPT

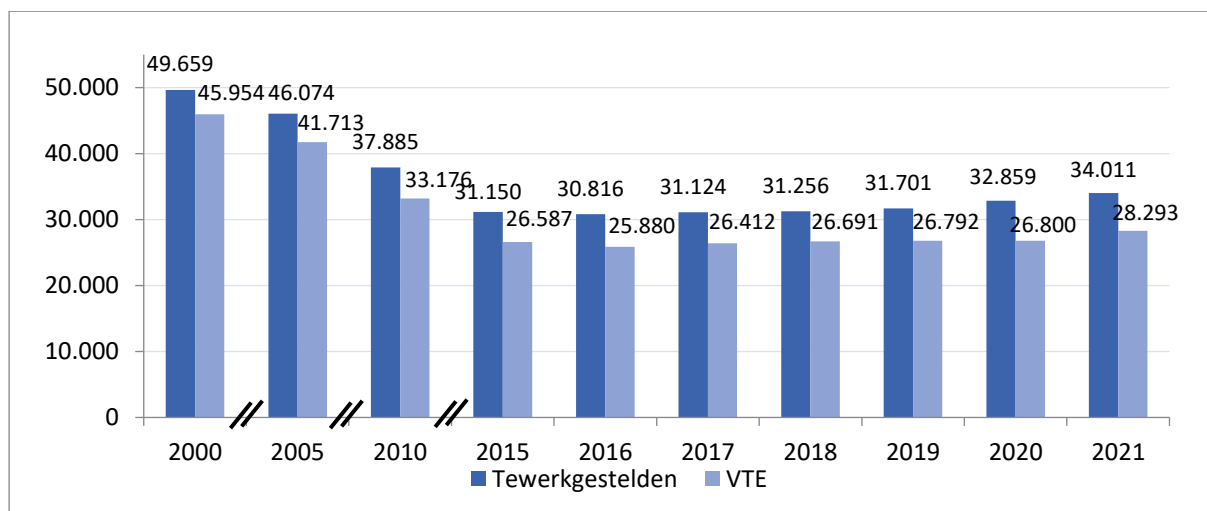
5.2. Tewerkstelling in de postsector

121. Op 30 juni⁴⁴ 2021 telde de sector van de postale activiteiten niet minder dan 34.011 loontrekkenden in termen van rechtstreekse tewerkstelling. Dit vertegenwoordigt een stijging met 3,5% ten opzichte van het jaar 2020, hetgeen de 2^{de} grootste jaarlijkse stijging vormt die sedert het jaar 2000 in de postsector is opgetekend. Over een langere termijn bekeken nemen we daarentegen al sedert enkele jaren een trendbreuk waar. Terwijl de sector in de jaren 2000 een vermindering van het personeelsbestand op het niveau van de werknemers beleefde, zien we, met name dankzij het toenemende aandeel pakjes en snelpostzendingen in de volumes van de zendingen, een lichte stijging in tewerkstelling sedert 2017. Inmiddels zelfs 10,4% meer loontrekkenden in deze sector ten opzicht van het dieptepunt in 2016. Het huidige niveau ligt echter ruim onder de niveaus van de jaren 2000. Zo is er tussen 2010 en 2021 nog steeds een verschil in tewerkstelling in de postsector (-10,2%). Dat verschil is nog groter tussen 2000 en 2021 (ongeveer -31,5%).
122. Wat de voltijdequivalenten (vte's)⁴⁵ betreft, is de stijging anno 2021 nog sterker (+5,6%). Ook hier is er een groot verschil tussen 2021 en de jaren 2010 en 2000, respectievelijk -14,7% en -38,4%. In 2021 werken iets meer dan 9 op 10 werknemers in de postsector voltijds. In de postale sector blijft bpost nog altijd de grootste werkgever, met iets minder dan 4 van de 5 werknemers.
123. Naast de eigen "vaste" werknemers zijn er ook nog tijdelijke werknemers en komt onderaanneming /zelfstandige tewerkstelling ook in ruime mate voor in de postale sector. Zo lag, bekeken op basis van onze enquête, het aantal tijdelijke werknemers op 30 juni 2021, op een totaal van circa 3.150 personen, flink meer dan een jaar eerder (+75%). Weliswaar zagen we bij deze categorie anno 2021 een beperkter eindejaarseffect, waarbij op 31 december 2021 het aantal tijdelijke werknemers steeg tot circa 3.700. Bij de zelfstandige tewerkstelling in onderaanneming wezen de antwoorden op onze enquête op 6.900 personen, een toename van ongeveer 5%. Rekening houdend hiermee zorgt de postale sector dus voor nog meer tewerkstelling, zijnde op indirecte wijze, dan wordt weergegeven via figuur 42.

⁴⁴ Wij bestuderen systematisch de situatie op 30 juni van het jaar in kwestie, d.i. op het einde van het tweede kwartaal. De werkgelegenheid is dan typisch minder seizoengevoelig.

⁴⁵ Om het effectief verrichte werk zo correct mogelijk weer te geven, gaat het hier om voltijdequivalenten, buiten gelijkgestelde dagen. Gelijkgestelde dagen zijn periodes zoals onvrijwillige werkloosheid, arbeidsongeschiktheid, moederschapsverlof en vervroegd pensioen, waarin niet gewerkt is, maar die toch worden meegeteld voor de pensioenloopbaan.

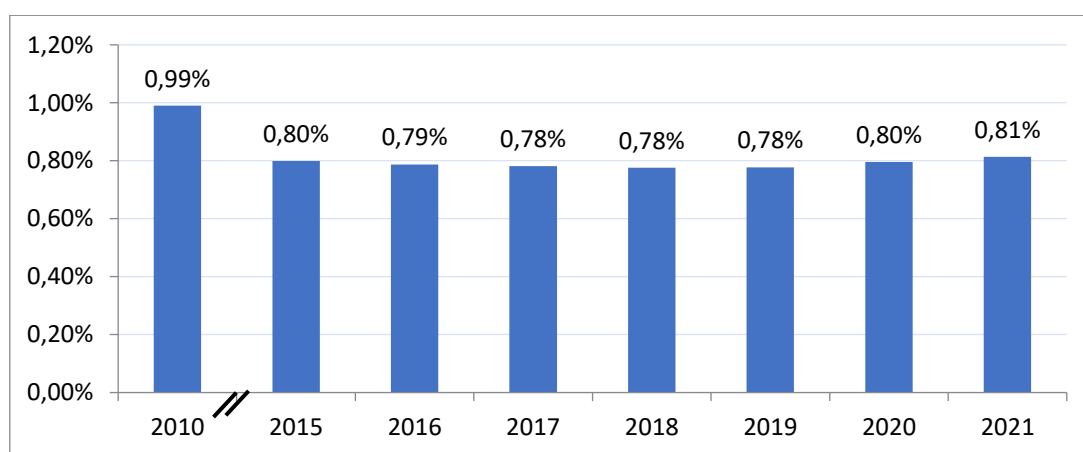
Figuur 42. Loontrekkende tewerkstelling in de postsector (N, vte)



