

**Communication du Conseil de l'IBPT
du 26 octobre 2021
concernant l'observatoire du marché des activités
postales en Belgique pour 2020**

Table des matières

1. Synthèse.....	4
2. L'impact de la pandémie sur le secteur postal.....	6
Portée de l'observatoire et structure du marché postal en Belgique	8
3.....	8
3.1 Structure du marché postal belge	8
3.2 Opérateurs interrogés dans le cadre de l'observatoire.....	8
4. Description du marché belge pour la fourniture de services postaux de 2010 à 2020	13
4.1 Aperçu général du marché postal.....	13
4.1.1 Revenus.....	13
4.1.2 Concentration du marché.....	15
4.1.3 Importance des segments	17
4.2 Focus sur le segment de la poste aux lettres	19
4.2.1 Aperçu général.....	19
4.2.1.1 Volumes.....	19
4.2.1.2 Revenus.....	20
4.2.2 Courrier transactionnel.....	21
4.2.2.1 Volumes.....	22
4.2.2.2 Revenus.....	25
4.2.2.3 Tarifs prior pour les petits utilisateurs du prestataire du service universel	27
4.2.3 Courrier publicitaire adressé.....	32
4.2.3.1 Volumes.....	32
4.2.3.2 Revenus.....	33
4.2.4 Courrier international.....	33
4.2.4.1 Volumes.....	34
4.2.4.2 Revenus.....	35
4.2.4.3 Tarifs pour les petits utilisateurs du prestataire du service universel	35
4.3 Focus sur le segment des colis et des envois express et sur l'e-commerce	37
4.3.1 Volume.....	38
4.3.2 Revenus.....	41
4.3.3 Tarif implicite.....	44
4.3.4 Tarifs pour les petits utilisateurs.....	45
4.4 Focus sur le segment de la distribution de la presse aux abonnés	46
4.4.1 Volume.....	47
4.4.2 Revenus.....	47
5. Investissements et emploi dans les activités postales	48
5.1 Investissements dans le secteur postal.....	48
5.2 Emploi dans le secteur postal.....	50
6. Accès aux services postaux	53
6.1 Aperçu sectoriel.....	53
6.1.1 Boîtes aux lettres pour l'expédition.....	53
6.1.2 Points pourvus en personnel.....	54
6.1.3 Distributeurs automatiques de colis.....	55
6.2 Prestataire du service universel postal (PSUP)	57
6.2.1 Points d'accès aux services postaux	57
6.2.2 Points de service postal.....	58
7. Qualité de service	60
7.1 Satisfaction des utilisateurs de services postaux	60
7.2 Délais d'acheminement des envois de correspondance	61

Liste des figures

Figure 1. Comparaison de l'évolution des volumes par trimestre de 2020 par rapport à 2019 (YoY)	7
Figure 2. Segmentation des activités postales considérées dans le cadre de l'observatoire	8
Figure 3. Les principaux acteurs sur le marché belge pour la fourniture de services postaux (en 2020)	12
Figure 4. Évolution des revenus du secteur postal sur la période 2000-2020 (en millions d'euros)	14
Figure 5. Part de marché sur la base du chiffre d'affaires dans le secteur postal belge en 2020 (%)	15
Figure 6. Concentration horizontale sur la base du chiffre d'affaires au moyen des indices HH et C4	16
Figure 7. Concentration horizontale sur la base des volumes au moyen des indices HH et C4	17
Figure 8. Part des différents segments dans le chiffre d'affaires de l'entière du secteur postal en 2010 par rapport à 2020 (%)	18
Figure 9. Volume de courrier par habitant (N)	19
Figure 10. Volume de la poste aux lettres (%)	20
Figure 11. Revenus du segment de la poste aux lettres (millions €)	21
Figure 12. Évolution des volumes de courrier transactionnel	22
Figure 13. Répartition des volumes de courrier transactionnel (%) (2020)	23
Figure 14. Évolution des volumes d'envois recommandés depuis 2010 (croissance cumulée)	23
Figure 15. Évolution des volumes de courrier administratif depuis 2010 (croissance cumulée)	24
Figure 16. Répartition des volumes de courrier transactionnel entre envois égrenés et envois en nombre (%) (2010, 2019, 2020)	25
Figure 17. Évolution des revenus pour le courrier transactionnel depuis 2010 (croissance cumulée) (%)	26
Figure 18. Répartition des revenus pour le courrier transactionnel (%) (2010, 2019, 2020)	27
Figure 19. Prix du service lettre domestique prior <50g (€)	28
Figure 20. Prix du service lettre domestique standard en Europe (€) (Tarifs affichés de 2021)	29
Figure 21. Prix exprimés en parité de pouvoir d'achat (PPA) du service lettre domestique standard en Europe (€) (Tarifs affichés de 2021)	31
Figure 22. Évolution des volumes de la publicité adressée	32
Figure 23. Évolution des revenus de la publicité (millions €)	33
Figure 24. Évolution des volumes de courrier international	34
Figure 25. Évolution des revenus du courrier international (millions €)	35
Figure 26. Prix du service lettre standard intra-européen en Europe (en valeur nominale) (€) (Tarifs affichés en 2021)	36
Figure 27. Proportion de colis et express en volume et en chiffre d'affaires (2020)	38
Figure 28. Évolution du volume de services express et de colis au total (millions d'unités) et par habitant (en unité) par année	39
Figure 29. Répartition du volume de services express et de colis entre envois domestiques, internationaux sortants et internationaux entrants (2020)	40
Figure 30. Comparaison des volumes trimestriels nationaux, internationaux sortants et internationaux entrants en 2020 avec 2019 (YoY)	41
Figure 31. Évolution du chiffre d'affaires dans le segment des services express et des colis (millions €) et par habitant (€) par an	42
Figure 32. Part de marché sur base du chiffre d'affaires dans le segment des envois express et des colis (2020) (%)	43

Figure 33. Part de marché sur base du volume dans le segment des envois express et des colis (2020) (%).....	44
Figure 34. Prix implicites dans le segment des envois express et des colis (2010-2020)(€)	45
Figure 35. Tarifs pour l'envoi d'un colis national de 2 kg (2021, en euros)	46
Figure 36. Évolution des volumes sur le segment de la distribution de la presse aux abonnés (en millions d'unités)	47
Figure 37. Évolution des revenus sur le segment de la distribution de la presse aux abonnés (en millions d'euros)	48
Figure 38. Investissements dans le secteur postal (en millions d'euros)	49
Figure 39. Investissements par rapport au chiffre d'affaires dans le secteur postal (%)	50
Figure 40. Emploi salarié dans le secteur postal (N, ETP).....	51
Figure 41. Part du secteur postal dans l'emploi total (%)	52
Figure 42. Nombre moyen d'articles postaux par jour calendrier par ETP dans le secteur postal (N)	53
Figure 43. Densité du réseau de boîtes aux lettres (de bpost) pour l'envoi (2020)	54
Figure 44. Densité du réseau de points pourvus en personnel (2020).....	55
Figure 45. Densité du réseau de points pourvus en distributeurs automatiques de colis (bpost) (2020).....	56
Figure 46. Nombre de points d'accès dans le cadre de la prestation du service universel.....	58
Figure 47. Nombre de points de service postal (PSUP uniquement)	59
Figure 48. Population moyenne (N) et superficie moyenne (km ²) desservies par point de service postal (PSUP uniquement).....	59
Figure 49. Répartition des points de service postal en 2020 (PSUP uniquement).....	60
Figure 50. Nombre de plaintes recevables introduites au service de médiation par objet (2017-2020).....	61
Figure 51. Pourcentage de lettres Prior et d'envois recommandés délivrés en J+1 et en J+3 (PSUP uniquement) 62	

1. Synthèse

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

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

Cette édition, qui est entre-temps basée sur une série chronologique allant de 2010 à 2020, reprend les indicateurs publiés dans l'édition précédente. Un changement important par rapport aux éditions précédentes est que les envois en transit ne sont plus pris en compte. Cela concerne les envois internationaux depuis l'étranger qui n'ont pas pour destination finale la Belgique. Les séries chronologiques adoptées à ce sujet sont donc corrigées.

Les tendances qui étaient annoncées les années précédentes sur le marché postal belge s'intensifient (vivement) en 2020. La pandémie a en effet provoqué une accélération des tendances précédemment observées. L'impact de celle-ci est d'une telle ampleur que nous lui avons consacré une section à part entière ici et elle revient en outre dans les diverses parties. La croissance du marché postal s'accélère et monte jusqu'à 16,2 % en 2020, du jamais vu, contre 4,7 % en 2019, pour atteindre plus de 3 milliards (3,13 milliards) d'euros. Ces bonnes performances s'expliquent par la forte croissance du segment des colis et de l'express, qui prend de l'ampleur sur le marché postal en raison des progrès significatifs de l'e-commerce.

Malgré une diminution de la concentration, le marché postal belge reste fortement concentré en 2020. bpost, qui est actif dans tous les segments postaux, possède une part de marché supérieure à 50 %, un chiffre en baisse depuis 2010, lorsque la part de marché de bpost était encore supérieure à 70 %. En termes de chiffre d'affaires, les quatre prestataires principaux (bpost, UPS, DPD et DHL Express) ont une part de marché groupée encore élevée, à 81,6 %. En 2010, cette part de marché s'élevait à 92 %.

Le segment des colis et envois express représentait 62 % du chiffre d'affaires du secteur en 2020, contre 54 % en 2019. En 2010, il ne s'élevait encore qu'à 20 %. Les envois de correspondance, y compris les envois publicitaires adressés, ne représentaient plus que 34 % du chiffre d'affaires total au sein du secteur postal en 2020, contre 74 % en 2010. Le segment de la distribution de la presse aux domiciles des abonnés a généré 4 % des revenus.

Entre 2019 et 2020, le volume d'envois de correspondance par habitant a diminué de 12,4 %, la plus grande baisse enregistrée depuis 2010, et a atteint 107 envois par habitant sur une base annuelle. La baisse du chiffre d'affaires associée représentait 7,1 % en 2020. Le courrier transactionnel en représente

encore la grande majorité (62 % en 2020), suivi par la publicité adressée (28 %) et le courrier international (9 %). Le courrier transactionnel a diminué de 10,3 % en 2020, les envois en nombre représentant la grande majorité de celui-ci, 75 % en 2020 contre 59 % en 2010. Les envois publicitaires adressés suivent la même tendance en termes de volume : important recul de -15,6 %, entraînant également une chute importante du chiffre d'affaires de -17,5 % en 2020 (contre -5,3 % en 2019). Les envois de correspondance internationaux voient de leur côté leurs revenus chuter pour la première fois depuis des années : -8,6 % en 2020, et ce, avec une diminution des volumes de -12,9 %. Le volume d'envois en nombre a diminué de -7,9 %, mais les revenus associés restent quasiment identiques (-0,2 %).

En ce qui concerne le segment des envois express et de colis, le nombre d'envois a fait plus que quadrupler entre 2010 et 2020. En 2020, l'augmentation du volume a atteint pas moins de 44,5 % contre 11,6 % en 2019. Ainsi, le volume est passé à 336 millions d'envois. Par habitant, un colis est désormais envoyé en moyenne tous les 12,5 jours environ. En 2020, 40 % du nombre total des services express et de colis avait trait aux envois nationaux. Dans 27 % des cas, il s'agissait d'envois internationaux sortants. Les 32 % restants étaient des envois internationaux entrants. Entre 2019 et 2020, les revenus dans le segment des colis et des envois express ont augmenté de 34,8 % pour atteindre un total de 1,84 milliard d'euros. bpost possède également la plus grosse part de marché dans ce segment, et ce, tant en termes de chiffre d'affaires (20-30 %) que de volume (35-45 %).

Le volume de presse distribuée a de nouveau diminué de -4,1 % en 2020, et les revenus ont diminué de manière symétrique de -3,4 %. La distribution de la presse aux abonnés représente encore malgré tout un chiffre d'affaires global de 110 millions d'euros en Belgique. La compensation payée par l'État à bpost pour la prestation de la distribution de la presse aux abonnés n'est pas comprise dans les revenus pris en compte.

Par rapport à 2019, le niveau des investissements en 2020 a augmenté de 45,5 %, soit 179 millions d'euros. Il s'agit du montant le plus élevé constaté depuis 2010. De nombreux opérateurs sont en effet en train d'étendre leur capacité concernant le tri et la distribution des colis. Nous observons en parallèle, pour la quatrième année consécutive une augmentation de l'emploi dans le secteur postal, de 3,7 % en 2020 contre 1,4 % en 2019.

2. L'impact de la pandémie sur le secteur postal

La pandémie de Covid-19 a considérablement limité les interactions physiques, ce qui a provoqué dans beaucoup de pays, notamment en Belgique, la fermeture temporaire des magasins non-essentiels physiques¹. Le résultat de cette situation sur le secteur postal est double. D'une part, la pandémie a eu un impact négatif sur le secteur des lettres. Comme nous le verrons dans la section 4.2.3, les envois publicitaires ont particulièrement souffert. En effet, les magasins non-essentiels ont été temporairement fermés par deux fois. De plus, les supermarchés n'étaient initialement plus autorisés à faire des promotions² afin de ne pas encourager davantage le comportement visant à constituer des réserves. Par conséquent, il n'y avait pratiquement plus de publicité.

D'autre part, le mouvement de transformation numérique s'est accéléré et a augmenté l'utilisation en masse de l'e-commerce. Non seulement les gens qui avaient l'habitude de faire des achats en ligne y ont recouru davantage mais davantage de personnes se sont également mises à effectuer des achats en ligne. L'e-commerce a touché de nouveaux cercles de clients. Du côté de l'offre, un plus grand nombre de magasins physiques se sont tournés vers le e-commerce. En Belgique, par exemple, le nombre de boutiques en ligne a augmenté de pas moins de 64,8 % pour atteindre 48 181 en 2020.³ Les achats en ligne s'étendent également à de nouveaux types de produits, avec d'une part des produits de première nécessité (appelés « biens de consommation courante ») et d'autre part des articles de taille ou de poids inhabituels.⁴ Tout cela a poussé McKinsey à déclarer que nous avons avancé d'une décennie en quelques jours dans l'adoption des achats en ligne, soit 10 ans en seulement 8 semaines.⁵

Ces changements marquants sont illustrés pour le marché postal belge dans la figure 1, où le volume de colis et d'envois express et de correspondance de chaque trimestre de 2020 est comparé au volume du trimestre correspondant de 2019. Ainsi, pour le premier trimestre (Q1), nous constatons encore des changements qui s'inscrivent dans les tendances des années précédentes. En effet, le premier confinement a commencé à la fin du Q1, le 18 mars 2020. On constate par exemple que le volume des colis et des envois express a été supérieur de 12,3 % à celui du premier trimestre 2019. Les envois de correspondance ont, quant à eux, enregistré une baisse de 10 %. Au deuxième trimestre (Q2), cependant, nous constatons pleinement l'effet du premier confinement, avec pas moins de 50,9 % de colis et de services express en plus par rapport à l'année précédente et, néanmoins, 15,5 % d'envois de correspondance en moins.

¹ OCDE : E-commerce in the time of COVID-19

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

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

³ <https://www.thehouseofmarketing.be/blog/press-release-e-commerce-barometer-2020>

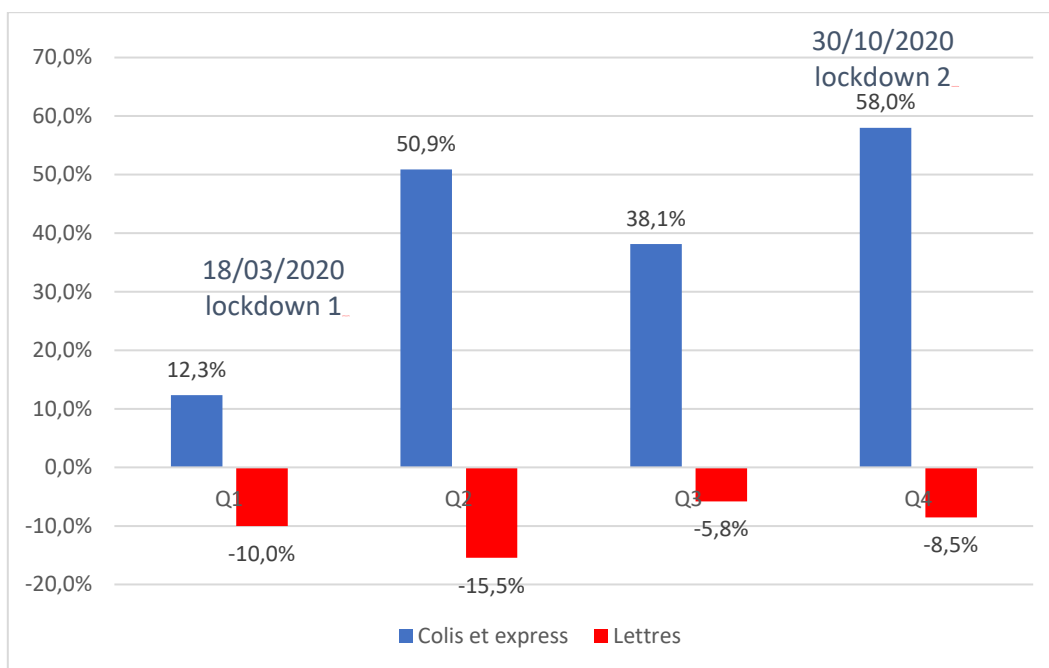
⁴ bpost, le fournisseur de l'OSU (obligation de service universel) en Belgique, a déclaré qu'elle avait également fourni des biens tels que du ciment pendant le premier confinement en Belgique.

De Standaard 4 mai 2020 : https://www.standaard.be/cnt/dmf20200430_04941196 (visité le 16 décembre 2020)

⁵ 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-behaviornow-and-forever.pdf (visité le 16 décembre 2020)

Après un Q3 plus modéré, avec +38,1 % pour le volume de colis et de services express et -5,8 % pour les envois de correspondance, nous constatons un nouveau sursaut pendant le Q4 provoquée par le deuxième confinement (à partir du 30 octobre). Notamment pour le volume des colis et des services express, qui a augmenté de pas moins de 58 % par rapport au quatrième trimestre de 2019. Il s'agit d'une évolution remarquable, surtout si l'on tient compte du fait que le quatrième trimestre de 2019 a également connu des volumes élevés en raison de l'habituel pic de fin d'année. Dans les différents chapitres, nous examinerons plus en détail l'impact de la pandémie sur les différents sous-segments du secteur postal.

Figure 1. Comparaison de l'évolution des volumes par trimestre de 2020 par rapport à 2019 (YoY)



Source : IBPT

L'OCDE⁶ affirme que cette évolution vers les achats en ligne risque fort d'avoir des conséquences à long terme. Il nous rappelle entre autres que le passage de JD.com, aujourd'hui l'un des plus grands commerçants de détail en ligne du monde, d'un magasin physique à la vente en ligne en 2004 était une réponse directe à la crise du SRAS. De manière similaire, Taobao, la branche d'Alibaba spécialisée dans le commerce business to consumer (B2C), a été lancée en 2003. La pandémie a donc provoqué un changement qui va modifier durablement le secteur postal.

⁶ OCDE : E-commerce in the time of COVID-19

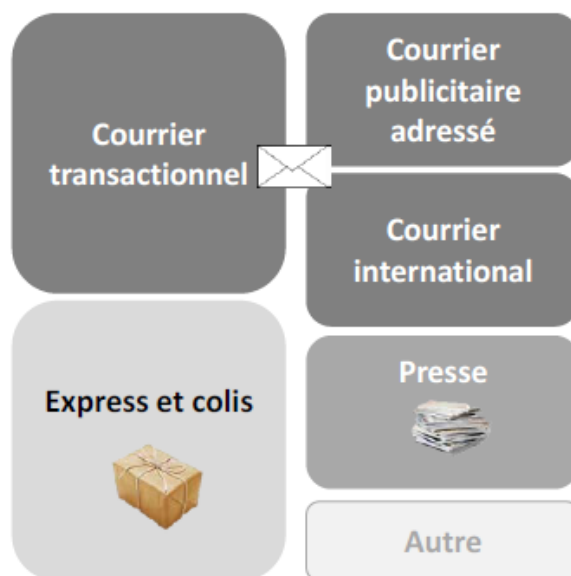
<http://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/e-commerce-in-the-time-of-covid-19-3a2b78e8/> (visité le 16 décembre 2020)

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

3.1 Structure du marché postal belge

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

Figure 2. Segmentation des activités postales considérées dans le cadre de l'observatoire⁷



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

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

3.2 Opérateurs interrogés dans le cadre de l'observatoire

Dans ce contexte, nous avons essayé de dresser un tableau aussi précis que possible du secteur en utilisant l'ensemble le plus représentatif possible d'opérateurs. Au total, 22 entreprises ont été interrogées.

⁷ Le contenu de la catégorie « courrier transactionnelle » est décrite au point 4.2.2.

Outre l'opérateur postal historique, **bpost**, chargé de la prestation du service universel, et présent sur l'ensemble des segments, les quatre grands intégrateurs internationaux (**DHL, FEDEX, TNT⁸, UPS**) sont également présents et actifs dans le secteur des colis et de l'express en Belgique. En ce qui concerne DHL, tant **DHL Express** que **DHL Parcel⁹**, qui est actif sur le marché belge depuis 2014 et vise les clients l'e-commerce, font désormais partie du présent observatoire. UPS Access Point a été rassemblé avec UPS sous une seule appellation (UPS/UPS Access Point). Depuis mi-2016, UPS a réalisé l'intégration complète de l'ancien réseau Kiala.

Par ailleurs, les grandes entreprises postales des pays voisins sont également actives sur le marché belge. Ainsi, on constate dans certains segments du marché postal le développement actif de sociétés de courrier spécialisées, issues de grands groupes postaux européens.

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

GLS, filiale de l'opérateur historique britannique Royal Mail, est spécialisée dans la distribution de colis. GLS distribue chaque année environ 840 millions de colis, surtout en Europe, pour plus de 250 000 clients. Pour ce faire, l'entreprise s'appuie sur 70 hubs, 1.500 dépôts et plus de 21 000 travailleurs.

PostNL, l'opérateur historique et le prestataire du service universel aux Pays-Bas, propose également des services de colis et des envois pharmaceutiques en Belgique.

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

G3 Worldwide, qui appartient également à PostNL, est, à travers sa filiale Spring Globalmail, quant à elle très présente sur le segment du courrier international pour les entreprises : elle distribue quotidiennement de la correspondance commerciale, des catalogues et des factures à l'échelle internationale.

Mondial Relay, qui assure la distribution aux particuliers d'environ 140 millions de colis par an, allant de 0 à 150 kg, et qui possède un réseau de 58 000 points relais en Europe, dispose en Belgique d'un réseau de 1 400 points relais répartis sur le territoire.

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

⁸ L'acquisition de TNT par FedEx a été finalisée en 2016, mais son intégration est encore en cours :

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

⁹ DHL Parcel a conclu un accord de coopération avec bpost pour la livraison de colis et l'utilisation de bureaux de poste et de Points Poste de bpost. Voir De Standaard du 1^{er} décembre 2016 :

http://www.standaard.be/cnt/dmf20161201_02602980 en <https://www.dhlparcel.be/fr/particuliers/dhl-servicepoints>

En outre, depuis 2018, bpost et DHL collaborent dans le domaine de la livraison e-commerce au Benelux :

http://corporate.bpost.be/media/press-releases/2018_2/2018-05-30?sc_lang=fr-FR

Dans le segment des colis, Homerr est également actif en Belgique (Flandre) depuis le premier semestre 2021¹⁰. Cet opérateur d'origine néerlandaise dispose également de nombreux points en Belgique désormais. Homerr s'appuie notamment sur les points de collecte et les itinéraires existants des prestataires de services logistiques afin de réduire les émissions de CO₂ par colis. L'aspect étonnant des points est qu'ils peuvent aussi être des particuliers, ce qui permet de venir les chercher (bien) après les heures de bureau. Ainsi, dès l'année prochaine, Homerr sera ajouté à l'observatoire.

bpost possède également de nombreuses filiales, par exemple :

Kariboo! a été fondée en 2014 par LS Distribution Logistics¹¹. En 2020, l'intégration de Kariboo! était terminée et l'entreprise a disparu en tant qu'opérateur distinct.

Dynalogic¹² est une entreprise spécialisée dans les livraisons flexibles et personnalisées de tout format. Ce format peut aller de très petit, tel qu'un passeport ou des médicaments à un format 2XL, comme une machine à laver ou un canapé. Il est en outre possible de combiner une distribution avec un montage et une installation à domicile ou le retour des matériaux d'emballage et d'anciens produits. Dynalogic propose ses services aux Pays-Bas, en Belgique et au Luxembourg au départ de cinq hubs centraux.

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

En ce qui concerne le segment de la presse, bpost assure encore jusqu'au 31 décembre 2022 le service public de distribution avancée des journaux (avant 7h30 la semaine et 10h le week-end). Cette distribution avancée concerne uniquement la distribution de quotidiens aux abonnés. Dans le cadre de ce même service public, bpost distribue également des périodiques aux abonnés, mais via les tournées classiques. Malgré ce service de dernier recours, bpost a encore une série de concurrents dans le segment de la distribution de la presse.

Le deuxième acteur après bpost dans ce segment est **PPP**. Cette entreprise, qui a quitté l'ancienne société-mère Belgique Diffusion (BD) via un rachat de l'entreprise par les cadres, en 2015, est surtout active dans la distribution de journaux à Bruxelles, à Anvers et dans les deux provinces du Brabant.

Belgique Diffusion (BD) est quant à elle le leader du marché dans la communication toutes-boîtes (envois non adressés) et les expériences de promotion numérique avec l'application et le site Internet MyShopi. Fin 2019, il a été annoncé que BD allait racheter **CityDepot** à bpost. Le rachat effectif a eu lieu au 1^{er} janvier 2020.

¹⁰ 20 avril 2021 : Homerr breidt uit naar Vlaanderen :

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

¹¹ Le Collège de la concurrence de l'Autorité belge de la concurrence a approuvé, sous certaines conditions, la reprise par bpost d'AMP et de LS Distribution Benelux (<https://www.abc-bma.be/fr/decisions/16-cc-32-bpost-amp-ls-distribution>).

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

Le rachat a pour but de renforcer la division colis de bpost avec de nouvelles connaissances logistiques complémentaires et de développer plus rapidement encore la plateforme de croissance de DynaGroup (au niveau international). <http://www.dynalogic.eu/en/company/news/bpost-and-dynagroup-join-forces-and-combine-their-logistical-expertise>

Au nord du pays, **Vlaamse Post** est également active dans la distribution de courrier non adressé.

