



Belgisch Instituut voor  
postdiensten en telecommunicatie

**Mededeling van de Raad van het BIPT  
van 26 oktober 2021  
betreffende het observatorium van de markt voor  
postactiviteiten in België voor 2020**

## Inhoudsopgave

1.	Samenvatting .....	4
2.	De impact van de pandemie op de postale sector .....	6
3.	Scope van het observatorium en structuur van de postmarkt in België .....	8
3.1	Structuur van de Belgische postmarkt .....	8
3.2	Operatoren bevestigd in het kader van het observatorium .....	9
4.	Beschrijving van de Belgische markt voor de verstrekking van postdiensten van 2010 tot 2020 ..	13
4.1	Algemeen overzicht van de postmarkt.....	13
4.1.1	<i>Inkomsten</i> .....	13
4.1.2	<i>Marktconcentratie</i> .....	15
4.1.3	<i>Belang van de segmenten</i> .....	17
4.2	Focus op het brievenpostsegment.....	19
4.2.1	<i>Algemeen overzicht</i> .....	19
4.2.1.1	<i>Volumes</i> .....	19
4.2.1.2	<i>Inkomsten</i> .....	20
4.2.2	<i>Transactionele post</i> .....	21
4.2.2.1	<i>Volumes</i> .....	22
4.2.2.2	<i>Inkomsten</i> .....	25
4.2.2.3	<i>Kleingebruikerstarieven voor de prior van de aanbieder van de universele dienst</i> .....	27
4.2.3	<i>Geadresseerde reclamezendingen</i> .....	32
4.2.3.1	<i>Volumes</i> .....	32
4.2.3.2	<i>Inkomsten</i> .....	33
4.2.4	<i>Internationale post</i> .....	33
4.2.4.1	<i>Volumes</i> .....	33
4.2.4.2	<i>Inkomsten</i> .....	34
4.2.4.3	<i>Kleingebruikerstarieven van de aanbieder van de universele dienst</i> .....	35
4.3	Focus op het segment van de pakjes en snelpostzendingen en op e-commerce .....	37
4.3.1	<i>Volume</i> .....	38
4.3.2	<i>Inkomsten</i> .....	41
4.3.3	<i>Impliciet tarief</i> .....	44
4.3.4	<i>Kleingebruikerstarieven</i> .....	45
4.4	Focus op het segment van de persdistributie aan de abonnees.....	46
4.4.1	<i>Volume</i> .....	47
4.4.2	<i>Inkomsten</i> .....	47
5.	Investerings en tewerkstelling in postactiviteiten .....	48
5.1	Investerings in de postsector .....	48
5.2	Tewerkstelling in de postsector .....	50
6.	Toegang tot de postdiensten .....	53
6.1	Sectoraal overzicht .....	53
6.1.1	<i>Brievenbussen voor verzending</i> .....	53
6.1.2	<i>Bemande punten</i> .....	54
6.1.3	<i>Pakketautomaten</i> .....	55
6.2	Aanbieder van de universele postdienst (AUPD) .....	57
6.2.1	<i>Toegangspunten tot de postdiensten</i> .....	57
6.2.2	<i>Postale service-punten</i> .....	58
7	Dienstkwaliteit .....	60
7.1	Tevredenheid van de gebruikers van postdiensten .....	60
7.2	Verzendingstermijnen van brievenpost.....	61

## Lijst van de figuren

<i>Figuur 1. Vergelijking van evolutie kwartaalvolumes 2020 met 2019 (YoY) .....</i>	<i>7</i>
<i>Figuur 2. Segmentering van de postactiviteiten beschouwd in het kader van het observatorium .....</i>	<i>8</i>
<i>Figuur 3. De voornaamste spelers op de Belgische markt voor de verstrekking van postdiensten (in 2020) .....</i>	<i>12</i>
<i>Figuur 4. Evolutie van de inkomsten van de postsector over de periode 2000-2020 (in miljoen euro).....</i>	<i>14</i>
<i>Figuur 5. Marktaandeel op basis van de omzet in de Belgische postsector in 2020 (%) .....</i>	<i>15</i>
<i>Figuur 6. Horizontale concentratie op basis van de omzet door middel van de HH- en de C4-index .....</i>	<i>16</i>
<i>Figuur 7. Horizontale concentratie op basis van de volumes door middel van de HH- en de C4-index.....</i>	<i>17</i>
<i>Figuur 8. Aandeel van de verschillende segmenten in de omzet van de totale postsector in 2010 in vergelijking met 2020 (%).....</i>	<i>18</i>
<i>Figuur 9. Volume post per inwoner (N) .....</i>	<i>19</i>
<i>Figuur 10. Volume van de brievenpost (%).....</i>	<i>20</i>
<i>Figuur 11. Inkomsten in het brievenpostsegment (miljoen €).....</i>	<i>21</i>
<i>Figuur 12. Evolutie van de volumes van transactionele post .....</i>	<i>22</i>
<i>Figuur 13. Verdeling van de volumes van transactionele post (%) (2020) .....</i>	<i>23</i>
<i>Figuur 14. Evolutie van de volumes van aangetekende zendingen sedert 2010 (gecumuleerde groei).....</i>	<i>23</i>
<i>Figuur 15. Evolutie van de volumes van administratieve post sedert 2010 (gecumuleerde groei) .....</i>	<i>24</i>
<i>Figuur 16. Verdeling van de volumes van transactionele post tussen stukpost en grote partijen post (%) (2010, 2019, 2020) .....</i>	<i>25</i>
<i>Figuur 17. Evolutie van de inkomsten uit transactionele post sedert 2010 (gecumuleerde groei) (%) .....</i>	<i>26</i>
<i>Figuur 18. Verdeling van de inkomsten uit transactionele post (%) (2010, 2019, 2020) .....</i>	<i>27</i>
<i>Figuur 19. Prijs van de dienst voor binnenlandse priorbrieven &lt; 50 g (€) .....</i>	<i>28</i>
<i>Figuur 20. Prijs van de dienst voor een binnenlandse standaardbrief in Europa (€) (Vermelde tarieven van 2021) .....</i>	<i>29</i>
<i>Figuur 21. Prijzen uitgedrukt in koopkrachtpariteit (PPP) van de dienst voor een binnenlandse standaardbrief in Europa (€) (Vermelde tarieven van 2021) .....</i>	<i>31</i>
<i>Figuur 22. Evolutie van de volumes van geadresseerde reclame .....</i>	<i>32</i>
<i>Figuur 23. Evolutie van de inkomsten uit reclame (miljoen €) .....</i>	<i>33</i>
<i>Figuur 24. Evolutie van de volumes van internationale post .....</i>	<i>34</i>
<i>Figuur 25. Evolutie van de inkomsten uit internationale post (miljoen €).....</i>	<i>35</i>
<i>Figuur 26. Prijs van de dienst voor een intra-Europese standaardbrief in Europa (in nominale waarde) (€) (Vermelde tarieven van 2021).....</i>	<i>36</i>
<i>Figuur 27. Verhouding pakketten versus expreszendingen in termen van volume en omzet (2020) .....</i>	<i>38</i>
<i>Figuur 28. Evolutie van het volume snelpostdiensten en pakjes in totaal (in miljoen stuks) en per inwoner (per stuk) per jaar .....</i>	<i>39</i>
<i>Figuur 29. Verdeling van het volume aan pakket- en expresdiensten volgens binnenlandse, uitgaande internationale en binnenkomende internationale zendingen (2020).....</i>	<i>40</i>
<i>Figuur 30. Vergelijking van evolutie kwartaalvolumes binnenlands, internationaal outbound en internationaal inbound 2020 met 2019 (YoY).....</i>	<i>41</i>
<i>Figuur 31. Evolutie van de omzet in het segment van de snelpostdiensten en pakjes (miljoen €) en per inwoner (€) per jaar .....</i>	<i>42</i>

<i>Figuur 32. Marktaandeel op basis van de omzet in het segment van de snelpostzendingen en pakjes (2020) (%)</i>	43
<i>Figuur 33. Marktaandeel op basis van het volume in het segment van de snelpostzendingen en pakjes (2020) (%)</i>	44
<i>Figuur 34. Impliciet tarief binnen het segment van pakket- en expreszendingen (2010-2020)(€)</i>	45
<i>Figuur 35. Tarieven voor een binnenlands 2kg pakket (2021, euro)</i>	46
<i>Figuur 36. Evolutie van de volumes in het segment van de persdistributie aan abonnees (miljoen eenheden) ...</i>	47
<i>Figuur 37. Evolutie van de inkomsten in het segment van de persdistributie aan abonnees (miljoen EUR)</i>	48
<i>Figuur 38. Investeringen in de postsector (miljoen EUR)</i>	49
<i>Figuur 39. Investeringen ten overstaan van omzet in de postsector (%)</i>	50
<i>Figuur 40. Loontrekkende tewerkstelling in de postsector (N, vte)</i>	51
<i>Figuur 41. Aandeel van de postsector in de totale tewerkstelling (%)</i>	52
<i>Figuur 42. Gemiddeld aantal postale items per kalenderdag per vte in de postale sector (N)</i>	53
<i>Figuur 43. Dichtheid van het netwerk van brievenbussen (van bpost) voor verzending (2020)</i>	54
<i>Figuur 44. Dichtheid van het netwerk van bemande punten (2020)</i>	55
<i>Figuur 45. Dichtheid van het netwerk van pakketautomaten (bpost) (2020)</i>	56
<i>Figuur 46. Aantal toegangspunten in het kader van de universeledienstverlening</i>	58
<i>Figuur 47. Aantal postale-servicepunten (enkel AUPD)</i>	59
<i>Figuur 48. Gemiddelde bevolking (N) en gemiddelde oppervlakte (km<sup>2</sup>) bediend per postale-servicepunt (enkel AUPD)</i>	59
<i>Figuur 49. Verdeling postale-servicepunten anno 2020 (enkel AUPD)</i>	60
<i>Figuur 50. Aantal ontvankelijke klachten ingediend bij de Ombudsdienst per onderwerp (2017-2020)</i>	61
<i>Figuur 51. Percentage Prior-brieven en aangetekende zendingen afgegeven op D+1 en D+3 (enkel AUPD)</i>	62

## 1. Samenvatting

Sedert begin 2012 houdt het Belgisch Instituut voor postdiensten en telecommunicatie (BIPT) een observatorium bij van de markt voor postale activiteiten in België, vandaag de dag in het kader van de functie die het heeft gekregen door de wet van 26 januari 2018 betreffende de postdiensten. Meer bepaald kan het BIPT krachtens artikel 26 b) op gemotiveerde en proportionele wijze aan de aanbieders van postdiensten alle nodige informatie vragen "voor duidelijk omschreven statistische doeleinden, voor marktanalyses en voor alle maatregelen die tot de transparantie kunnen bijdragen".

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

Deze editie, die ondertussen gebaseerd is op een chronologische reeks die van 2010 tot 2020 gaat, neemt de indicatoren over die in de vorige editie gepubliceerd zijn. Een belangrijke wijziging met de voorgaande edities is het niet langer in rekening brengen van zendingen in transit. Dit betreft internationale zendingen uit het buitenland die niet als eindbestemming België hebben. De gehanteerde tijdreeksen werden aldus hieraangående gecorrigeerd.

De trends die in de voorgaande jaren zijn aangekondigd op de Belgische postmarkt, zetten zich (fel) door in 2020. De pandemie zorgde immers voor een versnelling van de eerder waargenomen trends. De impact hiervan is dusdanig groot dat we hier een aparte sectie aan hebben gewijd en er tevens in de diverse onderdelen op terugkomen. De groei van de postale markt versnelt en loopt op tot een ongezien 16,2% in 2020 tegenover 4,7% in 2019, waardoor ze nu meer dan 3 miljard (3,13 miljard) euro bereikt. Die goede prestaties vloeien uit de scherpe groei van het segment van de pakjes en van snelpost, dat binnen de postale markt steeds meer gewicht krijgt door de opvallende vooruitgang van e-commerce.

Ondanks een vermindering van de concentratie blijft de Belgische postale markt anno 2020 in sterke mate geconcentreerd. Bpost, dat actief is in alle postale segmenten, heeft op zichzelf een marktaandeel van meer dan 50%, een cijfer dat daalt sedert 2010, toen het marktaandeel van bpost nog meer dan 70% bedroeg. De vier voornaamste aanbieders (bpost, UPS, DPD en DHL Express) hebben in termen van omzet, een nog hoog gemeenschappelijk marktaandeel van 81,6%. In 2010 bedroeg dat marktaandeel 92%.

Het segment van de pakjes en expreszendingen vertegenwoordigde 62% van de omzet in de sector in 2020, tegenover 54% in 2019. In 2010 was dat nog maar 20%. De brievenpost, inclusief geadresseerde reclamezendingen, vertegenwoordigde nog 34% van de totale omzet binnen de postsector in 2020 tegenover 74% in 2010. Het segment van de persdistributie bij de abonnees thuis heeft 4% van de inkomsten gegenereerd.

Tussen 2019 en 2020 is het volume brievenpost per inwoner gedaald met 12,4%, de sterkste daling die sinds 2010 is waargenomen, en heeft 107 items per inwoner op jaarbasis bereikt. De bijbehorende omzetsdaling bedroeg -7,1% in 2020. Transactionele post vormt daarvan nog de grote meerderheid

(62% in 2020), gevolgd door geadresseerde reclame 28% en internationale post 9%. De transactionele post is in 2020 in volume met -10,3% afgenomen, waarbij bulkzendingen het overgrote deel van de transactionele post uitmaken, 75% in 2020 tegenover 59% in 2010. Geadresseerde reclamezendingen zijn zowel qua volume: -15,6% als qua omzet sterk achteruitgegaan: -17,5% in 2020 (tegenover -5,3% in 2019). De internationale brievenpost van hun kant zien hun inkomsten voor het eerst in jaren dalen: -8,6% in 2020 en dit door een daling van de volumes met -12,9%. Het volume van grote partijen post daalt met -7,9%, maar de bijbehorende inkomsten blijven ongeveer status quo (-0,2%).

Wat betreft het segment van de pakket- en expreszendingen is het aantal zendingen tussen 2010 en 2020 meer dan verviervoudigd. In 2020 bedroeg de volumestijging liefst 44,5% tegenover 11,6% in 2019 en zo komt het volume op 336 miljoen items. Bekeken per capita wordt er inmiddels gemiddeld bijna om de 12,5 dagen een pakket verzonden. In 2020 had 40% van het totaal aantal pakket- en expresdiensten betrekking op binnenlandse zendingen. In 27% van de gevallen ging het om uitgaande internationale zendingen. De overige 32% betrof binnenkomende internationale zendingen. Tussen 2019 en 2020 namen de inkomsten binnen het segment van de pakket- en expreszendingen toe met 34,8% en bereikten in totaal 1,84 miljard euro. Ook binnen dit segment heeft bpost het grootste marktaandeel, en dit zowel in termen van omzet (20-30%) als volume (35-45%).

Het volume aan bedeelde pers is wederom gedaald in 2020, met -4,1% en de inkomsten zijn symmetrisch gedaald met -3,4%. Persdistributie aan abonnees is in België toch nog steeds goed voor een globale omzet van 110 miljoen euro. De compensatie die door de staat aan bpost wordt betaald voor het verrichten van de persdistributie aan de abonnees, zit niet vervat in de in aanmerking genomen inkomsten.

In vergelijking met 2019 ligt het niveau van investeringen anno 2020, 45,5% hoger, met in totaal 179 miljoen euro. Het gaat om het hoogste bedrag dat sedert 2010 is vastgesteld. Tal van operatoren zijn immers hun capaciteit met betrekking tot de sortering en distributie van pakketten aan het uitbreiden. Parallel daarmee zien we voor het vierde jaar op rij qua tewerkstelling een stijging in de postsector met +3,7% in 2020, tegenover +1,4% in 2019.

## 2. De impact van de pandemie op de postale sector

De Covid-19 pandemie heeft fysieke interacties aanzienlijk beperkt, dat leidde in vele landen, waaronder ook België, tot de tijdelijke sluiting van niet-essentiële fysieke winkels<sup>1</sup>. Het resultaat hiervan op de postale sector was tweeledig. Enerzijds met een negatieve impact op het brievensegment. Zoals sectie 4.2.3 weergeeft hebben met name de reclamezendingen hieronder geleden. De niet-essentiële winkels waren immers tot twee maal toe tijdelijk gesloten. Tevens mochten supermarkten initieel geen promoties meer voeren<sup>2</sup>, dit om hamstergedrag niet verder aan te moedigen. Er werd bijgevolg aldus nog amper reclame gevoerd.

Aan de andere kant werd de digitale transformatiebeweging versneld en het massale gebruik van e-commerce aangewakkerd. Niet alleen maakten mensen die voorheen reeds online winkelden er nog meer gebruik van, maar tevens gingen anderen, die voorheen digitale winkels links lieten liggen, plots online shoppen. E-commerce bereikte nieuwe klantenkringen. Aan aanbodzijde hebben meer fysieke winkels de weg naar e-commerce gevonden, in België steeg het aantal webshops anno 2020 bijvoorbeeld met maar liefst 64,8% tot 48.181.<sup>3</sup> De online aankopen spreiden zich ook uit naar nieuwe soorten producten, met enerzijds meer alledaagse benodigdheden (zogenaamde 'fast moving consumer goods') en anderzijds artikelen van ongewone afmetingen of gewicht.<sup>4</sup> Dit alles zorgde ervoor dat McKinsey stelt dat we een decennium in dagen hebben afgelegd in de adoptie van online winkelen, oftewel 10 jaar in amper 8 weken.<sup>5</sup>

Deze opvallende bewegingen worden voor de Belgische postale markt geïllustreerd in figuur 1, waarbij het volume pakketten en expres en brievenpost van elk kwartaal van 2020 wordt vergeleken met het volume uit het corresponderend kwartaal uit 2019. Zo stellen we voor het eerste kwartaal (Q1) nog wijzigingen vast die in de lijn liggen met de trends van de jongste jaren. Immers, de eerste lockdown vond pas plaats helemaal op het einde van Q1 op 18 maart 2020. Zo zien we dat het volume pakketten en expres 12,3% hoger lag dan in het eerste kwartaal van 2019. Brievenpost liet daarentegen een daling van -10% optekenen. In het tweede kwartaal (Q2) zien we echter het volle effect van de eerste lockdown, met liefst 50,9% meer pakketten en expresdiensten dan een jaar eerder en niettemin 15,5% minder brievenpost.

Na een gematigder Q3, met +38,1% voor het volume pakket- en expresdiensten en -5,8% voor de brievenpost, stellen we door de tweede lockdown in Q4 (vanaf 30 oktober) opnieuw een opflakking vast. Met name voor het volume pakket en expresdiensten, dat met liefst 58% steeg ten opzichte van het vierde kwartaal van 2019. Een opmerkelijke evolutie, zeker als je in het achterhoofd houdt dat het

<sup>1</sup> OESO: E-handel in de tijd van COVID-19

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

<sup>2</sup> 19 maart 2020: "Promotieacties worden verboden: corona gaat winkelen duurder maken" [https://www.hbvl.be/cnt/dmf20200318\\_04894368](https://www.hbvl.be/cnt/dmf20200318_04894368)

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

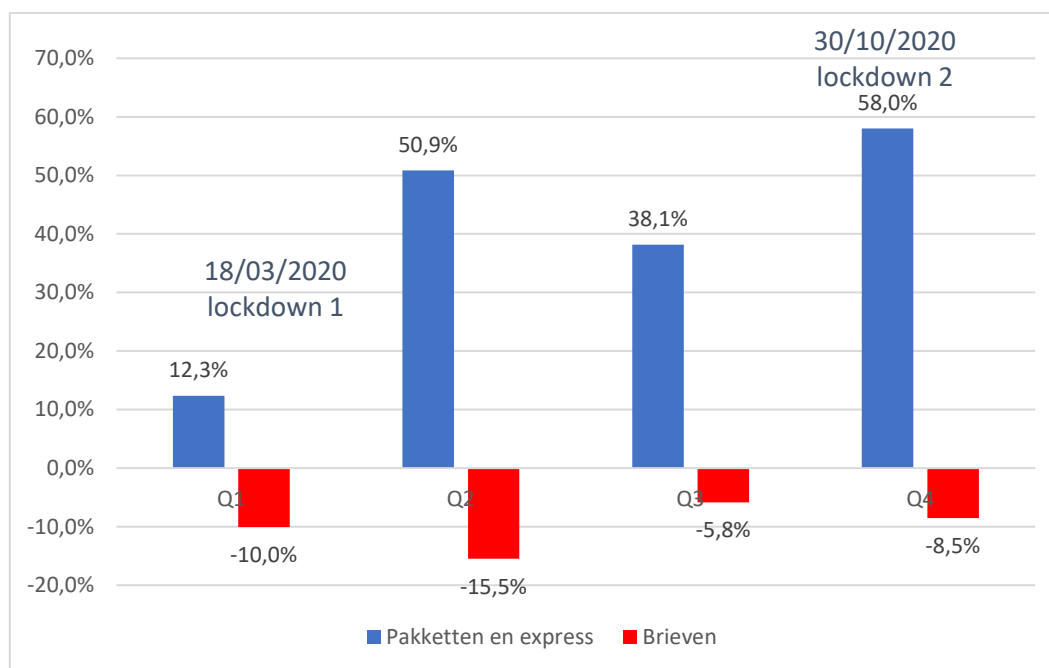
<sup>4</sup> Bpost, de leverancier van de USO in België, verklaarde dat het ook tijdens de eerste periode van lockdown in België goederen zoals cement leverde.

De Standaard 4 mei 2020: [https://www.standaard.be/cnt/dmf20200430\\_04941196](https://www.standaard.be/cnt/dmf20200430_04941196) (bezocht op 16 december 2020)

<sup>5</sup> 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](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) (bezocht op 16 december 2020)

vierde kwartaal 2019 ook reeds een hoog volume liet optekenen door de typische eindejaarspiek. In de diverse hoofdstukken gaan we dieper in op de impact op de verschillende deelsegmenten van de postale sector.

*Figuur 1. Vergelijking van evolutie kwartaalvolumes 2020 met 2019 (YoY)*



Bron: BIPT

De OESO<sup>6</sup> stelt dat deze verschuiving, richting online winkelen, zeer waarschijnlijk langdurige gevolgen zal hebben. Onder meer door ons te herinneren aan het feit dat de overstap van JD.com, nu een van de grootste online detailhandelaren ter wereld, van een fysieke 'brick-and-mortar' winkel naar online verkoop in 2004 een directe reactie was op de SARS-crisis. Geheel analoog werd Alibaba's business-to-consumer (B2C) tak Taobao, in 2003 gelanceerd. De pandemie heeft bijgevolg een verschuiving teweeg gebracht die de postale sector langdurig zal hertekenen.

<sup>6</sup> OESO: E-handel in de tijd van COVID-19

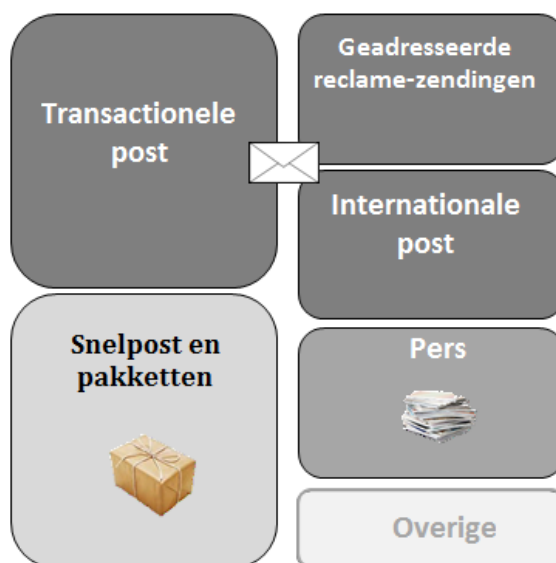
<http://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/e-commerce-in-the-time-of-covid-19-3a2b78e8/> (bezocht op 16 december 2020)

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

#### 3.1 Structuur van de Belgische postmarkt

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

*Figuur 2. Segmentering van de postactiviteiten beschouwd in het kader van het observatorium<sup>7</sup>*



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

Als ze niet worden aangeboden door postoperatoren vallen de routeringsactiviteiten buiten het bestek van dit observatorium. De activiteiten in verband met de distributie van niet-geadresseerd reclamedrukwerk zijn wel opgenomen in deel 4.2.3. om een algemeen overzicht te geven over de hoeveelheid reclame die rechtstreeks in de brievenbus wordt gestoken. Omdat niet-geadresseerde zendingen evenwel niet als postzendingen worden beschouwd, worden die niet meegeteld in de inkomsten of volumes die verder in dit observatorium vermeld worden.

<sup>7</sup> De inhoud van de categorie "transactionele post" wordt beschreven in punt 4.2.2.

### 3.2 Operatoren bevraagd in het kader van het observatorium

In deze context is gepoogd om een zo nauwkeurig mogelijk beeld van de sector te schetsen met behulp van een zo representatief mogelijk geheel van operatoren. In totaal zijn 22 ondernemingen bevraagd.

Naast de historische postoperator, **bpost**, die de universele dienst moet verzorgen, en aanwezig is in alle segmenten, zijn ook de vier grote internationale integratoren (**DHL, FedEx, TNT<sup>8</sup>, UPS**) aanwezig en actief in de sector van de pakjes en snelpostdiensten in België. Wat DHL betreft, maken zowel **DHL Express** als **DHL Parcel<sup>9</sup>**, dat sedert 2014 actief is op de Belgische markt en zich op e-commerceklanten richt, deel uit van dit observatorium. UPS Access Point wordt samen met UPS onder één noemer (UPS/UPS Access Point) gebracht. Sedert medio 2016 heeft UPS de gehele integratie van het voormalige Kiala bewerkstelligd.

Overigens zijn ook de grotere postbedrijven in de buurlanden actief op de Belgische markt. Zo ziet men dat er in bepaalde segmenten van de postale markt actief gespecialiseerde postbedrijven worden ontwikkeld afkomstig van grote Europese postconcerns.