Bron : RSZ

124. Wanneer rekening wordt gehouden met de tewerkstelling in alle sectoren en de evolutie ervan, dan stelt men vast dat het aandeel van de werknemers die in de postsector werken 0,81% bedraagt in 2021. In vergelijking met 2010 gaat het om een vermindering van bij de 0,2 procentpunten. De recente stijgingen in het aantal werknemers (waarvan de grootste in 2020 (+3,7%) en 2021 (+3,5%)) die toe te schrijven zijn aan de enorme groei van de snelpostzendingen en pakjes (zie punt 4.3), hebben echter dat percentage van 0,78% (tussen 2017 en 2019) doen omhooggaan naar dat wat we nu in 2021 kennen.

Figuur 43. Aandeel van de postsector in de totale tewerkstelling (%)



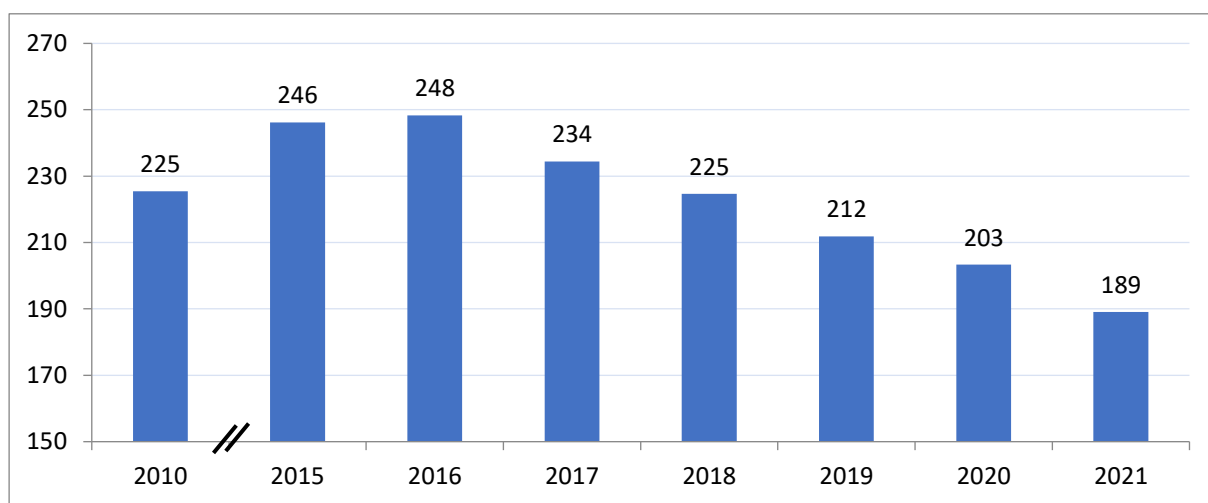
Bron : RSZ⁴⁶

125. De volgende figuur geeft het gemiddelde aantal postale items weer (pakjes, expresdiensten, brieven of persdistributie aan de abonnees) per voltijdequivalent. Na een stijging tussen 2010

⁴⁶ De gedecentraliseerde RSZ-data met betrekking tot de totale tewerkstelling zijn allesomvattend, en bevatten in dit geval ook gegevens komende van (het voormalige) RSZPPO en HVKS. De totale tewerkstelling wordt bekeken in termen van arbeidsplaatsen.

en 2011 van 225 naar 243 eenheden, bleef dat cijfer wat steken tussen 2011 en 2016 (tussen 243 en 249 eenheden per vte) voordat het sterk daalde vanaf 2017. In 2021 bedraagt dat cijfer 189 eenheden per voltijdequivalent. Het gaat om een negatief verschil van 36 eenheden ten opzichte van 2010 en van 60 ten opzichte van 2014 (jaar met het hoogste cijfer). De verklaring van dat cijfer ligt met name in de terugval van het volume van de brievenpost en de stijging van het volume van de pakjes en snelpostzendingen. De verrichtingen (verwerking en levering) voor die laatste twee vergen immers meer behandeling per geleverde eenheid.

Figuur 44. Gemiddeld aantal postale items per kalenderdag per vte in de postale sector (N)



Bron: RSZ en BIPT

6. Toegang tot de postdiensten

126. Naast een goede dertig sorteercentra en ongeveer tienmaal zoveel distributiecentra, hebben de postale operatoren in België ook een ruim netwerk aan toegangspunten voor de gebruikers. Allereerst geven we een sectoraal overzicht van deze toegangspunten, alvorens in te zoomen op het netwerk van de universeledienstverlener.