L'opérateur **TBC-Post** n'est plus repris dans cet observatoire pour l'année 2020. Il s'agissait du premier acteur sous licence actif dans le segment des envois de correspondance, qui était auparavant réservé à bpost. Cependant, l'entreprise a cessé ses activités à la fin de l'année 2019.¹³

En revanche, au cours de l'année 2019, deux nouveaux acteurs locaux ont rejoint le segment des envois de correspondance, à savoir **Glejor** et **Span**. Pour 2020, ces opérateurs sont donc présents pour la première fois avec des données couvrant l'ensemble de l'année.

Glejor, une société initialement spécialisée dans la distribution de dépliants publicitaires non adressés, a obtenu une licence pour distribuer des envois de correspondance. L'entreprise prévoit de limiter dans un premier temps sa distribution au Limbourg et plus particulièrement à la commune de Dilsen-Stokkem (code postal 3650).

Span, qui a obtenu une licence pour distribuer de la publicité adressée, se limite à la livraison à Bruxelles.

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

¹³ Depuis le 10/11/2020, il existe en effet une licence pour la SPRL Net Express (opérant sous la dénomination commerciale "TBC Post").

Figure 3. Les principaux acteurs sur le marché belge pour la fourniture de services postaux (en 2020)

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

* Le chiffre d'affaires réalisé pour la publicité non adressée n'est pas inclus dans le chiffre d'affaires postal total. Vlaamse Post et BD ne sont actifs que dans la publicité non adressée.

4. Description du marché belge pour la fourniture de services postaux de 2010 à 2020

4.1 Aperçu général du marché postal

4.1.1 Revenus

L'évolution des revenus¹⁴ générés par le secteur postal belge est présentée dans la figure 4. Entre 2010 et 2020, elle est basée sur les résultats de l'enquête. Les colonnes hachurées concernant les années 2000 et 2005 sont des rétroprojections réalisées sur la base des données du secteur de la Banque nationale de Belgique.¹⁵

Les entreprises considérées représentaient, en 2020, un total de 3,13 milliards d'euros de chiffre d'affaires postal. Cela représente une augmentation de pas moins de 16,2 % par rapport à l'année précédente. Il s'agit d'une augmentation qui n'avait jamais été observée auparavant de près d'un demi-milliard de chiffre d'affaires en un an. Cela est bien entendu, comme nous l'avons mentionné dans la section d'introduction, dû au boom de l'e-commerce provoqué par la pandémie. Par rapport à l'année 2010, le chiffre d'affaires du secteur a déjà augmenté de 41,5 %, à savoir un pourcentage de croissance annuel moyen (CAGR¹⁶) de 3,5 %. Ce pourcentage de croissance annuel sur la période 2010-2020 souligne une fois de plus la croissance exceptionnelle en 2020.

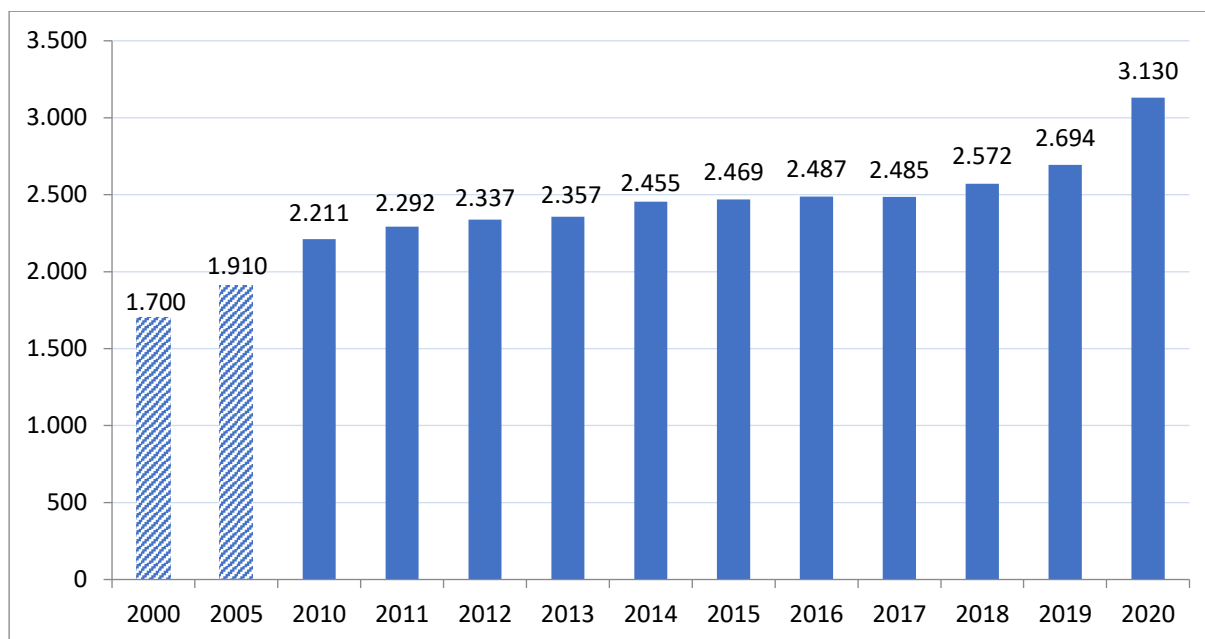
Plus loin dans ce rapport, les chiffres d'affaires des différents sous-segments, à savoir l'envoi de correspondance, les envois express, les colis et la distribution de la presse, sont examinés plus en détail.

¹⁴ Comprend (pour cette figure) le transit et les services à valeur ajoutée tels que la collecte à domicile, l'affranchissement pour le client, la conservation temporaire du courrier, la vente d'adresses, etc. Les services spécifiquement offerts par les routeurs et les groupeurs dépassent le périmètre de cet observatoire. Ainsi, seul le chiffre d'affaires lié aux activités postales, à l'exclusion de la compensation des services d'intérêt économique général, est inclus pour bpost.

¹⁵ Le rapport moyen sur la période 2010-2017 entre le chiffre d'affaires du secteur pour les activités postales obtenu via l'enquête réalisée par l'IBPT et le chiffre d'affaires du secteur enregistré auprès de la BNB a été appliqué sur le chiffre d'affaires du secteur donné par la BNB pour les années 2000 et 2005. L'objectif était d'obtenir des ordres de grandeur comparables.

¹⁶ Compound annual growth rate

Figure 4. Évolution des revenus du secteur postal sur la période 2000-2020 (en millions d'euros)



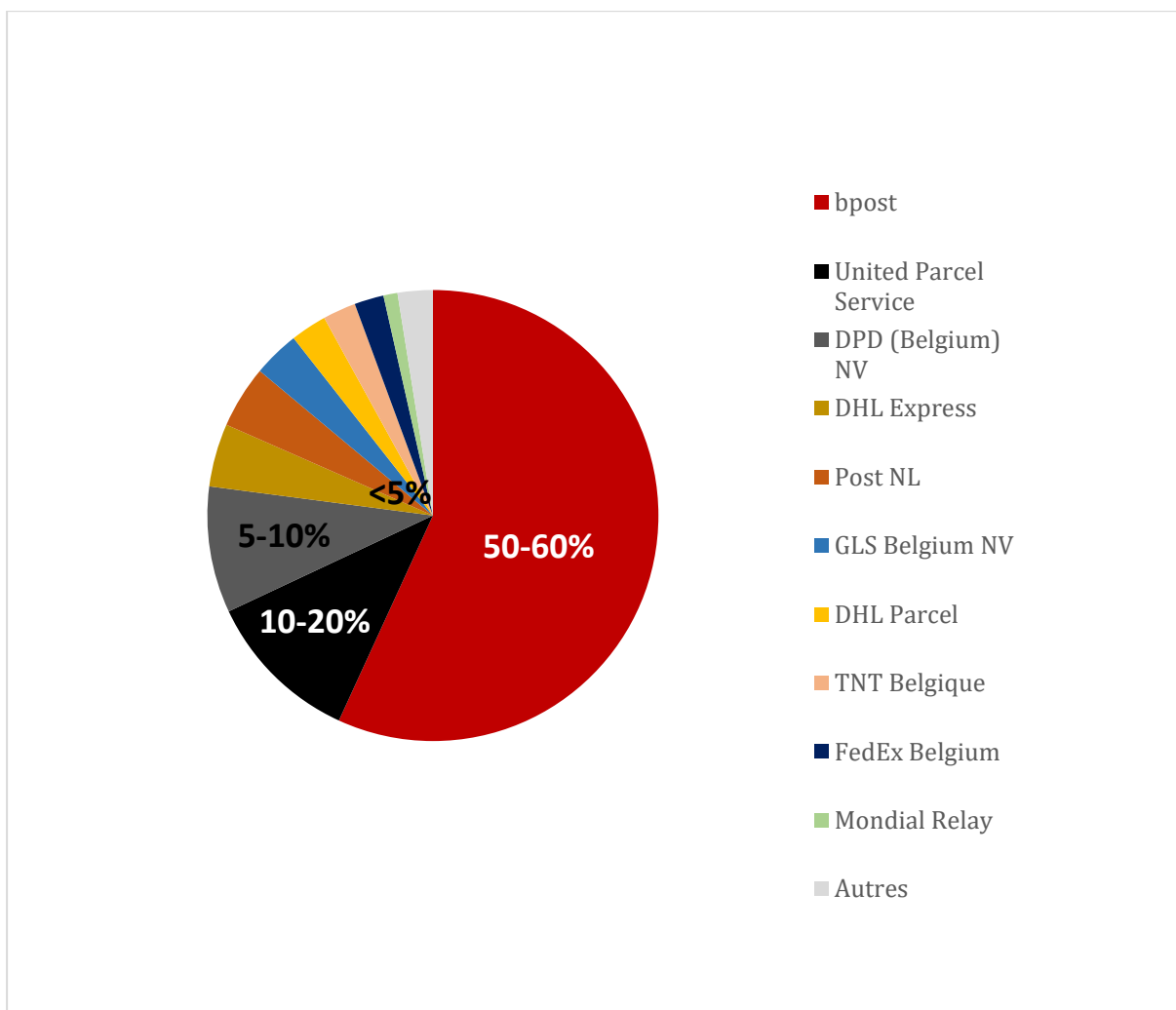
Source : BNB et IBPT

La figure 5 représente les parts de marché des principaux acteurs en terme de chiffre d'affaires. Ces acteurs possèdent chacun au moins 1% des parts de marché du secteur en 2020. La plus large part du chiffre d'affaires du secteur est détenue par bpost (50-60%). Bien entendu, d'autres acteurs sont présents et se différencient les uns les autres, surtout dans le segment des colis et services express qui contient davantage de sous-segments : domestiques, envois internationaux, B2B, B2C, C2X¹⁷. Ainsi, UPS est le 2^{ème} plus grand acteur avec entre 10 et 20% des parts du marché du secteur. DPD possède 5 à 10% des parts de marché. Les autres acteurs représentés (DHL Express, GLS, PostNL, DHL Parcel, FedEx, TNT et Mondial Relay) ainsi que tous les autres restants représentent chacun moins de 5% de parts de marché du secteur.

En 2020, il y a 10 entreprises qui figurent parmi les entreprises avec au moins 1% du chiffre d'affaires. À titre de comparaison, il n'y avait que 6 entreprises en 2010 qui possédaient au moins 1% du chiffre d'affaires total du secteur.

¹⁷ B2B, B2C et C2X représentent respectivement « business to business » ou les relations commerciales entre entreprises, « business to consumer » ou les relations commerciales d'une entreprise vers un consommateur et « consumer to any other party » ou les relations commerciales démarrant d'un consommateur.

Figure 5. Part de marché sur la base du chiffre d'affaires dans le secteur postal belge en 2020 (%)



Source : IBPT

4.1.2 Concentration du marché

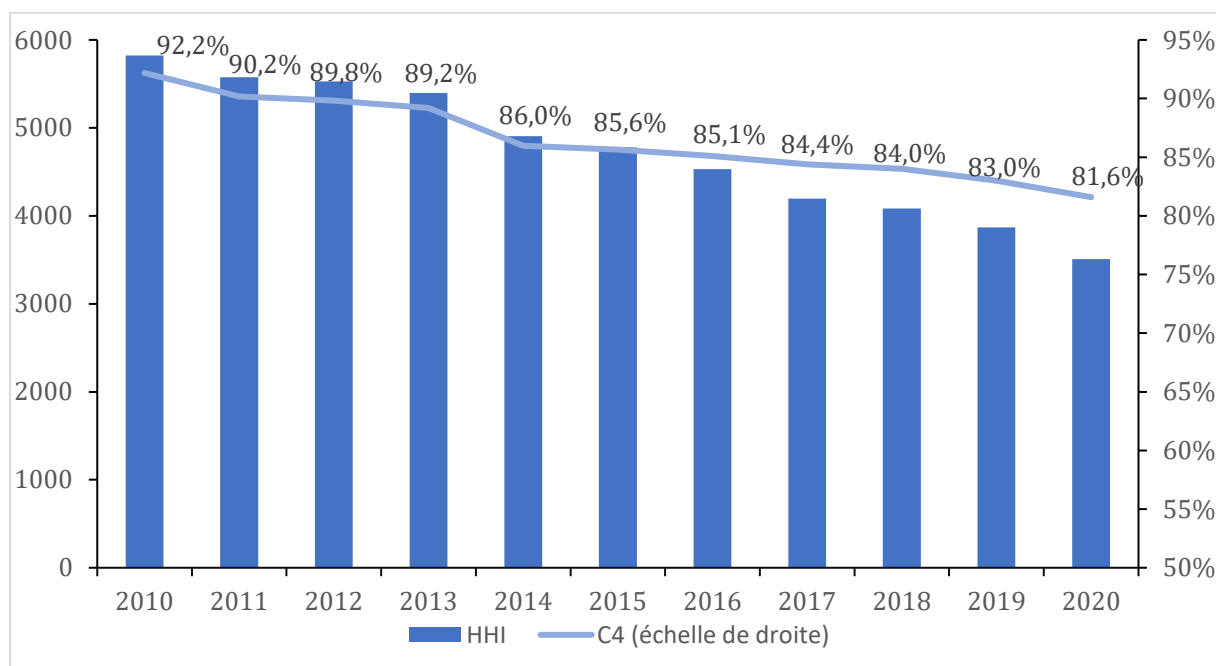
Un marché est concentré lorsque peu d'acteurs détiennent beaucoup de part de marché. Hors, on pouvait déjà facilement remarquer via la figure précédente que la marché postal belge était très concentré, tout comme l'est la plupart des marchés postaux d'Europe de l'ouest.

La figure 6 approfondit encore davantage ce point et représente l'évolution de la concentration du marché entre 2010 et 2020 à l'aide des indices C4 et Herfindahl-Hirschman (HHI). Ces deux indices permettent de mesurer, chacun à leur manière, la concentration du marché. Ainsi, l'indice C4 représente la part de marché cumulée en termes de chiffre d'affaires des quatre principaux prestataires et l'indice HHI se base sur la somme des carrés des parts de marché de tous les acteurs du marché. Ce dernier

indice est donc égal à 10 000 dans une situation monopolistique et il a tendance à baisse lorsque le nombre d'acteur augmente et que la variance dans les parts de marché diminue.¹⁸

On peut remarquer une diminution importante des deux indices lors de la décennie (de 92,2% en 2010 à 81,6% en 2020 pour l'indice C4 et diminuant aux environs de 3500 en 2020 pour l'indice HHI). Malgré cela, le marché postal belge reste fortement concentré en 2020.

Figure 6. Concentration horizontale sur la base du chiffre d'affaires au moyen des indices HH et C4



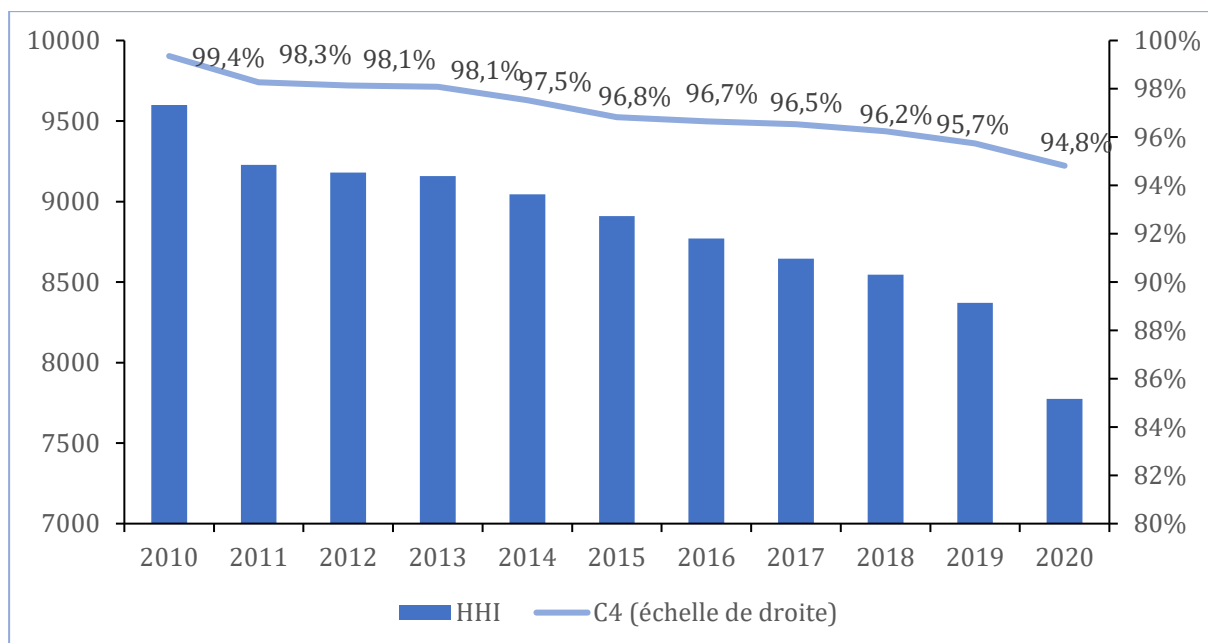
Source : IBPT

Lorsqu'on s'attarde sur les volumes, on constate que la situation est encore plus critique. Cette constatation vient du fait que bpost possèdent des parts de marché importantes sur des segments avec des volumes plus élevés et un prix unitaire plus faibles (la poste aux lettres et la distribution de la presse). Hors, ces deux segments représentent l'essentiel des volumes.

Les 4 plus grands acteurs possèdent donc 94,8% des parts de marché en terme de volume en 2020, ce qui représente 4,6 points de pourcentage en moins que 10 années auparavant. L'indice HHI, quant à lui et malgré sa diminution au cours des années, reste très élevé et décrit un marché très concentré. En considérant les volumes, aucun concurrent de bpost ne dispose de plus de 3% de part de marché en Belgique.

¹⁸ On considère un marché très concentré lorsque l'indice est au-delà de 2500. Entre 1500 et 2500, il est seulement « moyennement concentré ». C'est seulement en dessous de 1500 qu'un marché est considéré comme compétitif.

Figure 7. Concentration horizontale sur la base des volumes au moyen des indices HH et C4



Source : IBPT

4.1.3 Importance des segments

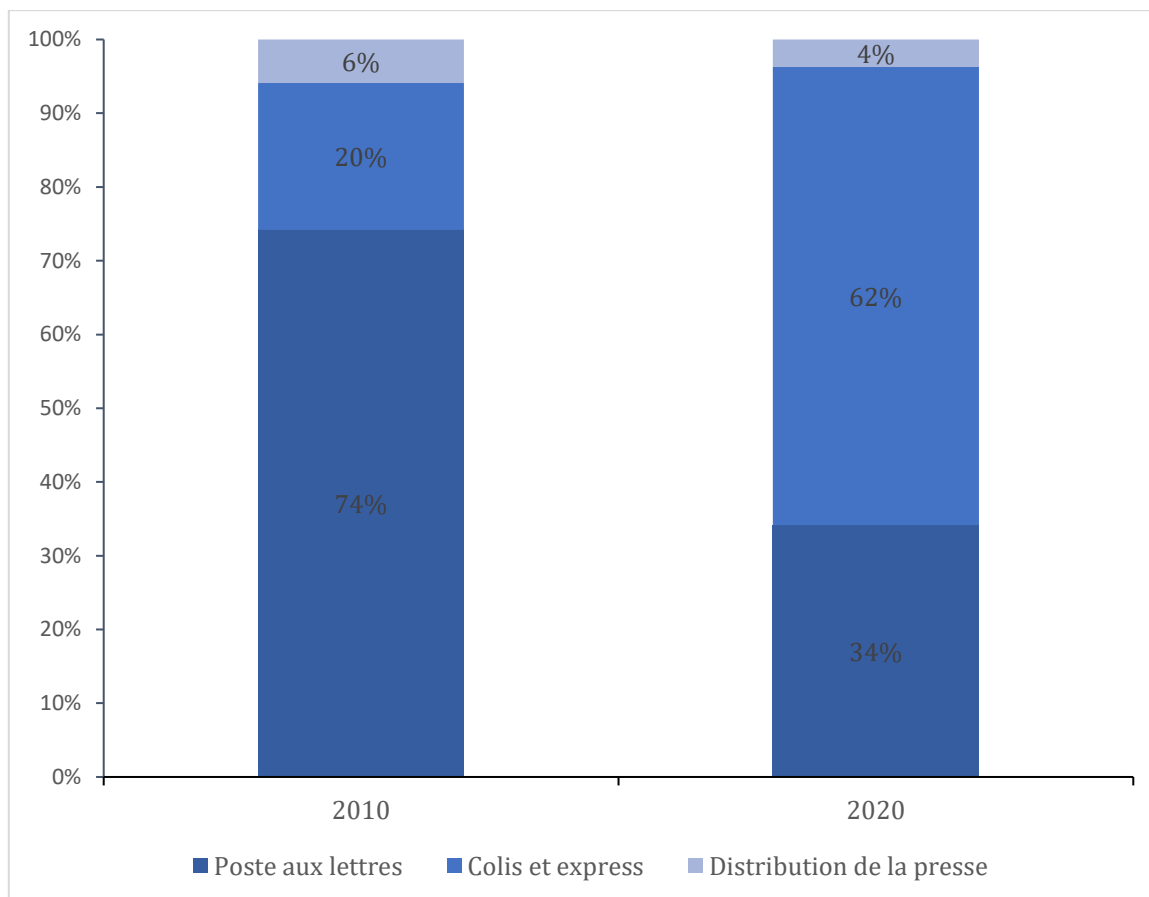
Le secteur postale se divise en différents segments : la poste aux lettres, les colis et envois express et la distribution de la presse aux abonnés.

La figure 8 présente l'évolution de la répartition (en terme de chiffre d'affaires) de ces différents segments entre 2010 et 2020. Ainsi, en 2020, la poste aux lettres (qui comprend aussi le courrier publicitaire adressé) représente 34% des revenus du secteur. Il est largement dépassé par le segment des colis et services express, qui représente 62% des revenus. Enfin, le segment de la distribution de presse aux abonnés ne représente que 4% du revenu généré. La compensation payée par l'État à bpost pour la prestation de la distribution de la presse aux abonnés n'est pas compris dans les revenus considérés.

Par rapport à 2010, on peut constater que le segment de la presse aux abonnés a diminué (-2 points de pourcentage). Par contre, il y a une nette différence quant à la répartition des revenus du secteur, avec pas moins de 40 points de pourcentages en moins concernant la poste aux lettres. Le segment des colis et services express a capturé les différences des deux autres segments (+42 points de pourcentage).

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

Figure 8. Part des différents segments dans le chiffre d'affaires de l'entière du secteur postal en 2010 par rapport à 2020 (%)



Source : IBPT

4.2 Focus sur le segment de la poste aux lettres

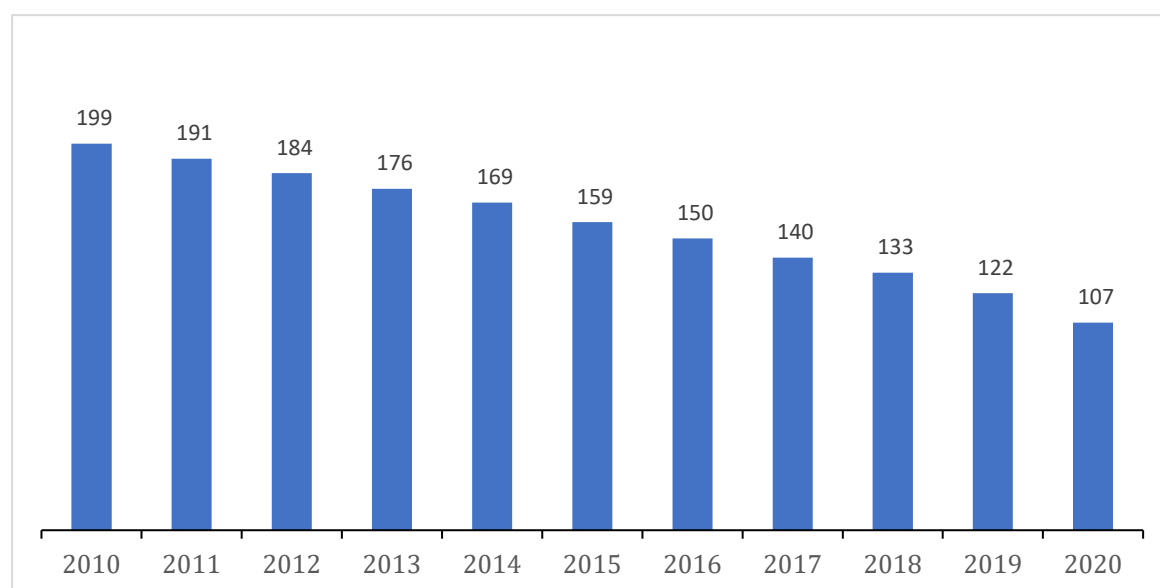
4.2.1 Aperçu général

Dans le cadre de cet observatoire, le segment de la poste aux lettres regroupe les catégories de courrier transactionnel, courrier publicitaire et courrier international¹⁹. Ce segment fait donc référence aux envois de correspondance de tout type, excepté les colis et la presse qui ne sont pas considérés en tant que tel. Ceux-ci seront discutés dans des sections consacrées (voir 4.3 et 4.4).