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

**GLS**, dochteronderneming van de Britse historische operator Royal Mail, is gespecialiseerd in de distributie van pakjes. GLS verdeelt jaarlijks ongeveer 840 miljoen pakjes, met name in Europa, voor meer dan 250.000 klanten. Daartoe steunt het op 70 hubs, 1.500 depots en meer dan 21.000 werknemers.

**PostNL**, de historische operator en aanbieder van de universele dienst in Nederland, biedt eveneens pakjesdiensten en farmaceutische zendingen aan in België.

PostNL is in België ook aanwezig via haar dochteronderneming **Mikropakket**, die gespecialiseerd is in de behandeling van (waardevolle) pakketten tot 15 kg met levering binnen 24 uur en die in de Benelux B2B- en B2C-diensten aanbiedt.

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

**Mondial Relay**, dat voor particulieren ongeveer 140 miljoen pakjes per jaar verdeelt, van 0 tot 150 kg, en dat een netwerk bezit van 58.000 afhaalpunten in Europa, beschikt in België over een netwerk van 1400 afhaalpunten verspreid over het grondgebied.

---

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

[http://www.fedex.com/be\\_nederlands/enews/2017/february/tnt.html](http://www.fedex.com/be_nederlands/enews/2017/february/tnt.html)

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

[http://www.standaard.be/cnt/dmf20161201\\_02602980](http://www.standaard.be/cnt/dmf20161201_02602980) en <https://www.dhlparcel.be/nl/particulier/afhaalpunten>

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

Ook voor **Belgium Parcels Service** bestaat de voornaamste activiteit uit de levering van pakjes en exprezendingen in België en Luxemburg binnen 24 uur en in Frankrijk, Duitsland en Nederland binnen 48 uur.

Binnen het pakketsegment is sinds de eerste helft van 2021<sup>10</sup> ook Homerr actief geworden in België (Vlaanderen). Deze van origine Nederlandse operator heeft nu ook tal van punten in België. Homerr steunt met name op verzamelpunten en bestaande routes van logistieke dienstverleners, om zo de CO<sub>2</sub>-uitstoot per pakket te drukken. Het opvallende is dat deze punten ook particulieren kunnen zijn, waardoor afhalen (ruim) na de kantooruren ook een mogelijkheid wordt. Vanaf volgend jaar zal aldus Homerr worden toegevoegd aan het observatorium.

bpost kent tevens tal van dochterondernemingen, zoals bijvoorbeeld:

**Kariboo!** werd in 2014 opgericht door LS Distribution Logistics<sup>11</sup>. Anno 2020 was de integratie van Kariboo! rond en verdween het als afzonderlijke operator.

**Dynalogic**<sup>12</sup> is een onderneming die gespecialiseerd is in flexibele en gepersonaliseerde leveringen van elk formaat. Dat formaat kan gaan van zeer klein zoals een paspoort of medicijnen tot 2XL zoals een wasmachine of een bankstel. Het is bovendien mogelijk een bezorging te combineren met montage en installatie in huis, of het retourneren van verpakkingsmaterialen en oude producten. Dynalogic biedt zijn diensten aan in Nederland, België en Luxemburg vanuit vijf centrale hubs.

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

Wat het perssegment betreft, verzorgt bpost nog tot 31 december 2022 de openbare dienst van vervroegde krantenbedeling (vóór 7u30 uur tijdens de week en 10 uur in het weekend). Deze vervroegde bedeling betreft uitsluitend de distributie van dagbladen aan de abonnees. In het kader van diezelfde openbare dienst bezorgt bpost ook tijdschriften aan de abonnees, maar dan via de klassieke rondes. Niettegenstaande deze dienst van 'last resort' heeft bpost nog een aantal uitdagers in het segment van de persdistributie.

De tweede speler na bpost binnen het segment van de persbedeling is **PPP**. Dit bedrijf, dat via een management buy-out in 2015 loskwam van voormalig moederbedrijf Belgische Distributiedienst (BD), is vooral actief in de krantenbedeling in Brussel, Antwerpen en in beide Brabantse provincies.

**Belgische Distributiedienst** (BD) is dan weer de marktleider in huis-aan-huiscommunicatie (niet-geadresseerde zendingen) en digitale promo experiences met de myShopi-app en -website. Eind 2019

---

<sup>10</sup> 20 april 2021: Homerr breidt uit naar Vlaanderen:

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

<sup>11</sup> Het Mededingingscollege van de Belgische Mededingingsautoriteit heeft onder bepaalde voorwaarden de overname door bpost van AMP en LS Distribution Benelux goedgekeurd (<https://www.bma-abc.be/nl/beslissingen/16-cc-32-bpost-amp-ls-distribution>).

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

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

kwam het bericht dat BD **CityDepot** zou overnemen van bpost. De effectieve overname vond plaats met ingang van 1 januari 2020.

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

In dit observatorium werd de operator **TBC-Post** niet opgenomen voor het jaar 2020. Het betreft de eerste speler met vergunning die actief was in het segment van de brievenpost, dat voordien voorbehouden was aan bpost. Het bedrijf heeft evenwel eind 2019 zijn activiteiten stopgezet.<sup>13</sup>

In de loop van 2019 kwamen er daarentegen twee nieuwe, lokale, spelers bij binnen het brievenpostsegment, namelijk **Glejor** en **Span**. Voor 2020 zijn deze operatoren aldus voor het eerst aanwezig met data die het gehele jaar bestrijkt.

**Glejor**, een onderneming die aanvankelijk gespecialiseerd was in de verdeling van niet-geadresseerde reclamefolders, heeft een vergunning gekregen om brievenpost te verdelen. De onderneming is van plan om in eerste instantie haar distributie te beperken tot Limburg en meer bepaald de gemeente Dilsen-Stokkem (postnummer 3650).

**Span**, dat een vergunning heeft gekregen om geadresseerde reclame te verdelen, beperkt zich tot bezorging in Brussel.

Enkel de hier opgesomde operatoren werden opgenomen in het bestek van de studie voor dit observatorium. Er zijn nog enkele andere interessante en omvangrijke spelers op de markt, denken we bijvoorbeeld maar aan ASX-IBECO, die een algemene oplossing aanbieden, waarin zowel stadsopdrachten, postverwerking, expreszendingen als kaai-opdrachten begrepen zijn. In dergelijke gevallen werkt men echter veelal via 'sub contracting', wat tot dubbeltellingen zou leiden.

---

<sup>13</sup> Sinds 10/11/2020 is er weliswaar een licentie voor SPRL Net Express (dat werkt onder de handelsnaam "TBC Post").

Figuur 3. De voornaamste spelers op de Belgische markt voor de verstrekking van postdiensten (in 2020)

	Geadresseerde post	Pakjes/Expreszendingen	Reclamepost	Pers	Internationale post	Overige
Belgische Distributiedienst*						
Belgium Parcels Service						
bpost						
CityDepot						
DHL Express						
DHL Parcel						
DPD (Belgium) N.V.						
Dynalogic						
Euro Sprinters						
FedEx Belgium						
G3 Worldwide (Belgium) NV						
Glejor						
GLS Belgium N.V.						
Kariboo						
Mikropakket						
Mondial Relay						
Post NL						
PPP						
TNT België						
Span						
UPS/UPS Access Point						
Vlaamse Post*						

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

## 4. Beschrijving van de Belgische markt voor de verstrekking van postdiensten van 2010 tot 2020

### 4.1 Algemeen overzicht van de postmarkt

#### 4.1.1 Inkomsten

De evolutie van de inkomsten<sup>14</sup> die door de Belgische postsector worden gegenereerd, wordt weergegeven in figuur 4. Tussen 2010 en 2020 is die gebaseerd op de resultaten van de enquête. De gearceerde kolommen betreffende de jaren 2000 en 2005 zijn retropolaties gemaakt op basis van de gegevens van de sector van de Nationale Bank van België.<sup>15</sup>

De beschouwde ondernemingen vertegenwoordigden in 2020 een totaal van 3,13 miljard euro omzet in de postsector. Dat is een stijging met liefst 16,2% ten opzichte van het voorgaande jaar. Het gaat hier om een nog nooit eerder geziene stijging van bijna een half miljard aan omzet op één jaar tijd. Dit is uiteraard, zoals in de inleidende sectie werd aangehaald, te danken aan de e-commerce boom ten gevolge van de pandemie. In vergelijking met het jaar 2010 is de omzet van de sector al met 41,5% gestegen, d.i. een samengesteld jaarlijks groeipercentage (CAGR<sup>16</sup>) van 3,5%. Dit jaarlijks groeipercentage overheen de periode 2010-2020 zet nogmaals de uitzonderlijke groei anno 2020 in de verf.

Verder in dit rapport wordt dieper ingegaan op de omzetcijfers van de verschillende deelsegmenten, namelijk de brievenpost, de expreszendingen, de pakjes en de persdistributie.

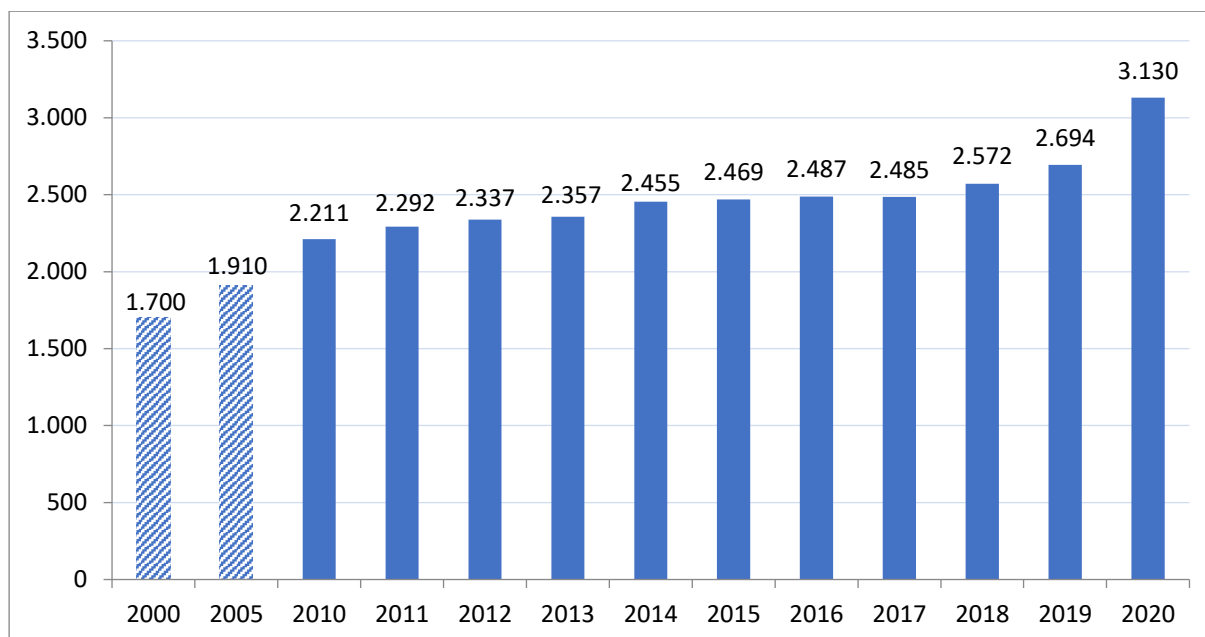
---

<sup>14</sup> Inclusief (voor deze figuur) transit en diensten met toegevoegde waarde, zoals ophaling aan huis, frankering voor de klant, tijdelijke bewaring van de post, verkoop van adressen, enz. De diensten die specifiek worden aangeboden door de routeurs en groepage-expediteurs vallen buiten het bestek van dit observatorium. Zo is enkel de omzet betreffende de postale activiteiten, met uitzondering van de compensatie voor de diensten van algemeen economisch belang meegeteld voor bpost.

<sup>15</sup> De gemiddelde verhouding over de periode 2010-2017 tussen de sectoromzet voor postale activiteiten bekomen via de enquête uitgevoerd door het BIPT en de sectoromzet die werd geregistreerd bij de NBB, werd toegepast op de sectoromzet weergegeven door de NBB voor de jaren 2000 en 2005. Dit om tot vergelijkbare ordegroottes te komen.

<sup>16</sup> Compound annual growth rate

Figuur 4. Evolutie van de inkomsten van de postsector over de periode 2000-2020 (in miljoen euro)



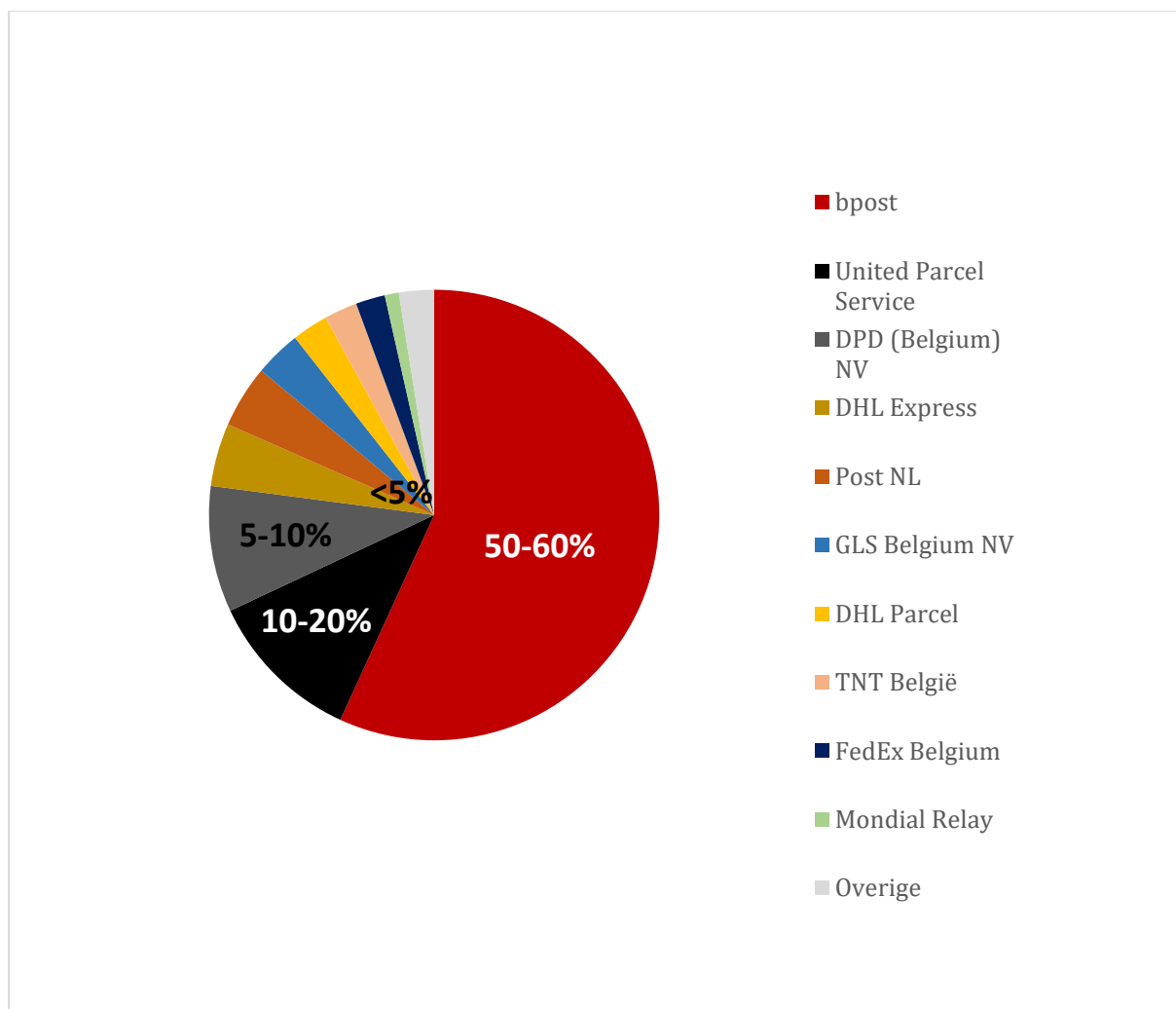
Bron: NBB en BIPT

Figuur 5 geeft de marktaandelen van de voornaamste spelers weer in termen van omzet. Deze spelers hebben in 2020 elk minstens 1% marktaandeel in de sector. Het grootste aandeel van de omzet in de sector is in handen van bpost (50-60%). Er zijn natuurlijk nog andere spelers en die onderscheiden zich van elkaar, vooral in het segment van de pakjes en van de snelpostdiensten, dat meer deelsegmenten omvat: binnenlandse zendingen, internationale zendingen, B2B, B2C, C2X<sup>17</sup>. Zo is UPS de tweede grootste speler met tussen de 10 en 20% marktaandeel in de sector. DPD heeft 5 à 10% marktaandeel. De overige vermelde spelers (DHL Express, GLS, PostNL, DHL Parcel, FedEx, TNT en Mondial Relay) alsook alle overige resterende spelers vertegenwoordigen elk minder dan 5% marktaandeel in de sector.

In 2020 staan 10 ondernemingen tussen de ondernemingen met minstens 1% van de omzet. Ter vergelijking: in 2010 waren er maar 6 ondernemingen die minstens 1% van de totale omzet in de sector hadden.

<sup>17</sup> B2B, B2C en C2X staan respectievelijk voor "business to business" of handelsbetrekkingen tussen ondernemingen, "business to consumer" of handelsbetrekkingen van een onderneming met een consument en "consumer to any other party" of handelsbetrekkingen die uitgaan van een consument.

Figuur 5. Marktaandeel op basis van de omzet in de Belgische postsector in 2020 (%)



Bron: BIPT

#### 4.1.2 Marktconcentratie

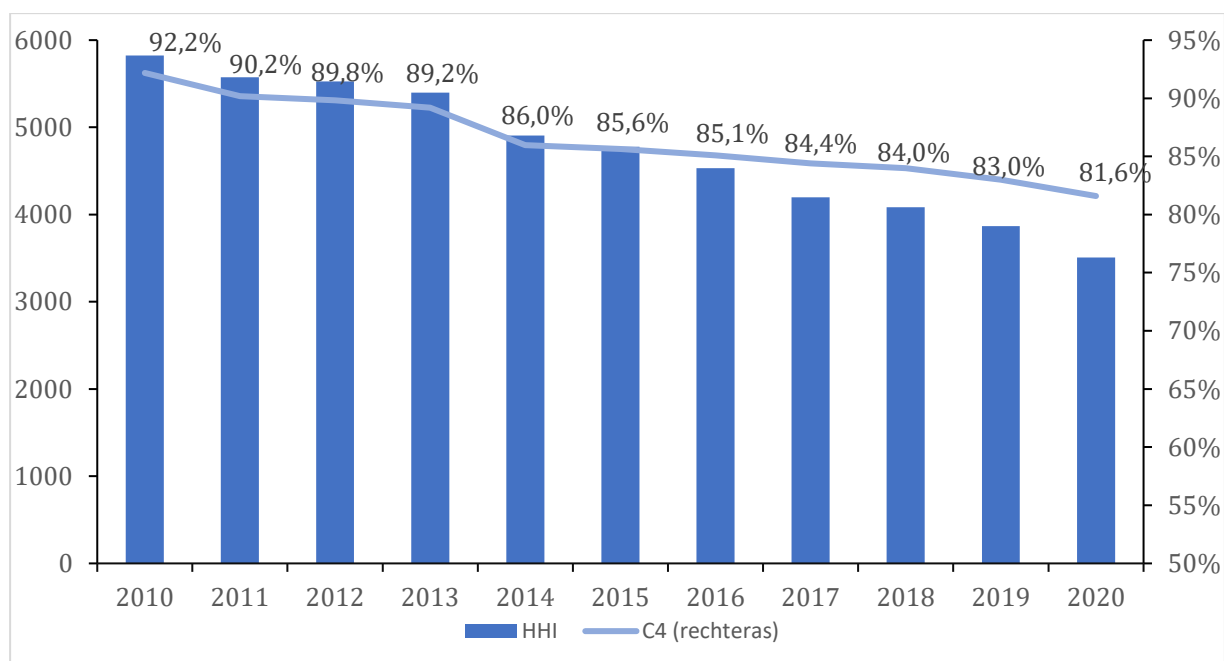
Een markt is geconcentreerd wanneer een klein aantal spelers veel marktaandeel in handen hebben. Welnu, men kon in de vorige figuur al makkelijk zien dat de Belgische postmarkt zeer geconcentreerd is, net als het merendeel van de postmarkten in West-Europa.

Figuur 6 gaat nog dieper in op dit punt en toont de evolutie van de marktconcentratie tussen 2010 en 2020 aan de hand van de C4- en de Herfindahl-Hirschmanindex (HHI). Deze twee indexen maken het, elk op een eigen manier, mogelijk om de marktconcentratie te meten. Zo geeft de C4-index het gecumuleerde marktaandeel weer in termen van omzet van de vier grootste aanbieders en is de HHI-index gebaseerd op de som van de kwadraten van de marktaandelen van alle marktspelers. Die laatste

index is in een monopoliesituatie dus gelijk aan 10.000 en gaat omlaag wanneer het aantal spelers stijgt en de variantie in de marktaandelen afneemt.<sup>18</sup>

Er is een belangrijke daling van beide indexen te zien tijdens het decennium (van 92,2% in 2010 naar 81,6% in 2020 voor de C4-index en een daling tot ongeveer 3500 in 2020 voor de HH-index). Desondanks blijft de Belgische postale markt anno 2020 in sterke mate geconcentreerd.

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



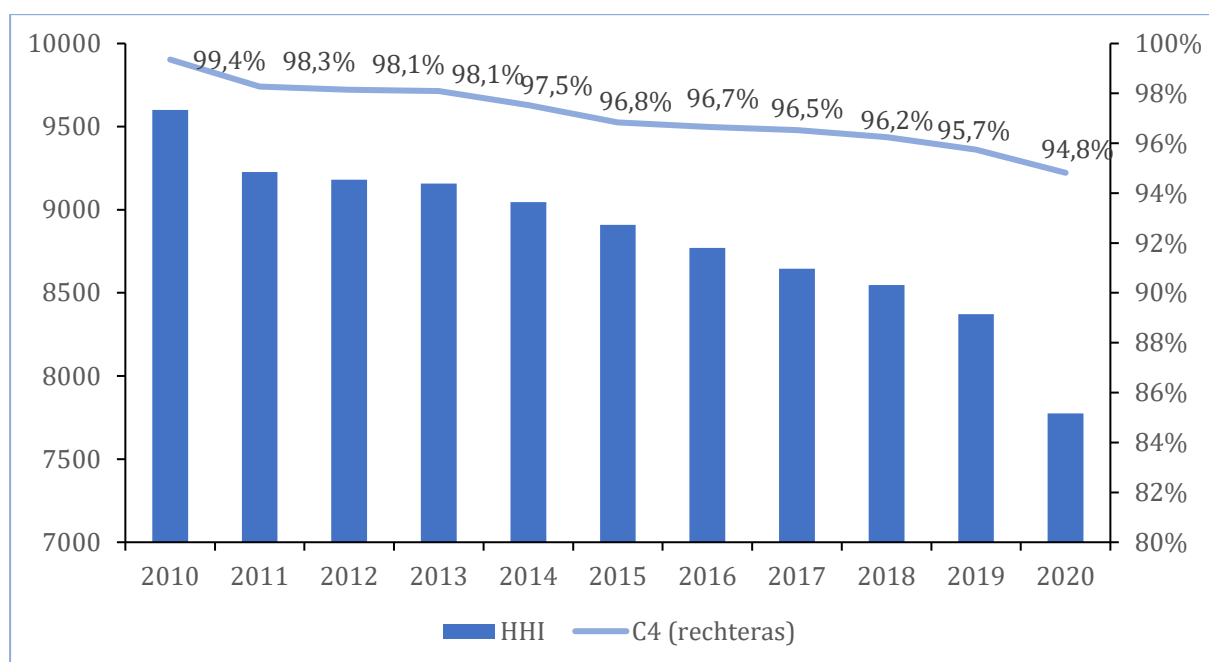
Bron: BIPT

Als naar de volumes wordt gekeken, stelt men vast dat de situatie nog kritischer is. Deze vaststelling komt door het feit dat bpost grote marktaandelen heeft in segmenten met hogere volumes en lagere eenheidsprijzen (de brievenpost en de persdistributie). Welnu, deze twee segmenten vormen het grootste deel van de volumes.

De 4 grootste spelers bezitten dus 94,8% marktaandeel in volume in 2020, wat 4,6 procentpunten minder is dan 10 jaar voordien. De HH-index blijft dan weer ondanks de daling in de loop van de jaren, erg hoog en beschrijft een erg geconcentreerde markt. Bekijkt men de volumes, dan heeft geen enkele concurrent van bpost meer dan 3% marktaandeel in België.

<sup>18</sup> Een markt wordt als erg geconcentreerd beschouwd wanneer de index hoger is dan 2500. Tussen 1500 en 2500 is die slechts "gemiddeld geconcentreerd". Pas onder 1500 wordt van een markt gezegd dat er concurrentie heerst.