6.1. Sectoraal overzicht

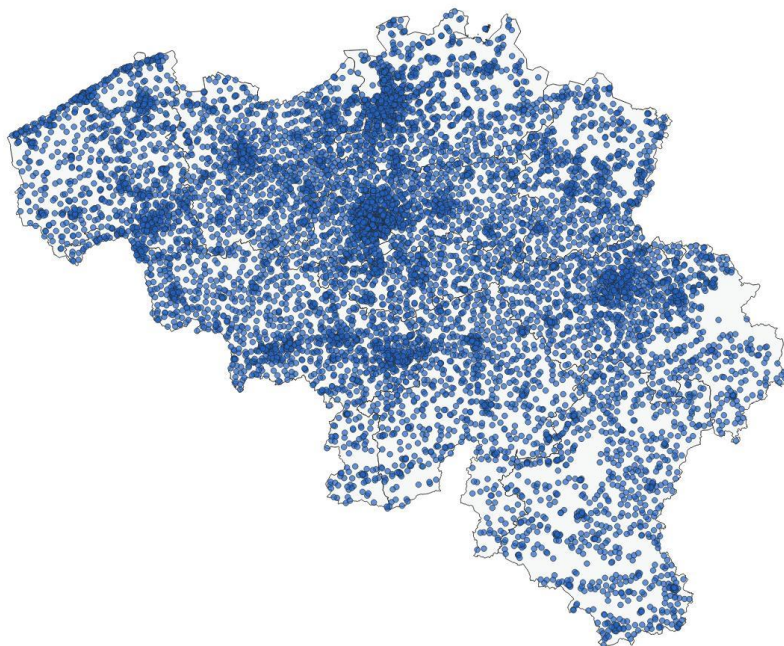
6.1.1. Brievenbussen voor verzending

127. Brievenbussen voor verzending werden in België tot voor kort door zowel de universeledienstverlener bpost als licentiehouders Mosaïc (bekend onder de handelsnaam TBC-Post) beschikbaar gesteld aan de gebruikers. Echter staakte Mosaïc eind 2019 zijn activiteiten⁴⁷, zodat op onze momentopname van 31 december 2021 enkel nog de rode bussen⁴⁸ van bpost zichtbaar zijn. Aangezien ook bpost het aantal rode brievenbussen fors liet dalen anno 2019 (zie ook sectie 6.2.1), telde ons land eind 2021 nog slechts 9.881 brievenbussen voor verzending. Drie jaar eerder bedroeg dit aantal nog 12.597 stuks (zijnde van oftewel bpost of Mosaïc/TBC-Post) in totaal. Eind 2021 is er gemiddeld nog één brievenbus per 3 km² of per 1.171 inwoners.

⁴⁷ L’Echo 14 December 2019: “TBC Post, le seul rival de bpost dans l’activité de courrier, dépose le bilan”.

⁴⁸ Sinds eind 2016 is bpost begonnen met de uitrol van nieuwe en beter beveiligde brievenbussen, welke een witte kleur hebben en voorzien zijn van een rood logo:
<https://www.tijd.be/ondernemen/diensten/bpost-zet-slot-op-2-500-rode-postbussen/9823665.html>

Figuur 45. Dichtheid van het netwerk van brievenbussen (van bpost) voor verzending (2021)



Bron: BIPT

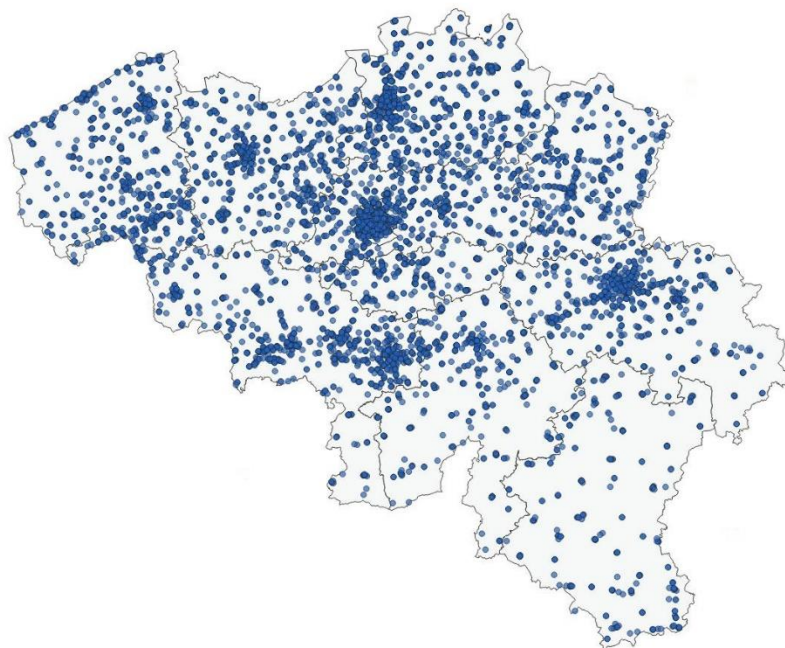
6.1.2. Bemandede punten

128. Het belang van bemandede punten is het laatste decennium, sinds de 'e-commerce boom', flink toegenomen. Operatoren voelen zich immers genoodzaakt een netwerk van punten aan te bieden zodat postale gebruikers een pakket enerzijds kunnen afhalen en anderzijds kunnen binnenbrengen voor verzending of retour. Bemandede punten, meestal reeds bestaande winkels, hebben bovendien als voordeel dat ze snel ingeschakeld kunnen worden en een lage investeringskost ter opstart vergen (in tegenstelling tot bijvoorbeeld de pakketautomaten onder sectie 6.1.3). Het hebben van een ruim netwerk aan bemandede punten is dus niet langer beperkt tot de universeledienstverlener. In totaal hadden alle operatoren, eind 2021, samen 7.455 bemandede punten. Daarmee zien we dat de er duidelijk opnieuw aangesloten wordt bij de trend van het toenemend aantal bemandede punten, met een groei van 627 postale punten (of 9,1%) ten opzichte van een jaar eerder. Anno 2020 werd de stijgende trend even onderbroken, onder andere door het feit dat Mosaïc/TBC-Post zijn activiteiten staakte.
129. Dit geeft voor 2021 in totaal gemiddeld één bemand punt per 4,1 km² of per 1.552 inwoners. Figuur 46 toont aan dat deze punten met name te vinden zijn in centrumsteden en dichter bevolkte gebieden. De correlatie (samenhang) tussen bevolkingsdichtheid en aantal punten per gemeente is hier ook het grootst (0,22) van alle postale punten.⁴⁹ Hierbij dienen we weliswaar op te merken dat dezelfde locaties meermaals kunnen voorkomen. Het kan immers voorkomen dat bepaalde bemandede punten, zoals krantenwinkels of benzinstations, voor meer

⁴⁹ De correlatie tussen het aantal bemandede punten en het aandeel inwoners tussen de 18 en de 49 jaar is zelfs nog wat groter (0,27).

dan één operator werken.⁵⁰ Daarenboven stelt bijvoorbeeld bpost zijn netwerk van bemande punten ook open aan DHL Parcel.⁵¹

Figuur 46. Dichtheid van het netwerk van bemande punten (2021)