4.2.1.1 Volumes

Depuis 2010, nous constatons une diminution de l'utilisation des produits sur le marché de la poste aux lettres. Ainsi, entre 2010 et 2020, le volume de courrier par habitant a diminué de 6% en moyenne (CAGR) pour atteindre, en 2020, le nombre de 107 articles postaux par habitant sur une base annuelle. En 2010, ce nombre s'élevait encore à 199 unités.

Figure 9. Volume de courrier par habitant (N)

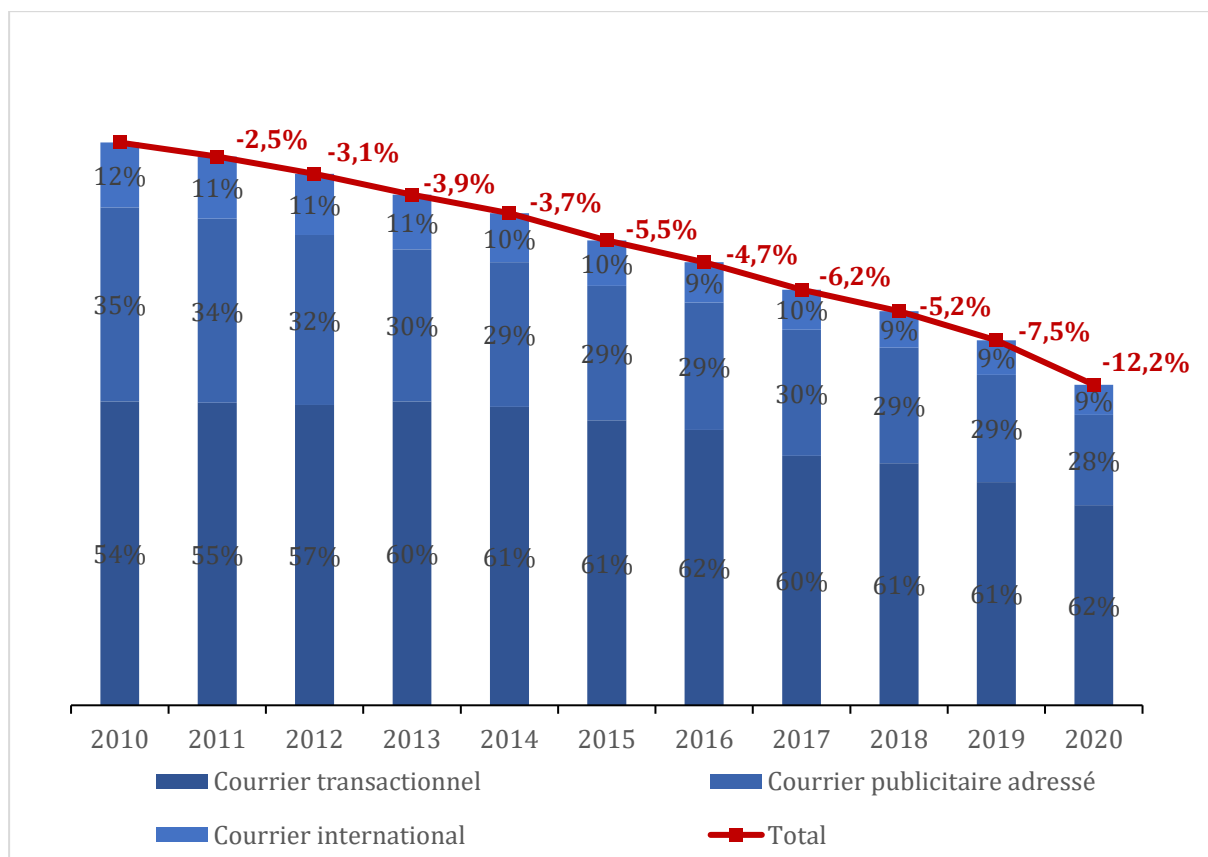


Source : IBPT

Si l'on observe avec plus d'attention la composition des différents volumes, on constate que le courrier transactionnel tend à être de plus en plus la partie la plus prépondérante du segment du courrier aux lettres (de 54% en 2010 à 62% en 2020). Quant aux catégories de courrier publicitaire adressé et courrier international, elles représentent respectivement 28% et 9% du total des envois de correspondance. L'année 2020 marque la baisse totale la plus importante (12,2%) des volumes du segment de la poste aux lettres.

¹⁹ Ces catégories seront détaillées dans les sections 4.2.2, 4.2.3 et 4.2.4.

Figure 10. Volume de la poste aux lettres (%)



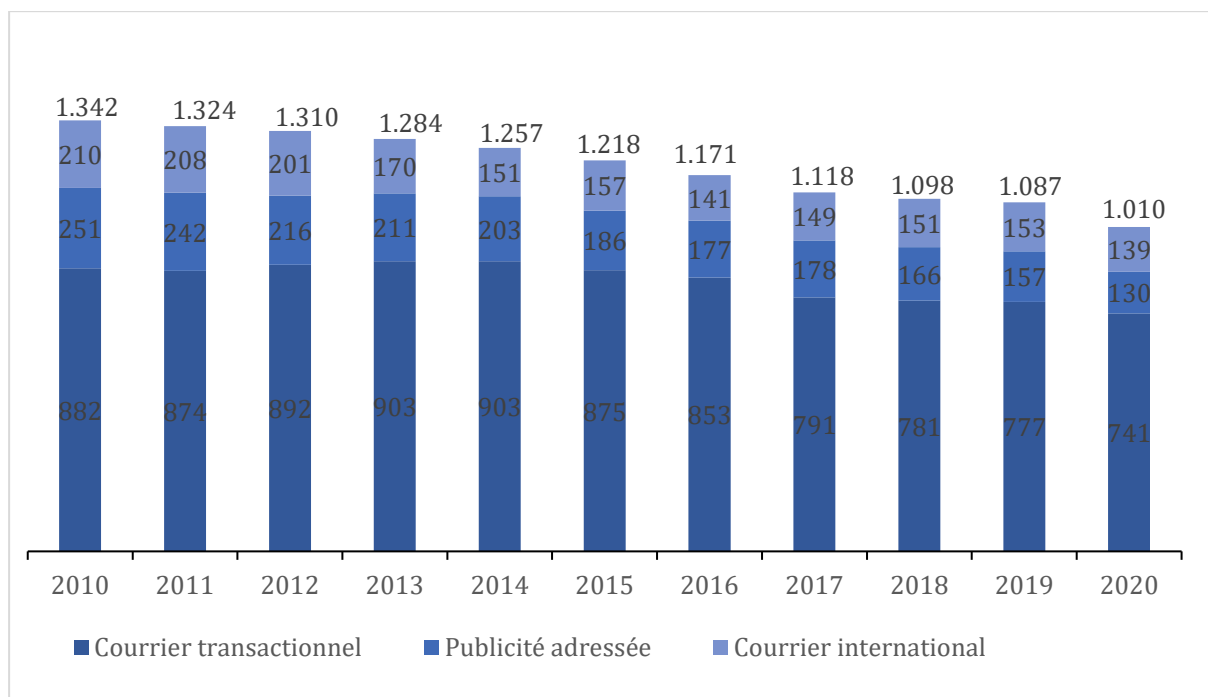
Source : IBPT

4.2.1.2 Revenus

La tendance à la baisse observée dans les volumes se traduit aussi dans les chiffres des revenus. Ainsi, en 2020, on observe un chiffre d'affaires de 1,01 milliard contre 1,087 milliard l'année précédente. Cela représente une baisse de 7,1% pour l'année 2020 contre 1% pour l'année 2019. Il s'agit de la plus forte baisse annuelle depuis 2010.

Parmi les différents segments de la poste aux lettres, on constate une baisse importante de ceux-ci. Ainsi, la baisse la plus importante entre 2019 et 2020 concerne le courrier transactionnel, avec une baisse de 3,4 points de pourcentage, suivi par la publicité adressée (2,2 points de pourcentage) et le courrier international (1,2 point de pourcentage).

Figure 11. Revenus du segment de la poste aux lettres (millions €)



Source : IBPT

4.2.2 Courrier transactionnel

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

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

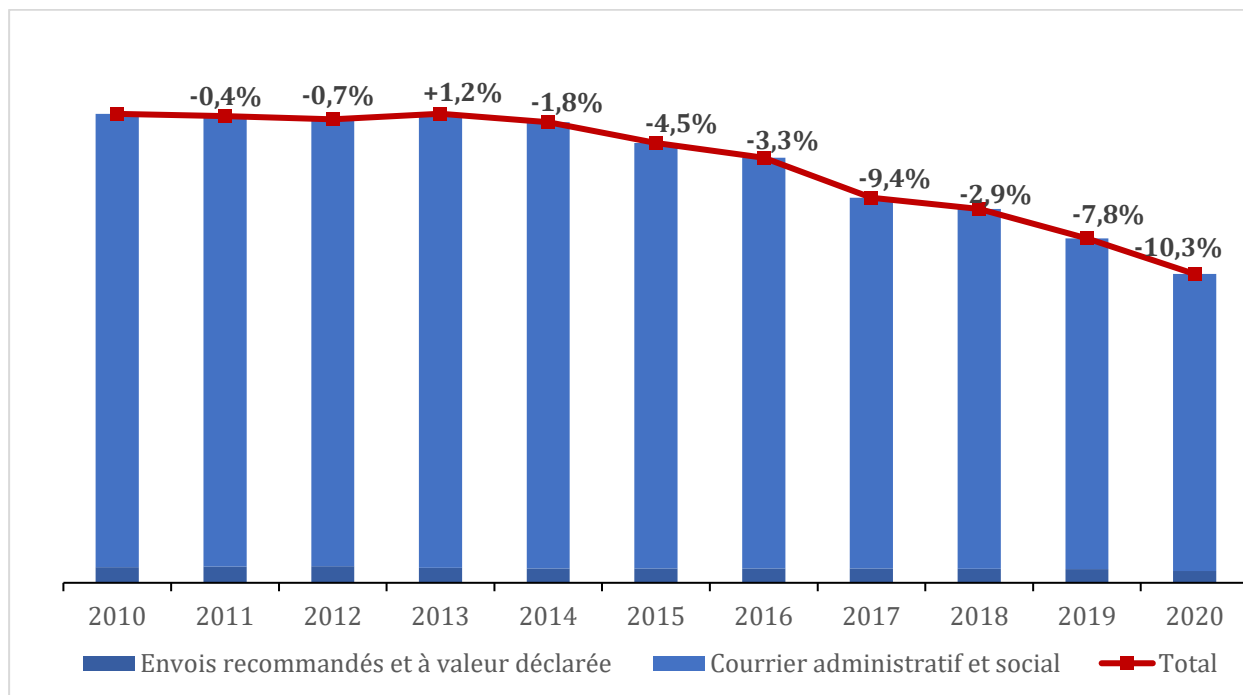
Les correspondances internationales ne sont pas non plus reprises dans cette sous-section, car elles font l'objet d'un point séparé (voir 4.2.4).

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

4.2.2.1 Volumes

Sous l'effet de l'e-substitution (alternatives électroniques au courrier transactionnel, présentes sous diverses formes), les volumes de courrier transactionnel continuent de baisser. En 2020 (avec l'apparition du coronavirus) on a enregistré la baisse sur base annuelle la plus importante enregistrée depuis 2010, avec 10,3%.

Figure 12. Évolution des volumes de courrier transactionnel²⁰

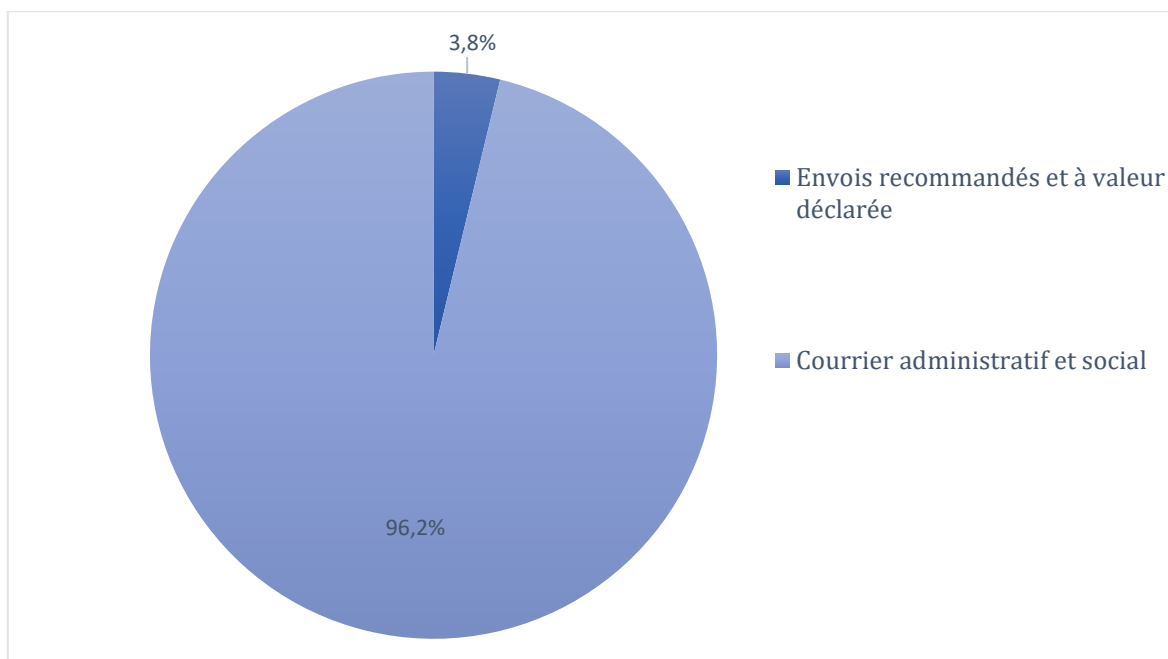


Source : IBPT

Parmi le courrier transactionnel, la répartition des envois recommandés et à valeur déclarée ainsi que du courrier administratif et social pour 2020 est respectivement de 3,8% et 96,2%. Depuis 2015, la proportion des envois recommandés et à valeur déclarée avait tendance à augmenter (de 3,2% en 2015 à 4% en 2019) alors que 2020 affiche une tendance inverse.

²⁰ Les figures 12 à 15 ne font pas de distinction entre envois égrenés ou en nombre et reprennent donc tous les volumes de courrier transactionnel sans distinction.

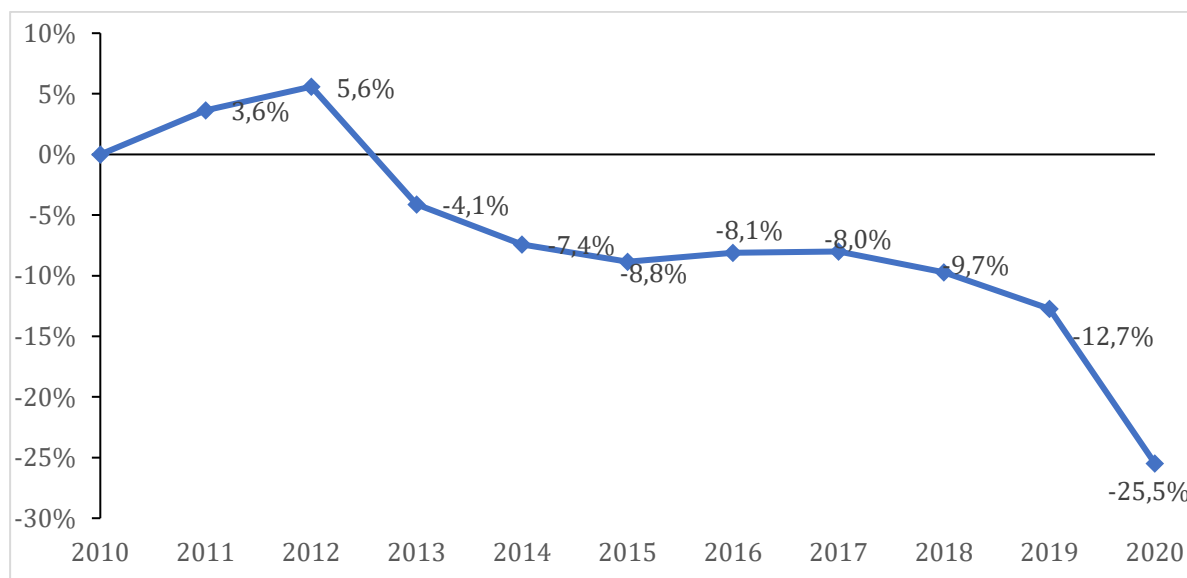
Figure 13. Répartition des volumes de courrier transactionnel (%) (2020)



Source : IBPT

La tendance des volumes d’envois recommandés était à la hausse en 2011 et 2012. Il a cependant rapidement dégringolé en 2013, pour atteindre un plateau (entre -7,4% et -9,7%) pendant la période 2014-2018. Il est reparti légèrement à la baisse en 2019 pour s’effondrer en 2020, atteignant un déficit de volume de 25,5% par rapport à l’année 2010.

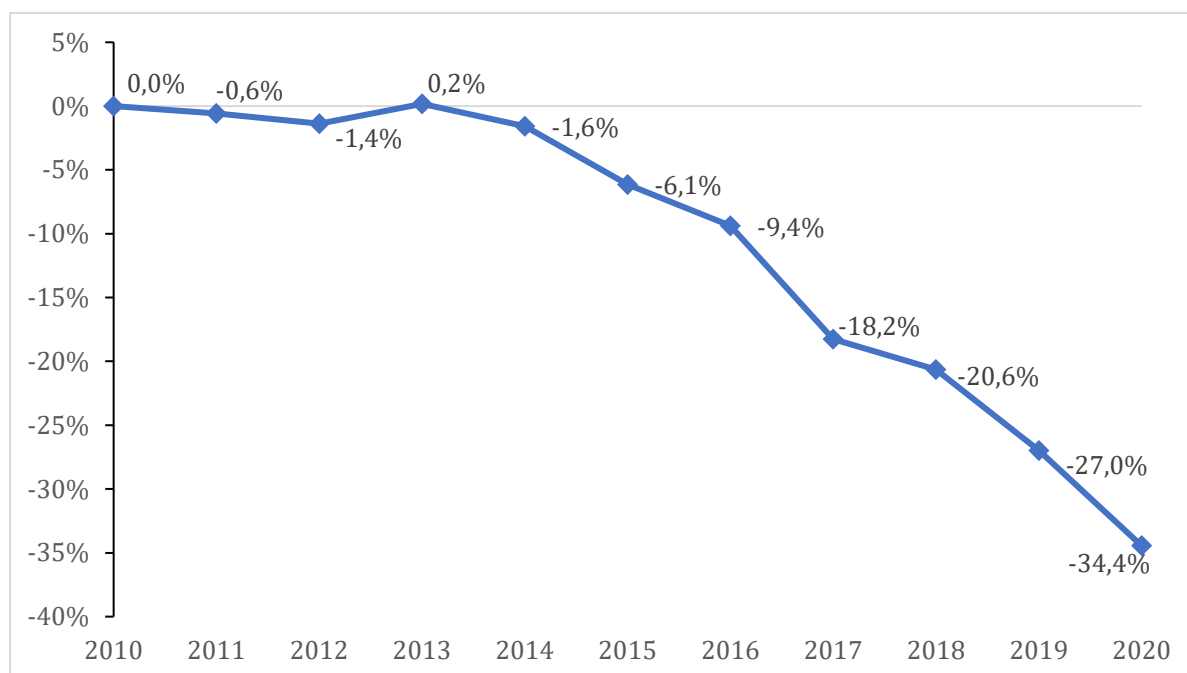
Figure 14. Évolution des volumes d’envois recommandés depuis 2010 (croissance cumulée)



Source : IBPT

Les volumes de courrier administratif ont connu une certaine stabilité entre 2010 et 2014 (entre +0,2% et -1,6%). Cependant, à partir de 2015, le volume a lourdement chuté annuellement, pour atteindre une baisse à 34,4% en 2020.

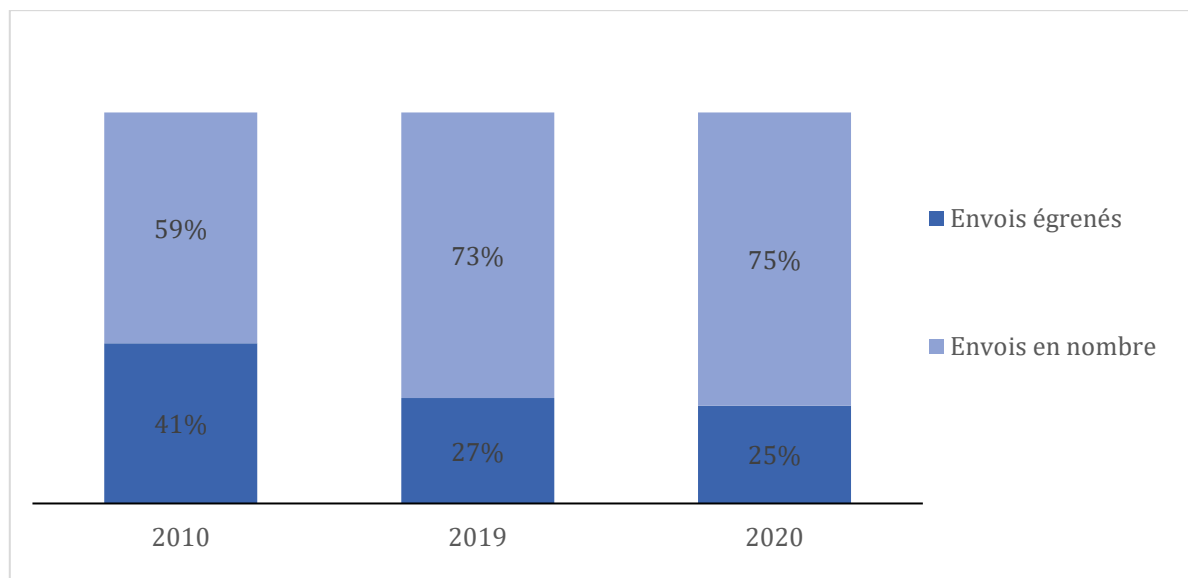
Figure 15. Évolution des volumes de courrier administratif depuis 2010 (croissance cumulée)



Source : IBPT

Les répartition entre les volumes d'envois égrenés et d'envois en nombre concernant le courrier transactionnel a pas mal évolué en 10 ans. Ainsi, en 2020, 3 envois sur 4 sont des envois en nombre, contre presque 6 sur 10 en 2010. La part relative du courrier égrené, par rapport aux envois en nombre, continue de baisser depuis 2010.

Figure 16. Répartition des volumes de courrier transactionnel entre envois égrenés et envois en nombre (%) (2010, 2019, 2020)



Source : IBPT

4.2.2.2 Revenus

La figure 17 décrit l'évolution des revenus des différents segments dans le courrier transactionnel. Les revenus totaux ont diminué de 15,9% entre 2010 et 2020, dont 7 points de pourcentage entre 2016 et 2017 et 4 points de pourcentage entre 2019 et 2020. Il s'agit donc pour 2020 de la deuxième plus grosse chute en ce qui concerne l'évolution sur base annuelle.

Parmi les différents produits composant le courrier transactionnel, les revenus des envois à valeur déclarée est en chute (de +17,5% en 2017 à -47,3% en 2020) et représente en terme de pourcentage la baisse la plus importante en 2020, par rapport à 2010.

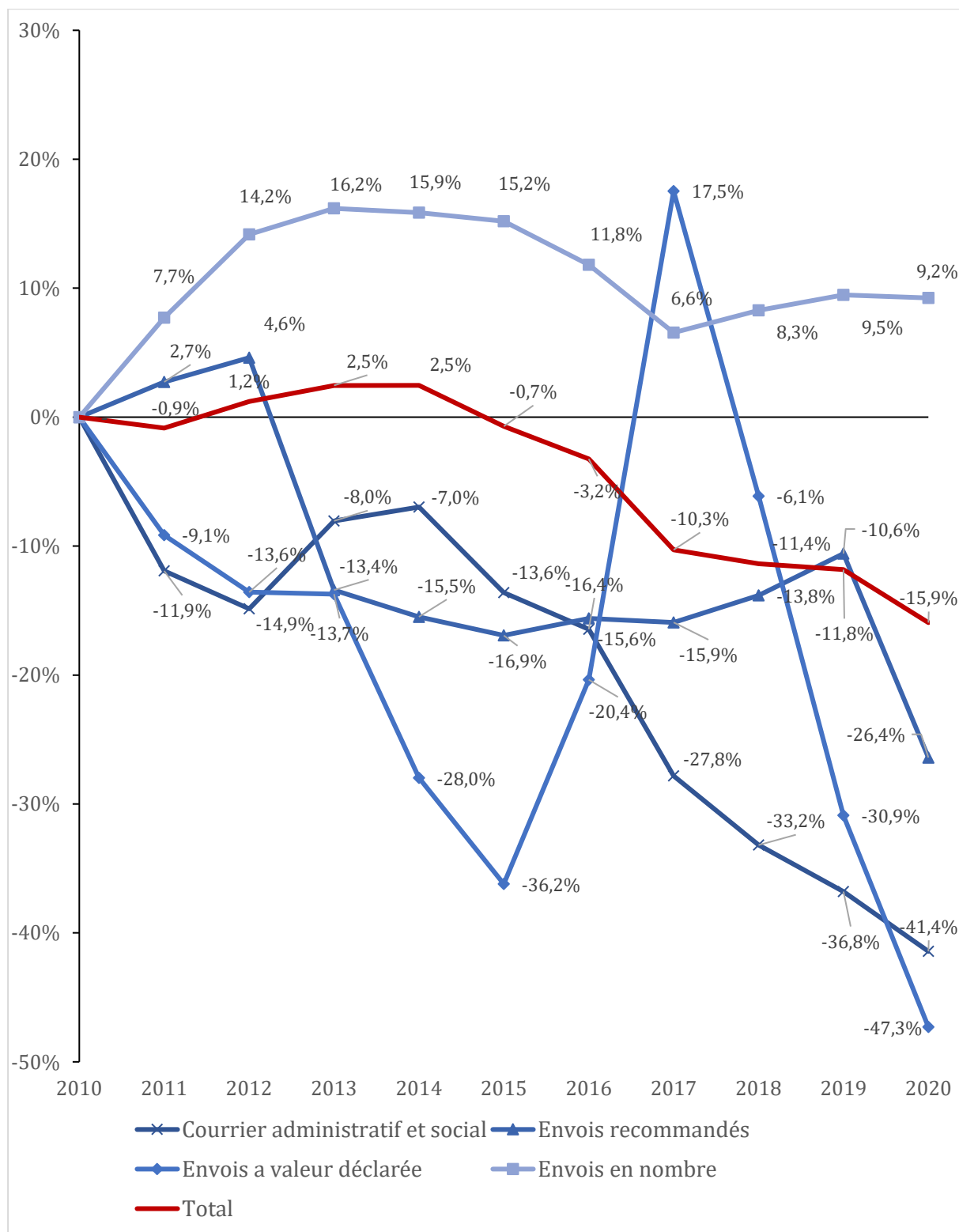
Le courrier administratif et social est le second produit le plus bas en 2020. La tendance vers le bas qui existe depuis 2013 continue. Ainsi, on atteint une baisse à 41,4% en 2020.