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



Bron: BIPT

#### 4.1.3 Belang van de segmenten

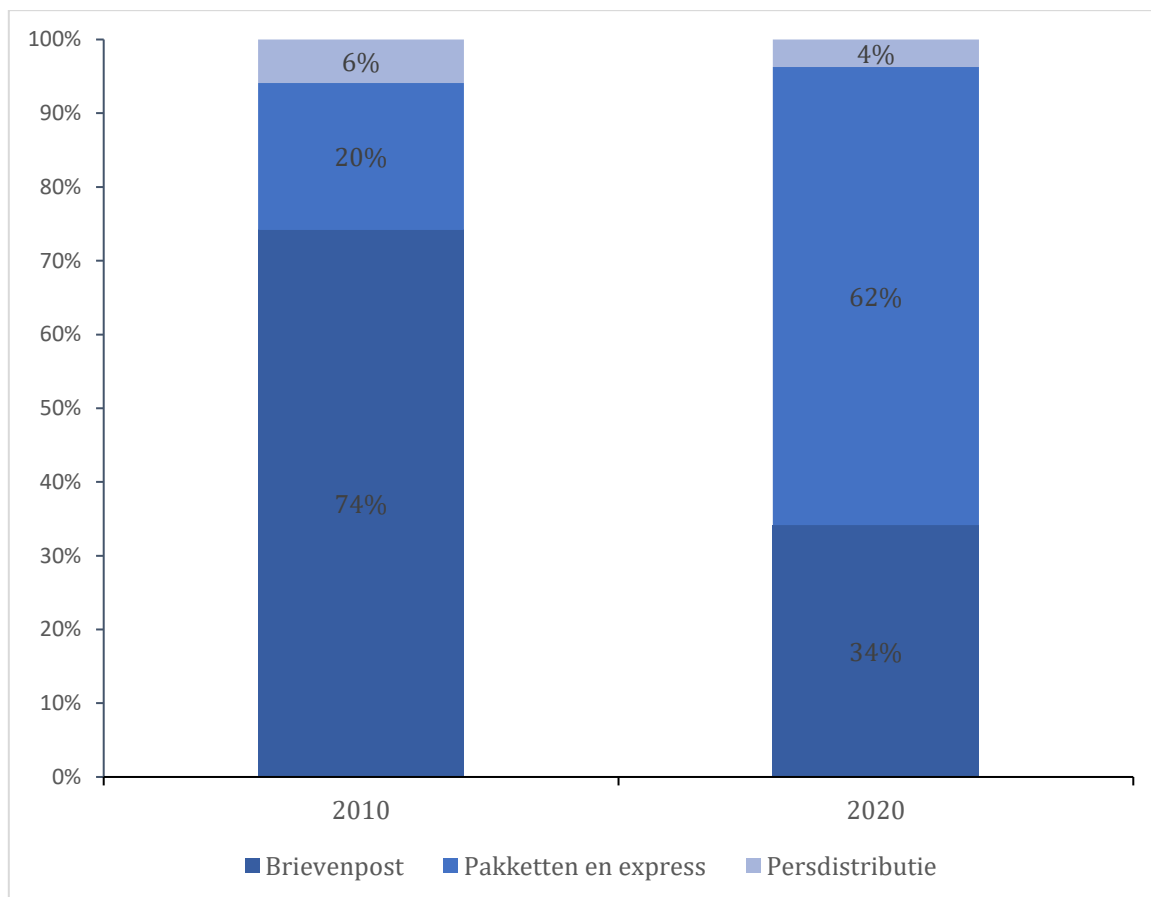
De postsector bestaat uit verschillende segmenten: de brievenpost, de pakjes en exprezendingen en de persdistributie aan abonnees.

Figuur 8 geeft de evolutie van de verdeling (in termen van omzet) weer van deze verschillende segmenten tussen 2010 en 2020. Zo vertegenwoordigt de brievenpost (waarin ook de geadresseerde reclamezendingen zitten) in 2020, 34% van de inkomsten in de sector. Dit wordt ruimschoots overschreden door het segment van de pakjes en snelpostdiensten, goed voor 62% van de inkomsten. Ten slotte vertegenwoordigt het segment van de persdistributie aan de abonnees slechts 4% van de gegenereerde inkomsten. De compensatie die door de Staat aan bpost wordt betaald voor het verrichten van de persdistributie aan de abonnees, zit niet vervat in de beschouwde inkomsten.

In vergelijking met 2010 kan worden vastgesteld dat het segment van de persdistributie aan de abonnees is gedaald (-2 procentpunten). Daarentegen is er een duidelijk verschil wat betreft de verdeling van de inkomsten in de sector, met zo maar even 40 procentpunten minder wat de brievenpost betreft. Het segment van de pakjes en snelpostdiensten heeft de verschillen van de overige twee segmenten ingepalmd (+42 procentpunten).

Al deze segmenten van de postmarkt komen verder in dit rapport uitvoerig aan bod.

Figuur 8. Aandeel van de verschillende segmenten in de omzet van de totale postsector in 2010 in vergelijking met 2020 (%)



Bron: BIPT

## 4.2 Focus op het brievenpostsegment

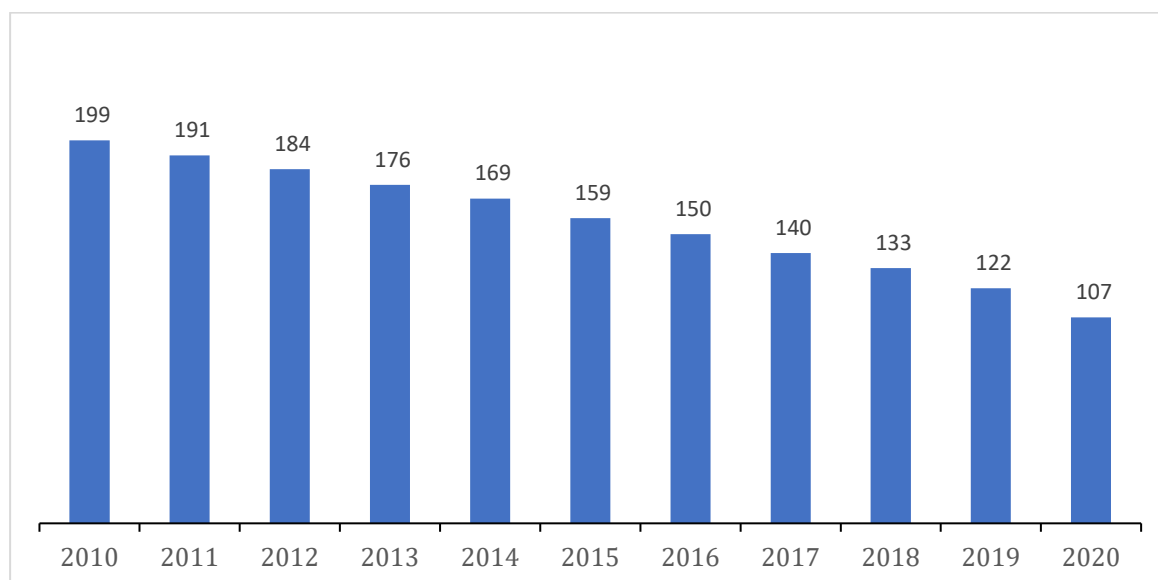
### 4.2.1 Algemeen overzicht

In het kader van dit observatorium omvat het brievenpostsegment de categorieën transactionele post, reclamepost en internationale post<sup>19</sup>. Dat segment verwijst dus naar allerlei brievenpostzendingen, met uitzondering van pakjes en pers, die niet als brievenpost worden beschouwd. Die zullen worden besproken in hoofdstukken die specifiek daarover gaan (zie 4.3 en 4.4).

#### 4.2.1.1 Volumes

Sedert 2010 stellen we op de markt van de brievenpost een verminderd gebruik van de producten vast. Zo is tussen 2010 en 2020 het volume post per inwoner gedaald met gemiddeld 6% (CAGR) en komt nu, in 2020, op 107 postitems per inwoner op jaarbasis. Anno 2010 bedroeg dat aantal nog 199 stuks.

*Figuur 9. Volume post per inwoner (N)*

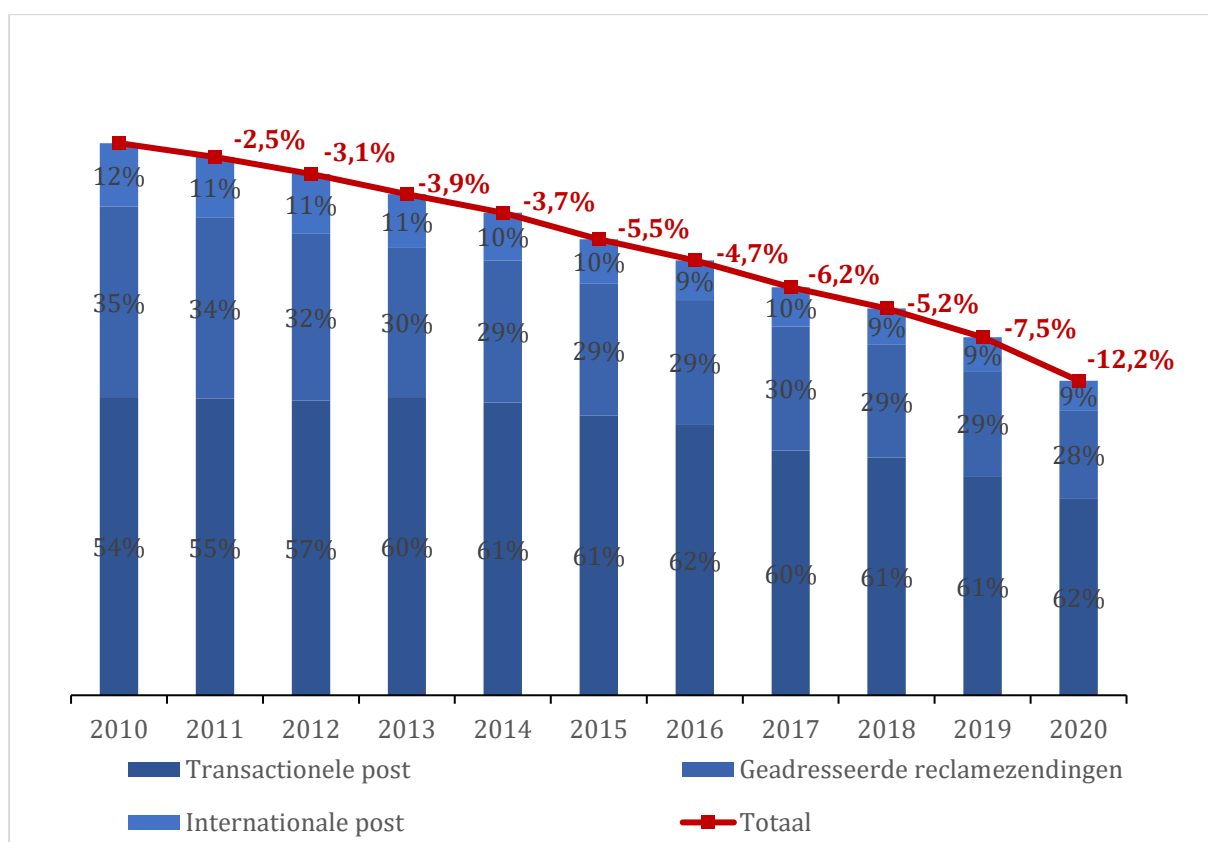


*Bron: BIPT*

Als men aandachtiger kijkt naar de samenstelling van de verschillende volumes, stelt men vast dat de transactionele post steeds meer ertoe neigt het overwegende deel te worden van het brievenpostsegment (van 54% in 2010 naar 62% in 2020). De categorieën geadresseerde reclamezendingen en internationale post vertegenwoordigen respectievelijk 28% en 9% van het totaal van de brievenpostzendingen. In het jaar 2020 doet zich de grootste totale daling (12,2%) van de volumes van het brievenpostsegment voor.

<sup>19</sup> Deze categorieën zullen uitvoerig aan bod komen in de delen 4.2.2, 4.2.3 en 4.2.4.

Figuur 10. Volume van de brievenpost (%)



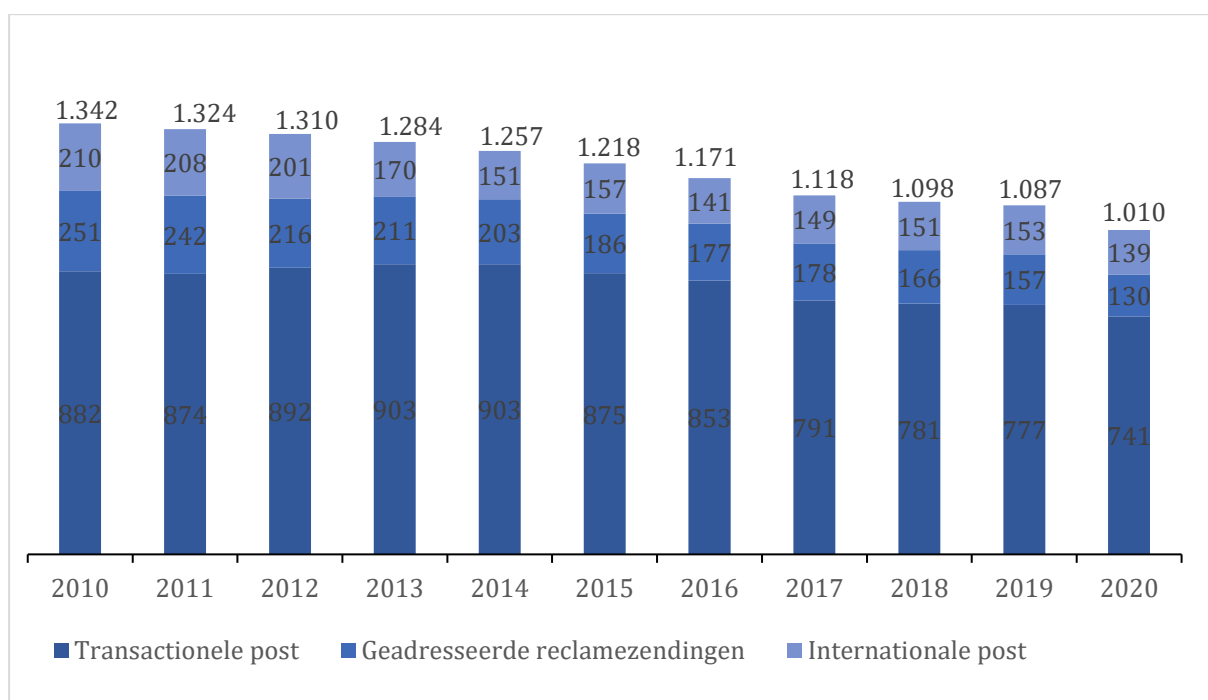
Bron: BIPT

#### 4.2.1.2 Inkomsten

De vastgestelde neerwaartse trend van de volumes vertaalt zich tevens in de cijfers van de inkomsten. Zo zien we in 2020 een omzet van 1,01 miljard tegenover 1,087 miljard het jaar ervoor. Dat is een vermindering met 7,1% voor het jaar 2020 tegenover 1% voor het jaar 2019. Het gaat om de sterkste jaarlijkse daling sedert 2010.

Bij de verschillende segmenten van de brievenpost stellen we een sterke daling vast. Zo heeft de grootste daling tussen 2019 en 2020 betrekking op de transactionele post, met een vermindering met 3,4 procentpunten, gevolgd door geadresseerde reclame (2,2 procentpunten) en internationale post (1,2 procentpunten).

Figuur 11. Inkomsten in het brievenpostsegment (miljoen €)



Bron: BIPT

#### 4.2.2 Transactonele post

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

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

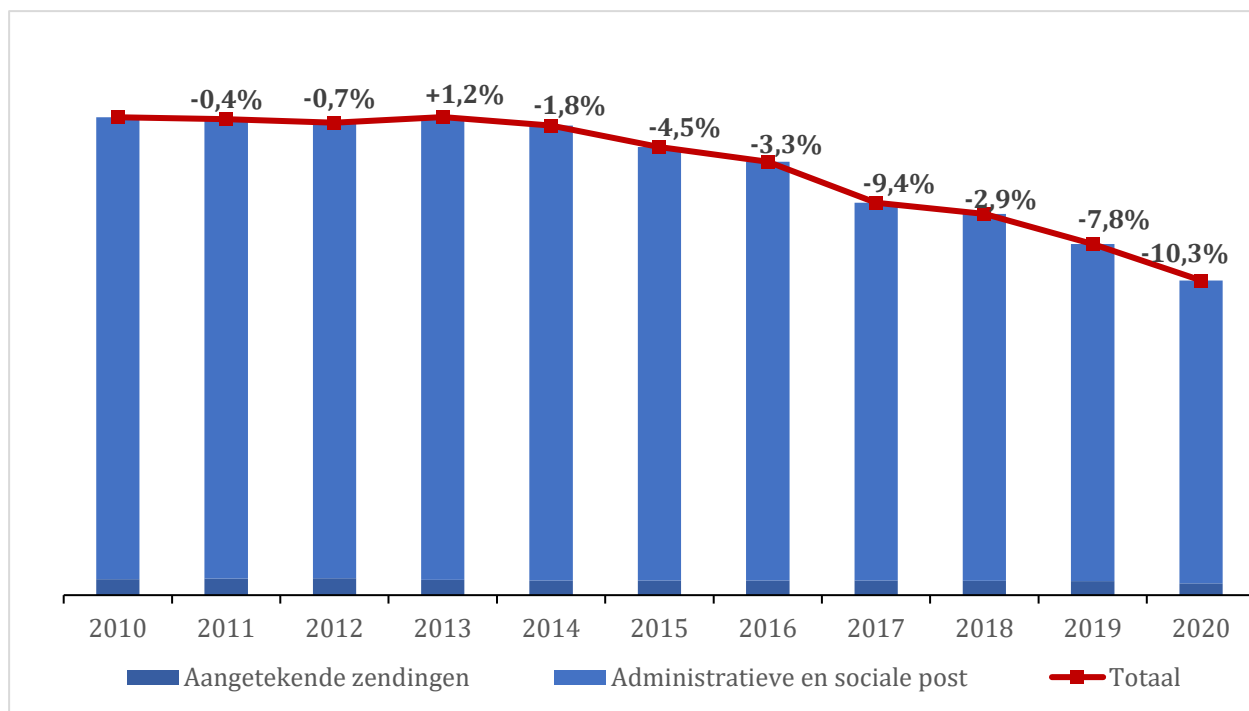
Ook internationale brievenpost valt buiten het bestek van deze deelrubriek, omdat die aan bod komt in een apart punt (zie 4.2.4).

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

#### 4.2.2.1 Volumes

Door het effect van de e-substitutie (elektronische alternatieven in allerlei vormen voor transactionele post) blijven de volumes van de transactionele post zakken. In 2020 (en met het uitbreken van het coronavirus) is op jaarbasis de sterkste daling opgetekend sedert 2010, namelijk 10,3%.

*Figuur 12. Evolutie van de volumes van transactionele post<sup>20</sup>*

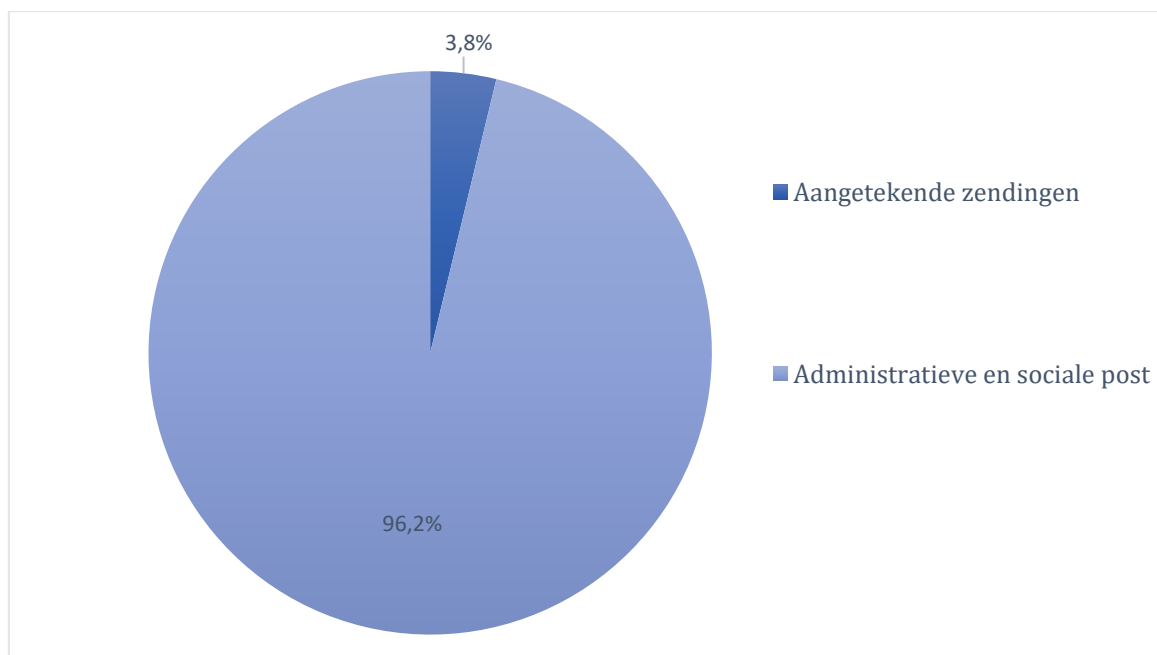


Bron: BIPT

Binnen de transactionele post is de verdeling van de aangetekende zendingen en zendingen met aangegeven waarde enerzijds en van de administratieve en sociale post anderzijds voor 2020 respectievelijk 3,8% en 96,2%. Sinds 2015 ging het aandeel aangetekende zendingen en zendingen met aangegeven waarde omhoog (van 3,2% in 2015 naar 4% in 2019) terwijl in 2020 een omgekeerde tendens te zien is.

<sup>20</sup> In de figuren 12 tot 15 wordt geen onderscheid gemaakt tussen stukpost of grote partijen post en dus gaat het daarin om alle volumes transactionele post zonder onderscheid.

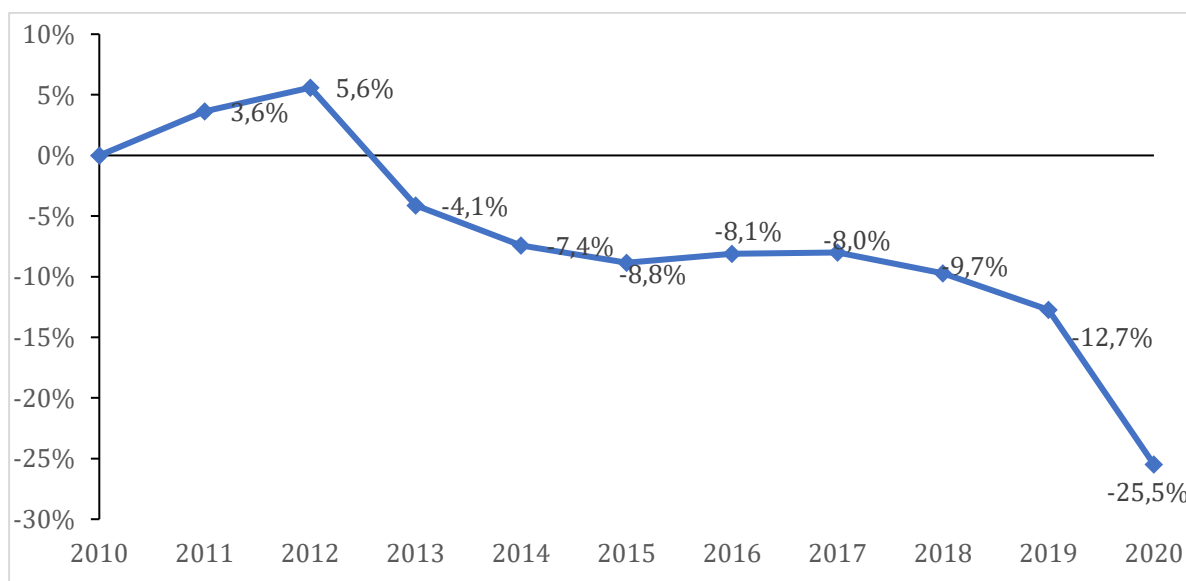
Figuur 13. Verdeling van de volumes van transactionele post (%) (2020)



Bron: BIPT

Er was een opwaartse tendens van de volumes van aangetekende zendingen in 2011 en 2012. In 2013 is deze echter snel gezakt en bereikt nu een plateau (tussen -7,4% en -9,7%) in de periode 2014-2018. Ze gaat opnieuw lichtjes omlaag in 2019, waarna in 2020 een sterke terugval volgde, waarbij een volumedaling van 25,5% werd bereikt in vergelijking met het jaar 2010.

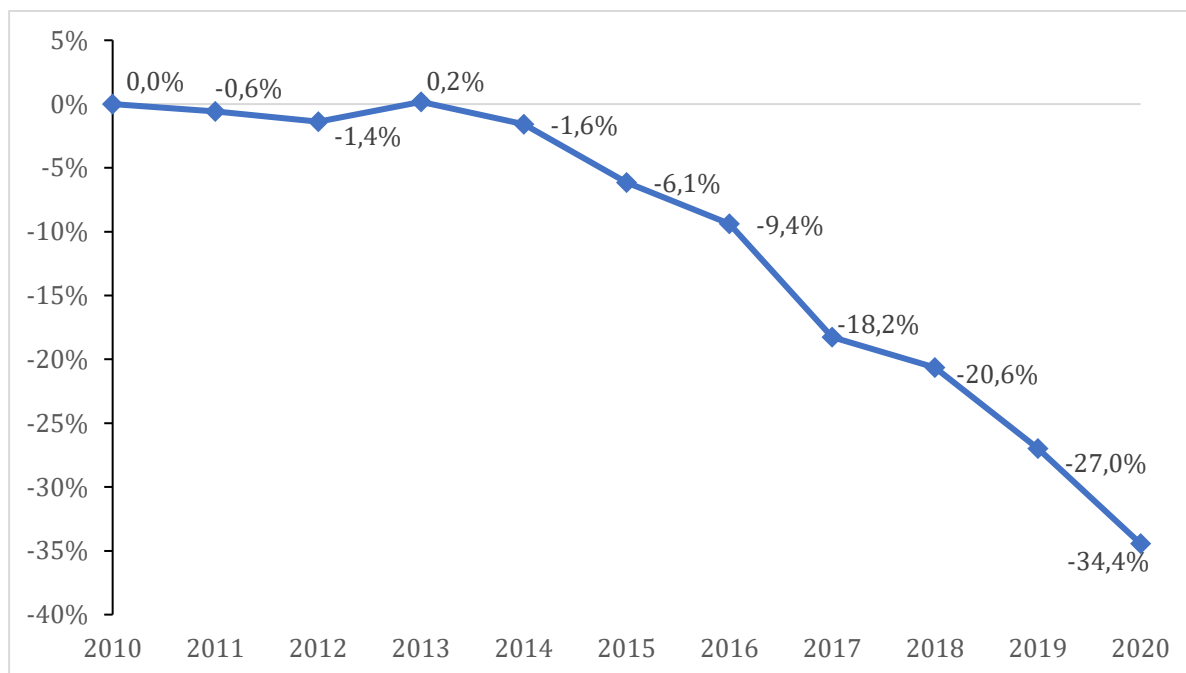
Figuur 14. Evolutie van de volumes van aangetekende zendingen sedert 2010 (gecumuleerde groei)



Bron: BIPT

De volumes administratieve post zijn enigszins gestabiliseerd tussen 2010 en 2014 (tussen +0,2% en -1,6%). Vanaf 2015 is het volume evenwel jaarlijks sterk teruggevallen, en bereikt in 2020 een daling met 34,4%.