Bron: BIPT

6.1.3. Pakketautomaten

130. Een trend die het afgelopen decennium de kop op stak zijn de pakketautomaten.⁵² Deze automaten, uitgerust met een aantal beveiligde kastjes, zijn doorgaans geïnstalleerd op drukke locaties en kunnen veelal 24/7 worden gebruikt voor de verzending en/of ontvangst van pakketten.
131. In België startte bpost in 2014 met de uitbouw van een netwerk van pakketautomaten, en dit zowel voor verzending als ontvangst van pakketten.⁵³ Twee jaar later nam bpost een meerderheidsbelang in De Buren, een Nederlands netwerk van pakketautomaten. Nadien werden de Belgische bpost-automaten, net als diegene in het buitenland, omgedoopt tot 'Cubee'. Cubee werd bovendien een open netwerk, waar ook andere operatoren gebruik van kunnen maken, zoals bijvoorbeeld GLS en DHL Parcel. Bpost stelde als doelstelling om het Belgische netwerk snel uit te breiden tot 450 "parcel lockers" tegen eind 2018.⁵⁴ Eind 2019

⁵⁰ In bijna 3 op 10 gevallen zien we inderdaad dat straatnaam en huisnummer van een bemand punt meermaals voorkomen in de database.

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

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

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

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

telde het echter 186 locaties met automaten. Deze werden op dat moment niet langer Cubee genoemd, maar simpelweg 'bpost pakjesautomaat'.

132. Anno 2020 had bpost het aantal locaties met pakketautomaten reeds fors uitgebreid, tot 375 in totaal. Deze groei verklaart zich onder andere dankzij het project Ecozone in Mechelen⁵⁵, waar 51 locaties met pakketautomaten te vinden zijn. Het gaat hierbij typisch om verplaatsbare pakketautomaten met een beperkter aantal vakken, zonder elektriciteit en verankering. In juli 2021 kondigden bpost en de stad Leuven trouwens aan dat Leuven een tweede Vlaamse Ecozone zal worden, waarin kranten, brieven en pakjes CO₂-vrij worden bezorgd tegen eind 2021.⁵⁶ Ook in Bergen is er inmiddels een -eerste Waalse- Ecozone gekomen.⁵⁷
133. Naast bpost beschikt ook DHL Express sinds 2020 opnieuw over pakketautomaten, zij het enkel voor het verzenden van pakketten. Ook Budbee, een van origine Zweedse operator die werd opgericht in 2016, kwam in 2021 naar de Belgische markt⁵⁸. Zij zijn volop hun netwerk aan het uitbouwen en zullen dan ook weldra aan www.postaalpunt.be en vervolgens onderstaande kaart worden toegevoegd. Daarnaast, en buiten de scope van dit observatorium, zijn er tevens ook operator-onafhankelijke initiatieven zoals BringMe⁵⁹, Facility Lockers⁶⁰ en ParcelHome⁶¹, die ervoor zorgen dat men thuis of op het werk een pakje in een pakketautomaat kan laten leveren.⁶²
134. Eind 2021 bedroeg het totale aantal pakketautomaten -van bpost en DHL Express- in België 548 stuks, oftewel 171 meer dan een jaar eerder en zelfs 362 meer dan twee jaar voordien. Gemiddeld gezien komt dit totaal neer op één locatie met pakketautomaat per 55,7 km² of per 21.111 inwoners. Ter vergelijking, twee jaar eerder was dit nog slechts één locatie per 164,1 km² of per 61.361 inwoners. Figuur 45 toont dat pakketautomaten nog steeds voornamelijk te vinden zijn in centrumsteden en dichter bevolkte gebieden.

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

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

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

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

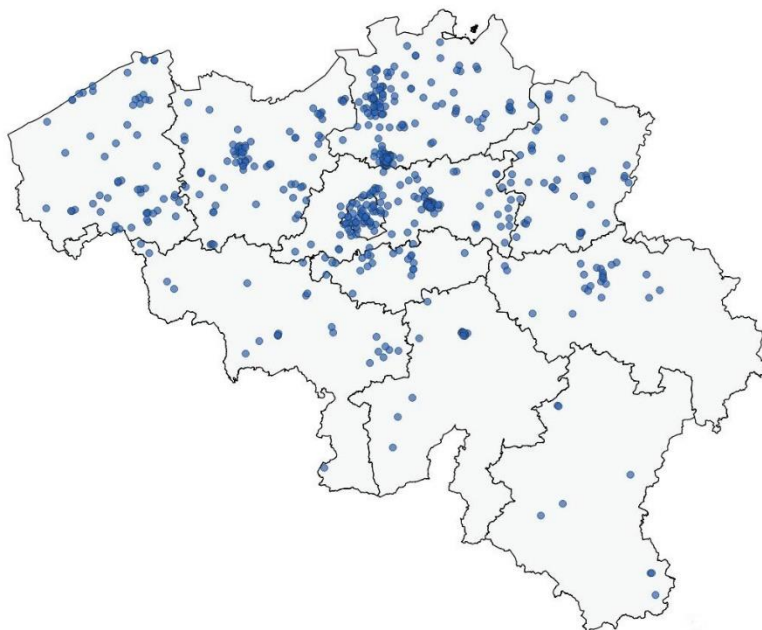
⁵⁹ <https://www.bringme.com>

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

⁶¹ <https://www.parcelhome.com>

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

Figuur 47. Dichtheid van het netwerk van pakketautomaten (bpost) (2021)



Bron: BIPT

6.2. Aanbieder van de universele postdienst (AUPD)

6.2.1. Toegangspunten tot de postdiensten

135. We nemen in deze sectie het netwerk aan brievenbussen, postkantoren en postwinkels van de universeledienstaanbieder bpost onder de loep.
136. Het voornaamste verschil tussen postkantoren en postwinkels⁶³ ligt in het feit dat de eerstgenoemde door een postoperator zelf worden beheerd, terwijl de laatstgenoemde geëxploiteerd worden door derden voor rekening van een postoperator.
137. Zowel de postwet als het 6e beheerscontract⁶⁴ stellen vereisten in verband met het netwerk van de universeledienstaanbieder. Artikel 16, § 1, 1°, van de wet van 26 januari 2018 betreffende de postdiensten, stelt dat in elke gemeente van het Rijk, met inbegrip van de gefuseerde gemeenten die op 31 december 1971 een afzonderlijke bestuurlijke eenheid vormden, zich ten minste één toegangspunt dient te bevinden voor het deponeren van postzendingen. Het 6e beheerscontract gaat via artikel 10 verder en stelt onder andere dat er minimaal 1.300 postale-servicepunten, met minstens een basisassortiment, dienen te zijn

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

⁶⁴ Dit is een dienst van algemeen economisch belang, die deel uitmaakt van het 6e beheerscontract en waarvoor bpost een jaarlijkse vergoeding ontvangt. Volgens de federale begroting bedroeg de geraamde betaling aangaande het 6e beheerscontract in totaal 108 miljoen euro in 2021.