Les envois recommandés sont, quant à eux, repartis vers le bas : après deux légères augmentations en 2018 et 2019, ils plongent lourdement avec une perte de près de 16 points de pourcentage en 2020, pour atteindre -26,4% par rapport à 2010.

Enfin, les envois en nombre²¹ constitue le seul segment qui se situe en positif tout au long de la décennie, avec un pic en 2013 (+16,2%) pour redescendre à un plateau que l'on connaît aujourd'hui, avec un revenu positif de 9,2% pour 2020.

²¹ Les envois en nombre comprennent aussi bien le courrier administratif que les envois enregistrés.

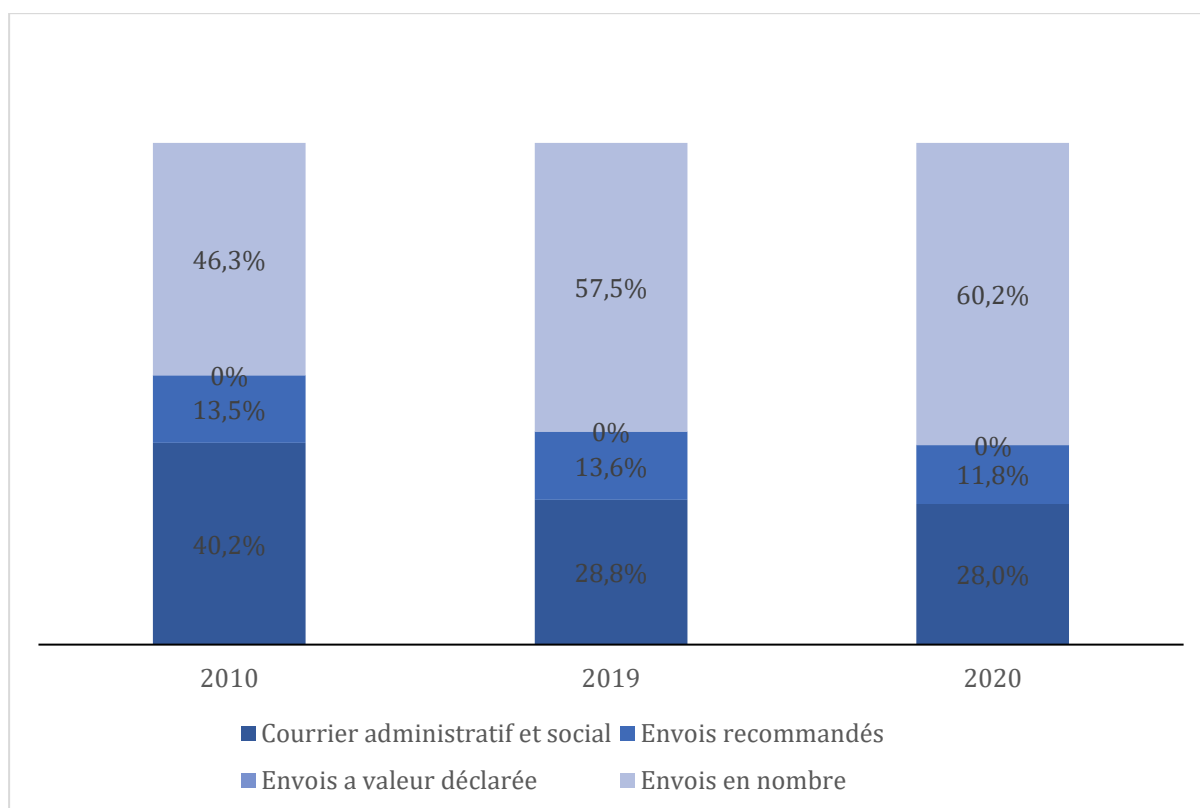
Figure 17. Évolution des revenus pour le courrier transactionnel depuis 2010 (croissance cumulée) (%)



Source : IBPT

En observant davantage la composition des revenus issus du traitement du courrier transactionnel, on remarque que la majorité des revenus (60,2%) sont constitués par les envois en nombre. Les envois égrenés (envois recommandés, envois à valeur déclarée et courrier administratif et social) constitue donc la part restante (39,8%).

Figure 18. Répartition des revenus pour le courrier transactionnel (%) (2010, 2019, 2020)



Source : IBPT

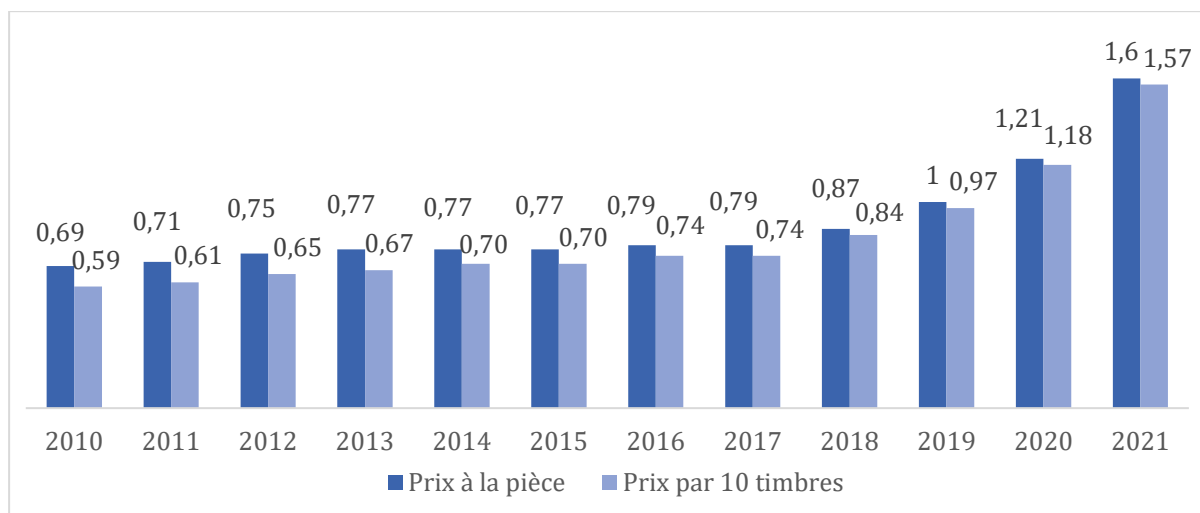
4.2.2.3 Tarifs prior pour les petits utilisateurs du prestataire du service universel

Le tarif nominal d'une lettre domestique prior de moins de 50 grammes en Belgique a augmenté en 2020.

Lorsqu'on observe la tendance depuis 2010, on remarque que le prix à l'unité du timbre a augmenté de 132%. Pour le prix par 10 timbres, c'est encore plus marqué : l'augmentation cumulée est de 166%. Comparativement, l'inflation cumulée (IPCH)²² en Belgique entre 2010 et 2020 s'élève à 17,5%. Sous la nouvelle loi relative aux services postaux du 26 janvier 2018, on peut constater une nette augmentation. Ainsi, la croissance annuelle moyenne (CAGR) du timbre à l'unité est passée de 1,9% sur la période 2010-2017 à 19,3% sur la période 2017-2021.

²² Indice des prix à la consommation harmonisé.

Figure 19. Prix du service lettre domestique prior <50g (€)



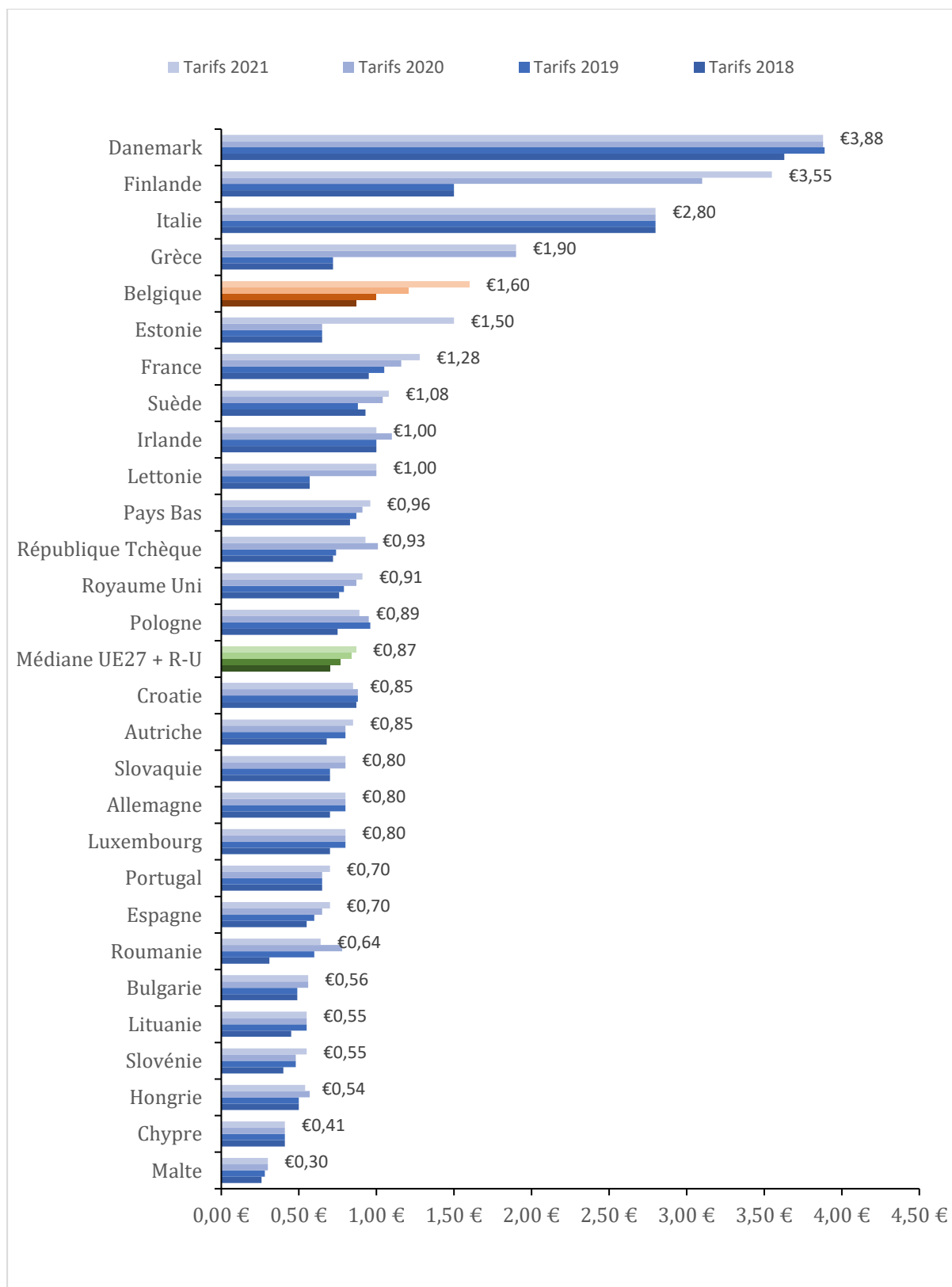
Source : IBPT

La figure 20 ci-dessous montre les prix des différents services de prestation d'acheminement et de distribution de lettres au format standard des 27 États membres de l'union européenne et du Royaume-Uni.

En 2021, la médiane européenne²³ pour l'affranchissement d'une lettre domestique est de €0,87, avec le Danemark qui a les prestations les plus coûteuses (€ 3,88) et Malte qui dispose des prestations les plus abordables (€0,30). La Belgique, quant à elle, est classée en 5^{ième} position parmi les pays les plus chers. Elle détenait déjà cette place en 2020.

²³ L'utilisation de la médiane est liée à la présence de valeurs extrêmes (Danemark, Finlande, Italie) qui affecteraient trop fortement la moyenne.

Figure 20. Prix du service lettre domestique standard en Europe (€) (Tarifs affichés de 2021)

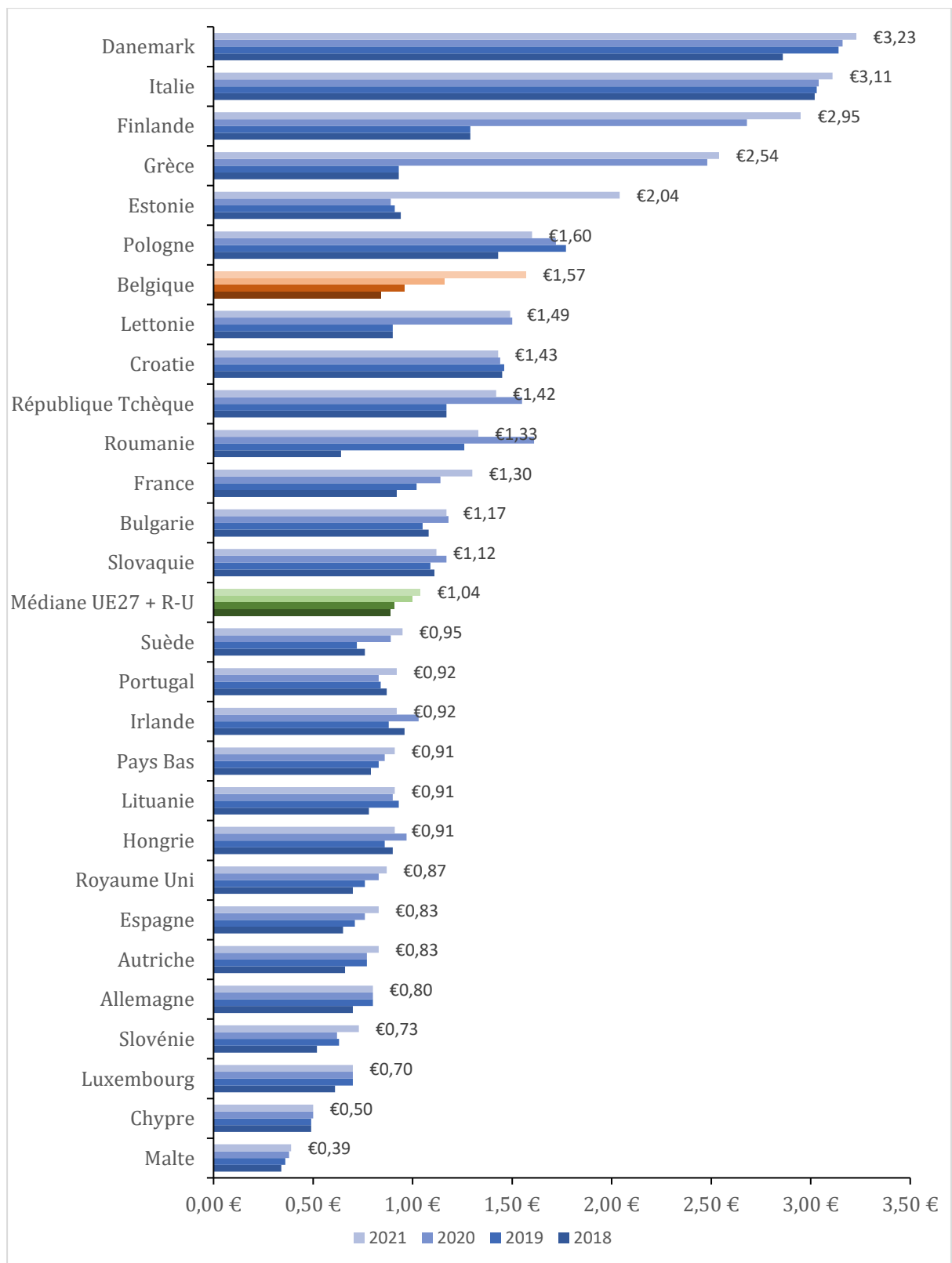


Source : Deutsche Post, Letter Price Survey (2018, 2019, 2020 et 2021)

Une comparaison similaire peut être effectuée pour les prix de la prestation d'acheminement et de distribution de la lettre au format standard en exprimant les tarifs des différents pays en parité de pouvoir d'achat (PPA). Il s'agit d'une mesure permettant de neutraliser les différents écarts de niveaux de vie entre les pays.

Lorsque les écarts de niveaux de vie sont neutralisés, la médiane européenne se retrouve alors à €1,04. La Belgique reste largement au-dessus du niveau de cette médiane (€1,57) avec la 7^{ième} place, contre la 12^{ième} une année auparavant. Le Danemark reste le pays le plus cher (€3,23) et Malte le moins cher (€0,39).

Figure 21. Prix exprimés en parité de pouvoir d'achat (PPA) du service lettre domestique standard en Europe (€) (Tarifs affichés de 2021)



Source : Deutsche Post, Letter Price Survey (2018, 2019, 2020 et 2021)

4.2.3 Courrier publicitaire adressé

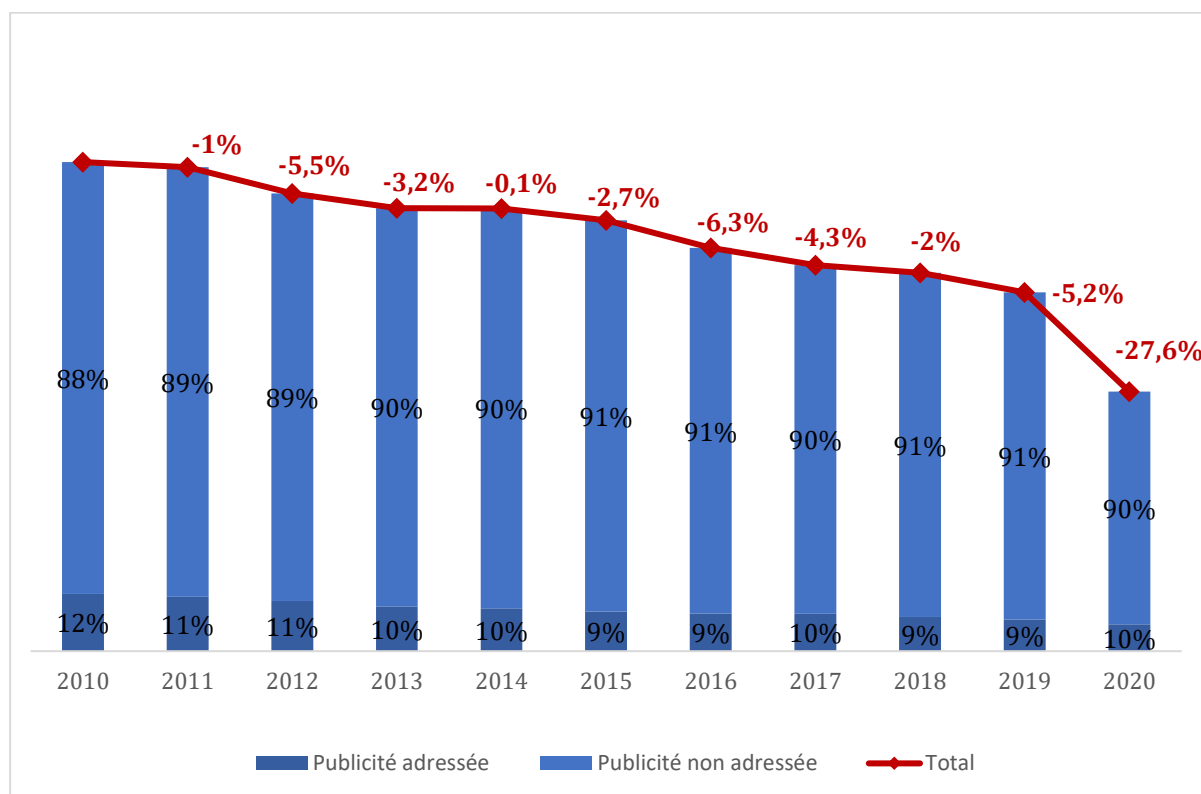
Le courrier publicitaire adressé fait, au même titre que le courrier transactionnel, partie du segment de la poste aux lettres. Le courrier publicitaire non adressé n'en fait en revanche pas partie dans la mesure où la distribution d'envois non adressés ne constitue pas un service postal. Néanmoins,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

4.2.3.1 Volumes

Le volume de la publicité papier connaît depuis 2010 une diminution continue. Cela s'est particulièrement accentué en 2020, avec une baisse de 27,6% par rapport à 2019. C'est principalement la baisse de volume d'envois non adressés (-28,8%) qui en est à l'origine. Le courrier adressé a, quant à lui, baissé de 15,6%.

En terme de répartition des volumes, le courrier adressé ne représente que 10%, contre 90% pour le volume de courrier non adressé.

Figure 22. Évolution des volumes de la publicité adressée

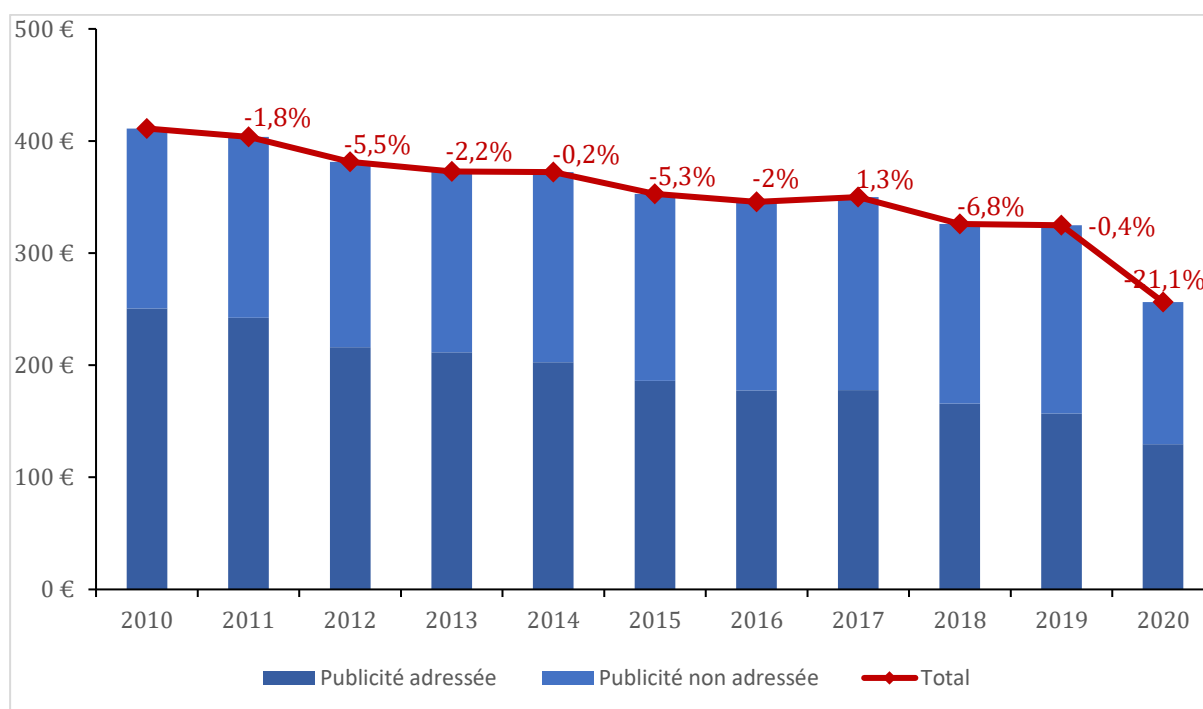


Source : IBPT

4.2.3.2 Revenus

Les revenus de la publicité adressée et non adressée est globalement en baisse sur la décennie. Seule l'année 2018 a connu un petit rebond (1,3%). L'année 2020 connaît par contre la baisse la plus importante sur ce segment, avec une chute de 21,2% des revenus par rapport à 2019. En ce qui concerne la répartition de cette chute, on peut noter une baisse de 17,5% pour le courrier adressé et 24,5% pour les envois non adressés.