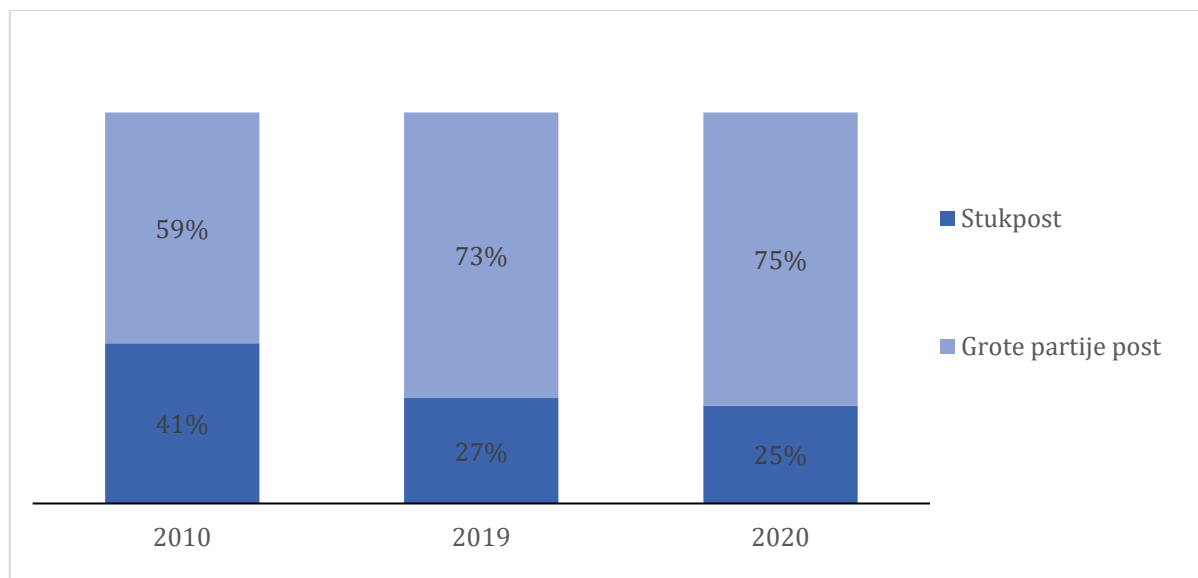
*Figuur 15. Evolutie van de volumes van administratieve post sedert 2010 (gecumuleerde groei)*



Bron: BIPT

De verdeling tussen de volumes van stukpostzendingen en grote partijen post wat transactionele post betreft is op 10 jaar tijd sterk geëvolueerd. Zo zijn in 2020, 3 van de 4 zendingen grote partijen post, tegenover bij de 6 van de 10 in 2010. Het aandeel stukpost blijft, in vergelijking met grote partijen post, afnemen sedert 2010.

Figuur 16. Verdeling van de volumes van transactionele post tussen stukpost en grote partijen post (%) (2010, 2019, 2020)



Bron: BIPT

#### 4.2.2.2 Inkomsten

Figuur 17 beschrijft de evolutie van de inkomsten van de verschillende segmenten binnen de transactionele post. De totale inkomsten zijn tussen 2010 en 2020 verminderd met 15,9%, waarvan 7 procentpunten tussen 2016 en 2017 en 4 procentpunten tussen 2019 en 2020. Het gaat dus voor 2020 om de op een na sterkste daling wat de jaarlijkse evolutie betreft.

Onder de verschillende producten die samen de transactionele post vormen, dalen de inkomsten uit de zendingen met aangegeven waarde (van +17,5% in 2017 naar -47,3% in 2020) en procentueel gaat het om de grootste daling in 2020, in vergelijking met 2010.

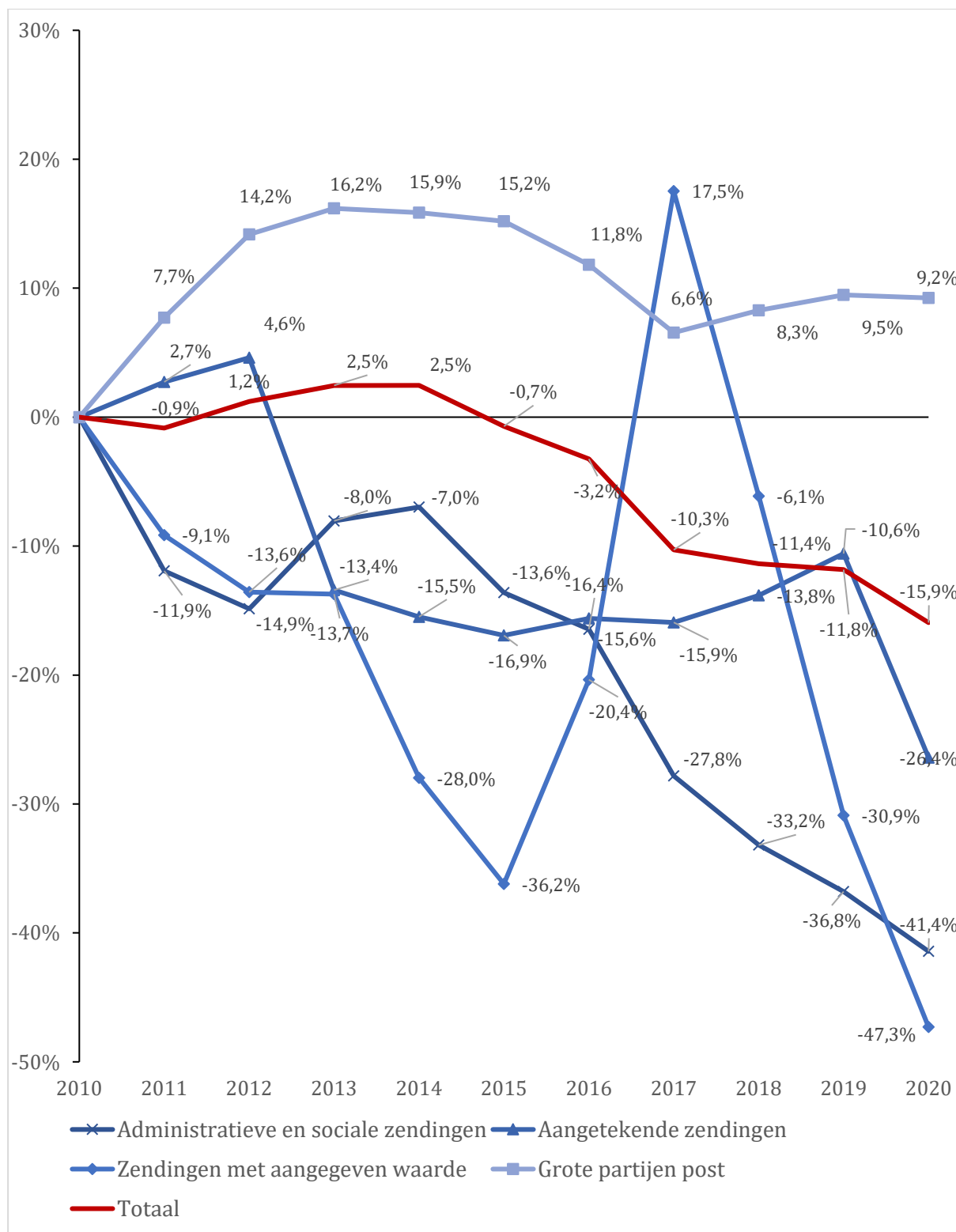
De administratieve en sociale post is het tweede laagste product in 2020. De neerwaartse trend die in 2013 begonnen is, houdt aan. In 2020 loopt de daling dus op tot 41,4%.

Aangetekende zendingen zijn dan weer opnieuw aan het zakken: na twee lichte stijgingen in 2018 en 2019, vallen ze sterk terug met een verlies van bij de 16 procentpunten in 2020; in vergelijking met 2010 gaat het om -26,4%.

Ten slotte vormen grote partijen post<sup>21</sup> het enige segment dat het hele decennium lang positief is gebleven met een piek in 2013 (+16,2%), waarna er een neerwaartse knik is geweest tot een plateau dat we vandaag zien met positieve inkomsten van 9,2% voor 2020.

<sup>21</sup> Grote partijen post omvatten zowel administratieve post als ingeschreven zendingen.

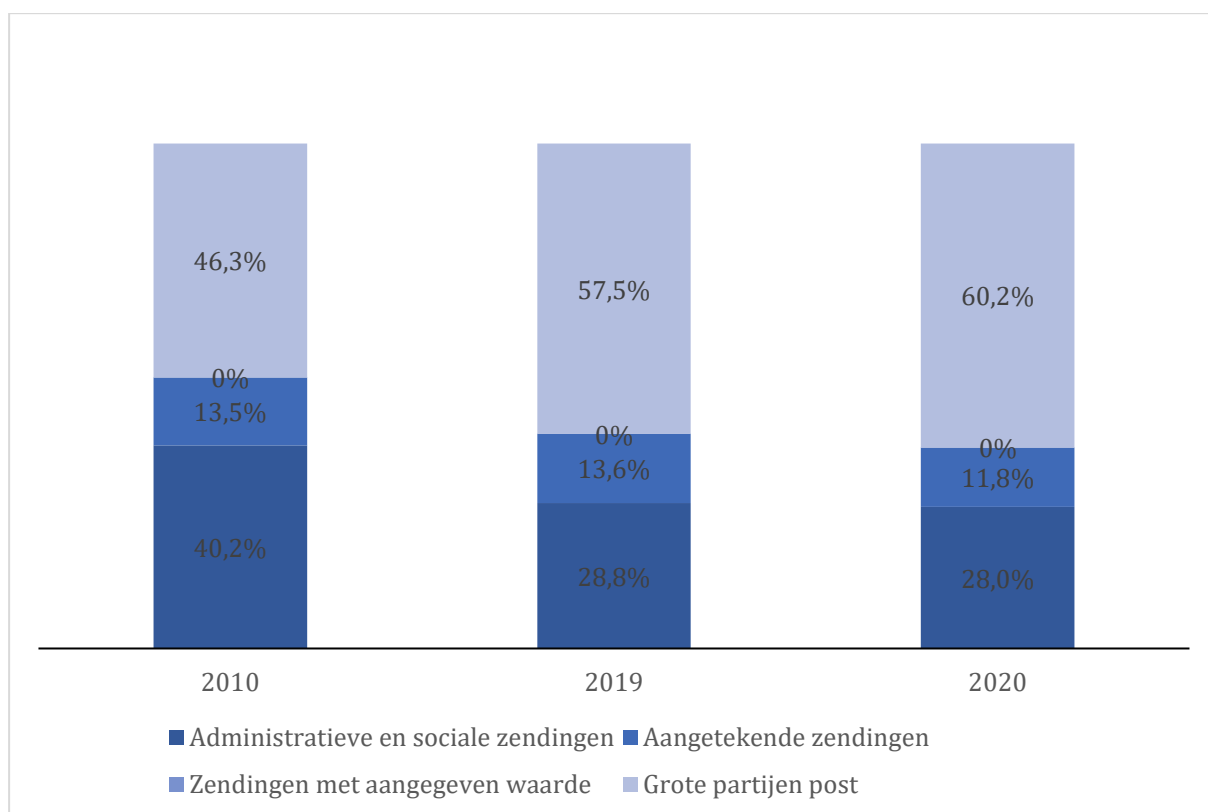
Figuur 17. Evolutie van de inkomsten uit transactionele post sedert 2010 (gecumuleerde groei) (%)



Bron: BIPT

Als we de samenstelling van de inkomsten uit de verwerking van de transactionele post nader bekijken, merken we dat de meeste inkomsten (62%) gegenereerd worden door de grote partijen post. Het resterende deel (39,8%) bestaat dus uit stukpostzendingen (aangetekende zendingen, zendingen met aangegeven waarde en administratieve en sociale post).

*Figuur 18. Verdeling van de inkomsten uit transactionele post (%) (2010, 2019, 2020)*



Bron: BIPT

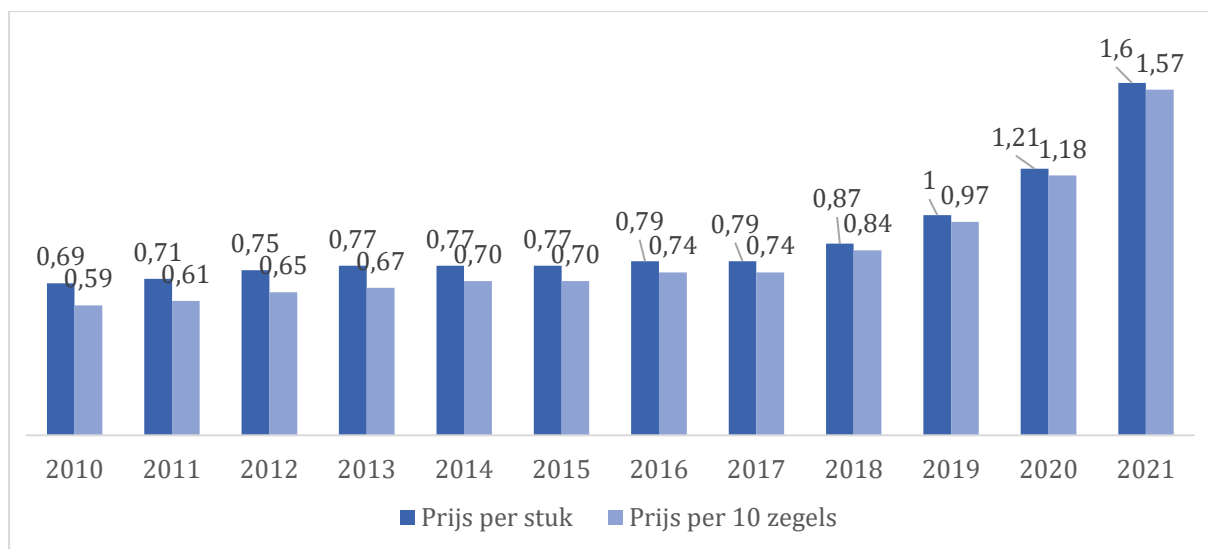
#### **4.2.2.3 Kleingebruikerstarieven voor de prior van de aanbieder van de universele dienst**

Het nominale tarief van een binnenlandse priorbrief van minder dan 50 gram in België is in 2020 gestegen.

Als we de trend bekijken sedert 2010, zien we dat de prijs per stuk van een postzegel gestegen is met 132%. Voor de prijs per 10 zegels is dit nog meer uitgesproken: de gecumuleerde stijging bedraagt 166%. Ter vergelijking: de gecumuleerde inflatie (HICP)<sup>22</sup> in België bedraagt 17,5% tussen 2010 en 2020. Onder de nieuwe wet betreffende de postdiensten van 26 januari 2018 kan men een duidelijke stijging vaststellen. Zo is de gemiddelde jaarlijkse stijging (CAGR) van de postzegel per stuk gegaan van 1,9% over de periode 2010-2017 naar 19,3% over de periode 2017-2021.

<sup>22</sup> "Harmonised Index of Consumer Prices" of geharmoniseerd indexcijfer van de consumptieprijsen.

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



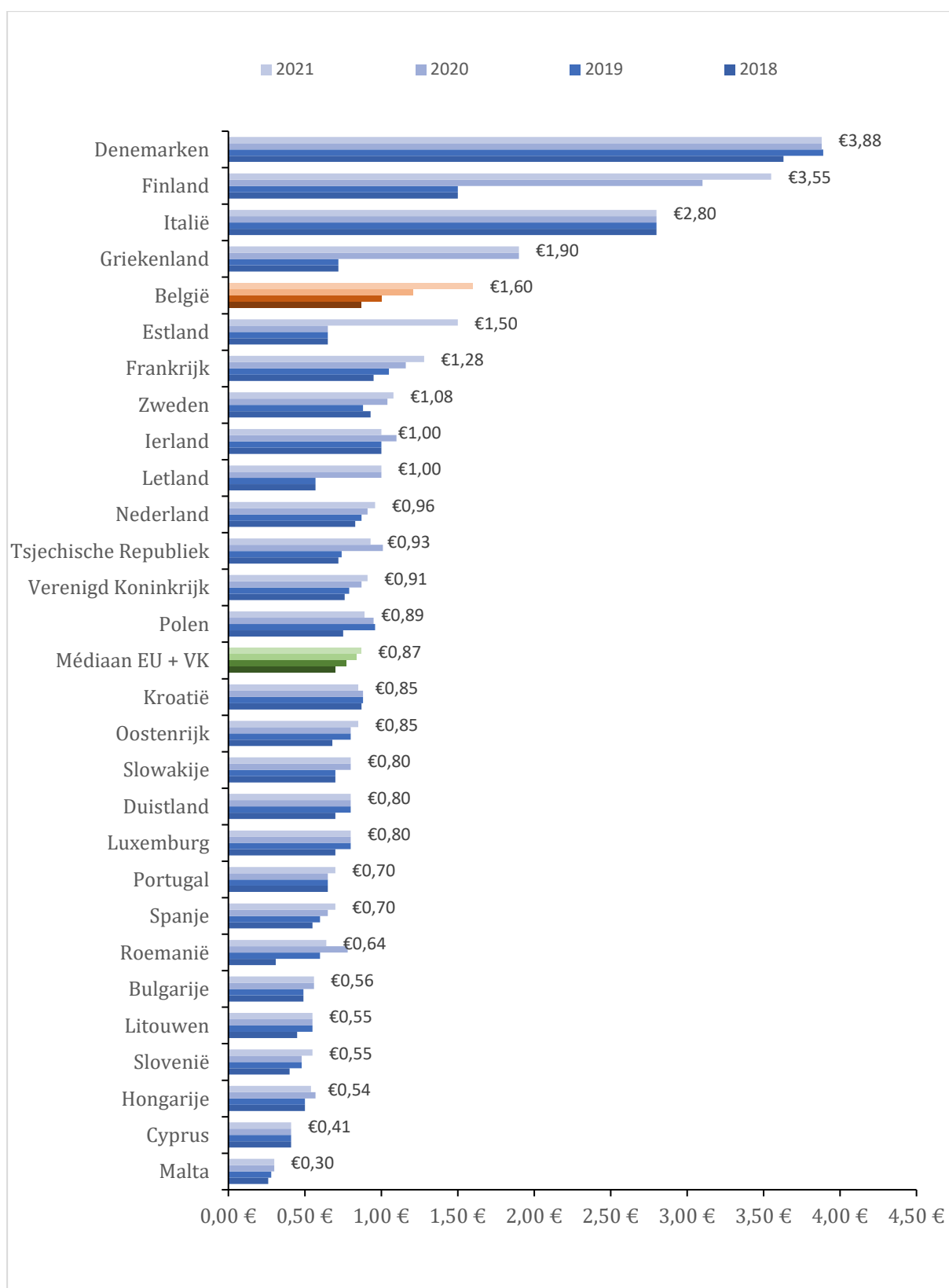
Bron: BIPT

Figuur 20 hieronder toont de prijzen van de verschillende diensten voor het vervoer en de bedeling van brieven in standaardformaat in de 27 lidstaten van de Europese Unie en in het Verenigd Koninkrijk.

In 2021 bedraagt de Europese mediaan<sup>23</sup> voor de frankering van een binnenlandse brief € 0,87, waarbij Denemarken de duurste verrichtingen heeft (€ 3,88) en Malta de meest betaalbare (€ 0,30). België staat op plaats 5 bij de duurste landen. Het nam die plaats in 2020 al in.

<sup>23</sup> Het gebruik van de mediaan heeft er mee te maken dat er extreme waarden zijn (Denemarken, Finland, Italië) die het gemiddelde te sterk zouden beïnvloeden.

Figuur 20. Prijs van de dienst voor een binnenlandse standaardbrief in Europa (€) (Vermelde tarieven van 2021)

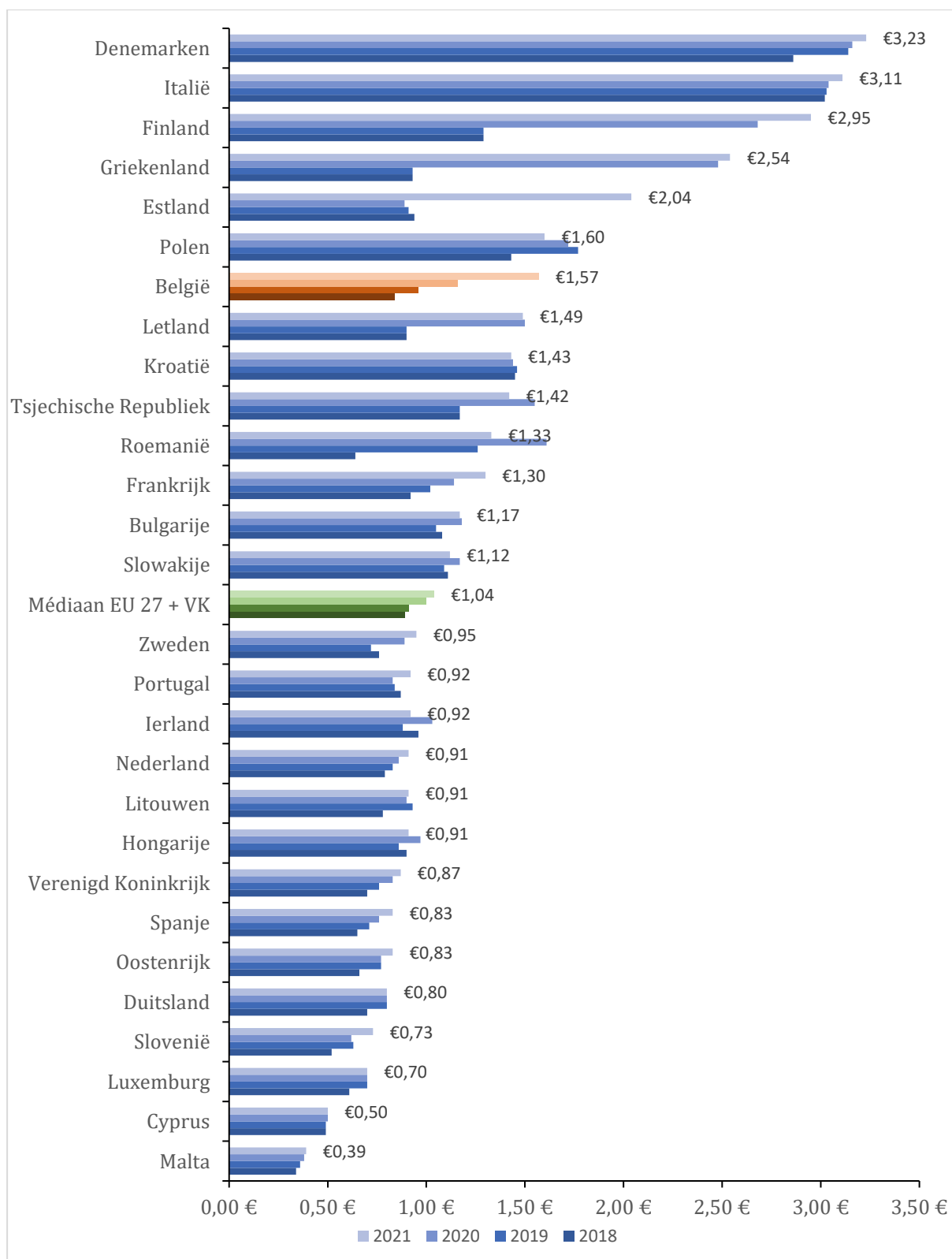


Bron: Deutsche Post, Letter Price Survey (2018, 2019, 2020 en 2021)

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

Wanneer de verschillen in levensstandaard geneutraliseerd worden dan zit de Europese mediaan op € 1,04. België blijft ruim boven het niveau van deze mediaan (€ 1,57) met een 7e plaats, tegenover de 12e plaats een jaar eerder. Denemarken blijft het duurste land (€ 3,23) en Malta het goedkoopste (€ 0,39).