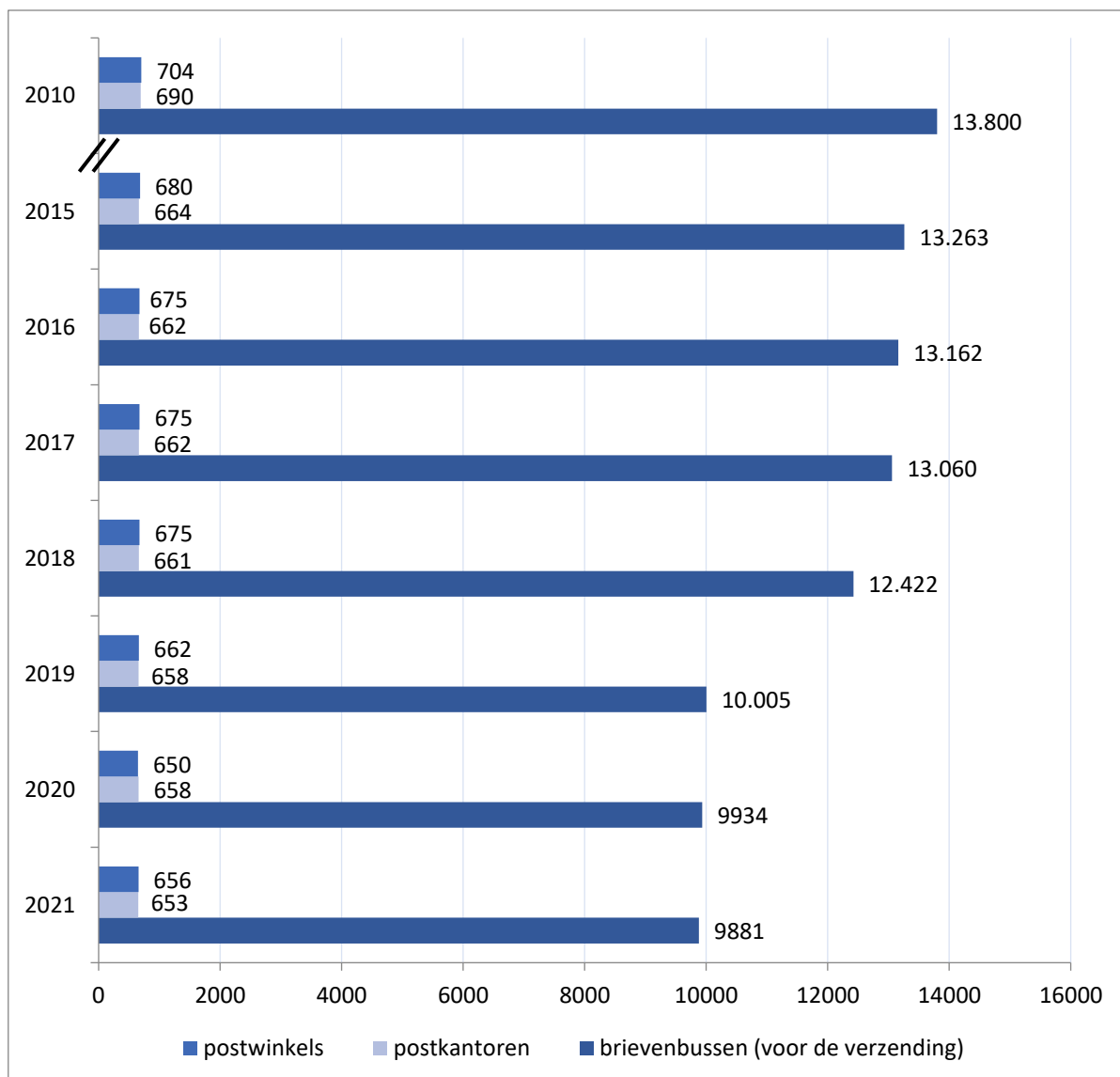
Ter info, het 6^{de} beheerscontract werd met één jaar verlengd tot eind 2021:

<https://news.belgium.be/nl/vergoeding-aan-bpost-het-kader-van-de-verlenging-van-het-zesde-beheerscontract>

tijdens de looptijd van het contract. Tevens dient bpost een minimum van 650 postkantoren te garanderen, minimaal één in elk van de 589 gemeenten⁶⁵.

138. Anno 2021 kende het aantal toegangspunten van de universeledienstverlener veelal slechts een beperkte daling⁶⁶.

Figuur 48. Aantal toegangspunten in het kader van de universeledienstverlening⁶⁷



Bron: BIPT

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

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

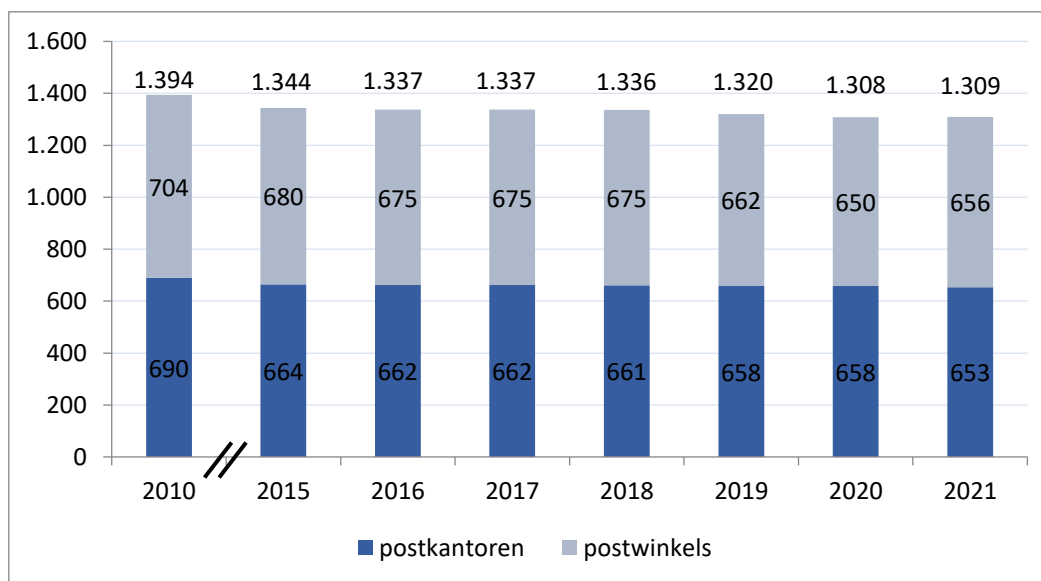
https://www.gva.be/cnt/dmf20190122_04122825/bpost-haalt-3-000-rode-postbussen-uit-het-sstraatbeeld