Figure 23. Évolution des revenus de la publicité (millions €)



Source : IBPT

4.2.4 Courrier international

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

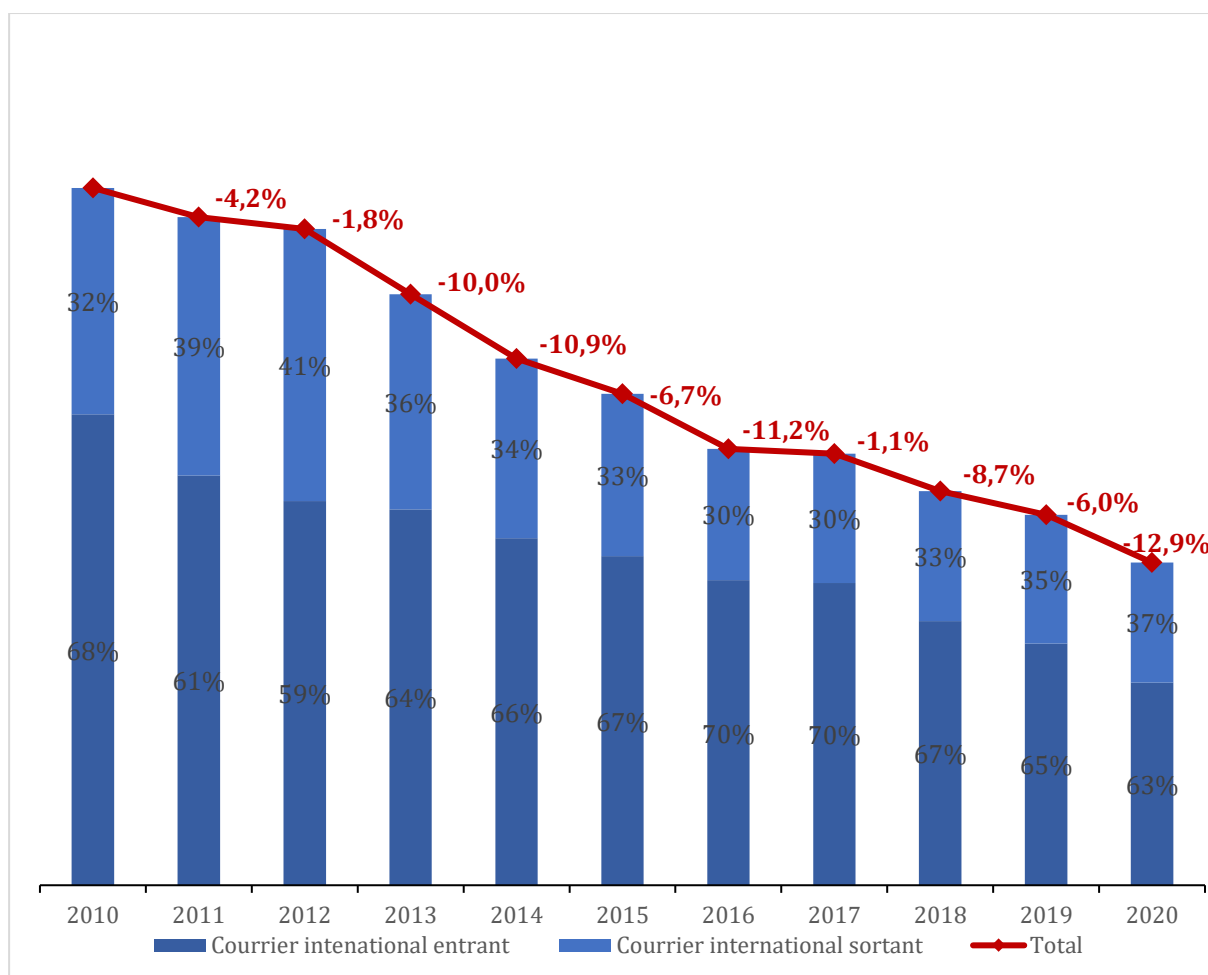
Le courrier international renvoie aux flux d'envois de correspondance de moins de 2kg échangés entre la Belgique et l'étranger. Ces flux peuvent aussi bien être entrants (« international inbound »), le courrier concerné devant être distribué en Belgique, que sortants (« international outbound »), dans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

4.2.4.1 Volumes

La figure 24 décrit l'évolution des volumes des courriers internationaux entrants et sortants depuis 2010. On peut voir notamment quant à la répartition des deux types de courriers qu'elle varie d'une année à l'autre. Entre 2010 et 2012, la place du courrier international sortant par rapport au courrier international entrant était plus prépondérante d'année en année. Ensuite, entre 2013 et 2017, la tendance était inversée, avec davantage de courrier entrant. Enfin, après 2017, la courbe a à nouveau montrée une tendance vers le courrier sortant. On se retrouve donc avec une proportion de respectivement 35% et 37% pour les années 2019 et 2020 en ce qui concerne les envois internationaux « outbound ».

Cependant, le volume global d'envois de correspondances internationales entrants et sortants a constamment diminué, atteignant même la baisse la plus importante en 2020 (-12,9%).

Figure 24. Évolution des volumes de courrier international



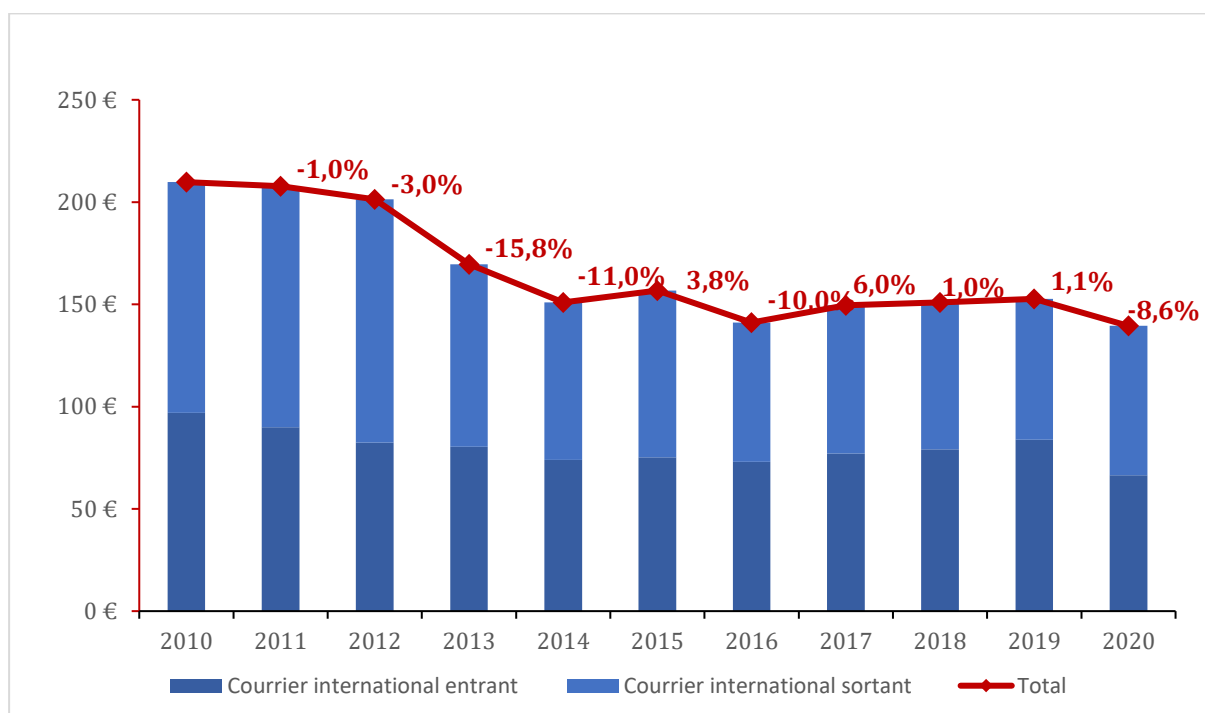
Source : IBPT

4.2.4.2 Revenus

Les revenus de la poste aux lettres en provenance ou à destination de l'étranger sont relativement variables depuis 2010. Tout d'abord, de légères baisses en 2011 et 2012 (respectivement -1 et -3%), suivies par les deux plus fortes baisses de la décennie (-15,8% et -11% respectivement). Ensuite, en 2015, les revenus liés au courrier international connaît sa première tendance à la hausse (3,8%) pour rechuter fortement l'année qui suit (-10%). Les années 2017, 2018 et 2019 connaissent, quant à eux, des augmentations modérées (respectivement 6%, 1% et 1,1%). Enfin, l'année 2020 se caractérise par une baisse relativement importante (-8,6%).

Les pourcentages de baisses et de hausses liés aux volumes et aux revenus contrastent largement : les revenus ont des pourcentages moins importants, probablement lié à des prix plus élevés ou un mix de produits différent (plus grands formats, destinations plus lointaines).

Figure 25. Évolution des revenus du courrier international (millions €)

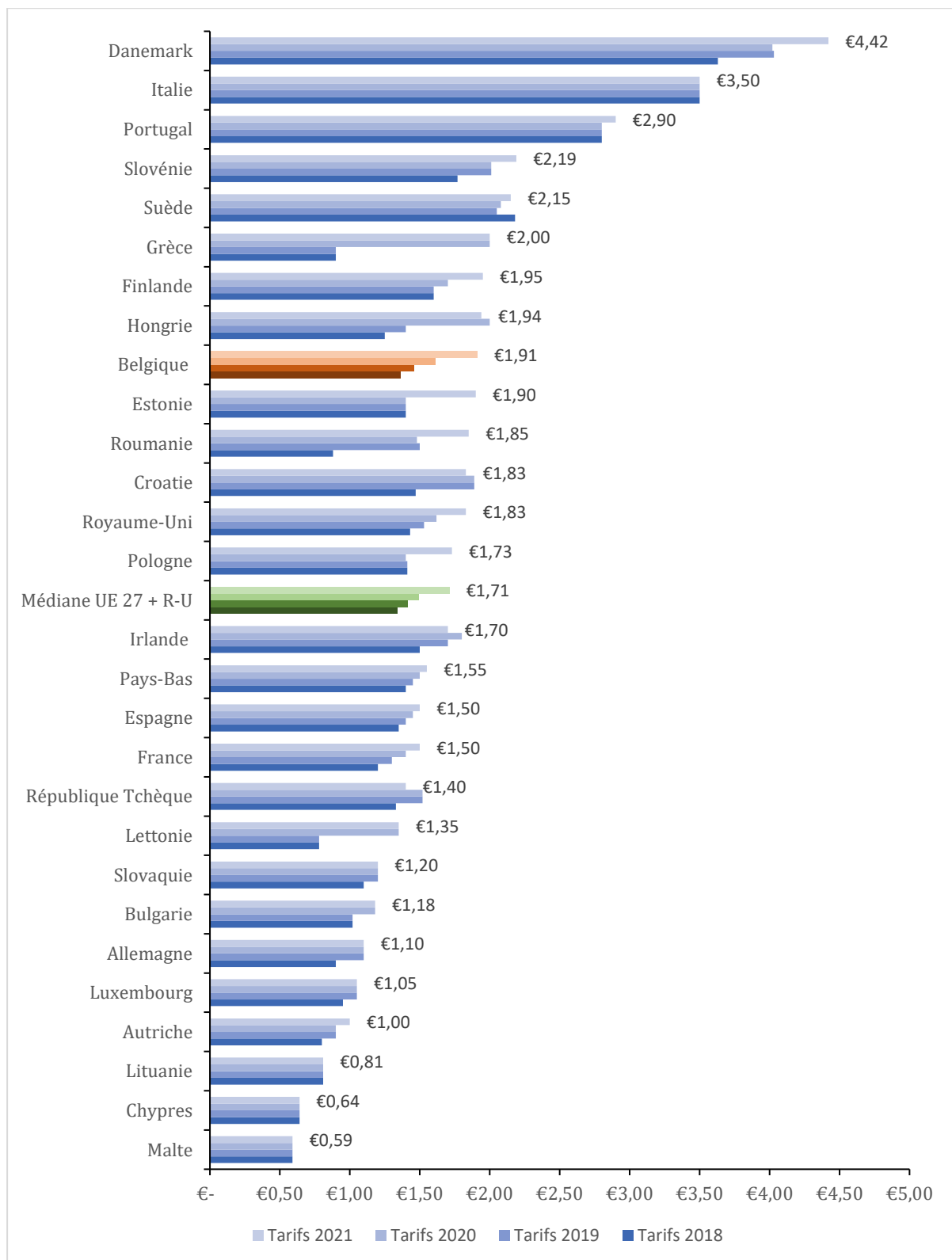


Source : IBPT

4.2.4.3 Tarifs pour les petits utilisateurs du prestataire du service universel

Lorsqu'on compare les prix des différents prestataires de service universel en Europe en ce qui concerne le service des lettres standard intra-UE, on constate que la Belgique est au-dessus de la médiane européenne (respectivement €1,91 et €1,71). La Belgique a d'ailleurs grimpé de 3 places à ce classement par rapport à 2020, en atteignant la 9^{ième} place cette année. Le pays le plus cher à ce niveau reste le Danemark (€4,42) et le pays avec le service international le plus abordable est Malte (€0,59).

Figure 26. Prix du service lettre standard intra-européen en Europe (en valeur nominale) (€) (Tarifs affichés en 2021)



Source : Deutsche Post, Letter Price Survey (2018, 2019, 2020 et 2021)

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

L'augmentation incessante de l'e-commerce en Belgique et ailleurs pousse le marché des colis et envois express dans la même direction, de sorte que ceux-ci prennent de plus en plus de place parmi les différents services de marché postale. Comme déjà indiqué précédemment par le graphe sur l'importance des différents segments (voir 4.1.3), on constate depuis 2017 que le segment du colis et des services express est devenu le plus important. Cette prépondérance a continué à s'accroître après, pour atteindre son apogée en 2020. Il représente aujourd'hui près de 80% en plus en terme de chiffre d'affaires que son homologue de la poste aux lettres.

Ce chapitre abordera tout autant l'évolution concernant le marché des colis²⁴ que celui des services express²⁵ et seront donc analysés conjointement.²⁶ Toutefois, la proportion est nettement à l'avantage des colis, avec 81% en ce qui concerne les volumes, contre 19% pour l'express et 70% pour les revenus, contre 30% pour les services express.

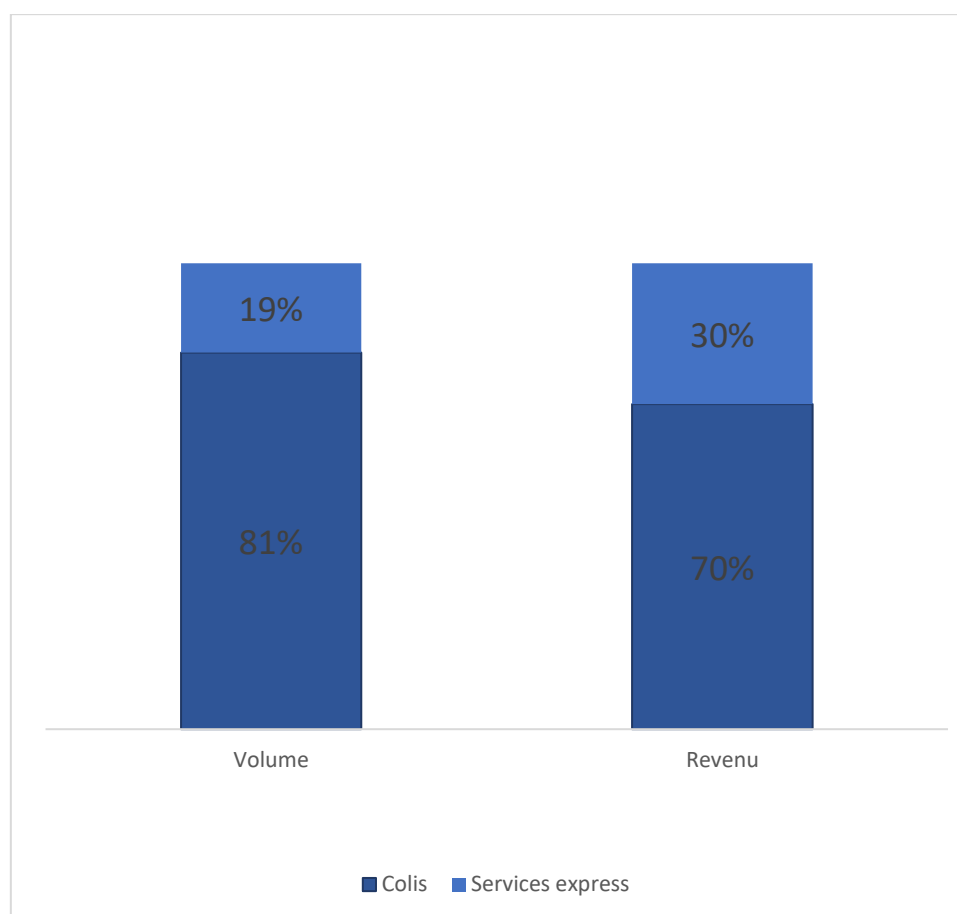
Bien que certains acteurs opèrent sur des segments particuliers (B2B, B2C, C2X), le type de destinataire reste cependant difficile à identifier avec certitude pour l'opérateur. C'est pourquoi, les différents segments seront ici considérés conjointement.

²⁴ Il s'agit ici des colis allant jusqu'à 10kg uniquement (sauf les colis internationaux entrants qui vont jusqu'à 20kg).

²⁵ Dans le cadre de l'observatoire, l'on entend par « envois express » les envois très sensibles au facteur temps et qui doivent être distribués avant un moment précis, choisi par l'expéditeur, et ce, souvent directement, sans passer par une tournée de distribution qui concerne également d'autres envois. Par exemple, par le biais d'une garantie de livraison, comme la garantie de livraison avant 9h, 10h ou 12h le jour suivant. En revanche, les colis standard, comme ils font partie d'une tournée de distribution régulière, sont souvent distribués en J+1 (pour les envois nationaux)..

²⁶ La frontière entre les colis et les colis express est difficile à définir. Le transport de colis implique de plus en plus la prestation de services qui s'apparente de plus en plus au courrier express (traçabilité des colis, assurance du contenu du colis, délais de livraison...). En outre, de nombreux acteurs offrent les deux types de services à leurs clients.

Figure 27. Proportion de colis et express en volume et en chiffre d'affaires (2020)



Source : IBPT

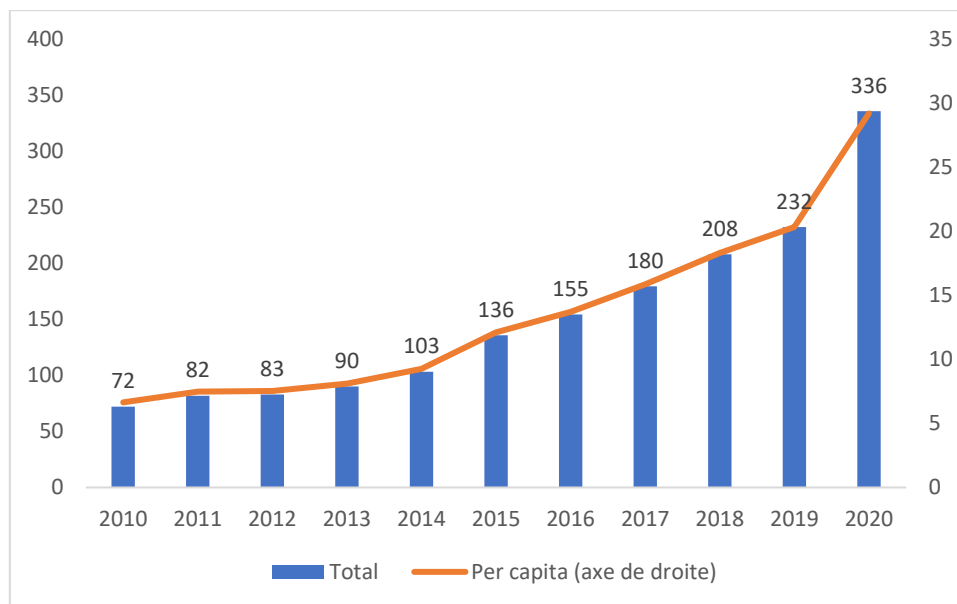
4.3.1 Volume

Le segment des colis et de l'express est le segment qui évolue le plus fortement ces dernières années. Il a même bénéficié en 2020 de la crise du coronavirus où plusieurs commerces physiques ont ainsi dû être fermés pour lutter contre la propagation. Les clients se sont dès lors tournés vers des solutions alternatives pour se procurer ce dont ils avaient besoins. Ainsi, entre les années 2010 et 2020, le nombre de colis envoyés sur un an a connu une augmentation de 366%, passant de 72 millions d'unités en 2010 à 336 millions en 2020. Cette dernière année marque même le record d'augmentation sur une année, en atteignant une augmentation de 44,5% entre 2019 et 2020.

Le nombre de colis par an par habitant a, quant à lui, plus que quadruplé en 10 ans, passant de 6,6 à 29,2 colis annuels par habitant. Un colis ou envoi express est donc envoyé tous les 12,5 jours. Cependant, la Belgique se trouve encore loin des pays avec le plus grand nombre de colis per capita en Europe, avec l'Allemagne qui détient le plus grand nombre en 2019 (41).²⁷

²⁷ ERGP Report on Postal core indicators, 22 décembre 2020

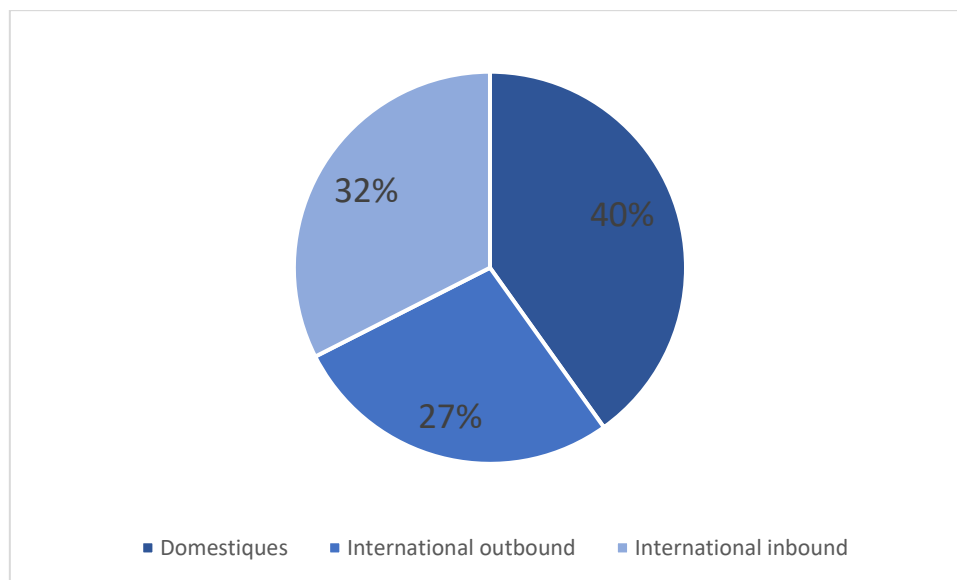
Figure 28. Évolution du volume de services express et de colis au total (millions d'unités) et par habitant (en unité) par année



Source : IBPT

La figure suivante nous montre la répartition des colis et envois express en fonction de leur provenance et de leur pays de destination. Ainsi, 40% des envois de colis ou faisant appel à un service express au cours de l'année 2020 sont des envois domestiques. Ils n'ont dès lors pas quitté le territoire, le bien est passé d'une entité belge à une autre (personne physique ou entreprise). Cette proportion est à peu de choses près la même depuis 2015. L'importance des envois internationaux entrants est resté relativement constante lors de la décennie (32% à 35%). Au sein de l'UE, sur la base du rapport « core indicators » de l'ERGP précédemment cité, nous constatons qu'il n'y a qu'une poignée de pays dont les paquets sortants sont plus nombreux que les paquets entrants (ce que l'on appelle les "exportateurs nets"). Il s'agit notamment des pays voisins que sont les Pays-Bas et l'Allemagne, qui disposent généralement d'un secteur du commerce électronique très développé. Il convient également de noter que la figure ci-dessous ne comprend pas seulement le commerce électronique, c'est-à-dire le B2C, mais aussi l'important segment B2B et le C2X.

Figure 29. Répartition du volume de services express et de colis entre envois domestiques, internationaux sortants et internationaux entrants (2020)

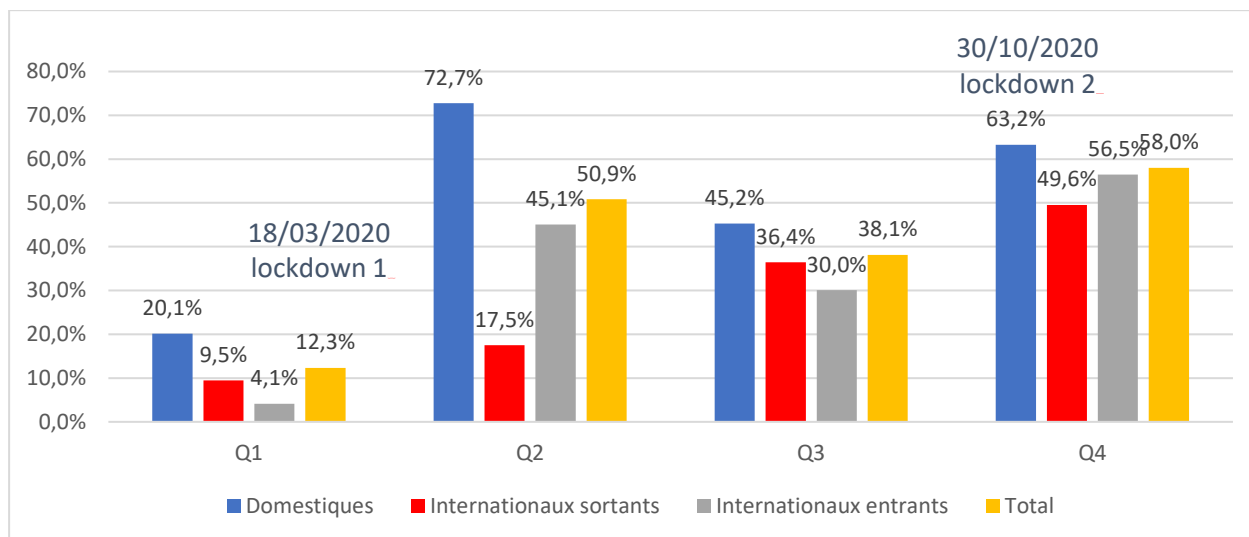


Source : IBPT

Si l'on examine le volume des échanges domestiques, de l'international outbound (échanges internationaux sortants) et de l'international inbound (échanges internationaux entrants) par trimestre²⁸, on constate des évolutions différentes jusqu'en 2020 en raison de la pandémie. Après le premier confinement, au deuxième trimestre (Q2), nous avons particulièrement constaté une augmentation du volume domestique. Tout au long du Q2 2020, le volume domestique a même augmenté de 72,7 % par rapport au Q2 2019. Au cours de ce deuxième trimestre, l'international outbound, les colis internationaux sortants, n'ont augmenté que de 17,5 %, tandis que l'international inbound, les colis internationaux entrants, ont augmenté de 45,1 %. L'augmentation globale pour le deuxième trimestre, soit 50,9 %, comme indiqué dans la section 2 « L'impact de la pandémie sur le secteur postal », masque donc diverses évolutions sous-jacentes. Au cours des troisième et quatrième trimestres également, la croissance la plus forte a été enregistrée dans les services intérieurs de colis et des envois express, mais la différence avec les autres catégories a été plus limitée.

²⁸ Sur la base des informations trimestrielles fournies par 14 grands opérateurs actifs sur ce segment.