Figuur 21. Prijzen uitgedrukt in koopkrachtpariteit (PPP) van de dienst voor een binnenlandse standaardbrief in Europa (€) (Vermelde tarieven van 2021)



Bron: Deutsche Post, Letter Price Survey (2018, 2019, 2020 en 2021)

### 4.2.3 Geadresseerde reclamezendingen

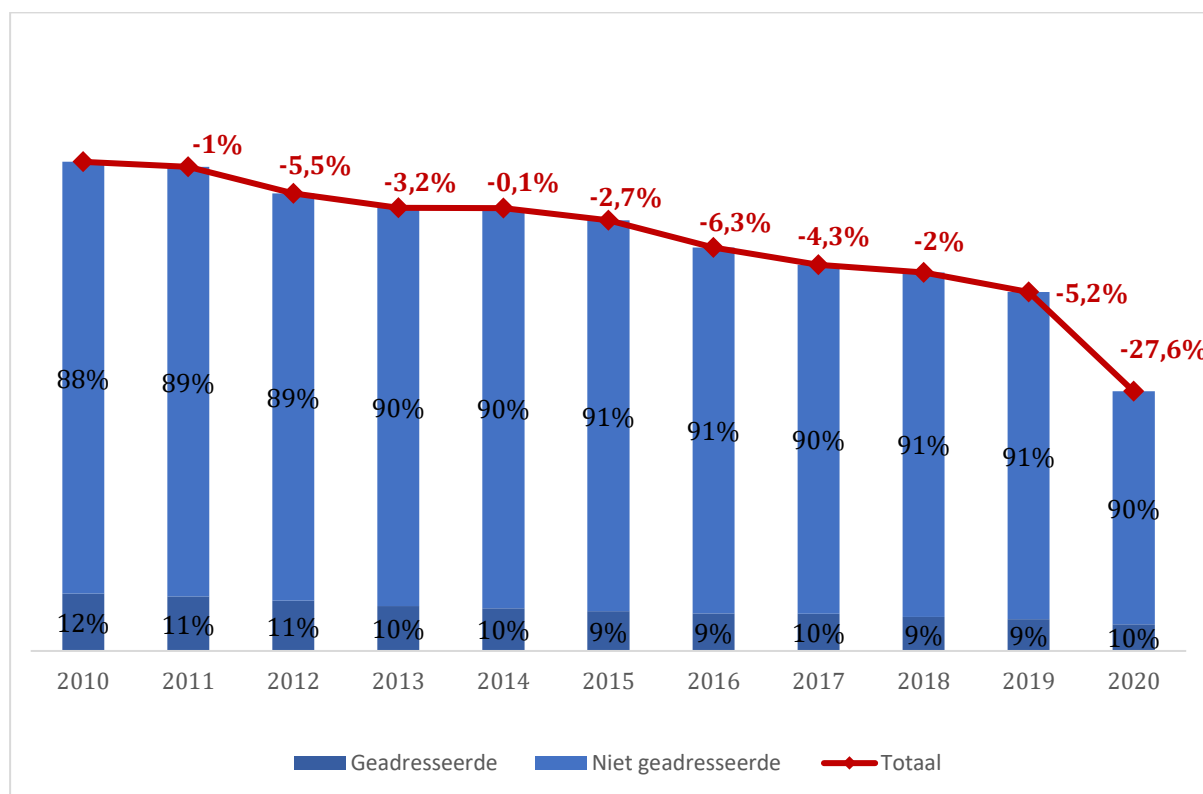
Geadresseerde reclamezendingen maken net als transactionele post deel uit van het segment van de brievenpost. Niet-geadresseerd reclamedrukwerk maakt er daarentegen geen deel van uit omdat de distributie van niet-geadresseerde zendingen geen postdienst is. Toch wordt dit in het kader van dit deel mee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

#### 4.2.3.1 Volumes

Het volume van gedrukte reclame vermindert sinds 2010 continu. Dat is bijzonder duidelijk in 2020 met een vermindering van 27,6% ten opzichte van 2019. Voornamelijk de vermindering van het volume niet-geadresseerde zendingen (-28,8%) ligt aan de oorsprong daarvan. De geadresseerde post is dan weer met 15,6% gedaald.

Qua verdeling van de volumes vertegenwoordigt geadresseerde post slechts 10%, tegenover 90% voor het volume niet-geadresseerde post.

Figuur 22. Evolutie van de volumes van geadresseerde reclame

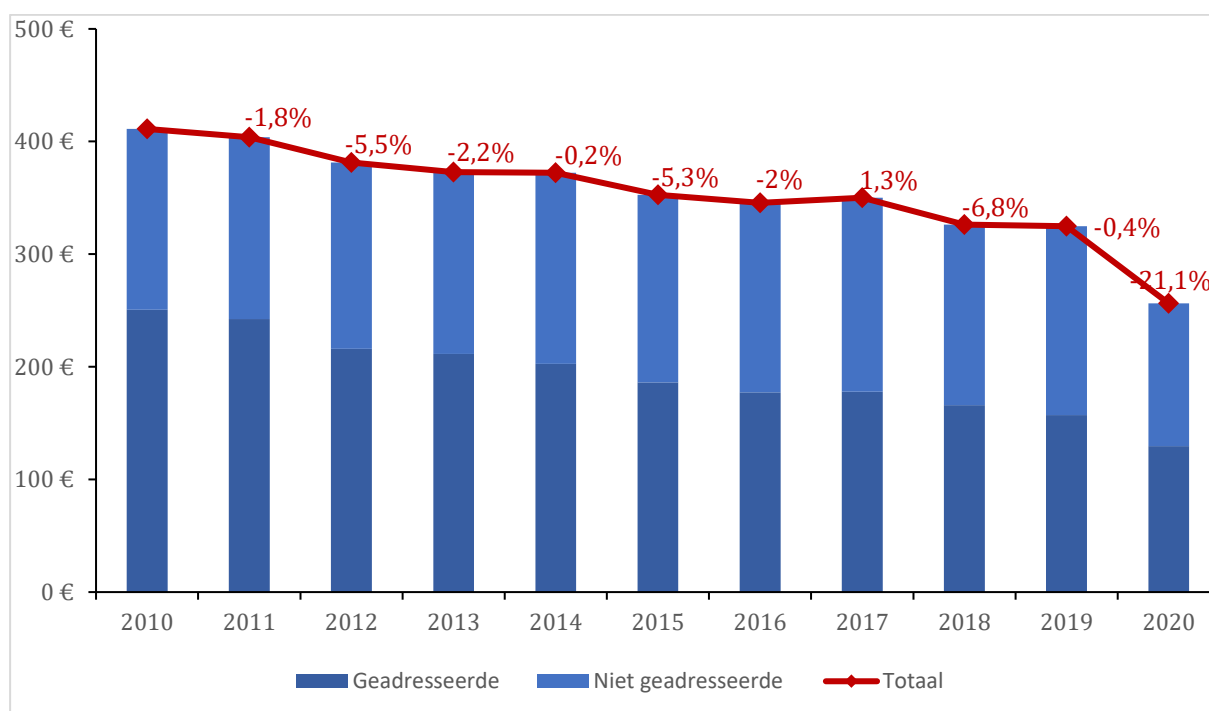


Bron : BIPT

#### 4.2.3.2 Inkomsten

De inkomsten uit geadresseerde en niet-geadresseerde reclame gaan in totaal omlaag over het decennium. Enkel in het jaar 2018 was er een kleine opleving (1,3%). Het jaar 2020 wordt daarentegen gekenmerkt door de grootste daling in dat segment, met een terugval van de inkomsten met 21,2% ten opzichte van 2019. Wat de verdeling van die terugval betreft zien we een vermindering met 17,5% voor geadresseerde post en met 24,5% voor niet-geadresseerde zendingen.

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



Bron: BIPT

#### 4.2.4 Internationale post

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

Internationale post verwijst naar de stromen van brievenpost van minder dan 2 kg die uitgewisseld worden tussen België en het buitenland. Het kan daarbij gaan om zowel binnenkomende stromen ("international inbound"), de post in kwestie moet in België worden bezorgd, als om uitgaande stromen ("international outbound"), waarbij het gaat om post die vanuit België verzonden wordt naar andere landen.

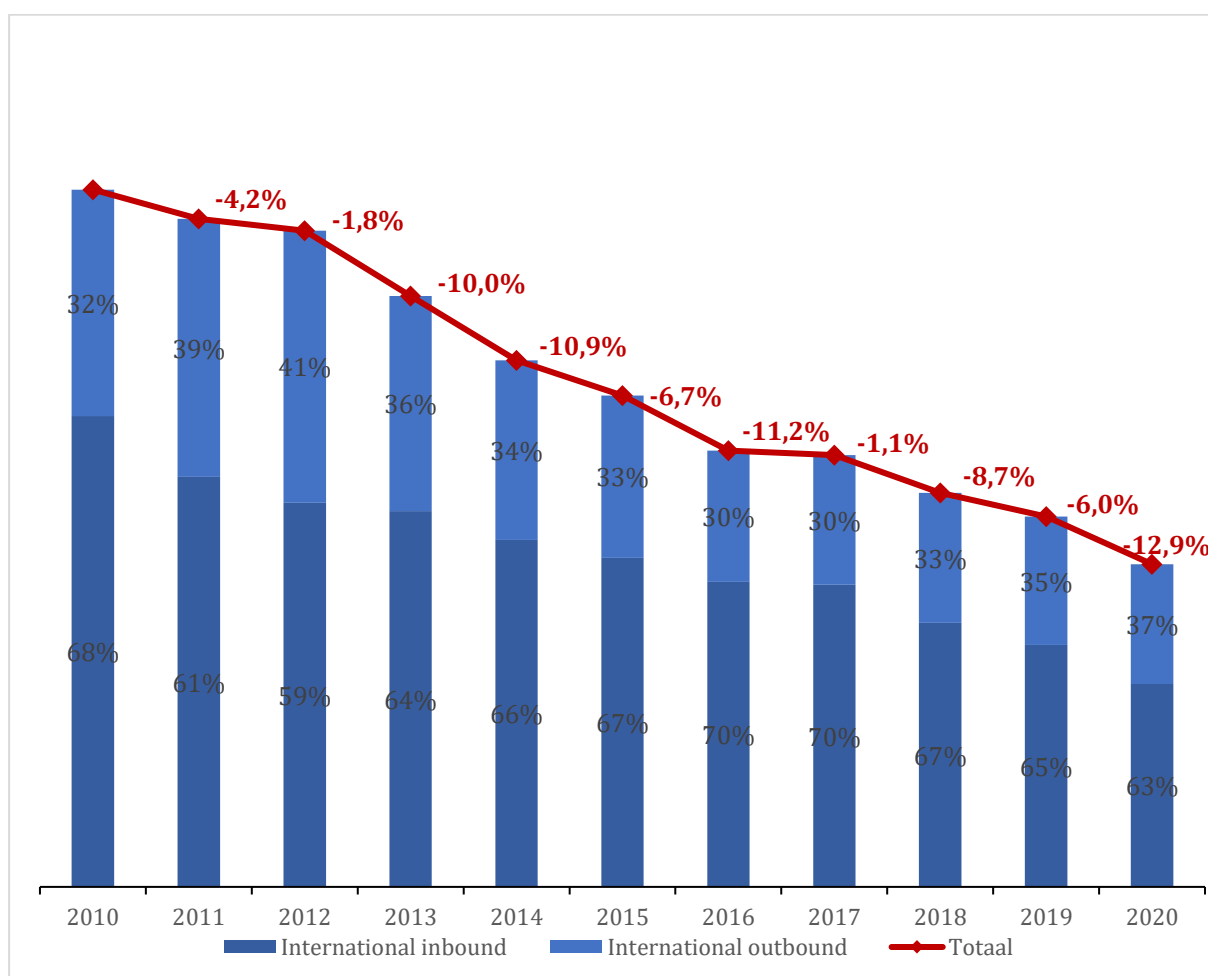
##### 4.2.4.1 Volumes

Figuur 24 beschrijft de evolutie van de volumes van binnenkomende en uitgaande internationale post sinds 2010. Voor de verdeling van beide soorten post kan men met name zien dat deze van jaar tot jaar varieert. Tussen 2010 en 2012 nam het belang betreffende de uitgaande internationale post van jaar tot jaar toe ten overstaande van de binnenkomende internationale post. Daarna, tussen 2013 en 2017

was de tendens omgekeerd, met een toenemend belang binnenkomende post. Ten slotte, na 2017, heeft de curve opnieuw gewezen op een trend naar de uitgaande post. Dit komt dus neer op een verhouding van respectievelijk 35% en 37% voor de jaren 2019 en 2020 wat de "outbound" internationale zendingen betreft.

Het totale volume van binnenkomende en uitgaande internationale brievenpostzendingen is echter constant verminderd en bereikt in 2020 zelfs de grootste daling (-12,9%).

Figuur 24. Evolutie van de volumes van internationale post



Bron: BIPT

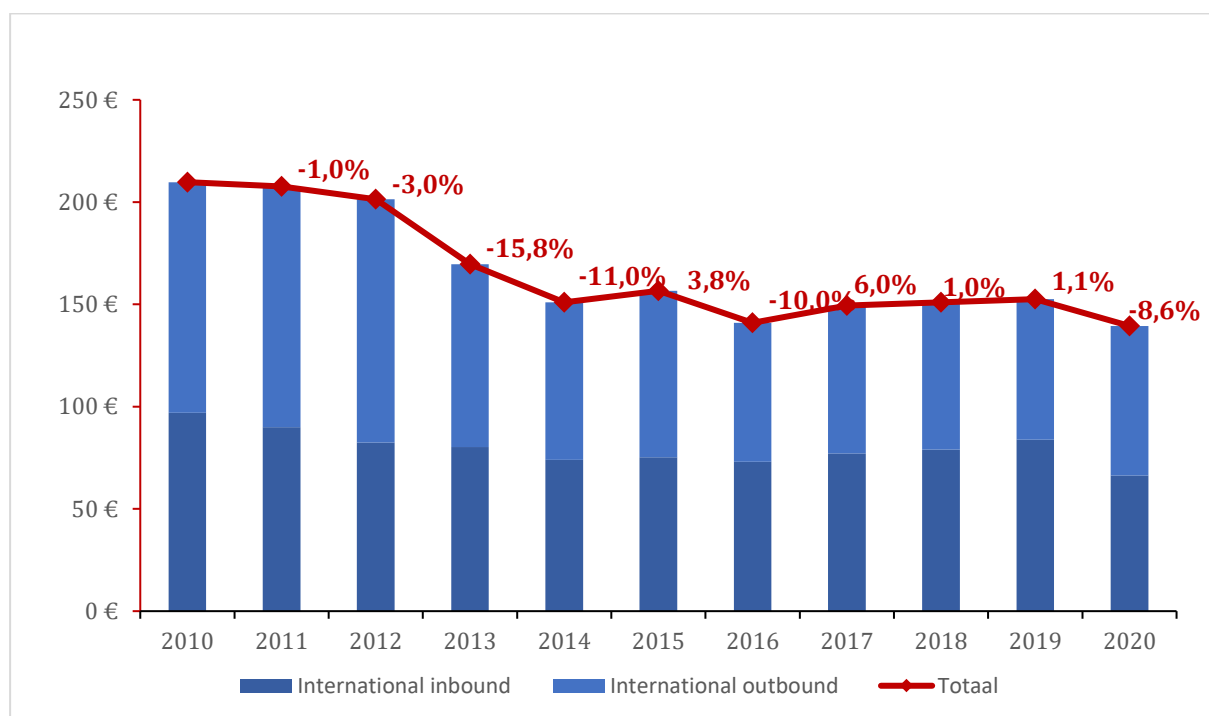
#### 4.2.4.2 Inkomsten

De inkomsten uit de brievenpost komende van of bestemd voor het buitenland zijn sedert 2010 betrekkelijk variabel. Allereerst waren er lichte dalingen in 2011 en 2012 (respectievelijk -1 en -3%), gevolgd door de twee sterkste dalingen van het decennium (respectievelijk -15,8% en -11%). Daarna in 2015 vertonen de inkomsten in verband met de internationale post hun eerste opwaartse trend (3,8%) en vallen dan weer sterk het jaar dat daarop volgt (-10%). In de jaren 2017, 2018 en 2019 zijn

de stijgingen dan weer gematigd (respectievelijk 6%, 1% en 1,1%). Tot slot wordt het jaar 2020 gekenmerkt door een relatief sterke daling (-8,6%).

De percentages van dalingen en stijgingen gelinkt aan de volumes en aan de inkomsten steken sterk af tegen elkaar: bij de inkomsten zijn de percentages lager, waarschijnlijk gelinkt aan hogere prijzen of een andere mix van producten (grotere formaten, verdere bestemmingen).

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

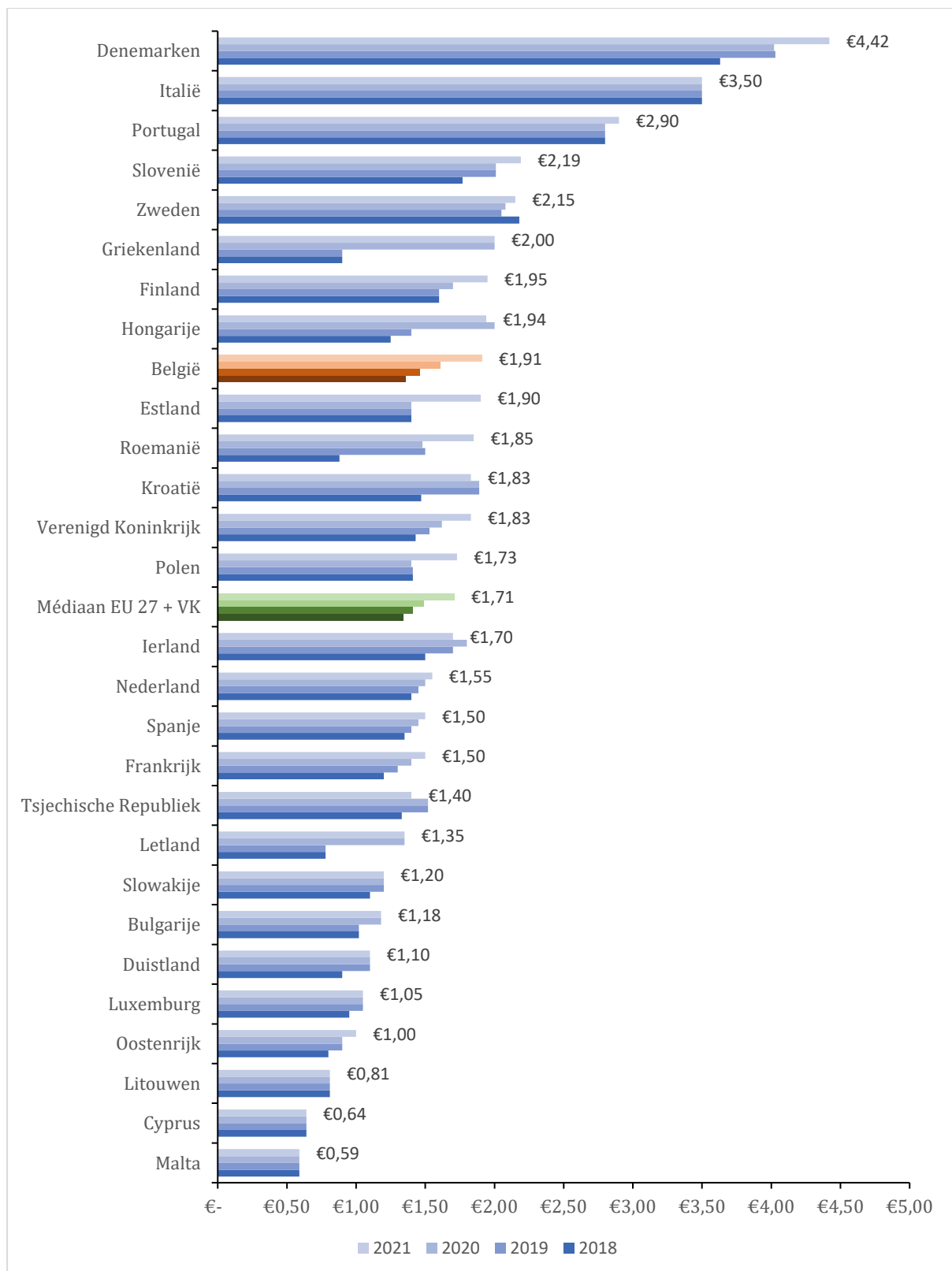


Bron : BIPT

#### **4.2.4.3 Kleingebruikerstarieven van de aanbieder van de universele dienst**

Als men de prijzen vergelijkt van de verschillende aanbieders van de universele dienst in Europa wat betreft de dienst voor standaardbrieven binnen de EU, dan zien we dat België boven de Europese mediaan zit (respectievelijk € 1,91 en € 1,71). België is overigens in dat klassement 3 plaatsen opgeklimmen ten opzichte van 2020, en staat dit jaar op de 9e plaats. Het duurste land op dat niveau is nog altijd Denemarken (€ 4,42) en het land met de meest betaalbare internationale dienst is Malta (€ 0,59).

Figuur 26. Prijs van de dienst voor een intra-Europese standaardbrief in Europa (in nominale waarde) (€)  
(Vermelde tarieven van 2021)



Bron: Deutsche Post, Letter Price Survey (2018, 2019, 2020 en 2021)

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

De voortdurende stijging van e-commerce in België en elders duwt de markt van de pakjes en snelpostzendingen in dezelfde richting, zodat deze steeds meer plaats inneemt binnen de verschillende diensten op de postmarkt. Zoals eerder reeds aangegeven in de grafiek over het gewicht van de verschillende segmenten (zie 4.1.3) stellen we sedert 2017 vast dat het segment van de pakjes en van de snelpostdiensten het grootste is geworden. Dat overwicht is nadien blijven toenemen, en heeft in 2020 een nieuwe piek bereikt. Vandaag is dat segment qua omzet om en bij de 80% groter dan het brievenpostsegment.

In dit hoofdstuk zal het gaan over zowel de evolutie van de pakjesmarkt<sup>24</sup> als die van de expresdiensten<sup>25</sup>; ze zullen dus samen worden geanalyseerd.<sup>26</sup> De verhouding is echter duidelijk in het voordeel van de pakjes, met 81% wat de volumes betreft, tegenover 19% voor snelpostzendingen, en 70% voor de inkomsten, tegenover 30% voor de snelpostzendingen.

Hoewel sommige spelers actief zijn binnen specifieke segmenten (B2B, B2C, C2X), blijft het soort van geadresseerde voor de operator evenwel moeilijk met zekerheid te identificeren. Daarom zullen de verschillende segmenten hier samen in beschouwing worden genomen.

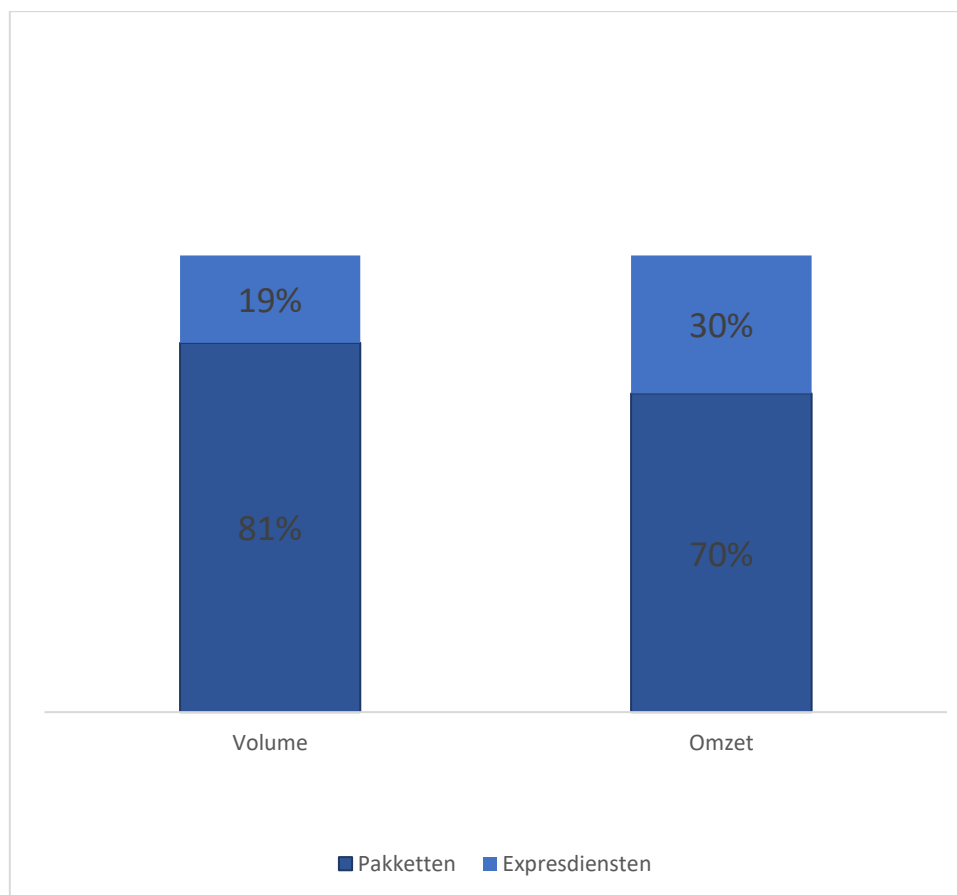
---

<sup>24</sup> Het gaat hier enkel om de pakjes tot 10 kg (behalve de binnenkomende internationale pakjes die tot 20 kg gaan).

<sup>25</sup> Onder 'express' wordt er in het kader van het observatorium zendingen verstaan die hoogst tijdsgoed zijn en zodoende voor een welbepaald tijdstip, gekozen door de verzender, dienen geleverd te worden, dit veelal rechtstreeks zonder gebruik te maken van een distributieronde die ook andere zendingen betreft. Bijvoorbeeld door middel van een leveringsgarantie, zoals garantie op levering voor 9u, 10u of 12u de volgende dag. Reguliere pakketten daarentegen worden veelal, deel uitmakend van een reguliere distributieronde, als D+1 (voor binnenlandse zendingen) geleverd.

<sup>26</sup> De grens tussen pakjes en snelpostzendingen is moeilijk af te bakenen. Het vervoer van pakjes houdt steeds vaker diensten in waardoor dit steeds dichter aanleunt bij een snelpostzending (traceerbaarheid van de pakjes, verzekering van de inhoud van het pakket, verzendingstermijnen, enz.). Bovendien bieden heel wat spelers beide soorten diensten aan hun klanten aan.

Figuur 27. Verhouding pakketten versus expreszendingen in termen van volume en omzet (2020)



Bron: BIPT

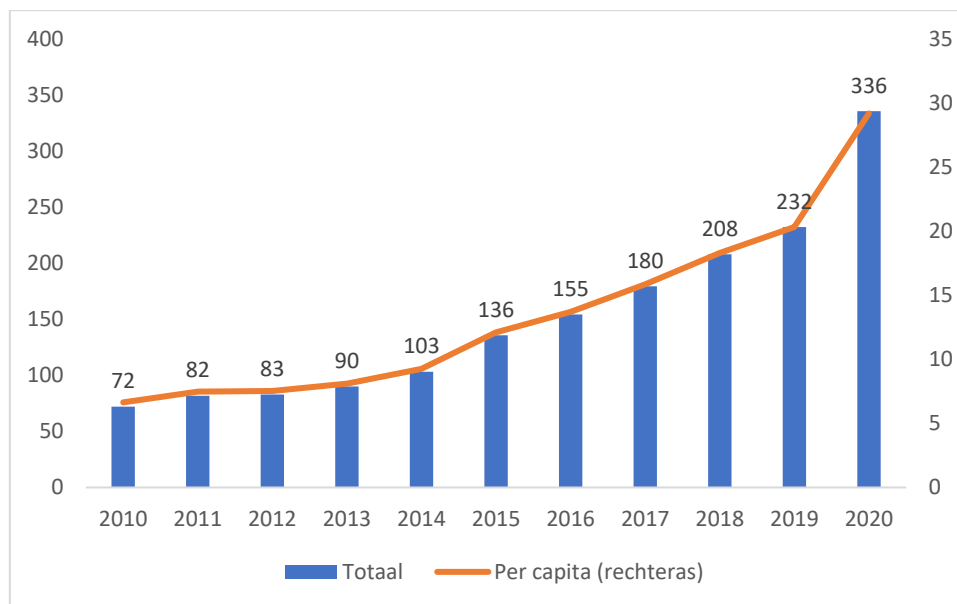
#### 4.3.1 Volume

Het segment van pakket- en expreszendingen is het segment dat de jongste jaren het sterkst evolueert. Het heeft in 2020 zelfs voordeel gehaald uit de coronacrisis, toen veel fysieke winkels de deuren moesten sluiten om de verspreiding tegen te gaan. De klanten zijn dan ook overgeschakeld naar alternatieve oplossingen om in hun behoeften te voorzien. Zo is tussen de jaren 2010 en 2020 het aantal verzonden pakketten op een jaar met 366% gestegen, van 72 miljoen stuks in 2010 tot 336 miljoen in 2020. Het laatste jaar toont zelfs een recordstijging over een jaar: een stijging met 44,5% tussen 2019 en 2020.