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

6.2.2. Postale service-punten

139. Eind 2021 verstreekte de aanbieder van de universele postdienst (AUPD) postdiensten via 1.309 servicepunten (postkantoren of postwinkels) die gespreid zijn over het gehele Belgische grondgebied. Dit is 1 punt meer dan in 2020, het nettoresultaat van 5 postkantoren die verdwenen en 6 postwinkels die werden geopend. Ten opzichte van 2010 is er echter sprake van een duidelijke terugval met 85 servicepunten, waarvan 37 postkantoren en 48 postwinkels. Maar met 1.309 postale-servicepunten en meer specifiek 653 postkantoren zit bpost nog steeds boven de eerder aangehaalde vereisten.

Figuur 49. Aantal postale-servicepunten (enkel AUPD)

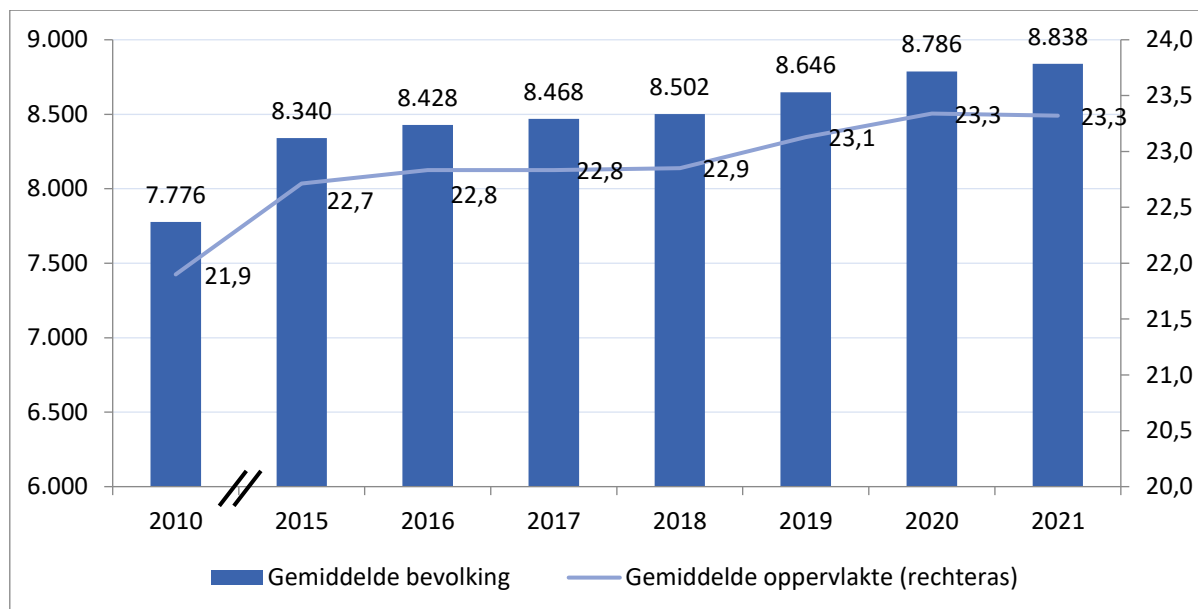


Bron: BIPT

140. Door een stijging van de bevolking dient echter een veelal inkrimpend aantal postale-servicepunten logischerwijze steeds meer personen te bedienen; gemiddeld genomen was er anno 2021 één postale-servicepunt per 8.838 inwoners. Gemiddeld gezien moet elk postale-servicepunt nu 13,7% meer inwoners bedienen dan in 2010 het geval was. Een postale-servicepunt is gemiddeld verantwoordelijk voor de bediening van een gebied van 23,3 km². Bekeken vanuit Europees perspectief⁶⁸ zit België in de achterhoede van het Europese peloton aangaande het aantal postale-servicepunten per capita van de universeledienstverlener.

⁶⁸ ERGP Report on core indicators for monitoring the European postal market, 28 January 2022

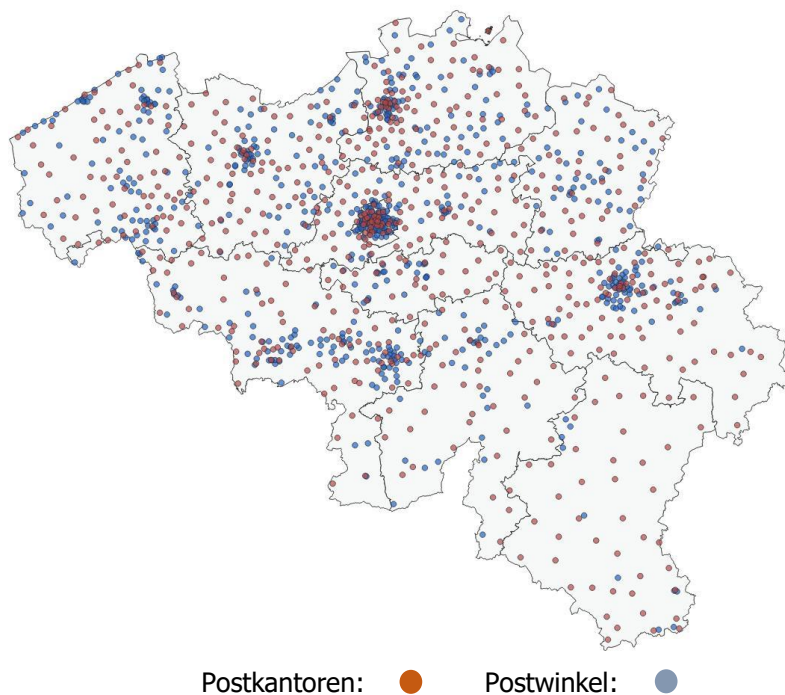
Figuur 50. Gemiddelde bevolking (N) en gemiddelde oppervlakte (km²) bediend per postale-servicepunt (enkel AUPD)