Figure 30. Comparaison des volumes trimestriels nationaux, internationaux sortants et internationaux entrants en 2020 avec 2019 (YoY)



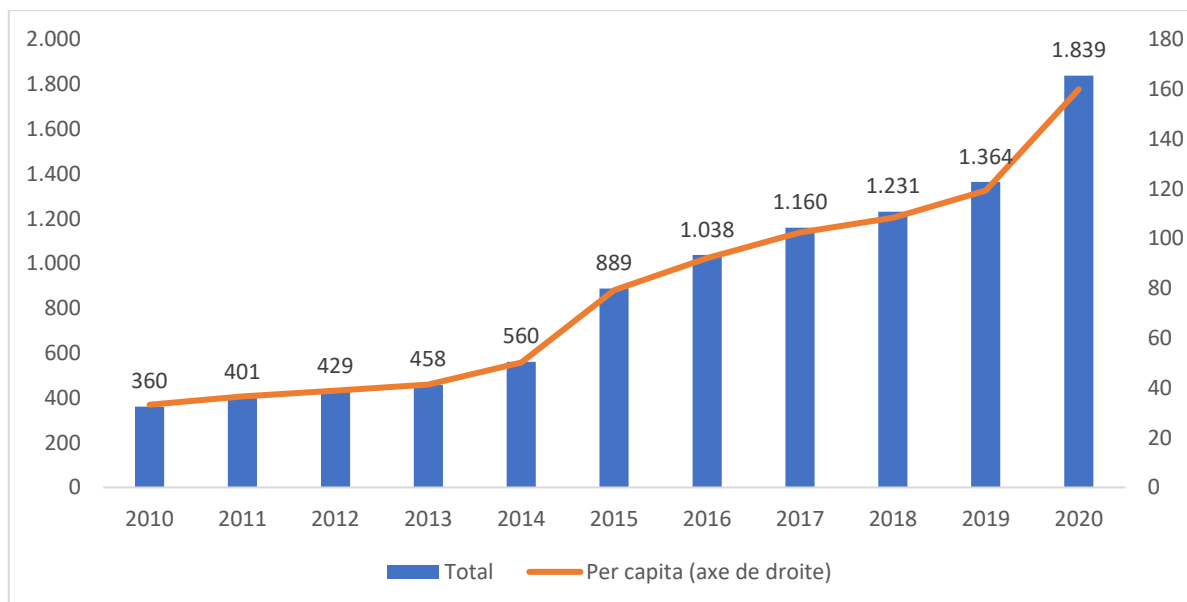
Source : IBPT

4.3.2 Revenus

La tendance pour 2020 que l'on retrouve dans le volume se confirme dans le chiffre d'affaires. En effet, le revenu du segment des colis et des services express connaît son maximum actuel, avec un chiffre atteignant les 1.839 millions d'euros de revenu. Cela correspond à la 2^{ième} augmentation annuelle la plus importante connue au cours de la décennie passée, avec 34,8%, la première étant l'année 2015 avec 58,6% (mais naturellement à un niveau inférieur).

Cela représente donc en 2020 près de 160€ par personne par an, un peu moins de 5 fois le niveau que l'on a connu en 2010.

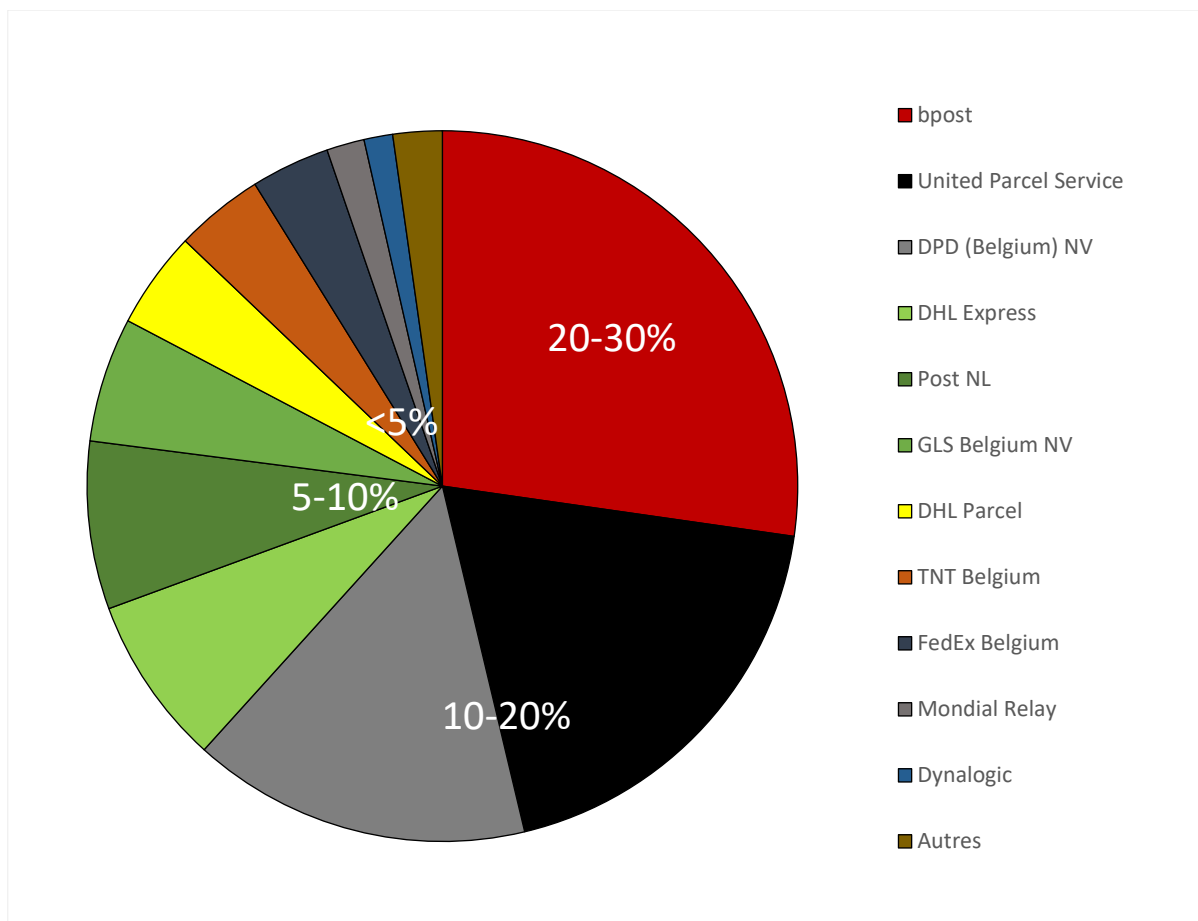
Figure 31. Évolution du chiffre d'affaires dans le segment des services express et des colis (millions €) et par habitant (€) par an



Source : IBPT

La figure 32 ci-dessous représente la part de marché des différents acteurs dans le segment des colis et services express sur base du chiffre d'affaires en 2020. Ainsi, bpost, United Parcel Service et DPD ont chacun des parts de marché supérieures à 10% et représentent ensemble près de 60% des parts de marché. DHL Express, Post NL, GLS ont, quant à eux, plus de 5% de part de marché chacun. Les autres acteurs ont des parts de marché inférieures à 5%.

Figure 32. Part de marché sur base du chiffre d'affaires dans le segment des envois express et des colis (2020)
(%)

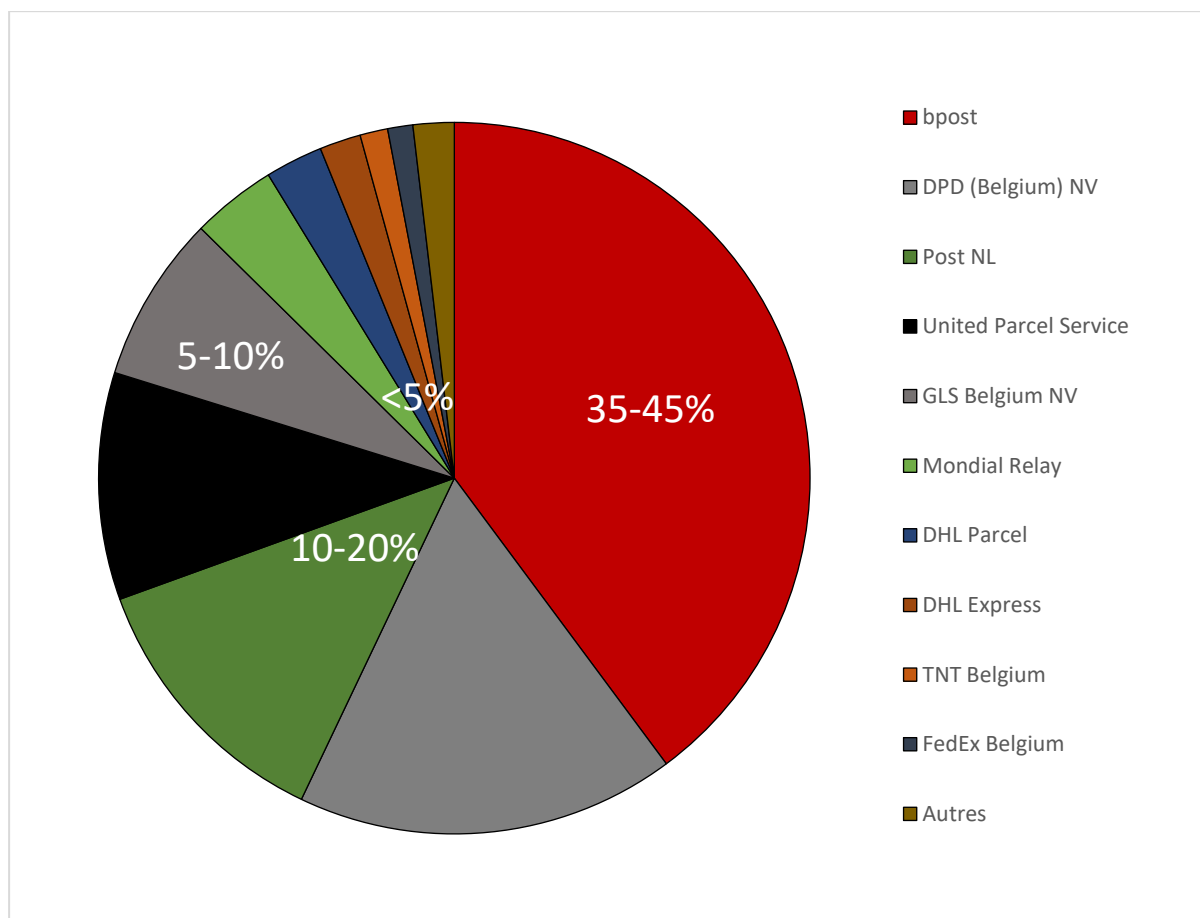


Source : IBPT

Une analyse similaire avec les parts de marché peut être effectuée en fonction des volumes, avec des résultats différents. bpost détient donc la part la plus importante du marché, avec plus de 35% en terme de volume. DPD, Post NL et United Parcel Service possèdent chacun plus de 10% des parts. GLS détient 5 à 10% des parts de marché et le reste des acteurs possèdent une part de marché inférieure à 5% chacun.

On peut remarquer que les acteurs du marché qui sont spécialisés dans le service express ont des volumes plus faibles mais des prix plus importants. Ainsi, UPS et DHL Express ont des parts de marché moins importantes en terme de volume, par rapport aux pourcentages de parts de marché en terme de chiffre d'affaires. L'effet opposé est aussi présent. Ainsi, certains acteurs, concentrés sur le segment des colis, auront davantage de volumes que certains de leurs concurrents, dû à un segment avec des prix plus faibles. Post NL et bpost, par exemple, ont des pourcentages plus importants concernant les parts de marché en terme de volume que ceux en terme de chiffre d'affaires.

Figure 33. Part de marché sur base du volume dans le segment des envois express et des colis (2020) (%)



Source : IBPT

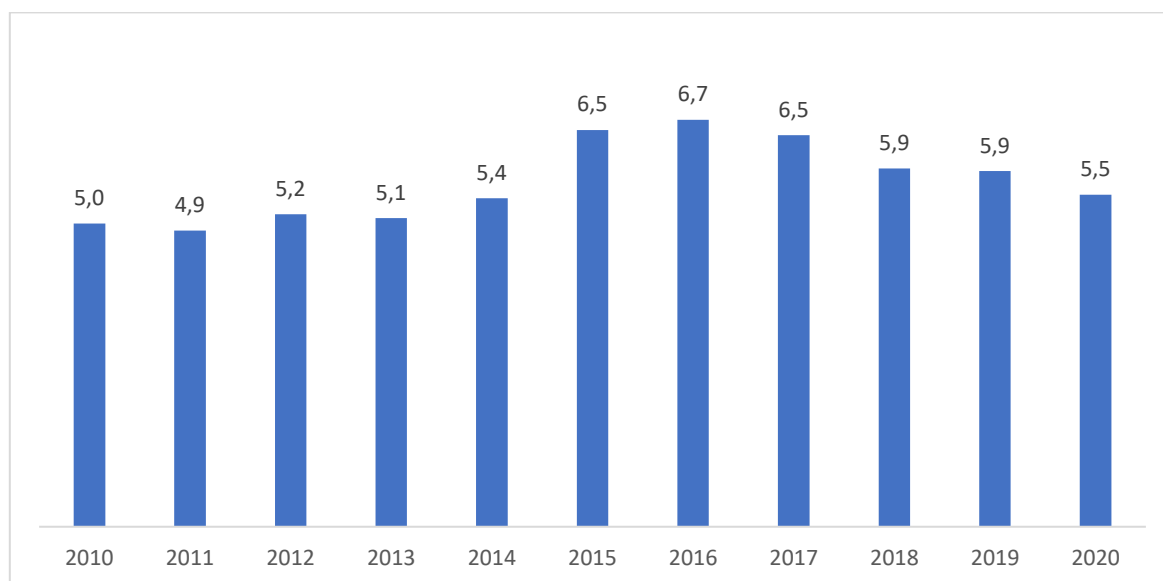
4.3.3 Tarif implicite

Lorsque l'on confronte le chiffre d'affaires et le volume, nous obtenons un tarif implicite. Il s'agit du tarif moyen par unité dans le segment pour tous les opérateurs, destinations et formats confondus. Dans les paragraphes précédents, nous avons déjà constaté que le volume du segment des colis et des envois express avait augmenté plus fortement que le chiffre d'affaires, de sorte que le tarif implicite était également plus faible. Cette diminution du tarif implicite peut s'expliquer par différents aspects :

- la croissance plus forte des volumes de colis standards que des volumes d'envois express plus chers ;
- la croissance des volumes est essentiellement portée par les plus grands acteurs de l'e-commerce, qui ont l'avantage de pratiquer des prix plus bas ;
- comme la croissance est tirée par l'e-commerce, le segment C2X, avec des prix plus élevés, augmente moins que le segment B2X ;
- une concurrence plus forte dans un secteur en croissance où les économies d'échelle sont grandes incite les opérateurs à se préoccuper davantage de leur part de marché que de leur rentabilité immédiate.

Ces tarifs implicites diffèrent considérablement des tarifs obtenus à partir de l'analyse transfrontière²⁹. Toutefois, dans ce dernier cas, il s'agissait d'une partie très limitée du marché, à savoir les tarifs pour les petits consommateurs (C2X), et l'accent était plus clairement mis sur les tarifs internationaux.

Figure 34. Prix implicites dans le segment des envois express et des colis (2010-2020)(€)



Source : IBPT

4.3.4 Tarifs pour les petits utilisateurs

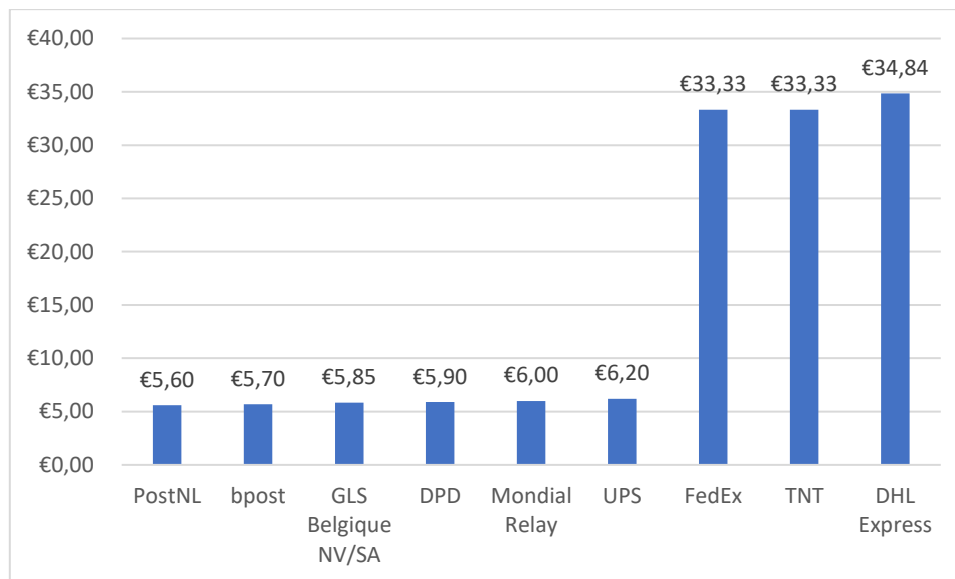
En 2021, l'IBPT a lancé un simulateur de tarifs pour un colis de 2 kg pour les petits utilisateurs, c'est-à-dire sans réduction sur le volume. Ce simulateur³⁰ donne les tarifs, au 1^{er} janvier, de tous les opérateurs pour l'envoi d'un colis de 2 kg (produit très populaire). Avec cet outil, vous pouvez vérifier quels opérateurs offrent leurs services pour chaque destination, en Belgique ou ailleurs en Europe. Outre les tarifs pour la destination de votre choix, vous recevez également de nombreuses informations utiles telles que les dimensions et le poids minimums et maximums, l'application d'une assurance standard et même la levée à domicile.

Les tarifs pour un colis de 2 kg en Belgique en 2021 sont présentés dans la figure 35. Une disparité des prix est immédiatement perceptible, en particulier avec les fournisseurs de services express qui offrent manifestement un service complètement différent, comme une livraison extrêmement rapide. Mais aussi avec les autres opérateurs, il y a souvent des différences importantes, comme une différence d'assurance, de dimensions maximales ou de poids, qui font qu'il faut bien comparer pour faire un choix optimal. Le simulateur de tarifs de l'IBPT tente de faciliter cet exercice pour le petit utilisateur.

²⁹ <https://www.ibpt.be/operators/publication/communication-concernant-levaluation-des-tarifs-de-bpost-retenus-dans-le-cadre-du-reglement-europeen-relatif-aux-services-de-livraison-transfrontiere-de-colis>

³⁰ <https://www.ibpt.be/consummateurs/publication/simulateur-tarifaire-pour-les-colis-de-2-kg-en-belgique-et-en-europe>

Figure 35. Tarifs pour l'envoi d'un colis national de 2 kg (2021, en euros)



Source : IBPT (simulateur de tarifs)
 N.B. le tarif affiché d'UPS est hors TVA

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

La distribution de la presse reconnue, délivrant les articles au domicile des abonnés, est un service d'intérêt économique général (SIEG) qui faisait encore partie, jusqu'en 2015, du 5^e contrat de gestion conclu entre bpost et l'État belge. Depuis le 1^{er} janvier 2016 et, par une prolongation, encore jusqu'au 31 décembre 2022³¹, ce service est devenu un service distinct de dernier recours ne relevant pas du (6^e) contrat de gestion. Ce SIEG, auquel les éditeurs peuvent faire appel s'ils le souhaitent, est actuellement exécuté par bpost et se compose de :

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

En tant que prestataire chargé de ce SIEG concernant la distribution de la presse reconnue aux abonnés, bpost est le principal opérateur sur le segment de la distribution à domicile d'articles de presse. D'autres acteurs sont également actifs sur ce segment, comme PPP³².

³¹ Le 16 octobre 2015, le Conseil des ministres a décidé, à la suite d'une procédure publique, transparente et non discriminatoire, d'attribuer les concessions de distribution des journaux et périodiques reconnus pour la période 2016-2020 à bpost. Cette concession a également été prolongée de deux ans, jusqu'à la fin 2022 : <https://press.bpost.be/communication-concernant-les-concessions-pour-la-distribution-de-la-presse>

³² Asendia Belgium a mis fin à ses activités le 1^{er} juillet 2016 et a supprimé son numéro d'entreprise. Deltamedia était auparavant repris dans cet observatoire. Elle distribuait jusqu'en avril 2016 la presse pour le groupe Mediahuis.

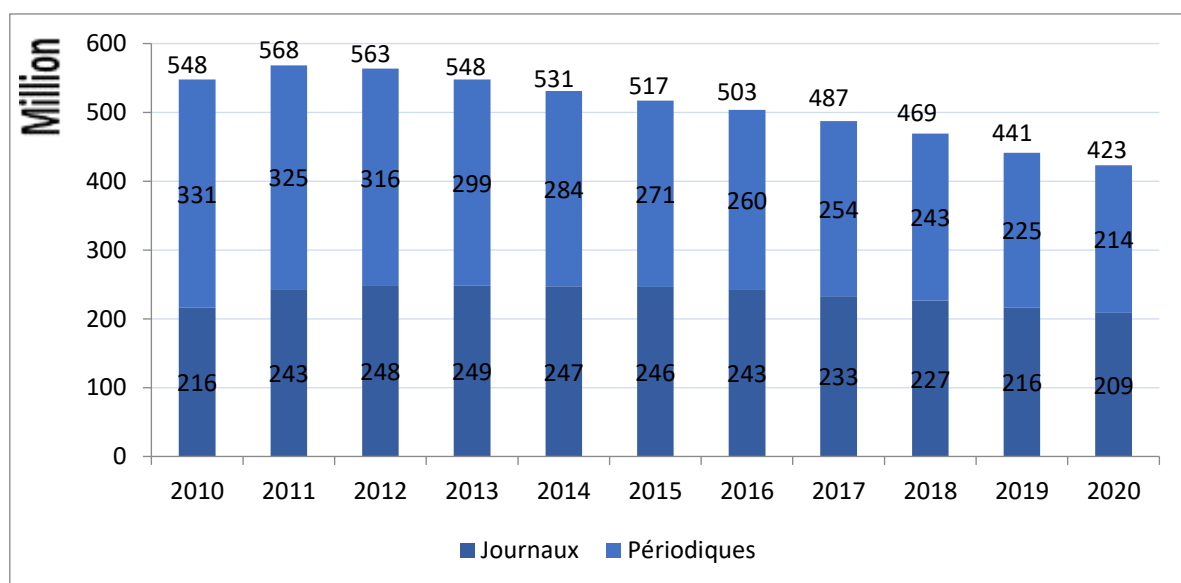
4.4.1 Volume

Depuis 2012, le volume total de presse distribuée diminue, après le pic en 2011 de 568 millions d'exemplaires distribués sur une base annuelle. Entre 2019 et 2020, le volume global a baissé de 4,1 %, une baisse toutefois moins importante que celle de l'année précédente (-6 %). La quantité de presse distribuée par rapport à 2011 a entre-temps baissé de 25,6 %. Pour 2020, la tendance trimestrielle a également été examinée, mais il n'y a pas eu de grandes différences comme dans le segment des services de colis et d'envois express. Au deuxième trimestre 2020, nous avons certes constaté une baisse légèrement plus importante de -6,9 % par rapport à la même période un an auparavant, mais pour le reste, les chiffres sont conformes à la tendance à plus long terme.

Pour les périodiques, la baisse a été amorcée depuis plus longtemps déjà et nous constatons à nouveau une plus grande diminution, à savoir de -4,7 % pour un total de 214 millions d'unités distribuées en 2020. Le volume de journaux distribués n'a stagné que plus tard et a connu une chute limitée depuis 2013, avec une baisse de -3,5 % en 2020. Ainsi, 209 millions de journaux sont encore distribués.

Les périodiques représentent 50,7 % de la presse distribuée, le reste se compose de journaux (49,3 %). En 2010, ce rapport était encore de 60,5 % contre 39,5 %.

Figure 36. Évolution des volumes sur le segment de la distribution de la presse aux abonnés (en millions d'unités)



Source : IBPT

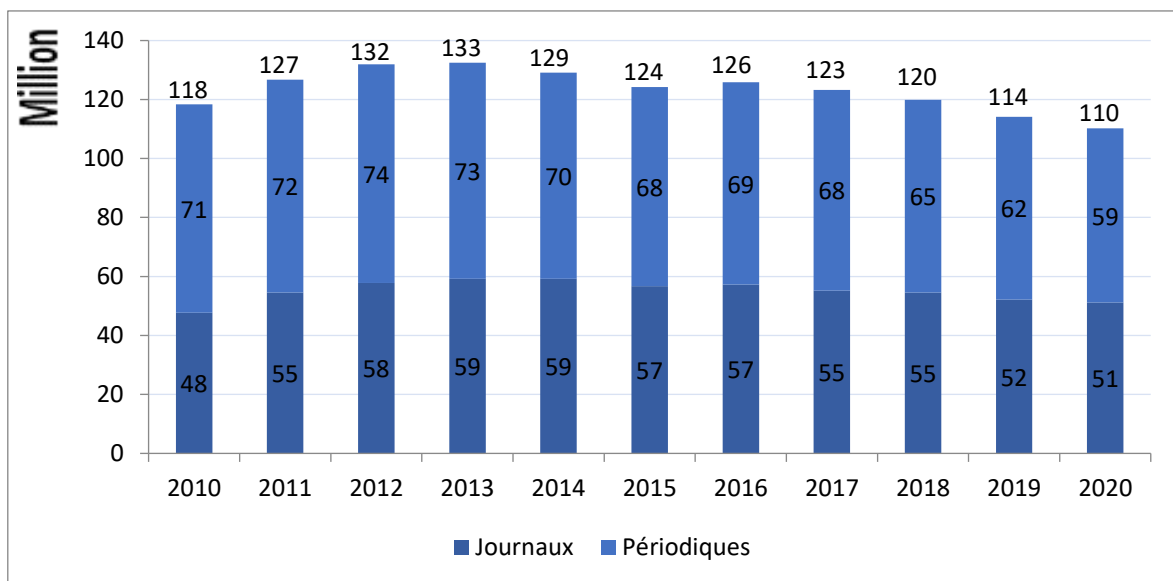
4.4.2 Revenus

Du côté des revenus, on constate que la tendance à la baisse n'a débuté qu'en 2014. En 2020, les revenus ont une nouvelle fois diminué, de -3,4 % par rapport à 2019. Toutefois, ce chiffre est moins important aux -4,8 % enregistrés pour 2019. Néanmoins, la diminution des revenus atteint déjà -16,9 % par rapport à 2013. En 2020, la baisse des périodiques (-4,7 %) est plus forte que celle des journaux (-1,9 %).

53,5 % des revenus sont attribuables à la distribution de périodiques, et 46,5 % à la distribution de journaux. En 2010, ce rapport était encore de 59,7 % contre 40,3 %.