Het aantal pakjes per jaar per inwoner is dan weer op 10 jaar tijd meer dan verviervoudigd, van 6,6 naar 29,2 pakjes per inwoner op jaarbasis. Er wordt dus om de 12,5 dagen een pakje of expreszending verzonden. België zit echter nog een stuk verwijderd van de landen met het grootste aantal pakjes per capita in Europa: Duitsland staat in 2019 aan kop met 41 pakjes.<sup>27</sup>

<sup>27</sup> ERGP Report on Postal Core Indicator, 22 december 2020

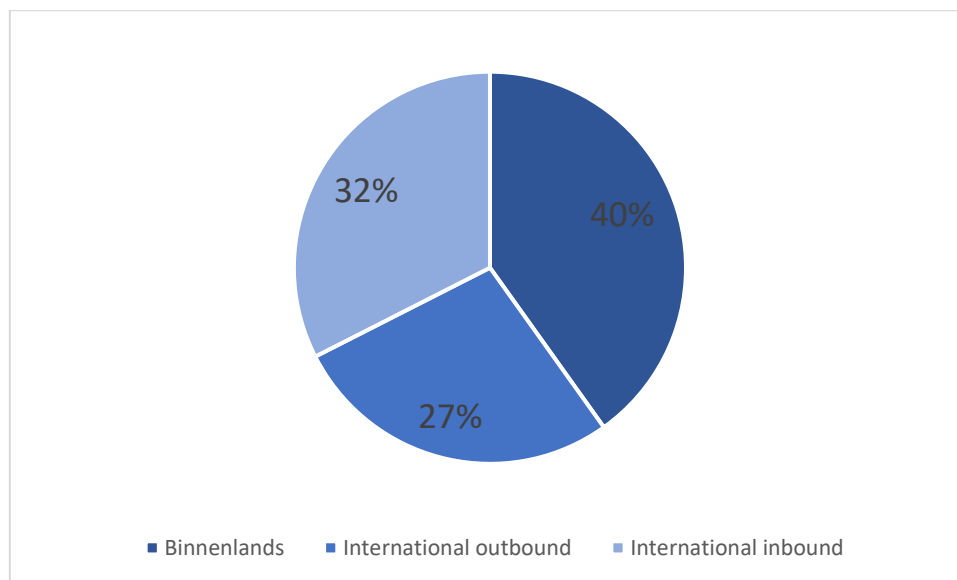
Figuur 28. Evolutie van het volume snelpostdiensten en pakjes in totaal (in miljoen stuks) en per inwoner (per stuk) per jaar



Bron: BIPT

De volgende figuur toont de verdeling van de pakjes en snelpostzendingen volgens hun herkomst en land van bestemming. Zo zijn 40% van de pakjeszendingen of snelpostzendingen in de loop van 2020 binnenlandse zendingen. Ze hebben dus het nationale grondgebied niet verlaten; het artikel is van een Belgische entiteit naar een andere (natuurlijke persoon of onderneming) gegaan. Die verhouding is zo goed als gelijk gebleven sinds 2015. Het belang van de binnenkomende internationale zendingen is relatief constant gebleven in de voorbije tien jaar (32% tot 35%). Binnen de EU zien we, op basis van het eerder aangehaalde ERGP Core Indicators rapport, dat er slechts een handvol landen met meer uitgaande dan binnenkomende pakketten zijn (zogenaamde 'net exporters'). Het gaat hierbij onder andere om buurlanden Nederland en Duitsland, die typisch een sterk ontwikkelde e-commerce sector hebben. Bij onderstaande figuur dienen we nog te bemerken dat deze uiteraard niet alleen e-commerce bevat, zijnde B2C, maar uiteraard tevens ook het belangrijke B2B segment en C2X.

Figuur 29. Verdeling van het volume aan pakket- en expresdiensten volgens binnenlandse, uitgaande internationale en binnenkomende internationale zendingen (2020)

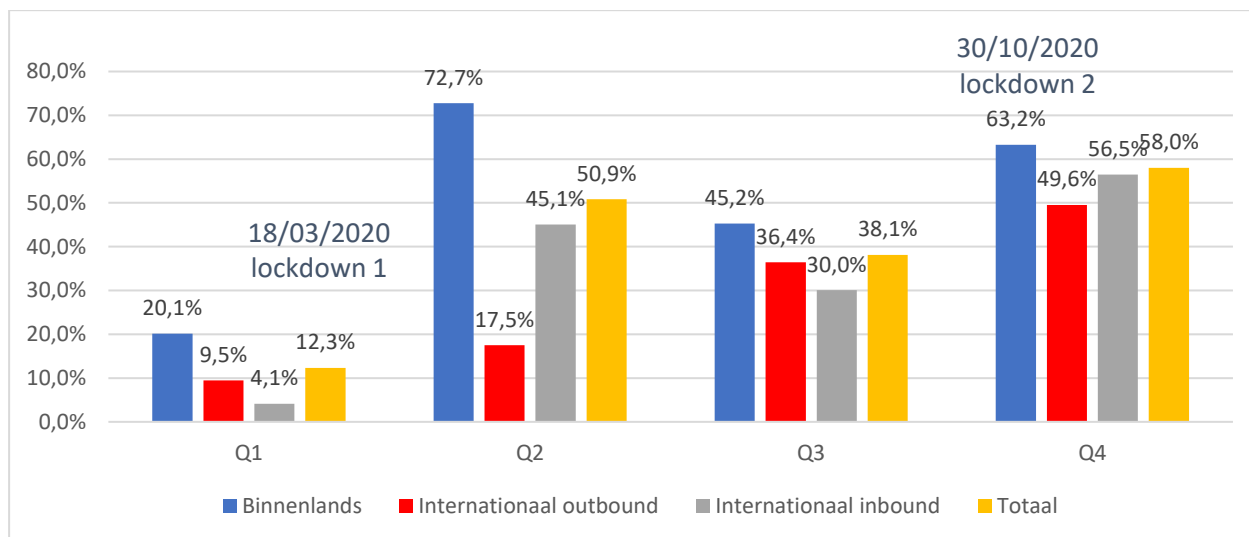


Bron: BIPT

Wanneer we kijken naar het volume binnenlands, internationaal outbound (uitgaand) en internationaal inbound (binnenkomend) per kwartaal<sup>28</sup>, dan zien we doorheen 2020, ten gevolge van de pandemie, verschillende evoluties. Na de eerste lockdown, in het tweede kwartaal (Q2), zagen we met name een toename van het binnenlands volume. Doorheen Q2 2020 steeg het binnenlands volume zelfs met 72,7% ten opzichte van Q2 anno 2019. In dat tweede kwartaal steeg internationaal outbound, de uitgaande pakketten, met slechts 17,5% terwijl internationaal inbound, de binnenkomende pakketten, met 45,1% steeg. De totale stijging voor Q2, zijnde 50,9% zoals besproken in sectie 2 “De impact van de pandemie op de postale sector” verhult dus diverse onderliggende evoluties. Ook in het derde en vierde kwartaal was de sterkste groei te vinden bij binnenlandse pakket- en expresdiensten, maar was het verschil met de andere, internationale, categorieën beperkter.

<sup>28</sup> Op basis van kwartaalinfo verschaft door 14 omvangrijke operatoren actief binnen dit segment.

*Figuur 30. Vergelijking van evolutie kwartaalvolumes binnenlands, internationaal outbound en internationaal inbound 2020 met 2019 (YoY)*



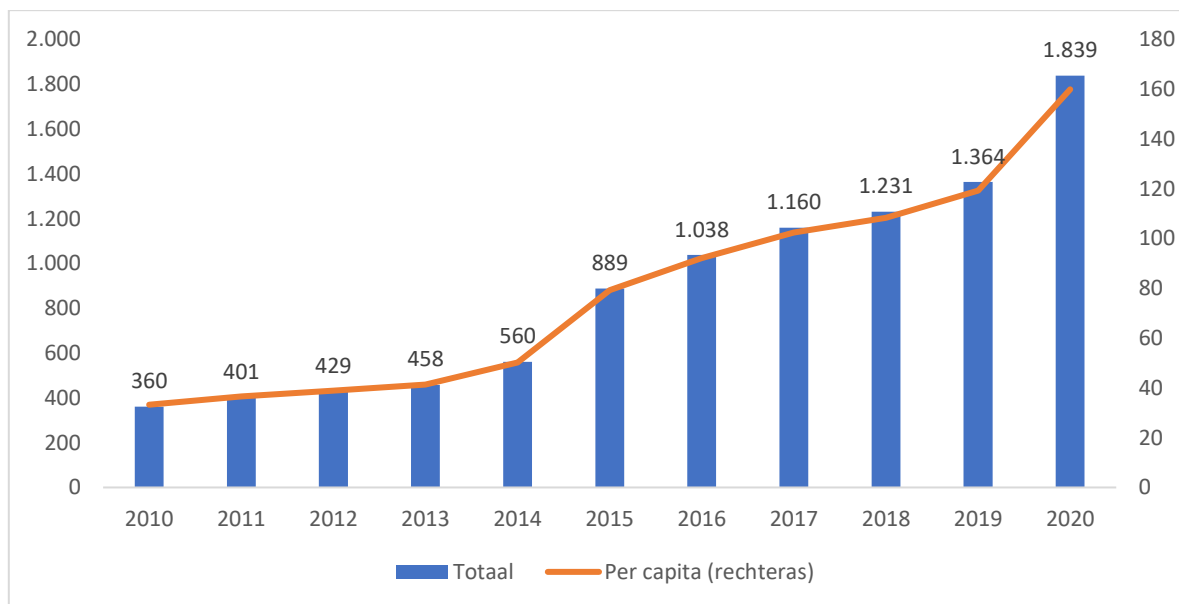
Bron: BIPT

#### 4.3.2 Inkomsten

De tendens van 2020 die we qua volume zien, wordt bevestigd in de omzet. De inkomsten van het segment van de pakjes en van de snelpostzendingen bereiken een nieuw hoogtepunt met een cijfer dat 1.839 miljoen euro bereikt. Dat komt overeen met de op een na grootste jaarlijkse stijging van de afgelopen 10 jaar, namelijk 34,8%. De grootste stijging was in 2015 met 58,6% (weliswaar uiteraard bij een lager niveau).

Dit vertegenwoordigt in 2020 dus bij de € 160 per persoon per jaar, iets minder dan 5 keer het niveau van in 2010.

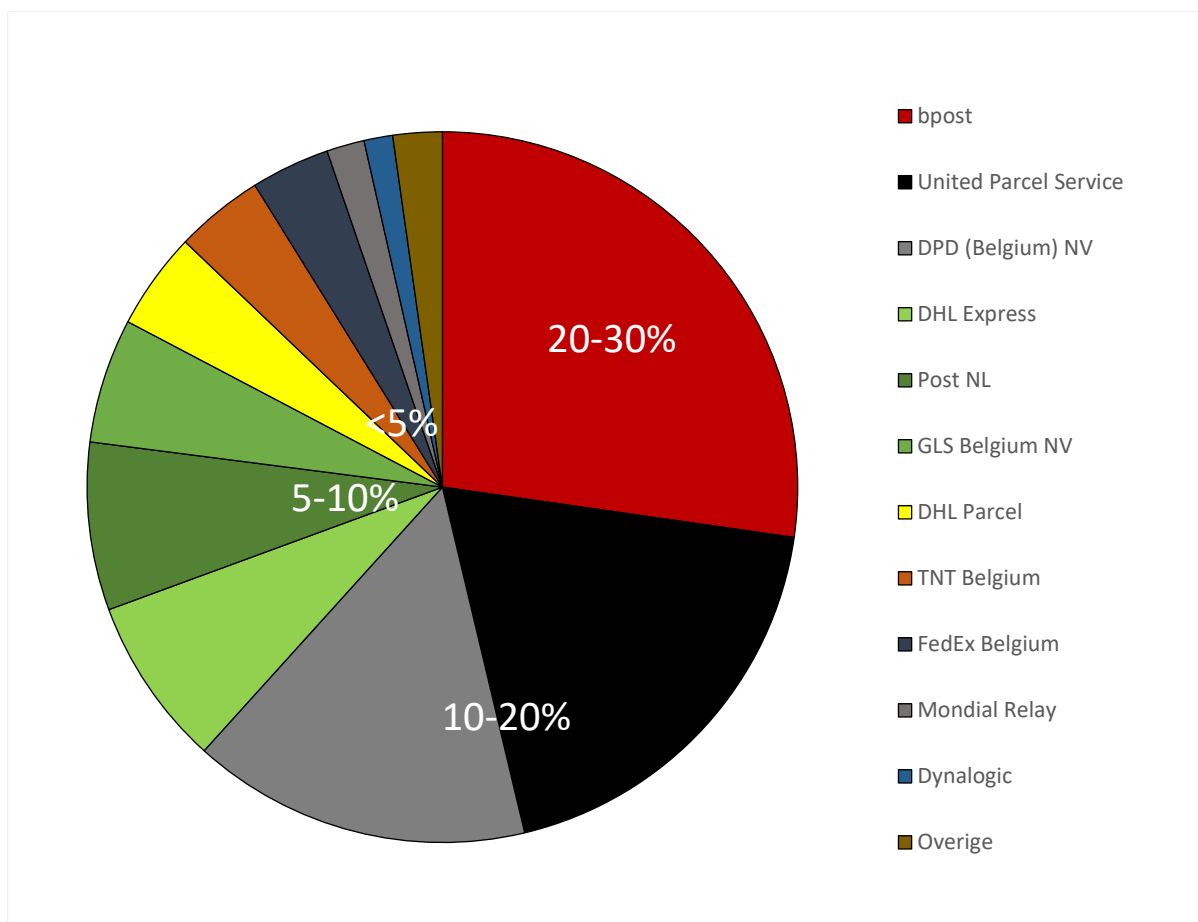
Figuur 31. Evolutie van de omzet in het segment van de snelpostdiensten en pakjes (miljoen €) en per inwoner (€) per jaar



Bron: BIPT

Figuur 32 hieronder geeft het marktaandeel weer van de verschillende spelers binnen het segment van de pakjes en snelpostdiensten op basis van de omzet in 2020. Zo hebben bpost, United Parcel Service en DPD elk meer dan 10% marktaandeel en vertegenwoordigen ze samen circa 60% marktaandeel. DHL Express, Post NL, GLS hebben elk meer dan 5% marktaandeel. De overige operatoren hebben een marktaandeel van minder dan 5%.

Figuur 32. Marktaandeel op basis van de omzet in het segment van de snelpostzendingen en pakjes (2020) (%)

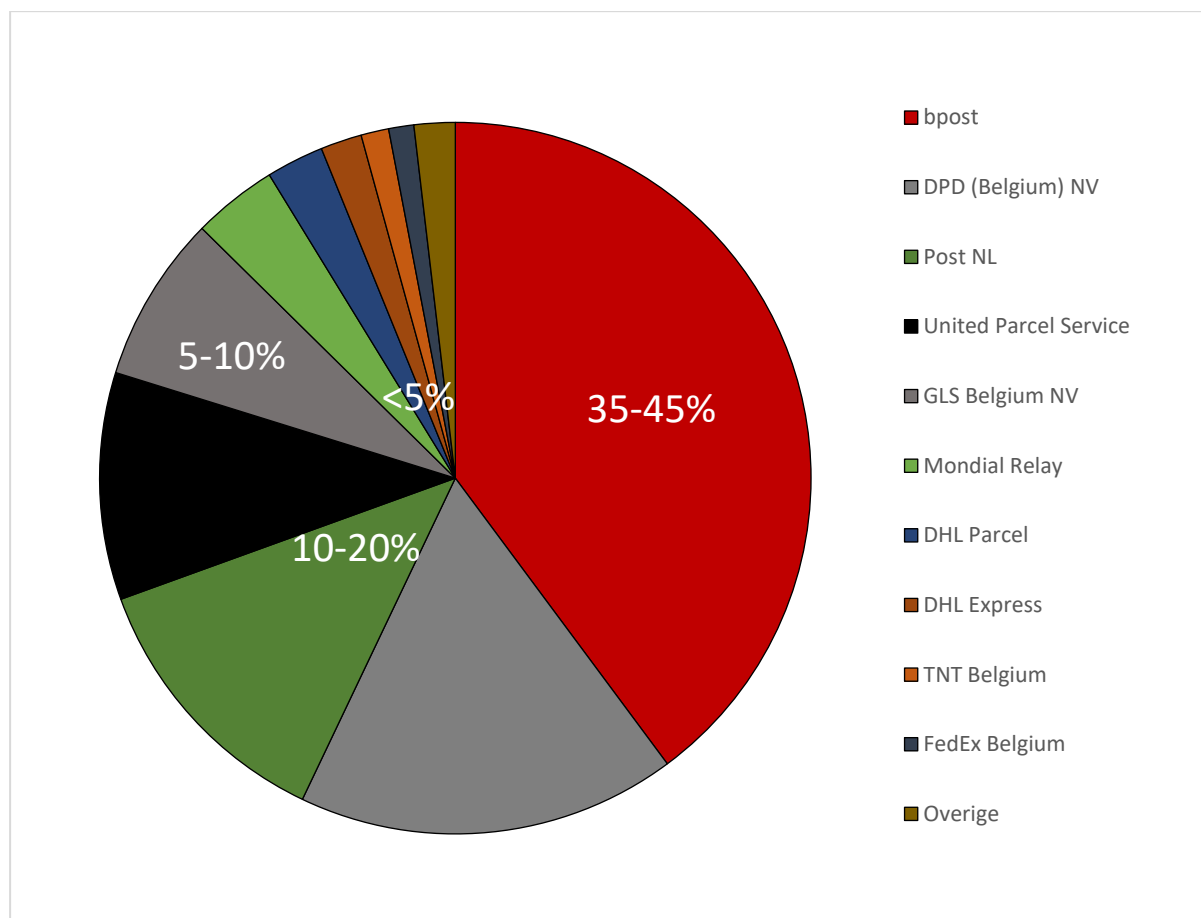


Bron: BIPT

Een soortgelijke analyse met marktaandelen kan worden gemaakt op basis van de volumes, wat andere resultaten oplevert. Bpost heeft dus het grootste marktaandeel met meer dan 35% in termen van volume. DPD, Post NL en United Parcel Service hebben elk meer dan 10% marktaandeel. GLS heeft 5 à 10% marktaandeel en de rest van de spelers hebben elk een marktaandeel van minder dan 5%.

Er wordt opgemerkt dat de marktspelers die gespecialiseerd zijn in de expresdienst lagere volumes hebben, maar hogere prijzen. Aldus hebben UPS en DHL Express een kleiner marktaandeel in volume, in vergelijking met de percentages marktaandeel qua omzet. Ook het omgekeerde effect doet zich voor. Zo zullen sommige spelers die focussen op het pakjessegment, meer volume hebben dan sommige van hun concurrenten, wegens een segment met lagere prijzen. Post NL en bpost bijvoorbeeld hebben hogere percentages wat betreft de marktaandelen in volume dan in omzet.

Figuur 33. Marktaandeel op basis van het volume in het segment van de snelpostzendingen en pakjes (2020) (%)



Bron: BIPT

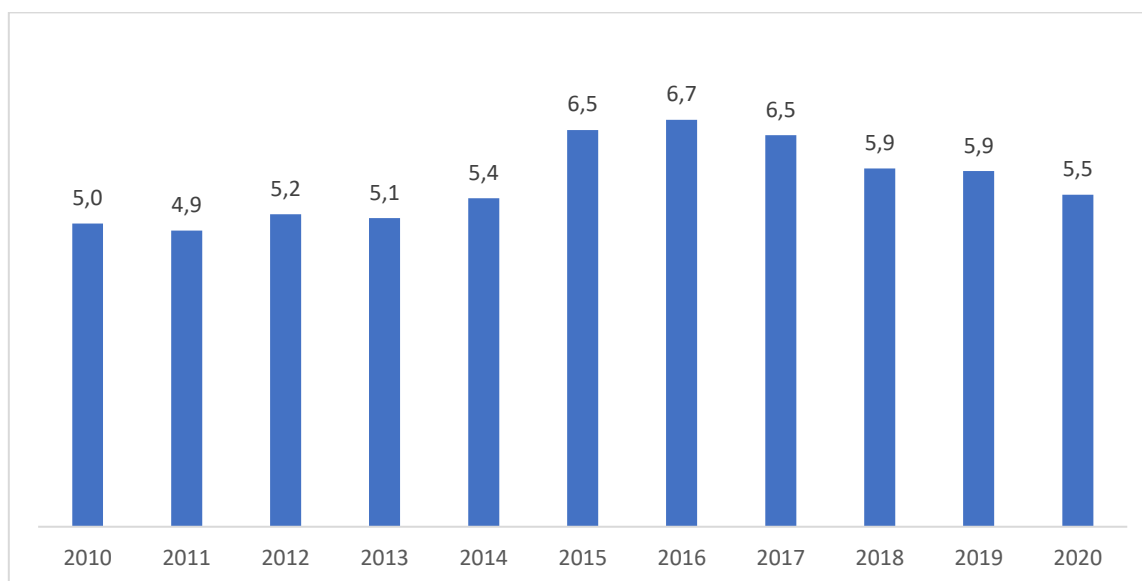
### 4.3.3 Impliciet tarief

Wanneer we omzet en volume met elkaar confronteren krijgen we een impliciet tarief. Dit is het gemiddelde tarief per eenheid binnen het segment, met alle operatoren, formaten en bestemmingen tezamen beschouwd. In de voorgaande paragrafen zagen we reeds dat het volume binnen het segment van pakketten en expreszendingen sterker was gestegen dan de omzet, waardoor het impliciete tarief dan ook omlaag ging. Die daling van het impliciete tarief kan worden verklaard door verschillende aspecten:

- sterkere groei van de volumes van standaardpakketten dan de volumes van duurdere expreszendingen;
- de volumegroei wordt in essentie getrokken door de grootste e-commerce spelers, die het voordeel hebben van lagere prijzen;
- doordat de groei getrokken wordt door e-commerce stijgt het C2X-segment, met hogere prijzen, minder dan het B2X-segment;
- een sterkere concurrentie in een groeisector waar de schaalvoordelen groot zijn, zet de operatoren ertoe aan zich meer te bekommeren om hun marktaandeel dan om de onmiddellijke rentabiliteit.

Deze impliciete tarieven verschillen danig van de tarieven die bekomen werden uit de Cross-border analyse<sup>29</sup>, echter ging het in dit laatste geval over een erg beperkt deel van de markt, zijnde kleingebruikerstarieven (C2X), en lag de focus duidelijker op internationale tarieven.

*Figuur 34. Impliciet tarief binnen het segment van pakket- en expreszendingen (2010-2020)(€)*



Bron : BIPT

#### 4.3.4 Kleingebruikerstarieven

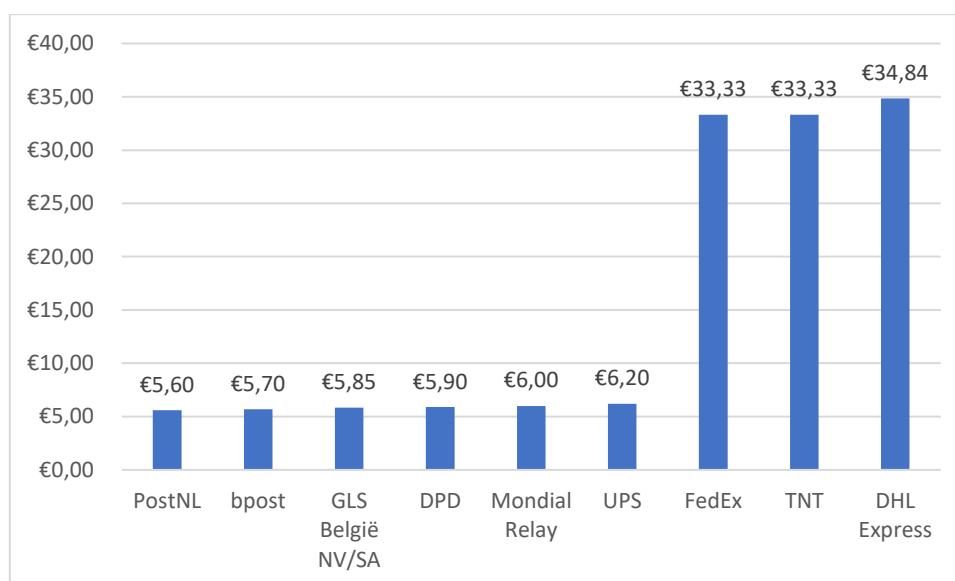
In 2021 lanceerde het BIPT een tariefvergelijker voor een 2kg pakket voor kleingebruikers, zodoende zonder volumekortingen. Deze vergelijker<sup>30</sup>, geeft de tarieven - op 1 januari - van alle operatoren voor het verzenden van een - veelgebruikt - pakket van 2kg. Voor elke bestemming, zijnde België of ergens anders in Europa, kan je hiermee nagaan welke operatoren er diensten aanbieden. Naast de tarieven voor deze bestemming bekom je hiermee eveneens talrijke nuttige gegevens zoals bijvoorbeeld de minimale en maximale dimensies en gewichten, de aanwezigheid van een standaard verzekering of zelfs ophaling aan huis.