Bron: BIPT

141. De geografische spreiding van postkantoren en postpunten wordt in detail weergegeven in figuur 51.
142. Alhoewel beide typen bemane punten ongeveer dezelfde aantallen kennen, is de spreiding ervan héél anders. Meer dan 60% van de postkantoren bevindt zich in semi-stedelijk of landelijk gebied; bij de postpunten daarentegen bevindt bijna 70% zich in zuiver stedelijk gebied. Het belang van postkantoren, en de verplichting van minimaal één kantoor per gemeente, in het kader van sociale cohesie, wordt daardoor duidelijk. Zeker in dunbevolkte regio's zoals de provincie Luxemburg is dat het geval.

Figuur 51. Verdeling postale-servicepunten anno 2021 (enkel AUPD)



Bron: BIPT

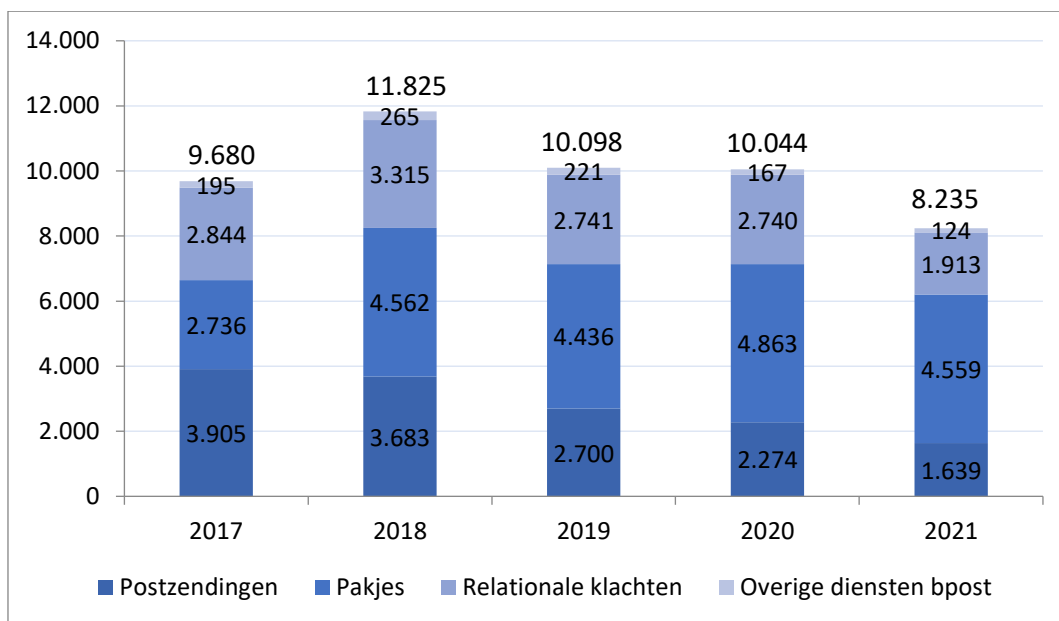
7. Dienstkwaliteit & ecologische impact

7.1. Tevredenheid van de gebruikers van postdiensten

143. In 2021 werden 8.321 vragen tot bemiddeling ingediend, een daling van 9 %.⁶⁹ Het gaat hierbij om de ontvankelijke en niet-ontvankelijke dossiers die één of meerdere klachten kunnen bevatten.
144. Van de ingediende ontvankelijke klachten (8.235) hield nog 19,9% verband met een 'postzending', waarmee de ombudsdienst brieven (gewone en aangetekende), facturen, tijdschriften en dagbladen aanduidt.
145. De toename in e-commerce-activiteiten maakt dat inmiddels meer dan de helft (55,4%) van de klachten gelinkt was aan de verzending van pakketten, zijnde een stijging van 7 procentpunten ten opzichte van 2020 en zelfs 27,1 procentpunten ten overstaande van 2017. Opvallend in 2020 was de stijging van het aantal klachten, gelinkt aan de nieuwe Europese BTW-regelgeving voor invoer van goederen in de EU.
146. 23,2% van de klachten waren daarentegen toe te schrijven aan de relatie tussen operator en klant. Elke ontvankelijke klacht is een uiting van ontevredenheid over de afhandeling van een klacht door het bedrijf. Bij de relationele klachten noteert de ombudsdienst expliciete of herhaalde meldingen van deze ontevredenheid over het verkregen antwoord of de voorgestelde oplossing van de operator in kwestie, de houding van medewerkers, enzovoort.
147. De resterende klachten (1,5%) hebben betrekking op overige diensten van bpost (vooral ongeadresseerd drukwerk en financiële post) die onder de bevoegdheid van de Ombudsdienst voor de postsector vallen.

⁶⁹ Zie Jaarverslag ombudsdienst voor de postsector 2021.

Figuur 52. Aantal ontvankelijke klachten ingediend bij de Ombudsdienst per onderwerp (2017-2021)