Il convient de souligner que la compensation payée par l'État à bpost pour la prestation du SIEG en matière de distribution de la presse aux abonnés n'est pas comprise dans les revenus considérés.³³

Figure 37. Évolution des revenus sur le segment de la distribution de la presse aux abonnés (en millions d'euros)



Source : IBPT

Par souci d'exhaustivité, nous notons qu'AMP fait partie de bpost.³⁴ Toutefois, AMP ne distribue pas à domicile, mais dans les magasins (librairies). En outre, elle assure également la distribution de la presse pour la vente à l'unité en magasin. Les revenus et le volume de cette entreprise ne sont pas repris dans les relevés ci-dessus, qui se rapportent spécifiquement à la distribution à domicile.

5. Investissements et emploi dans les activités postales

5.1 Investissements dans le secteur postal

En 2020, 179 millions d'euros ont été investis³⁵ au total dans le secteur postal par les opérateurs de notre échantillon. Il s'agit d'une hausse de 45,5 % par rapport à 2019, lorsque les investissements s'élevaient à 123 millions d'euros. Les investissements en 2020 sont supérieurs de plus de 50 millions d'euros par rapport aux pics précédents en 2017 et 2019. Le fait que ces années soient toutes récentes

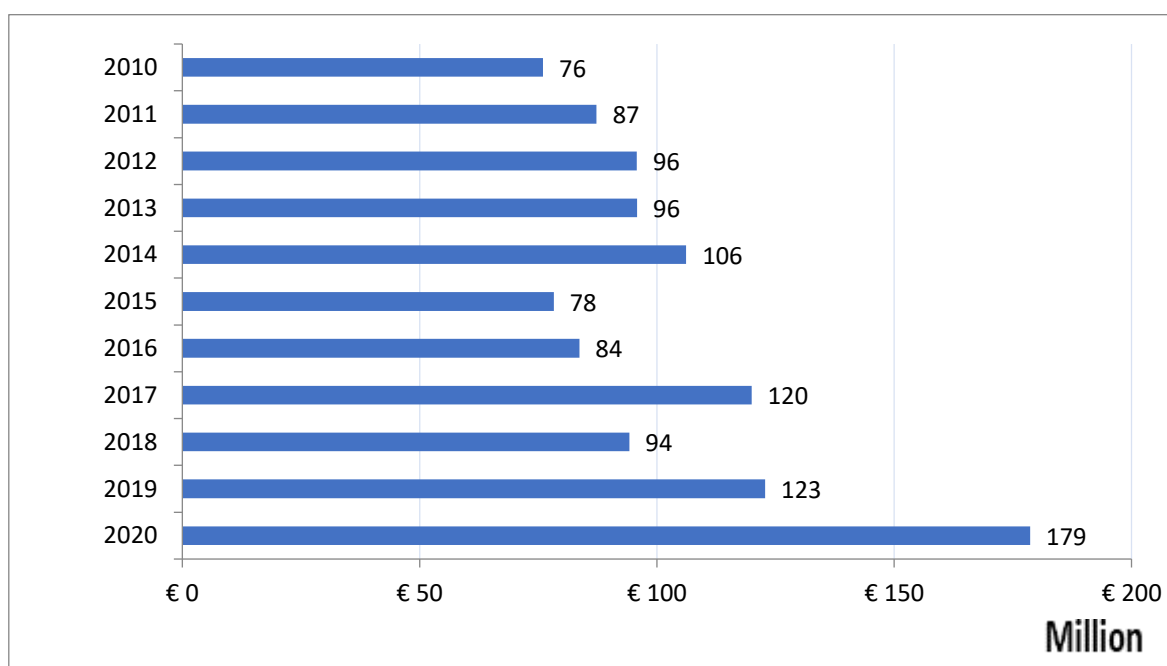
³³ D'après le budget fédéral, crédits initiaux 2019, le paiement estimé concernant la concession relative à la distribution des journaux et des périodiques s'élevait à 170,294 millions d'euros en 2019.

³⁴ En 2016, le Collège de la concurrence de l'Autorité belge de la concurrence a approuvé, sous certaines conditions, la reprise par bpost d'AMP et de LS Distribution Benelux (<https://www.abc-bma.be/fr/decisions/16-cc-32-bpost-amp-ls-distribution>).

³⁵ Il s'agit ici d'investissements d'extension en Belgique. En 2019, la série chronologique a également été revue, car, par le passé, on a également communiqué des investissements à l'étranger.

confirme la tendance observée dans la figure 38, à savoir que les investissements globaux dans le secteur postal ont augmenté de manière significative au cours de la dernière décennie. Par rapport à 2010, le niveau des investissements en 2020 est même plus élevé de 135 %, soit 103 millions d'euros. La valeur médiane pour la période 2010-2020 s'élève d'ailleurs à 96 millions d'euros, soit 83 millions d'euros de moins que la valeur des investissements en 2020. Il s'agit donc d'un chiffre particulièrement élevé, naturellement dû à l'essor du segment des colis et des envois express. Les opérateurs sont en effet encore en train d'étendre leur capacité concernant le tri et la distribution des colis.³⁶

Figure 38. Investissements dans le secteur postal (en millions d'euros)



Source : IBPT

Les investissements réalisés dans le secteur postal s'élevaient en 2020 à 5,7 % du chiffre d'affaires réalisé. Il s'agit également d'un record absolu, malgré le chiffre d'affaires record (voir également la section 4.1.1) réalisé en 2020 par rapport auquel le niveau des investissements est mesuré. Le rapport entre les investissements et le chiffre d'affaires est donc même supérieur d'environ un point de pourcentage aux valeurs enregistrées en 2017 (4,8 %) et 2019 (4,6 %).

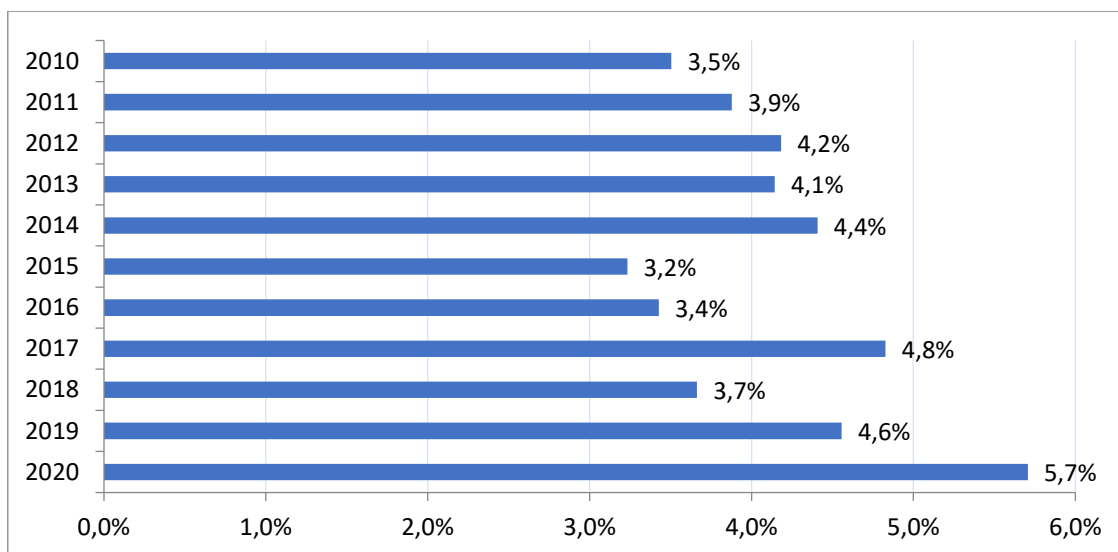
³⁶ Quelques exemples :

13 juillet 2018 « PostNL construit deux premiers centres de tri en Belgique » : <https://transportmedia.be/2018/07/postnl-construit-deux-premiers-centres-de-tri-en-belgique/?lang=fr>

14 octobre 2019 « PostNL élargit d'un tiers la capacité de ses centres de distribution en Belgique » : <https://www.postnl.be/fr/a-propos-de-postnl-belgique/presse-et-actualite/actualite/2019/postnl-elargit-sa-capacite-de-ses-centres-de-distribution.html>

23 juillet 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/>

Figure 39. Investissements par rapport au chiffre d'affaires dans le secteur postal (%)



Source : IBPT

5.2 Emploi dans le secteur postal

En date du 30 juin³⁷ 2020, le secteur des activités postales comptait pas moins de 32.859 salariés en terme d'emploi direct. Cela représente une augmentation de 3,7% par rapport à l'année 2019, ce qui constitue la plus grosse hausse annuelle enregistrée dans le secteur postale depuis l'année 2000. Sur une vision à plus long terme par contre, on observe depuis quelques années un changement de tendance. Alors que dans les années 2000 le secteur connaissait une réduction des effectifs au niveau des employés, on observe, notamment grâce à la proportion grandissante des colis et express dans les volumes des envois, une légère hausse du niveau d'emploi depuis 2017. Cependant les niveaux actuelles sont largement en dessous des niveaux connus alors dans les années 2000. On a ainsi un écart important d'employé dans le secteur postal entre 2010 et 2020 (-13,3%). Ce dernier est encore plus important entre 2000 et 2020 (de l'ordre de -33,8%).

Concernant les équivalents temps plein³⁸ (ETP), la différence avec l'année précédente est anecdotique: à peine 8 ETP supplémentaires par rapport à 2019, pour un total de 26800 ETP. Ici aussi il y a une différence majeure entre 2020 et les années 2010 et 2000, respectivement de -19,2% et -41,7%. En 2020, un peu plus de 7 employés du secteur postal sur 10 travaillent à temps plein (71,5%).

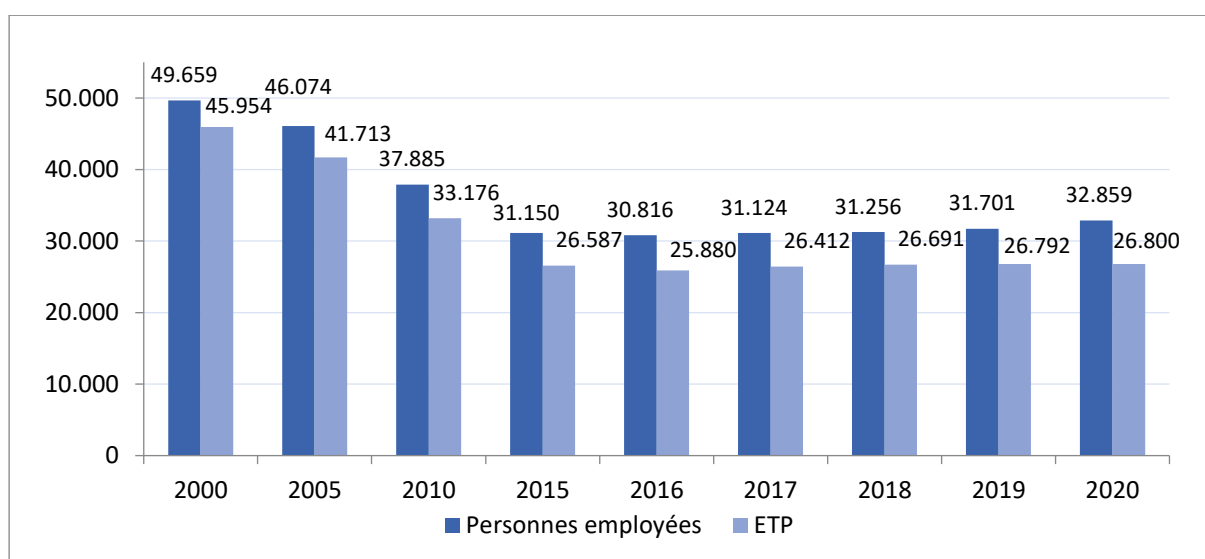
Dans ce secteur, bpost reste toujours le plus grand employeur, avec environ 4 travailleurs sur 5.

³⁷ Nous examinons systématiquement la situation au 30 juin de l'année en question, soit à la fin du deuxième trimestre. L'emploi y est typiquement moins sensible aux variations saisonnières.

³⁸ Afin de représenter de la manière la plus correcte possible le travail effectivement presté, il s'agit ici d'équivalents temps plein hors jours assimilés. Les jours assimilés sont des périodes telles que le chômage involontaire, l'incapacité de travail, le congé de maternité et la prépension, pendant lesquelles il n'a pas été travaillé mais qui sont tout de même comptabilisées dans la carrière de pension.

Outre ses propres travailleurs, le secteur postal emploie également un grand nombre de travailleurs temporaires et d'indépendants en sous-traitance. Ainsi, sur la base de notre enquête, le nombre de travailleurs temporaires s'élevait au 30 juin 2020 à un total d'environ 1 800 personnes, soit, de manière remarquable, environ moitié moins qu'une année auparavant. Nous avons toutefois constaté un effet de fin d'année dans cette catégorie, le nombre de travailleurs temporaires augmentant jusqu'à environ 2 550 au 31 décembre 2020. Concernant les travailleurs indépendants en sous-traitance, le nombre total s'élevait à environ 6 600 personnes, soit une augmentation de près de 1/10. Compte tenu de cela, le secteur postal génère donc, indirectement, encore plus d'emplois que ce que montre la figure 40.

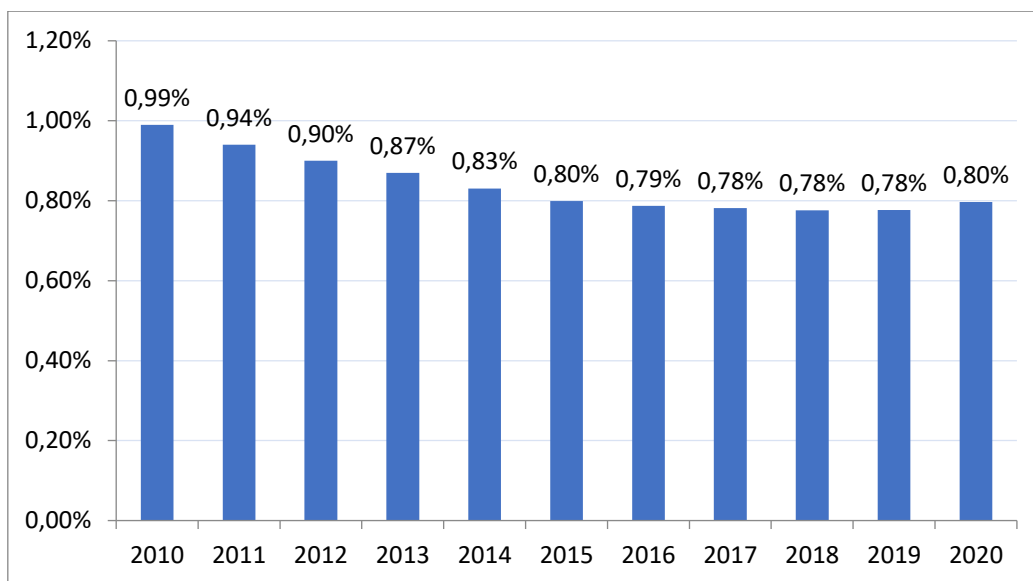
Figure 40. Emploi salarié dans le secteur postal (N, ETP)



Source : ONSS

Lorsqu'on prend en compte l'emploi dans tous les secteurs et son évolution, on constate que la part des employés travaillant dans le secteur postal est de 0,80% en 2020. Comparé à 2010, il s'agit là d'une réduction de près de 0,2 point de pourcentage. Cependant, les récentes augmentations du nombre d'employés (dont les plus importantes de 2019 (+1,4%) et 2020 (+3,7%)) dues à l'explosion des envois express et de colis (voir point 4.3) ont fait grimper ce pourcentage de 0,78% (entre 2017 et 2019) à celui que nous connaissons en 2020.

Figure 41. Part du secteur postal dans l'emploi total (%)

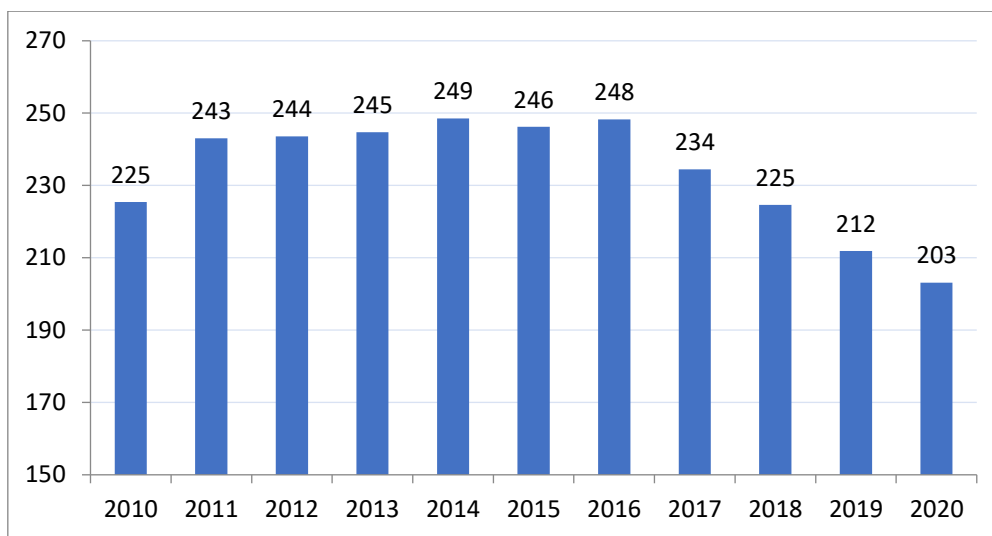


Source : ONSS³⁹

La figure suivante représente le nombre moyen d'articles postaux (colis, services express, lettres ou encore presse aux abonnés) par équivalent temps plein. Après avoir connu une augmentation entre 2010 et 2011, passant de 225 à 243 unités, ce chiffre a connu un plateau entre 2011 et 2016 (entre 243 et 249 unités par ETP) avant de largement descendre à partir de 2017. En 2020, ce chiffre est de 203 unités par équivalent temps plein. Il s'agit d'une différence négative de 22 unités avec l'année 2010 et 46 unités avec 2014 (année avec le chiffre le plus élevé). Ce chiffre s'explique notamment à cause de la chute du volume de la poste aux lettres et de l'augmentation de ce dernier concernant les colis et l'express. En effet, les opérations (traitement et livraison) de ces derniers nécessitent davantage de manutention par unité livrée.

³⁹ Les données ONSS décentralisées concernant l'emploi total sont globales et comportent ici également des données provenant de l'(ancien) ONSSAPL et du CSPM. L'emploi total est analysé en termes de postes de travail.

Figure 42. Nombre moyen d'articles postaux par jour calendrier par ETP dans le secteur postal (N)



Source: ONSS et IBPT

6. Accès aux services postaux

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

6.1 Aperçu sectoriel

6.1.1 Boîtes aux lettres pour l'expédition

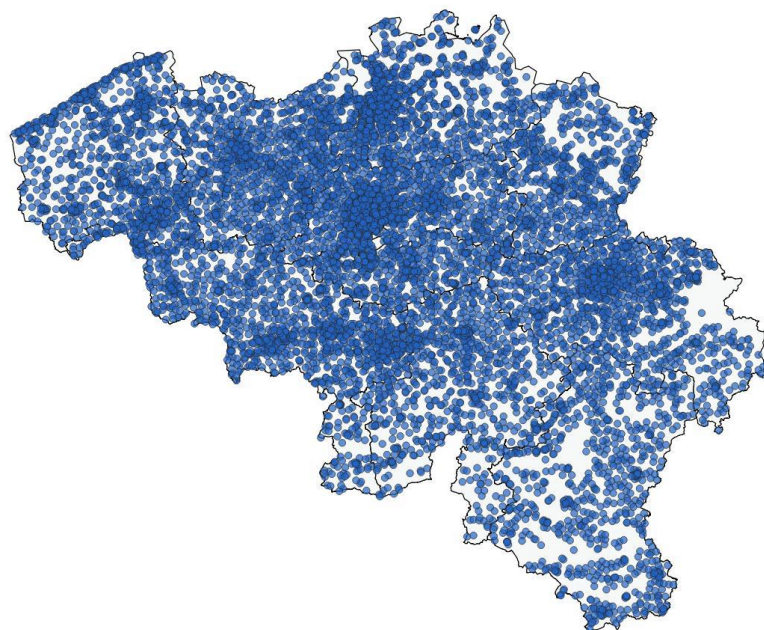
En Belgique, les boîtes aux lettres pour l'expédition ont été mises jusqu'il y a peu à la disposition des utilisateurs par le prestataire du service universel, bpost, et par le titulaire de licence TBC Post. Toutefois, TBC-Post a arrêté ses activités fin 2019⁴⁰, de sorte que notre instantané du 31 décembre 2020 ne montre que les boîtes rouges⁴¹ de bpost. Étant donné que bpost a également considérablement réduit le nombre de boîtes aux lettres rouges en 2019 (voir également la section 6.2.1), notre pays ne comptait encore fin 2020 qu'environ 9 934 boîtes aux lettres pour l'expédition. Un an plus tôt, ce nombre était encore de 10 005, et deux ans plus tôt, il était même de 12 597 au total (soit de bpost, soit de TBC-Post). Fin 2020, on compte encore en moyenne une boîte aux lettres pour 3 km² ou pour 1 157 habitants.

⁴⁰ L'Écho 14 décembre 2019 : « TBC Post, le seul rival de bpost dans l'activité de courrier, dépose le bilan »

⁴¹ Depuis fin 2016, bpost a lancé le déploiement de nouvelles boîtes aux lettres mieux protégées, qui sont blanches avec un logo rouge :

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

Figure 43. Densité du réseau de boîtes aux lettres (de bpost) pour l'envoi (2020)



Source : IBPT

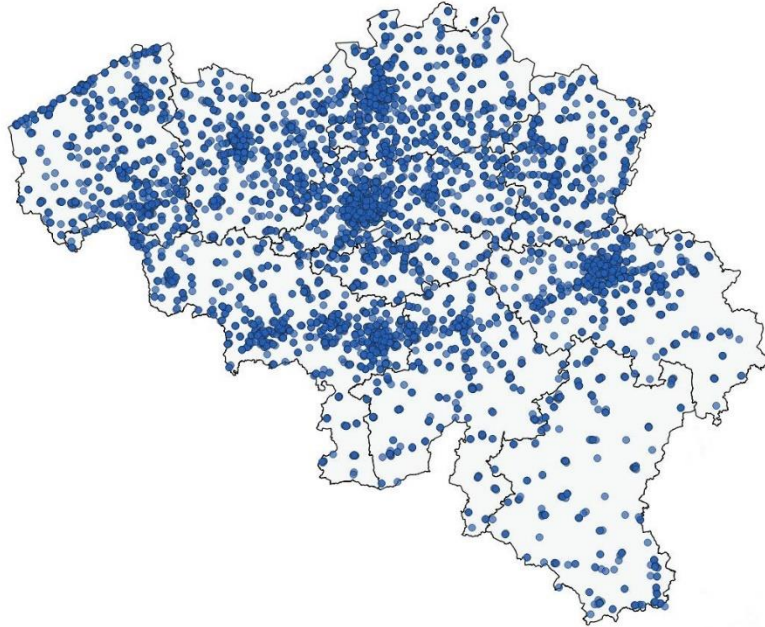
6.1.2 Points pourvus en personnel

L'importance des points pourvus en personnel a fortement augmenté ces dernières années, depuis le boom de l'e-commerce. Les opérateurs se sentent en effet obligés de proposer un réseau de points, afin de permettre aux utilisateurs postaux, d'une part, de venir chercher un colis et, d'autre part, de déposer un colis pour l'envoyer ou le renvoyer. Le prestataire du service universel n'est donc plus le seul à disposer d'un large réseau de points pourvus en personnel. Au total, fin 2020, tous les opérateurs avaient ensemble 6 828 points pourvus en personnel. Cela montre que la tendance à l'augmentation du nombre de points pourvus en personnel, due en partie au fait que TBC-Post a cessé ses activités, a été inversée. Par rapport à 2014, on compte toutefois encore plus de la moitié des points pourvus en personnel.

Cela représente au total en moyenne un point pourvu en personnel pour 4,5 km² ou pour 1 683 habitants. La figure 44 montre que ces points se trouvent notamment dans les centres-villes et les zones plus densément peuplées. Il convient certes de noter que les mêmes emplacements peuvent revenir plusieurs fois. Il arrive en effet que certains points pourvus en personnel, comme les librairies ou les stations essence, travaillent pour plus d'un opérateur. En outre, bpost ouvre par exemple son réseau de points pourvus en personnel à DHL Parcel également.⁴²

⁴² Auparavant, Kariboo! faisait de même pour PostNL. Toutefois, PostNL déploie depuis fin 2019 son propre réseau qui compte déjà aujourd'hui 350 points (le 26/09/2019) : https://www.standaard.be/cnt/dmf20190926_04629899

Figure 44. Densité du réseau de points pourvus en personnel (2020)



Source : IBPT

6.1.3 Distributeurs automatiques de colis

Les distributeurs automatiques de colis sont une tendance apparue au cours de la dernière décennie.⁴³ Ces distributeurs, équipés d'une série de casiers sécurisés, sont généralement installés à des endroits très fréquentés et peuvent être utilisés, pour la plupart, 24h/24, 7 jours sur 7, pour l'envoi et/ou la réception de colis.

En Belgique, bpost a lancé le déploiement d'un réseau de distributeurs automatiques de colis en 2014, tant pour l'envoi que pour la réception de colis.⁴⁴ Deux années plus tard, bpost a pris une participation majoritaire dans De Buren, un réseau néerlandais de distributeurs automatiques de colis. Ensuite, les distributeurs automatiques belges de bpost ont été rebaptisés « Cubee », tout comme ceux à l'étranger. Cubee est en outre devenu un réseau ouvert, pouvant être utilisé par d'autres opérateurs, comme GLS et DHL Parcel. L'objectif de bpost était de rapidement étendre le réseau belge à 450 casiers à colis d'ici fin 2018.⁴⁵ Fin 2019, il comptait 186 endroits pourvus de distributeurs. À cette époque, ils ne s'appelaient plus Cubee, mais simplement « distributeur de colis bpost ».

En 2020, bpost a considérablement augmenté le nombre d'emplacements avec des distributeurs automatiques de colis pour atteindre 375 au total. Cela est dû en partie au projet Ecozone à Malines⁴⁶, où 51 emplacements sont équipés de distributeurs automatiques de colis. Il s'agit généralement de distributeurs automatiques de colis avec un nombre limité de compartiments, sans électricité et sans ancrage. En juillet 2021, bpost et la ville de Louvain ont annoncé que Louvain deviendra une deuxième

⁴³ Deutsche Post DHL Group a commencé en 2001 avec un projet test, « Packstations ».