De tarieven voor een 2kg pakket binnen België anno 2021 worden weergegeven in figuur 35. Meteen valt er een discrepantie in de prijzen op, met name met expresleveranciers die uiteraard een geheel andere dienst aanbieden zoals een uitermate snelle levering. Maar ook bij de andere operatoren zijn er vaak onderlinge verschillen, zoals een verschil in verzekering, maximale dimensies of gewicht, welke het nodig maken om goed te vergelijken om een optimale keuze te maken. De tariefvergelijker van het BIPT tracht deze oefening voor de kleingebruiker te vergemakkelijken.

<sup>29</sup> <https://bipt.be/operators/publication/mededeling-betreffende-de-beoordeling-van-de-behouden-bpost-tarieven-in-het-kader-van-de-europese-verordening-betreffende-grensoverschrijdende-pakketbezorgdiensten>

<sup>30</sup> <https://www.bipt.be/consumenten/publication/tariefvergelijker-2kg-pakket-binnen-belgie-en-europa>

Figuur 35. Tarieven voor een binnenlands 2kg pakket (2021, euro)



Bron: BIPT (tariefvergelijker)

N.B. het weergegeven tarief van UPS is zonder BTW

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

De distributie van de erkende pers, waarbij de items worden afgeleverd bij de abonnee thuis, is een dienst van algemeen economisch belang (DAEB), die tot 2015 nog behoorde tot het 5e beheerscontract afgesloten tussen bpost en de Belgische Staat. Sinds 1 januari 2016, en -door verlenging- nog tot 31 december 2022<sup>31</sup>, is het een afzonderlijke dienst van 'last resort' geworden die buiten het (6e) beheerscontract valt. Deze DAEB, waarop de uitgevers naar eigen wens een beroep kunnen doen, wordt nu door bpost uitgevoerd en bestaat uit:

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

Als aanbieder die belast is met deze DAEB in verband met de distributie van de erkende pers aan de abonnees, is bpost de belangrijkste operator in het segment van thuislevering van persartikelen. Er zijn nog andere spelers actief in dit segment, zoals PPP.<sup>32</sup>

<sup>31</sup> Op 16 oktober 2015 heeft de Ministerraad, na een openbare, transparante en niet-discriminerende procedure, beslist om de concessies voor de bezorging van erkende kranten en erkende tijdschriften voor de periode 2016-2020 toe te wijzen aan bpost. Deze concessie werd inmiddels tevens met 2 jaar verlengd, tot eind 2022: <https://press.bpost.be/communicatie-met-betrekking-tot-de-persconcessies>

<sup>32</sup> Asendia Belgium heeft zijn bedrijfsactiviteiten per 1 juli 2016 beëindigd en zijn ondernemingsnummer geschrapt. Ook Deltamedia werd voorheen opgenomen in dit observatorium. Het bedeelde tot april 2016 pers voor de groep Mediahuis.

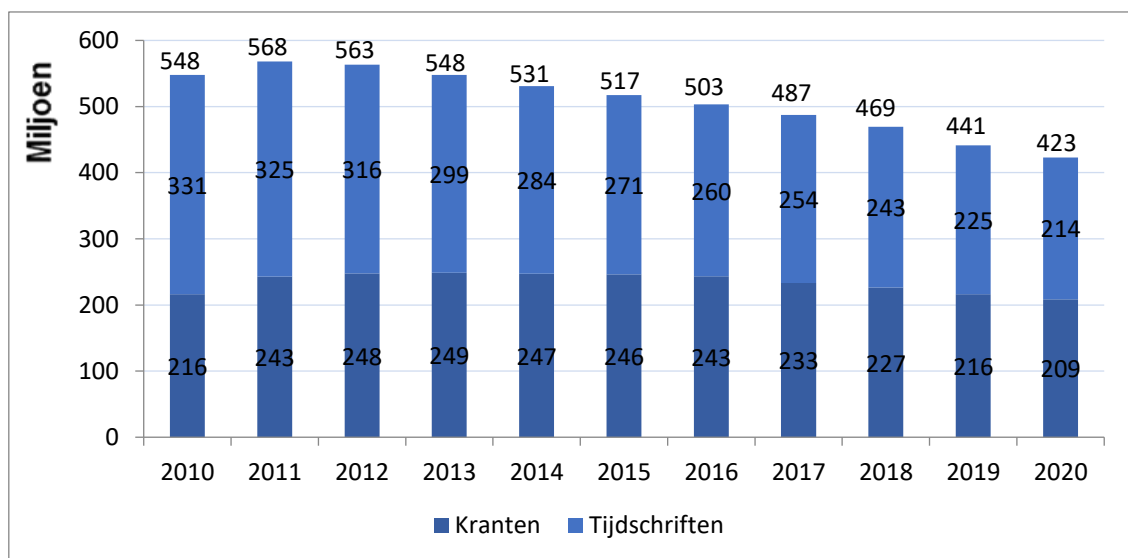
#### 4.4.1 Volume

Sinds 2012 daalt het totale volume van bedeelde pers, na in 2011 gepiekt te hebben op 568 miljoen bedeelde exemplaren op jaarbasis. Tussen 2019 en 2020 nam het globale volume met 4,1% af, een daling die echter minder sterk is dan die van het jaar voorheen (-6%). Inmiddels wordt er 25,6% minder pers bedeed in vergelijking met 2011. Voor 2020 werd ook de evolutie per kwartaal bekeken, maar omvangrijke verschillen zoals bij het segment van pakket- en expresdiensten leverde dat niet op. Tijdens het tweede kwartaal van 2020 stelde we wel een ietwat hogere daling vast, van -6,9%, ten opzichte van hetzelfde tijdstip een jaar eerder, maar verder lagen de cijfers in lijn met de trend op langere termijn.

Bij de tijdschriften is de daling al langer aan de gang en stellen we dan ook een hogere daling vast, met name van -4,7% tot 214 miljoen bedeelde stuks in 2020. Het volume aan bedeelde kranten stagneerde pas later en kende sinds 2013 een beperkte terugval, welke in 2020 -3,5% bedroeg. Hiermee worden er nog steeds 209 miljoen kranten bedeed.

50,7% van de bedeelde pers omvat tijdschriften, de rest bestaat uit kranten (49,3%). Anno 2010 bedroeg deze verhouding nog 60,5% versus 39,5%.

Figuur 36. Evolutie van de volumes in het segment van de persdistributie aan abonnees (miljoen eenheden)



Bron: BIPT

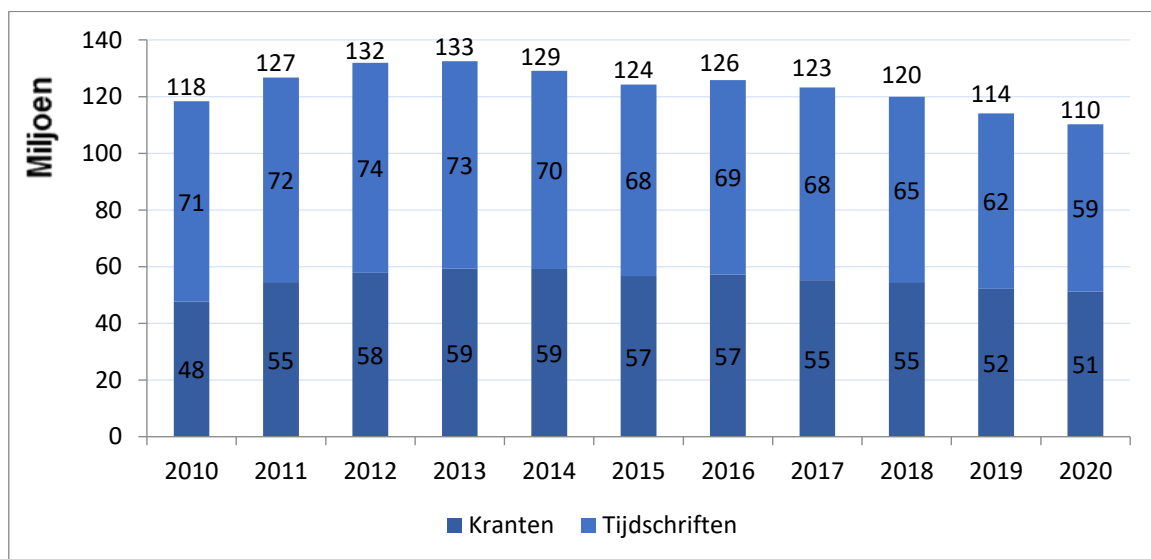
#### 4.4.2 Inkomsten

Aan de inkomstzijde zien we dat de neergaande fase zich pas vanaf 2014 heeft ingezet. Anno 2020 daalden de inkomsten wederom met -3,4% ten opzichte van 2019. Dit is evenwel beperkter dan de -4,8% die voor 2019 werd opgetekend. Niettemin loopt de inkomstendaling al op tot -16,9% in vergelijking met 2013. Anno 2020 is de daling bij de tijdschriften (-4,7%) opnieuw sterker dan bij de kranten (-1,9%).

53,5% van de inkomsten zijn toe te schrijven aan de bedeling van tijdschriften, tegenover 46,5% aan de bedeling van kranten. Anno 2010 bedroeg deze verhouding nog 59,7% versus 40,3%.

Er moet worden opgemerkt dat de compensatie die door de overheid wordt betaald aan bpost, voor het verrichten van de DAEB inzake persdistributie aan de abonnees, niet vervat zit in de beschouwde inkomsten.<sup>33</sup>

*Figuur 37. Evolutie van de inkomsten in het segment van de persdistributie aan abonnees (miljoen EUR)*



Bron: BIPT

Voor de volledigheid vermelden we dat AMP deel uitmaakt van bpost.<sup>34</sup> AMP levert echter niet aan huis maar in de (kranten)winkel. Daarnaast voorziet het ook in de distributie van pers voor losse-nummerverkoop in de winkel. De inkomsten en het volume van dit bedrijf zijn niet opgenomen in de bovenstaande overzichten, die specifiek betrekking hebben op de bedeling aan huis.

## 5. Investerings en tewerkstelling in postactiviteiten

### 5.1 Investerings in de postsector

In 2020 werd voor in totaal aan 179 miljoen euro geïnvesteerd<sup>35</sup> in de postsector door de operatoren uit onze steekproef. Het gaat hierbij om een stijging van 45,5% ten opzichte van 2019, toen de investeringen 123 miljoen euro bedroegen. De investeringen anno 2020 liggen meer dan 50 miljoen

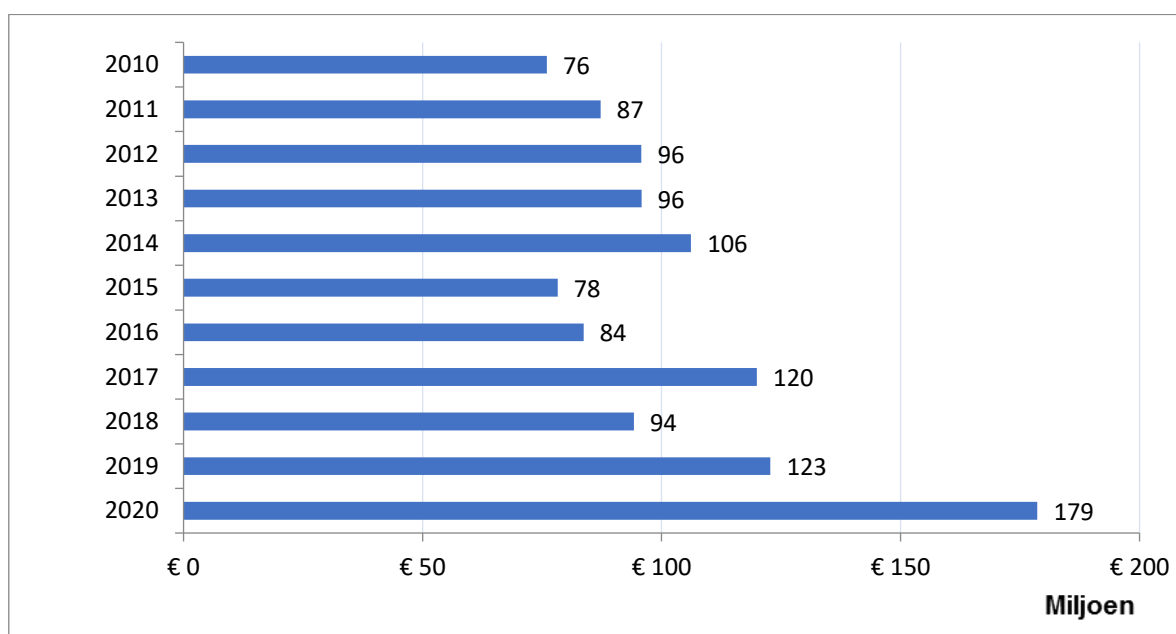
<sup>33</sup> Volgens de federale begroting, initiële kredieten 2019, bedroeg de geraamde betaling aangaande de concessie voor de bezorging van kranten en tijdschriften 170,294 miljoen euro in 2019.

<sup>34</sup> Het Mededingingscollege van de Belgische Mededingingsautoriteit heeft in 2016 onder bepaalde voorwaarden de overname door bpost van AMP en LS Distribution Benelux goedgekeurd (<https://www.bma-abc.be/nl/beslissingen/16-cc-32-bpost-amp-ls-distribution>).

<sup>35</sup> Het gaat hier om uitbreidingsinvesteringen binnen België. De tijdreeks werd anno 2019 tevens herzien daar in het verleden soms ook investeringen in het buitenland werden meegedeeld.

euro hoger ten opzichte van de vorige twee uitschieters, zijnde 2017 en 2019. Dat het hierbij steeds gaat om recente jaren ondersteunt de trend die waargenomen wordt in figuur 38, namelijk dat algemeen genomen de investeringen in de postale sector duidelijk toenemen overheen het laatste decennium. Vergeleken met 2010 ligt het niveau van investeringen in 2020 zelfs 135% oftewel 103 miljoen euro hoger. De mediane waarde van de periode 2010-2020 bedraagt trouwens 96 miljoen euro, of 83 miljoen euro minder dan de waarde van de investeringen in 2020. Het gaat dus om een historisch hoog cijfer dat uiteraard te wijten is aan de bloei van het segment van pakketten en exprezendingen. Operatoren zijn immers nog steeds hun capaciteit aangaande de sortering en distributie van pakketten aan het uitbreiden.<sup>36</sup>

*Figuur 38. Investerings in de postsector (miljoen EUR)*



Bron: BIPT

De uitgevoerde investeringen in de postsector bedroegen anno 2020 5,7% van de gerealiseerde omzet. Dit is, ondanks de recordomzet (zie ook sectie 4.1.1) die werd behaald in 2020 en waartegen het niveau van de investeringen wordt afgezet, eveneens een absoluut record. De verhouding investeringen versus omzet ligt daardoor ongeveer een procentpunt hoger dan de waarden die anno 2017 (4,8%) en 2019 (4,6%) werden genoteerd.

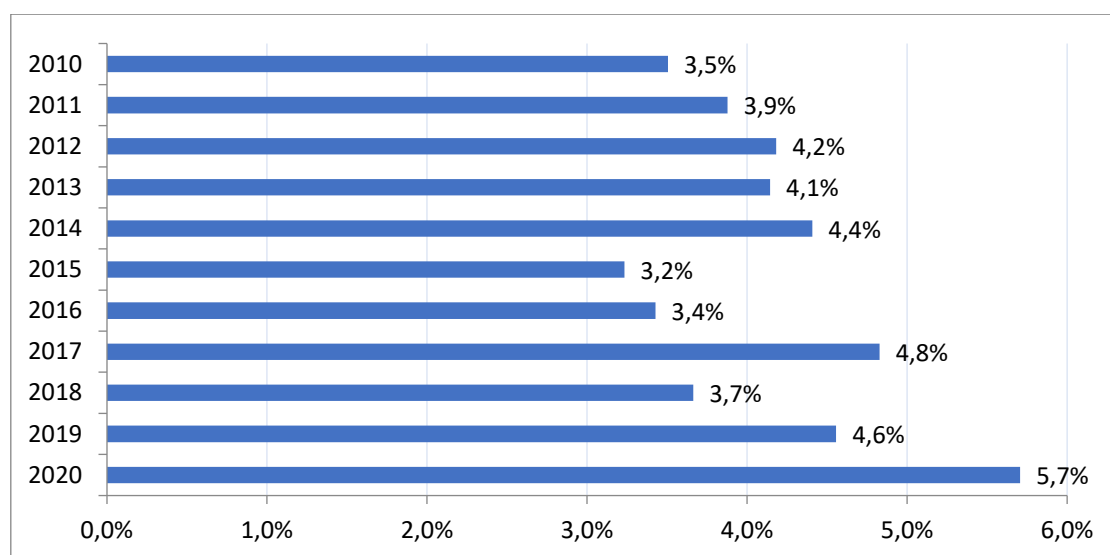
<sup>36</sup> Enkele voorbeelden :

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

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

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

Figuur 39. Investerings ten overstaan van omzet in de postsector (%)



Bron: BIPT

## 5.2 Tewerkstelling in de postsector

Op 30 juni<sup>37</sup> 2020 telde de sector van de postale activiteiten niet minder dan 32.859 loontrekkenden in termen van rechtstreekse tewerkstelling. Dit vertegenwoordigt een stijging met 3,7% ten opzichte van het jaar 2019, hetgeen de grootste jaarlijkse stijging vormt die sedert het jaar 2000 in de postsector is opgetekend. Over een langere termijn bekeken nemen we daarentegen al sedert enkele jaren een trendbreuk waar. Terwijl de sector in de jaren 2000 een vermindering van het personeelsbestand op het niveau van de werknemers beleefde, zien we, met name dankzij het toenemende aandeel pakjes en snelpostzendingen in de volumes van de zendingen, een lichte stijging in tewerkstelling sedert 2017. De huidige niveaus liggen echter ruim onder de niveaus van de jaren 2000. Zo is er tussen 2010 en 2020 een groot verschil in tewerkstelling in de postsector (-13,3%). Dat verschil is nog groter tussen 2000 en 2020 (ongeveer -33,8%).

Wat de voltijdequivalenten (vte's)<sup>38</sup> betreft, is het verschil met het jaar ervoor onbelangrijk: nauwelijks 8 vte's extra ten opzichte van 2019 op een totaal van 26800 vte's. Ook hier is er een groot verschil tussen 2020 en de jaren 2010 en 2000, respectievelijk -19,2% en -41,7%. In 2020 werken iets meer dan 7 op 10 werknemers in de postsector voltijds (71,5%).

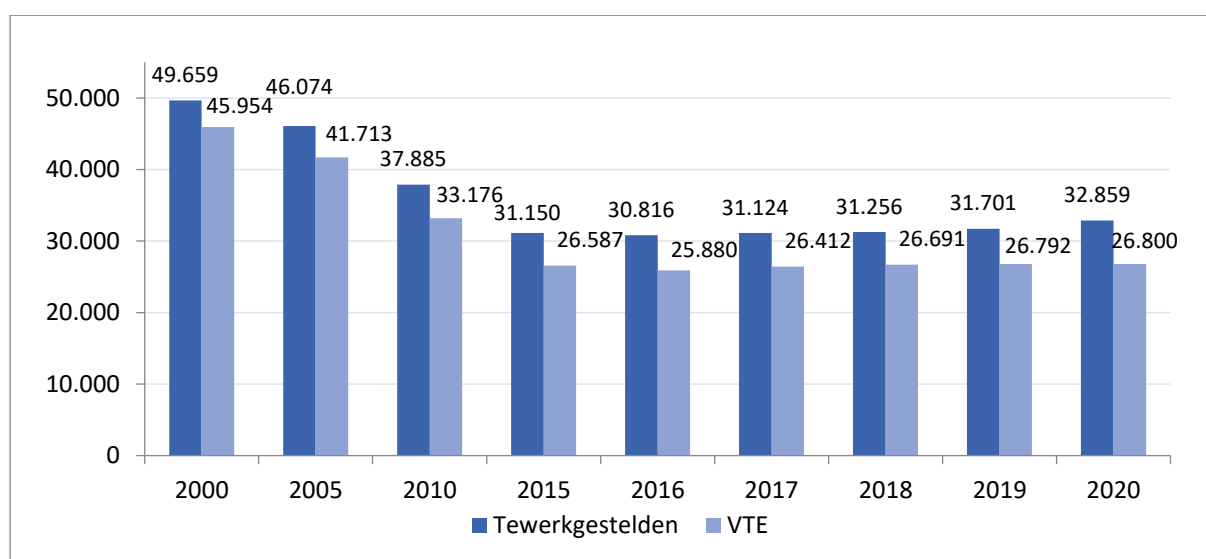
In die sector blijft bpost nog altijd de grootste werkgever, met ongeveer 4 van de 5 werknemers.

<sup>37</sup> Wij bestuderen systematisch de situatie op 30 juni van het jaar in kwestie, d.i. op het einde van het tweede kwartaal. De werkgelegenheid is dan typisch minder seizoengevoelig.

<sup>38</sup> Om het effectief verrichte werk zo correct mogelijk weer te geven, gaat het hier om voltijdequivalenten, buiten gelijkgestelde dagen. Gelijkgestelde dagen zijn periodes zoals onvrijwillige werkloosheid, arbeidsongeschiktheid, moederschapsverlof en vervroegd pensioen, waarin niet gewerkt is, maar die toch worden meegeteld voor de pensioenloopbaan.

Naast deze eigen werknemers zijn er ook nog tijdelijke werknemers en zelfstandige tewerkstelling in onderaanneming in ruime mate aanwezig in de postale sector. Zo lag, bekeken op basis van onze enquête, het aantal tijdelijke werknemers op 30 juni 2020, op een totaal van circa 1.800 personen, opvallend genoeg ongeveer de helft minder dan een jaar eerder. Weliswaar zagen we bij deze categorie een eindejaarseffect, waarbij op 31 december 2020 het aantal tijdelijke werknemers steeg tot circa 2.550. Bij de zelfstandige tewerkstelling in onderaanneming bedroeg het aantal ongeveer 6.600 personen, een toename van bijna 1/10<sup>e</sup>. Rekening houdend hiermee zorgt de postale sector dus voor nog meer tewerkstelling, zijnde op indirecte wijze, dan wordt weergegeven via figuur 40.

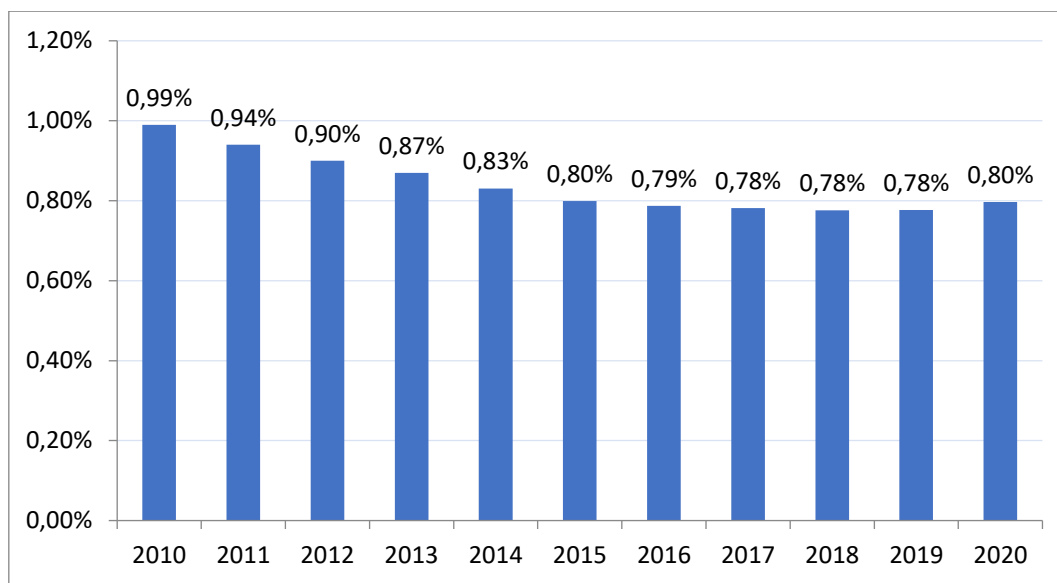
Figuur 40. Loontrekkende tewerkstelling in de postsector (N, vte)



Bron : RSZ

Wanneer rekening wordt gehouden met de tewerkstelling in alle sectoren en de evolutie ervan, dan stelt men vast dat het aandeel van de werknemers die in de postsector werken 0,80% bedraagt in 2020. In vergelijking met 2010 gaat het om een vermindering van bij de 0,2 procentpunten. De recente stijgingen in het aantal werknemers (waarvan de grootste in 2019 (+1,4%) en 2020 (+3,7%)) die toe te schrijven zijn aan de enorme groei van de snelpostzendingen en pakjes (zie punt 4.3), hebben echter dat percentage van 0,78% (tussen 2017 en 2019) doen omhooggaan naar dat wat we nu in 2020 kennen.