Bron: OMPS

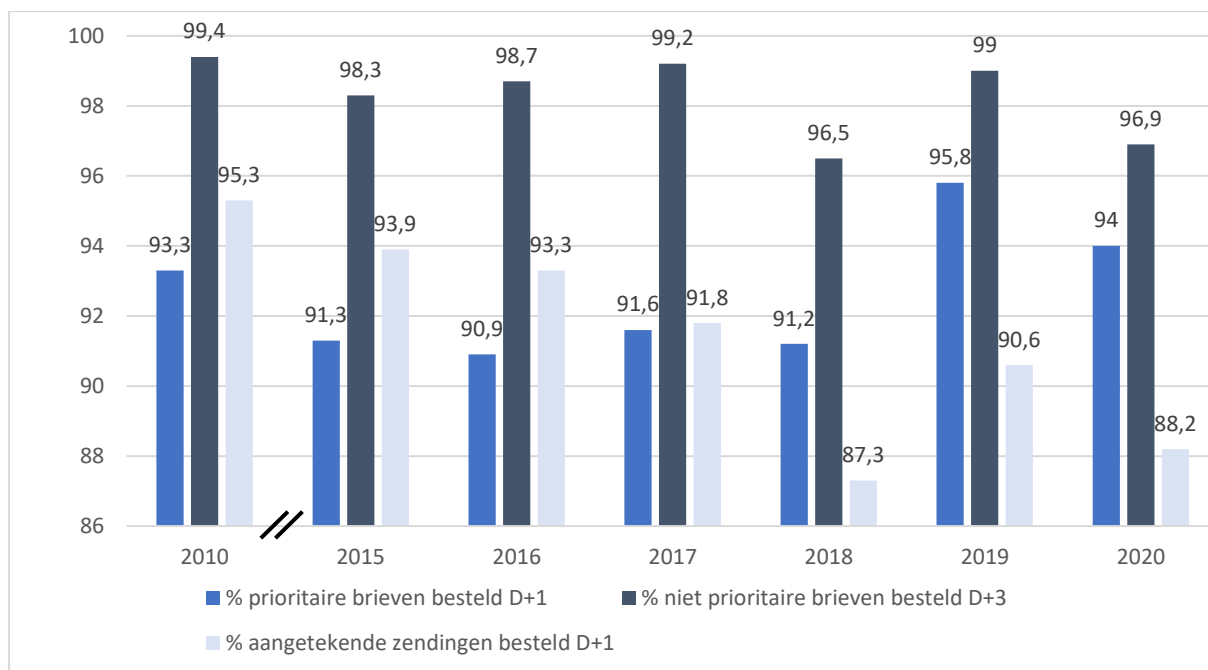
7.2. Verzendingstermijnen van brievenpost

148. De kwaliteit van de binnenlandse prioritaire stukpostbriefwisseling (D+1)⁷⁰ in 2020 bedroeg 94%. Dat was het tweede beste resultaat van de afgelopen elf jaren. Hiermee is bpost de verplichting nagekomen, die is opgelegd door artikel 34, 2°, a), van het KB van 11 januari 2006 tot toepassing van titel IV, om ten minste 93% van de binnenlandse prioritaire stukpostbriefwisseling te verzenden binnen een termijn van (D+1). De finale cijfers voor 2021 zullen helaas pas beschikbaar zijn na het verschijnen van dit observatorium.
149. De kwaliteit van de binnenlandse niet-prioritaire stukpostbriefwisseling (D+3)⁷¹ in 2020 bedroeg 96,9%. Sinds 1 januari 2019 werd er een nieuwe differentiëring doorgevoerd door bpost: (i) prioritaire stukpostbriefwisseling (D+1) en (ii) niet-prioritaire stukpostbriefwisseling (D+3). Volgens bpost bedroegen de relatieve aandelen in volume voor prioritaire stukpostbriefwisseling (D+1) en niet-prioritaire stukpostbriefwisseling (D+3) in het jaar 2019 respectievelijk 15 % en 85 %. Het goede resultaat sinds 2019 voor de binnenlandse prioritaire stukpostbriefwisseling (D+1) ligt dan ook deels aan de voorkeur van de consument voor de dienstverlening van niet-prioritaire stukpostbriefwisseling (D+3) waardoor de prioritaire stukpostbriefwisseling (D+1) vanaf 1 januari 2019 significant minder volume vertegenwoordigt dan ervoor.

⁷⁰ Levering op de volgende werkdag (Dag+1)

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

Figuur 53. Percentage Prior-brieven en aangetekende zendingen afgegeven op D+1 en D+3 (enkel AUPD)



Bron: BIPT

7.3. Ecologische impact

150. Ook op de postale sector komt er steeds meer druk om de ecologische impact te beperken. Een aantal operatoren maakt er zelfs zijn 'unique selling proposition' van, denken we bijvoorbeeld maar aan ecologische stadsleveringen. In 2022 lanceerden Citydepot en Universiteit Antwerpen⁷² bijvoorbeeld hun CO₂-calculator. Deze tool laat toe om via een geijkte wetenschappelijke meetmethode de totale CO₂-uitstoot te berekenen op het niveau van zendingen (met door de klant zelf gekozen locaties van verzending en bestemming) én te vergelijken tussen (omvangrijke) operatoren. Voor deze operatoren werd het gehele netwerk, gaande van sorteer- en distributiecentra tot de vloot aan voertuigen, in kaart gebracht. Zo kan een klant berekenen welke besparing in CO₂ hij realiseert.
151. Het voordeel van een dergelijke aanpak is inderdaad de vergelijkbaarheid, niet enkel over de tijd heen maar ook over operatoren heen. Dit is ook de insteek van de tools die werden ontwikkeld door UPU (OSCAR⁷³) en IPC (EMMS/SMMS). Bij de vragenlijst van het observatorium van dit jaar, werd voor het eerst gepeild naar de duurzaamheid van leveringen in België. Dit werd gedaan door middel van twee vragen, enerzijds aangaande de gemiddelde uitstoot van CO₂ anno 2021 per pakje en anderzijds naar de gemiddelde verbetering van dergelijke uitstoot per pakje ten opzichte van een jaar eerder. Slechts drie operatoren wisten hieromtrent input aan te leveren, waarin emissies worden aangestipt van 152 gram tot 300 gram CO₂ per pakje. De uitstootdaling ten opzichte van een jaar eerder varieerde van -14% tot -39%.

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

⁷³ <https://oscar.post/#/dc>

152. Tijdens de voorbereidende gesprekken wees een operator op een wetgevend hiaat. Zo werd er aangegeven dat de omschakeling naar elektrische voertuigen potentieel een beperking van de laadcapaciteit van bestelwagens met zich meebrengt. Immers, door de zware batterijen zijn elektrische voertuigen veelal zwaarder dan soortgelijke alternatieven op fossiele brandstof. Gegeven het maximale gewicht voor een rijbewijs B op 3,5 ton ligt, laat dit minder marge over aan laadcapaciteit voor pakketten.

Axel Desmedt
Lid van de Raad

Bernardo Herman
Lid van de Raad

Luc Vanfleteren
Lid van de Raad

Michel Van Bellinghen
Voorzitter van de Raad