⁴⁴ Rapport annuel bpost 2014 : <http://corporate.bpost.be/~media/Files/B/Bpost/annual-reports/ar-2014.PDF>

⁴⁵ Communiqué de presse bpost (4 octobre 2017) : https://corporate.bpost.be/media/press-releases/2017/04-10-2017?sc_lang=fr-FR

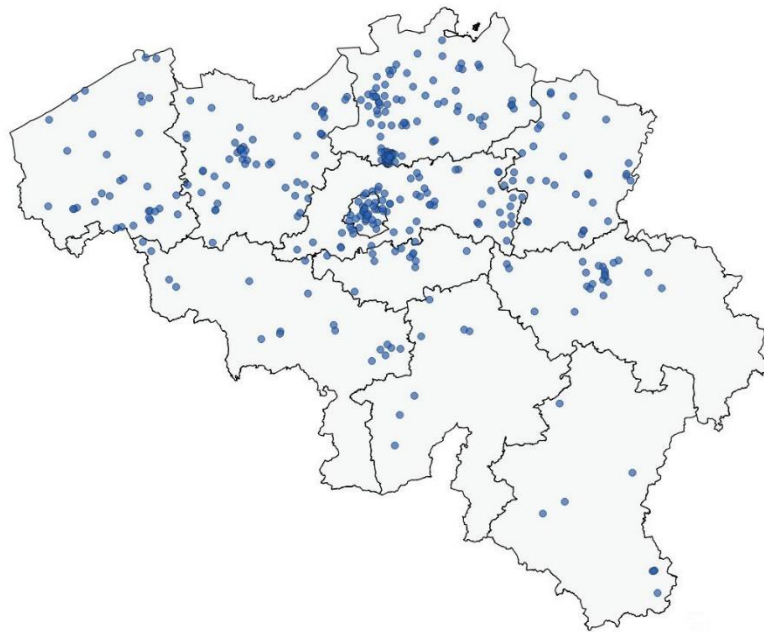
⁴⁶ <https://www.bpost.be/nl/ecozone-mechelen>

Ecozone flamande, où les journaux, les lettres et les colis seront livrés sans émettre de CO₂ d'ici fin 2021.⁴⁷

Depuis 2020, outre bpost, DHL Express dispose également à nouveau de distributeurs automatiques de colis, mais uniquement pour l'envoi de colis. En outre, sans qu'elles entrent en considération pour le présent observatoire, il existe aussi des initiatives indépendantes de tout opérateur comme BringMe⁴⁸, Facility Lockers⁴⁹ et ParcelHome⁵⁰, qui permettent de faire livrer un colis dans un distributeur automatique de colis à domicile ou au travail⁵¹.

Fin 2020, le nombre total de distributeurs automatiques de colis en Belgique s'élevait à 377 unités, soit 191 de plus qu'une année auparavant. En moyenne, cela revient au total à un emplacement avec distributeur automatique de colis tous les 81 km² ou pour 30 484 habitants. La figure 45 montre que ces distributeurs automatiques de colis se trouvent principalement dans les centres-villes et les zones plus densément peuplées.

Figure 45. Densité du réseau de points pourvus en distributeurs automatiques de colis (bpost) (2020)



Source : IBPT

⁴⁷ https://www.groenleuven.be/tweede_vlaamse_ecozone

⁴⁸ <https://www.bringme.com>

⁴⁹ <http://www.facilitylockers.com/welcome.html>

⁵⁰ <https://www.parcelhome.com>

⁵¹ Les boîtes à colis constituent une autre tendance, et peuvent être éventuellement combinées à une boîte aux lettres. Elles sont notamment proposées par Renson sous l'appellation e-Safe. <https://www.renson-outdoor.be/fr-be/elements-de-jardin-apercu/boite-a-colis>

6.2 Prestataire du service universel postal (PSUP)

6.2.1 Points d'accès aux services postaux

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

La principale différence entre les bureaux de poste et les magasins postaux⁵² réside dans le fait que les premiers sont gérés par un opérateur postal, tandis que les seconds sont exploités par des tiers pour le compte d'un opérateur postal.

Tant la loi postale que le 6^e contrat de gestion⁵³ posent des exigences concernant le réseau du prestataire du service universel. L'article 16, § 1^{er}, 1^o, de la loi du 26 janvier 2018 relative aux services postaux prévoit que toutes les communes du Royaume, y compris les communes fusionnées qui constituaient une entité administrative distincte au 31 décembre 1971, soient pourvues d'un point d'accès, au moins, pour le dépôt des envois postaux. Le 6^e contrat de gestion va plus loin, via l'article 10, et précise notamment qu'il doit y avoir au minimum 1 300 points de service postal sur toute la durée du contrat, chaque point de service postal devant offrir au moins l'assortiment de base. De même, bpost doit garantir la présence d'au minimum 650 bureaux de poste et au moins un dans chacune des 589 communes.⁵⁴

En 2020, le nombre de points d'accès du prestataire du service universel n'a en grande partie connu qu'une diminution limitée⁵⁵.

⁵² bpost utilise la dénomination « Points Poste » pour désigner ses magasins postaux.

⁵³ Il s'agit d'un service d'intérêt économique général, inclus dans le 6^e contrat de gestion, et pour lequel bpost reçoit une indemnité annuelle. D'après le budget fédéral, crédits initiaux 2019, le paiement estimé concernant le 6^e contrat de gestion s'élevait au total à 100,181 millions d'euros en 2019.

Pour info, le 6^e contrat de gestion a été prolongé d'un an jusqu'à la fin 2021 :

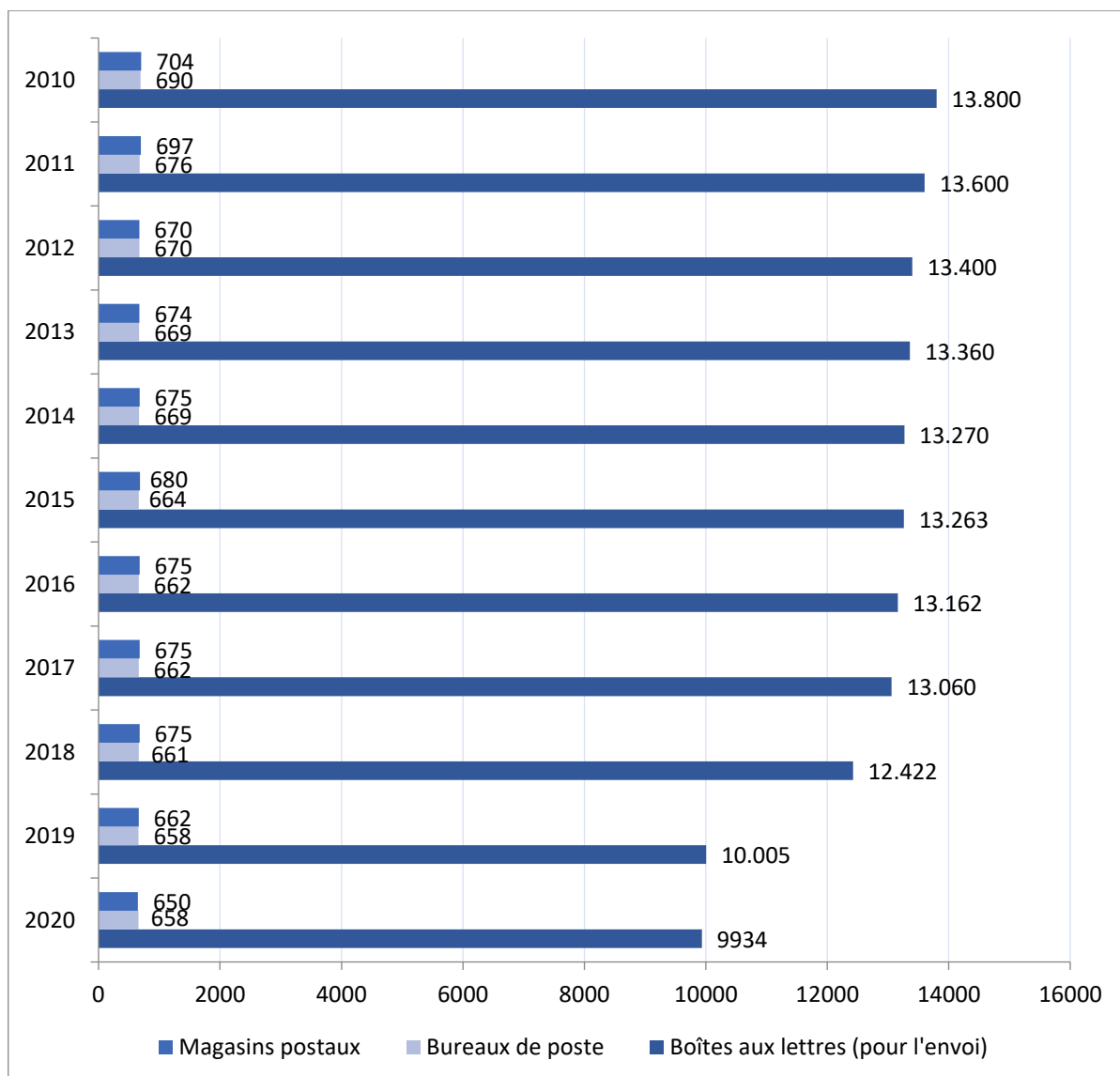
<https://news.belgium.be/fr/compensation-bpost-dans-le-cadre-de-la-prolongation-du-sixieme-contrat-de-gestion>

⁵⁴ Le 1^{er} janvier 2019, 15 communes flamandes ont fusionné en 7 nouvelles communes, faisant qu'il reste 581 communes.

⁵⁵ Début 2019, bpost a fortement réduit le nombre de boîtes aux lettres rouges, faisant que sa diminution était de -19,5 % :

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

Figure 46. Nombre de points d'accès dans le cadre de la prestation du service universel⁵⁶



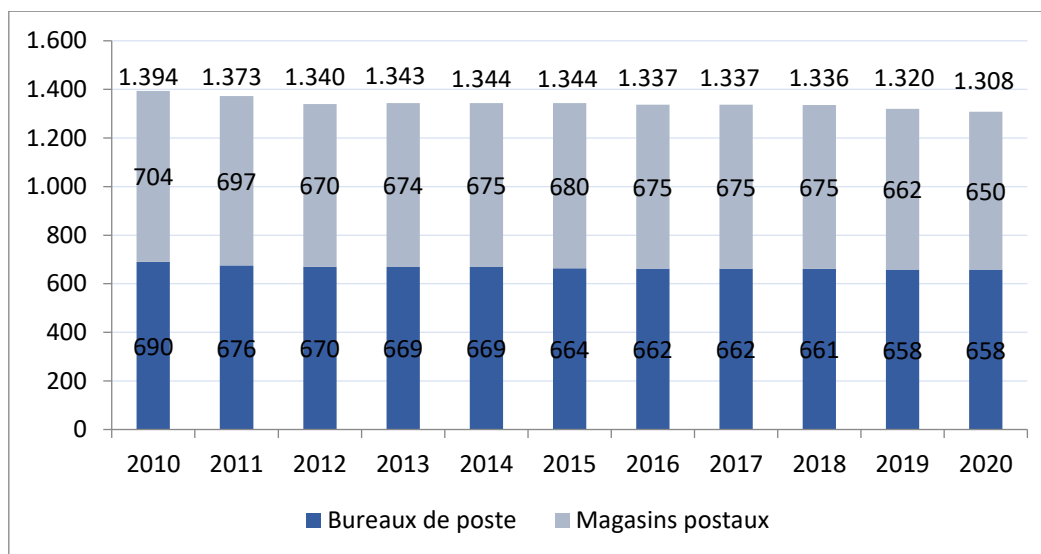
Source : IBPT

6.2.2 Points de service postal

En 2020, le prestataire du service universel postal (PSUP) a délivré des services postaux par le biais de 1 308 points de service (bureaux de poste ou magasins postaux) répartis sur l'ensemble du territoire belge. Soit 12 points de moins qu'en 2019, qui étaient tous des points poste et non des bureaux de poste. Par rapport à 2010, il est toutefois question d'un net recul de 86 points de service, dont 32 bureaux de poste et 54 magasins postaux. Mais avec 1 308 points de service postal et, plus spécifiquement, 658 bureaux de poste, bpost dépasse toujours les exigences précitées.

⁵⁶ Il s'agit ici uniquement des points d'accès du prestataire du service universel.

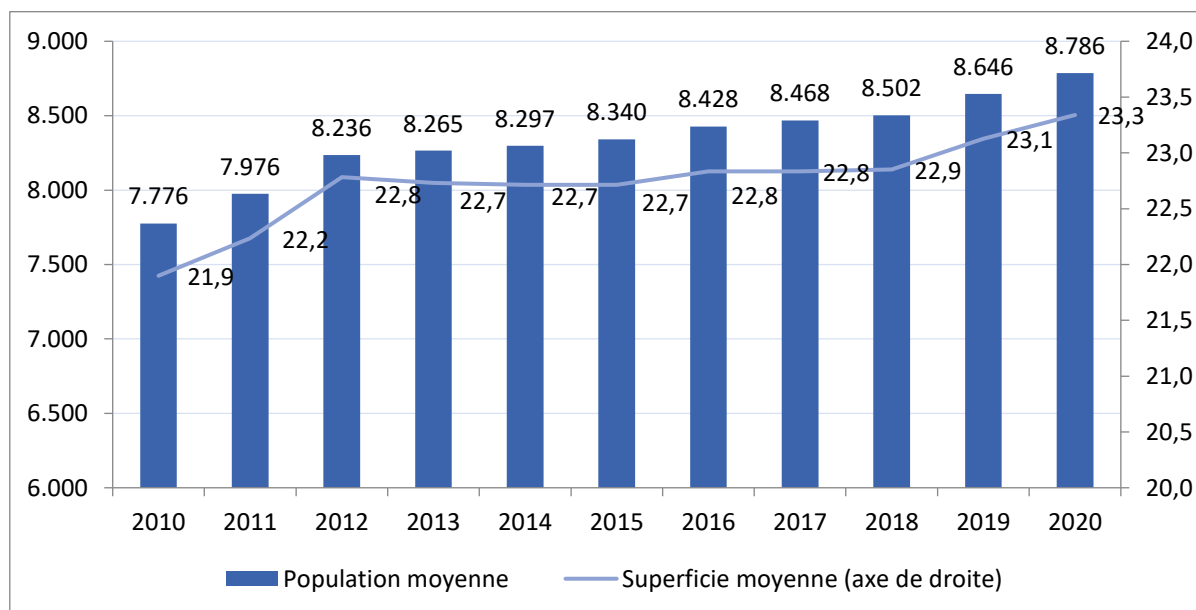
Figure 47. Nombre de points de service postal (PSUP uniquement)



Source : IBPT

Du fait d'une augmentation de la population, un nombre décroissant de points de service postal doit toutefois logiquement desservir de plus en plus de personnes ; il y avait en moyenne un point de service postal pour 8 786 habitants en 2020. En moyenne, chaque point de service postal doit désormais desservir 13 % d'habitants de plus qu'en 2010. Un point de service postal dessert en moyenne une zone de 23,3 km². D'un point de vue européen⁵⁷, la Belgique se situe en queue du peloton en ce qui concerne le nombre de points de service postal du prestataire du service universel par habitant.

Figure 48. Population moyenne (N) et superficie moyenne (km²) desservies par point de service postal (PSUP uniquement)



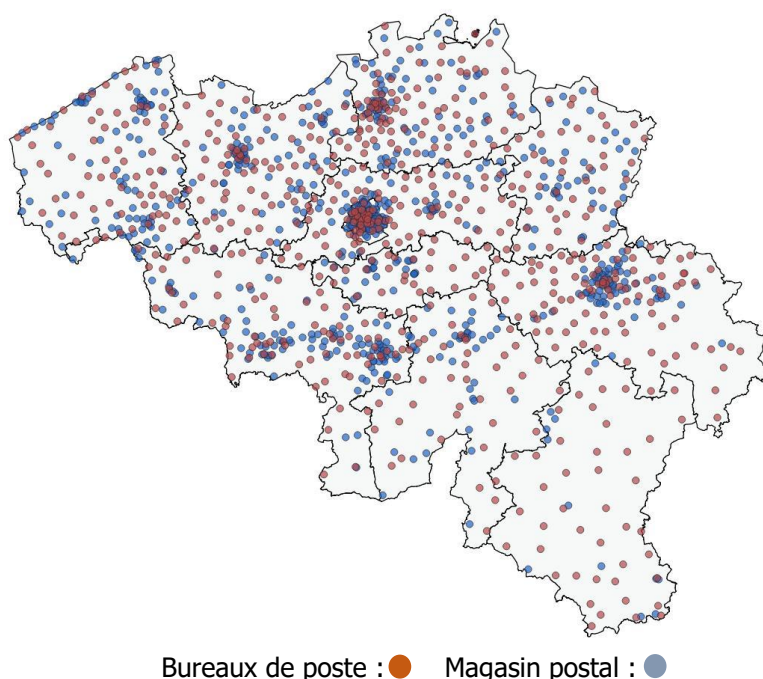
Source : IBPT

⁵⁷ « ERGP Report on core indicators for monitoring the European postal market », 22 décembre 2020

La répartition géographique des bureaux de poste et des points poste est représentée en détail à la figure 49.

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

Figure 49. Répartition des points de service postal en 2020 (PSUP uniquement)



Source : IBPT

7 Qualité de service

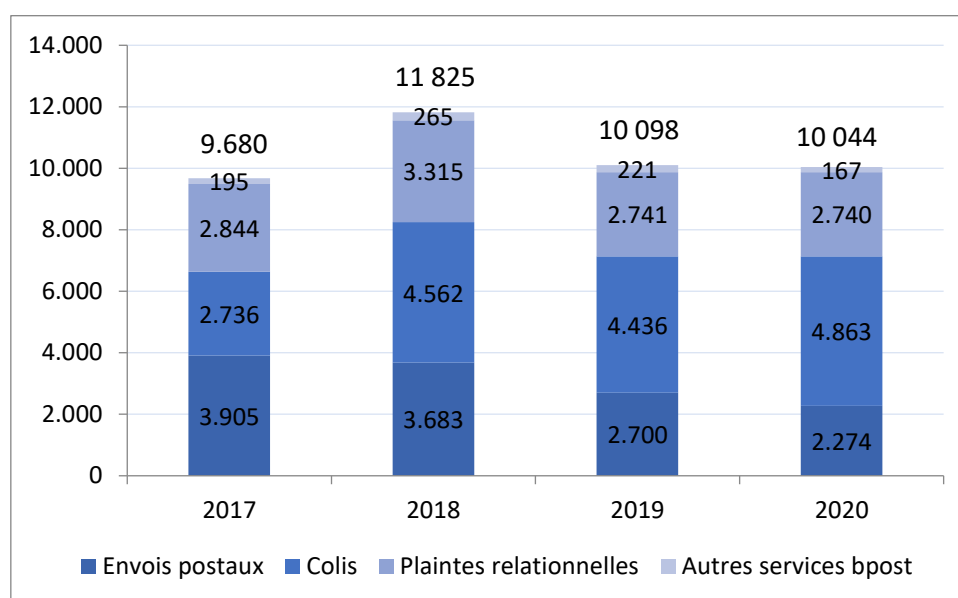
7.1 Satisfaction des utilisateurs de services postaux

En 2020, 10 089 plaintes recevables ont été introduites auprès du Service de médiation pour le secteur postal, quasiment autant (-0,5 %) qu'en 2019.⁵⁸ Parmi les plaintes introduites, 22,6 % étaient liées à un « envoi postal », terme avec lequel le service de médiation renvoie aux lettres (ordinaires et

⁵⁸ Voir le rapport annuel du Service de médiation pour le secteur postal de 2020.

recommandées), factures, périodiques et quotidiens. L'augmentation des activités d'e-commerce explique que déjà près de la moitié (48,4 %) des plaintes étaient liées à l'envoi de colis, soit une augmentation de 4,5 points de pourcentage par rapport à 2019 et même de 20,1 points de pourcentage par rapport à 2017. En revanche, 27,3 % des plaintes étaient liées à la relation entre l'opérateur et le client. Une plainte recevable est une expression d'une insatisfaction relative au traitement d'une plainte par l'entreprise. Concernant les plaintes relationnelles, le service de médiation note des expressions explicites ou répétées d'insatisfaction liées à la réponse reçue ou à la solution proposée par l'opérateur en question, l'attitude de collaborateurs, etc. Les plaintes restantes (1,7 %) portent sur les autres services de bpost (principalement des imprimés non adressés et la poste financière) qui relèvent de la compétence du Service de médiation pour le secteur postal.

Figure 50. Nombre de plaintes recevables introduites au service de médiation par objet (2017-2020)



Source : SMSPO

7.2 Délais d'acheminement des envois de correspondance

La qualité du courrier égrené intérieur prioritaire (J+1)⁵⁹ en 2019 s'élevait à 95,8 %. Il s'agissait du meilleur résultat de ces dix dernières années. Les chiffres définitifs pour 2020 ne seront malheureusement disponibles qu'après la publication de cet observatoire. La qualité du courrier égrené intérieur non prioritaire (J+3)⁶⁰ en 2019 s'élève à 99 %. Depuis le 1^{er} janvier 2019, un nouveau modèle de distribution a été introduit par bpost : (i) courrier égrené prioritaire (J+1) et (ii) courrier égrené non prioritaire (J+3). Selon bpost, les parts relatives en volume pour le courrier égrené prioritaire (J+1) et le courrier égrené non prioritaire (J+3) s'élevaient respectivement à 15 % et 85 % en 2019. Le bon résultat de 95,8 % en 2019 pour le courrier égrené intérieur prioritaire (J+1) est en partie dû à la préférence du consommateur pour le service de courrier égrené non prioritaire (J+3), faisant que le

⁵⁹ Distribution le jour ouvrable suivant (Jour+1)

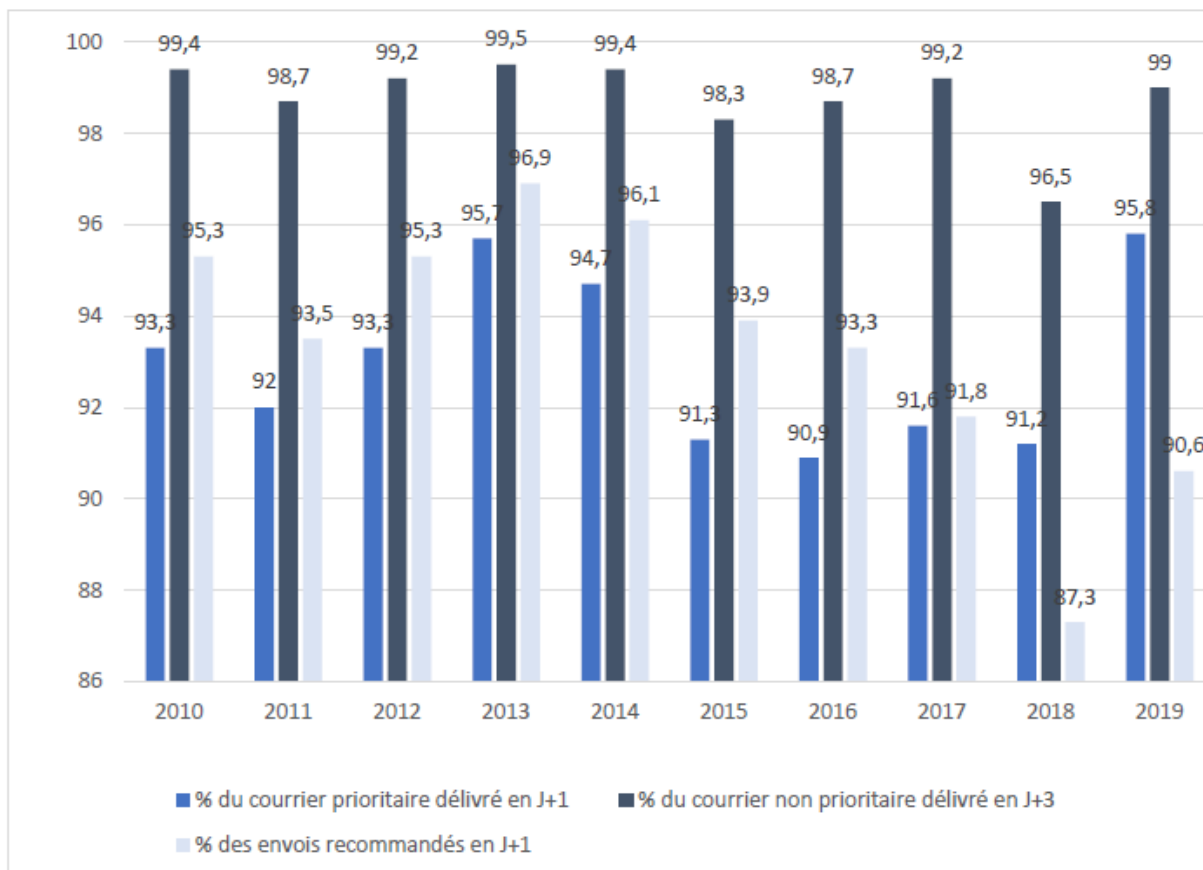
⁶⁰ Distribution dans les 3 jours ouvrables (Jour+3) Jusqu'au 31/12/2018, le délai de livraison était de 2 jours ouvrables pour le courrier égrené non prioritaire.

courrier égrené prioritaire (J+1) à partir du 1^{er} janvier 2019 représente un volume significativement moindre qu'avant 2019.

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

Toutefois, l'IBPT constate que deux des services suivants qui relèvent du service universel n'ont pas atteint l'objectif fixé à l'article 5 du contrat de gestion du PSU⁶¹, à savoir 95 % du courrier distribué dans les délais : le courrier recommandé égrené intérieur et le courrier égrené transfrontière entrant prioritaire.

Figure 51. Pourcentage de lettres Prior et d'envois recommandés délivrés en J+1 et en J+3 (PSUP uniquement)



Source : IBPT

⁶¹ PSU ou prestation du service universel

COMMUNICATION DU CONSEIL DE L'IBPT DU 26 OCTOBRE 2021 CONCERNANT L'OBSERVATOIRE DU
MARCHÉ DES ACTIVITÉS POSTALES EN BELGIQUE POUR 2020

Axel Desmedt
Membre du Conseil

Bernardo Herman
Membre du Conseil

Luc Vanfleteren
Membre du Conseil

Michel Van Bellinghen
Président du Conseil