Figuur 41. Aandeel van de postsector in de totale tewerkstelling (%)

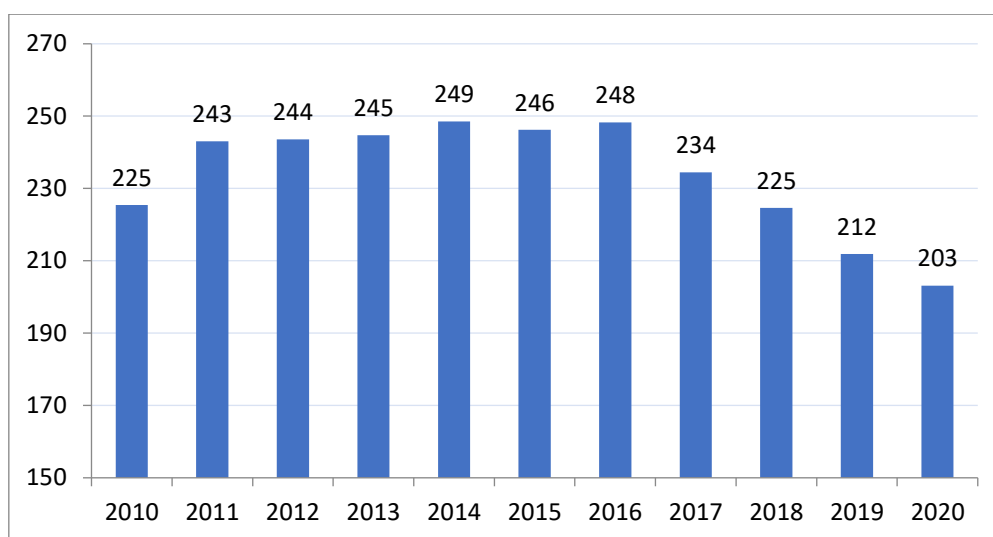


Bron : RSZ<sup>39</sup>

De volgende figuur geeft het gemiddelde aantal postale items weer (pakjes, expresdiensten, brieven of persdistributie aan de abonnees) per voltijdeequivalent. Na een stijging tussen 2010 en 2011 van 225 naar 243 eenheden, bleef dat cijfer wat steken tussen 2011 en 2016 (tussen 243 en 249 eenheden per vte) voordat het sterk daalde vanaf 2017. In 2020 bedraagt dat cijfer 203 eenheden per voltijdeequivalent. Het gaat om een negatief verschil van 22 eenheden ten opzichte van 2010 en van 46 ten opzichte van 2014 (jaar met het hoogste cijfer). De verklaring van dat cijfer ligt met name in de terugval van het volume van de brievenpost en de stijging van het volume van de pakjes en snelpostzendingen. De verrichtingen (verwerking en levering) voor die laatste twee vergen immers meer behandeling per geleverde eenheid.

<sup>39</sup> De gedecentraliseerde RSZ-data met betrekking tot de totale tewerkstelling zijn allesomvattend, en bevatten in dit geval ook gegevens komende van (het voormalige) RSZPPO en HVKS. De totale tewerkstelling wordt bekeken in termen van arbeidsplaatsen.

Figuur 42. Gemiddeld aantal postale items per kalenderdag per vte in de postale sector (N)



Bron: RSZ en BIPT

## 6. Toegang tot de postdiensten

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

### 6.1 Sectoraal overzicht

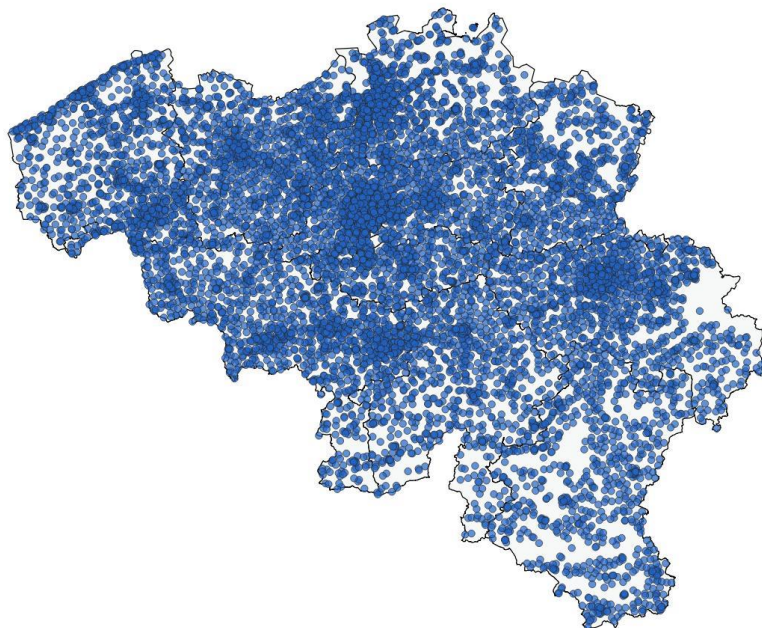
#### 6.1.1 Brievenbussen voor verzending

Brievenbussen voor verzending werden in België tot voor kort door zowel de universeledienstverlener bpost als licentiehouders TBC-Post beschikbaar gesteld aan de gebruikers. Echter staakte TBC-Post eind 2019 zijn activiteiten<sup>40</sup>, zodat op onze momentopname van 31 december 2020 enkel nog de rode bussen<sup>41</sup> van bpost zichtbaar zijn. Aangezien ook bpost het aantal rode brievenbussen fors liet dalen anno 2019 (zie ook sectie 6.2.1), telde ons land eind 2020 nog slechts 9.934 brievenbussen voor verzending. Een jaar eerder bedroeg dit aantal nog 10.005, en twee jaar eerder zelfs nog 12.597 stuks (zijnde van oftewel bpost of TBC-Post) in totaal. Eind 2020 is er gemiddeld nog één brievenbus per 3 km<sup>2</sup> of per 1.157 inwoners.

<sup>40</sup> L'Echo 14 December 2019: "TBC Post, le seul rival de bpost dans l'activité de courrier, depose le bilan".

<sup>41</sup> Sinds eind 2016 is bpost begonnen met de uitrol van nieuwe en beter beveiligde brievenbussen, welke een witte kleur hebben en voorzien zijn van een rood logo:  
<https://www.tijd.be/ondernemen/diensten/bpost-zet-slot-op-2-500-rode-postbussen/9823665.html>

*Figuur 43. Dichtheid van het netwerk van brievenbussen (van bpost) voor verzending (2020)*



*Bron: BIPT*

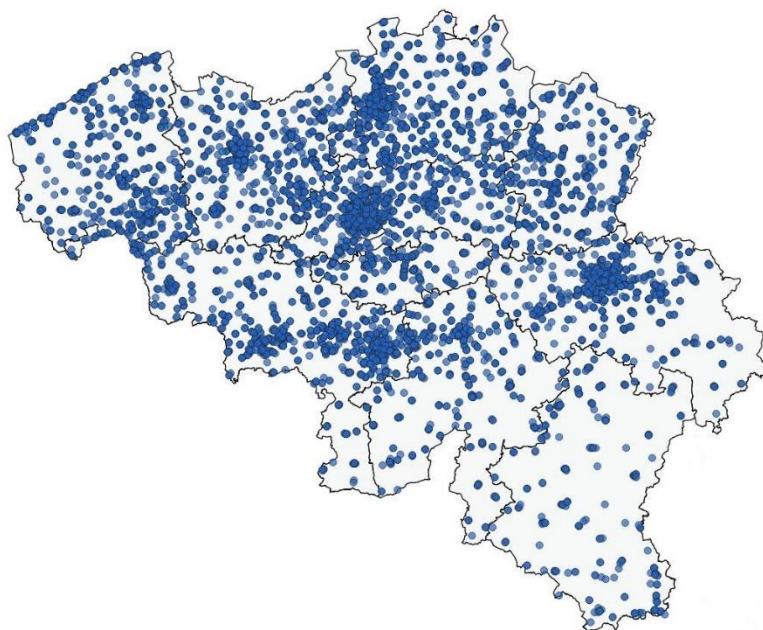
### **6.1.2 Bemande punten**

Het belang van bemande punten is de laatste jaren, sinds de 'e-commerce boom', flink toegenomen. Operatoren voelen zich immers genoodzaakt een netwerk van punten aan te bieden zodat postale gebruikers een pakket enerzijds kunnen afhalen en anderzijds kunnen binnenbrengen voor verzending of retour. Het hebben van een ruim netwerk aan bemande punten is dus niet langer beperkt tot de universeledienstverlener. In totaal hadden alle operatoren, eind 2020, samen 6.828 bemande punten. Daarmee zien we dat de trend van het toenemend aantal bemande punten, onder andere door het feit dat TBC-Post zijn activiteiten staakte, is omgebogen. Ten opzichte van 2014 zijn er echter nog steeds meer dan de helft meer bemande punten.

Dit geeft voor 2020 in totaal gemiddeld één bemand punt per 4,5 km<sup>2</sup> of per 1.683 inwoners. Figuur 44 toont aan dat deze punten met name te vinden zijn in centrumsteden en dichter bevolkte gebieden. Hierbij dienen we weliswaar op te merken dat dezelfde locaties meermaals kunnen voorkomen. Het gebeurt immers dat bepaalde bemande punten, zoals krantenwinkels of benzinstations, voor meer dan één operator werken. Daarenboven stelt bijvoorbeeld bpost zijn netwerk van bemande punten ook open aan DHL Parcel.<sup>42</sup>

<sup>42</sup> Voorheen deed Kariboo! dit eveneens voor PostNL, echter rolt PostNL sinds eind 2019 een eigen netwerk uit van inmiddels reeds goed 350 punten (op 26/09/2019): [https://www.standaard.be/cnt/dmf20190926\\_04629899](https://www.standaard.be/cnt/dmf20190926_04629899)

*Figuur 44. Dichtheid van het netwerk van bemande punten (2020)*



*Bron: BIPT*

### **6.1.3 Pakketautomaten**

Een trend die het afgelopen decennium de kop op stak zijn de pakketautomaten.<sup>43</sup> Deze automaten, uitgerust met een aantal beveiligde kastjes, zijn doorgaans geïnstalleerd op drukke locaties en kunnen veelal 24/7 worden gebruikt voor de verzending en/of ontvangst van pakketten.

In België startte bpost in 2014 met de uitbouw van een netwerk van pakketautomaten, en dit zowel voor verzending als ontvangst van pakketten.<sup>44</sup> Twee jaar later nam bpost een meerderheidsbelang in De Buren, een Nederlands netwerk van pakketautomaten. Nadien werden de Belgische bpost-automaten, net als diegene in het buitenland, omgedoopt tot 'Cubee'. Cubee werd bovendien een open netwerk, waar ook andere operatoren gebruik van kunnen maken, zoals bijvoorbeeld GLS en DHL Parcel. Bpost stelde als doelstelling om het Belgische netwerk snel uit te breiden tot 450 "parcel lockers" tegen eind 2018.<sup>45</sup> Eind 2019 telde het echter 186 locaties met automaten. Deze werden op dat moment niet langer Cubee genoemd, maar simpelweg 'bpost pakjesautomaat'.

Anno 2020 heeft bpost het aantal locaties met pakketautomaten fors uitgebreid, tot 375 in totaal. Dit onder andere dankzij het project Ecozone in Mechelen<sup>46</sup>, waar 51 locaties met pakketautomaten te vinden zijn. Het gaat hierbij typisch om verplaatsbare pakketautomaten met een beperkter aantal vakken, zonder elektriciteit en verankering. In juli 2021 kondigden bpost en de stad Leuven trouwens

<sup>43</sup> Deutsche Post DHL Group startte in 2001 met een proefproject "Packstations".

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

<sup>45</sup> Bpost press release (4 oktober 2017): [http://corporate.bpost.be/media/press-releases/2017/04-10-2017?sc\\_lang=nl-BE](http://corporate.bpost.be/media/press-releases/2017/04-10-2017?sc_lang=nl-BE)

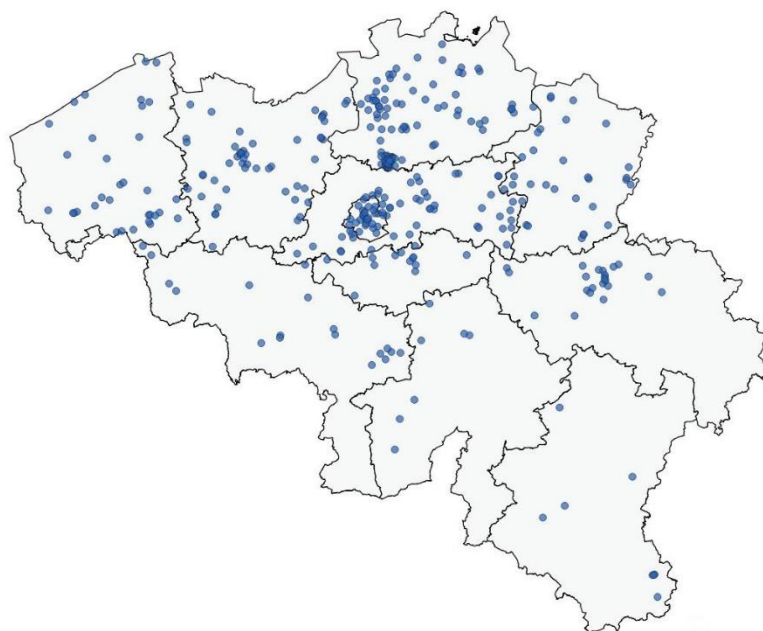
<sup>46</sup> <https://www.bpost.be/nl/ecozone-mechelen>

aan dat Leuven een tweede Vlaamse Ecozone zal worden, waarin kranten, brieven en pakjes CO<sub>2</sub>-vrij worden bezorgd tegen eind 2021.<sup>47</sup>

Naast bpost beschikt ook DHL Express sinds 2020 opnieuw over pakketautomaten, zij het enkel voor het verzenden van pakketten. Daarnaast, en buiten de scope van dit observatorium, zijn er tevens ook operator-onafhankelijke initiatieven zoals BringMe<sup>48</sup>, Facility Lockers<sup>49</sup> en ParcelHome<sup>50</sup>, die ervoor zorgen dat men thuis of op het werk een pakje in een pakketautomaat kan laten leveren.<sup>51</sup>

Eind 2020 bedroeg het totale aantal pakketautomaten in België 377 stuks in totaal, oftewel 191 meer dan een jaar eerder. Gemiddeld gezien komt dit totaal neer op één locatie met pakketautomaat per 81 km<sup>2</sup> of per 30.484 inwoners. Figuur 45 toont dat pakketautomaten voornamelijk te vinden zijn in centrumsteden en dichter bevolkte gebieden.

*Figuur 45. Dichtheid van het netwerk van pakketautomaten (bpost) (2020)*



Bron: BIPT

<sup>47</sup> [https://www.groenleuven.be/tweede\\_vlaamse\\_ecozone](https://www.groenleuven.be/tweede_vlaamse_ecozone)

<sup>48</sup> <https://www.bringme.com>

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

<sup>50</sup> <https://www.parcelhome.com>

<sup>51</sup> Een andere trend is deze van de pakketbussen, welke eventueel gecombineerd kunnen worden met een brievenbus. Onder andere Renson biedt deze onder de naam e-Safe aan. <https://www.renson-outdoor.be/nl-be/tuinelement-overzicht/pakketbrievenbus>

## 6.2 Aanbieder van de universele postdienst (AUPD)

### 6.2.1 Toegangspunten tot de postdiensten

We nemen in deze sectie het netwerk aan brievenbussen, postkantoren en postwinkels van de universeledienstaanbieder bpost onder de loep.

Het voornaamste verschil tussen postkantoren en postwinkels<sup>52</sup> ligt in het feit dat de eerstgenoemde door een postoperator zelf worden beheerd, terwijl de laatstgenoemde geëxploiteerd worden door derden voor rekening van een postoperator.

Zowel de postwet als het 6e beheerscontract<sup>53</sup> stellen vereisten in verband met het netwerk van de universeledienstaanbieder. Artikel 16, § 1, 1<sup>o</sup>, van de wet van 26 januari 2018 betreffende de postdiensten, stelt dat in elke gemeente van het Rijk, met inbegrip van de gefusioneerde gemeenten die op 31 december 1971 een afzonderlijke bestuurlijke eenheid vormden, zich ten minste één toegangspunt dient te bevinden voor het deponeren van postzendingen. Het 6e beheerscontract gaat via artikel 10 verder en stelt onder andere dat er minimaal 1.300 postale-servicepunten, met minstens een basisassortiment, dienen te zijn tijdens de looptijd van het contract. Tevens dient bpost een minimum van 650 postkantoren te garanderen, minimaal één in elk van de 589 gemeenten<sup>54</sup>.

Anno 2020 kende het aantal toegangspunten van de universeledienstverlener veelal slechts een beperkte daling<sup>55</sup>.

---

<sup>52</sup> Bpost geeft de naam "PostPunten" aan zijn postwinkels.

<sup>53</sup> Dit is een dienst van algemeen economisch belang, die deel uitmaakt van het 6e beheerscontract en waarvoor bpost een jaarlijkse vergoeding ontvangt. Volgens de federale begroting, initiële kredieten 2019, bedroeg de geraamde betaling aangaande het 6e beheerscontract in totaal 100,181 miljoen euro in 2019.

Ter info, het 6<sup>de</sup> beheerscontract werd met één jaar verlengd tot eind 2021:

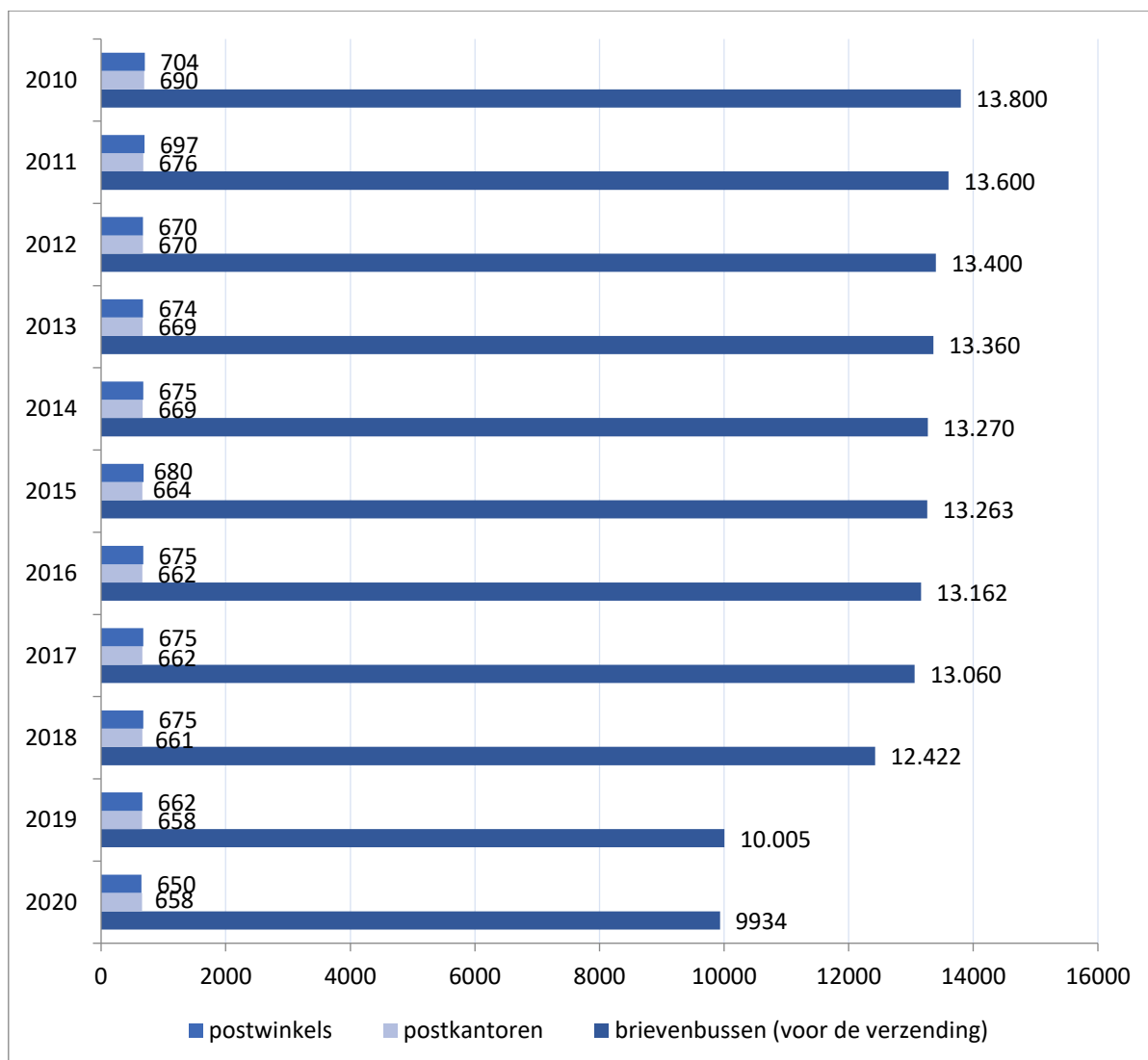
<https://news.belgium.be/nl/vergoeding-aan-bpost-het-kader-van-de-verlenging-van-het-zesde-beheerscontract>

<sup>54</sup> Op 1 januari 2019 fuseerden 15 Vlaamse gemeenten met elkaar tot 7 nieuwe gemeenten waardoor er nog 581 gemeenten overblijven.

<sup>55</sup> Begin 2019 heeft bpost het aantal rode brievenbussen echter sterk laten dalen, waardoor de daling in het aantal rode brievenbussen anno 2019 -19,5% betrof:

[https://www.gva.be/cnt/dmf20190122\\_04122825/bpost-haalt-3-000-rode-postbussen-uit-het-straatbeeld](https://www.gva.be/cnt/dmf20190122_04122825/bpost-haalt-3-000-rode-postbussen-uit-het-straatbeeld)

Figuur 46. Aantal toegangspunten in het kader van de universeledienstverlening<sup>56</sup>



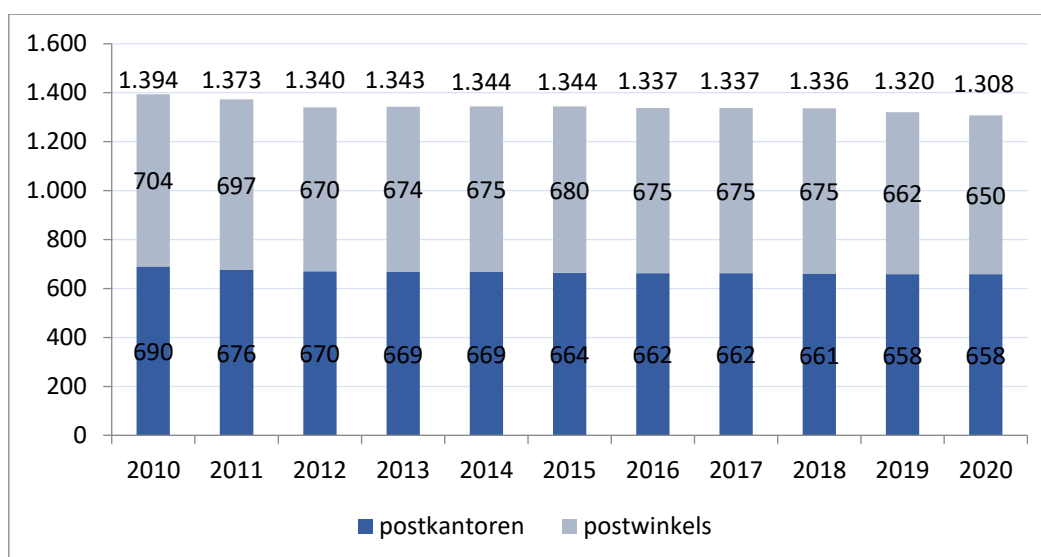
Bron: BIPT

## 6.2.2 Postale service-punten

In 2020 verstrekte de aanbieder van de universele postdienst (AUPD) postdiensten via 1.308 servicepunten (postkantoren of postwinkels) die gespreid zijn over het gehele Belgische grondgebied. Dit zijn 12 punten minder dan in 2019, het ging hierbij geheel om postpunten en niet postkantoren die verdwenen. Ten opzichte van 2010 is er echter sprake van een duidelijke terugval met 86 servicepunten, waarvan 32 postkantoren en 54 postwinkels. Maar met 1.308 postale-servicepunten en meer specifiek 658 postkantoren zit bpost nog steeds boven de eerder aangehaalde vereisten.

<sup>56</sup> Het gaat hier enkel om de toegangspunten van de aanbieder van de universele dienst.

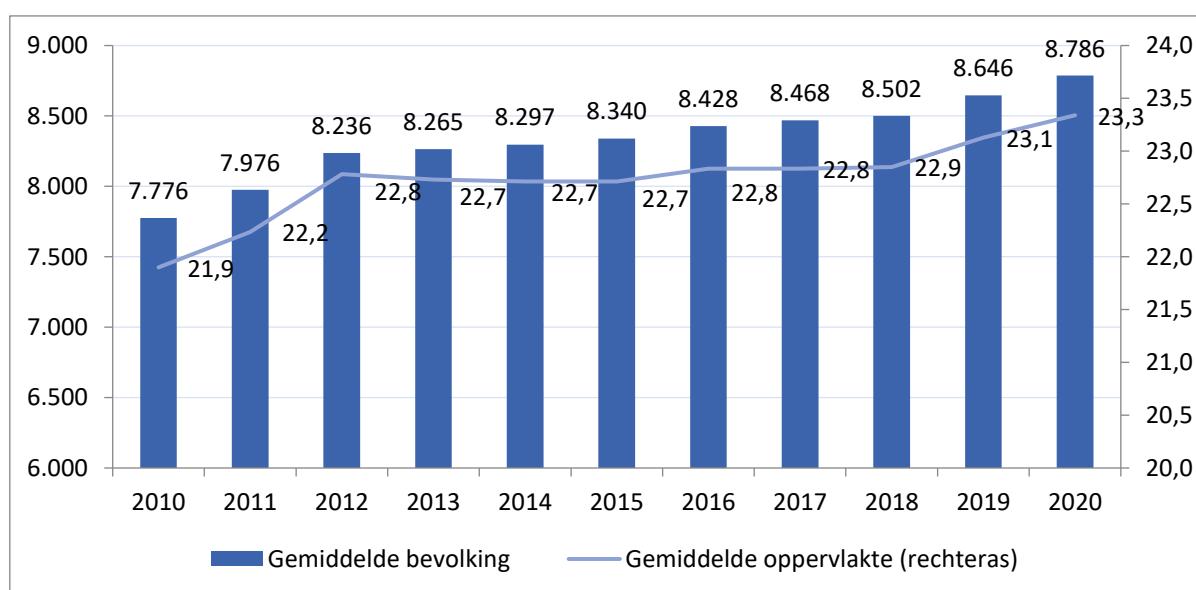
Figuur 47. Aantal postale-servicepunten (enkel AUPD)



Bron: BIPT

Door een stijging van de bevolking dient echter een kleiner wordend aantal postale-servicepunten logischerwijze steeds meer personen te bedienen; gemiddeld genomen was er anno 2020 één postale-servicepunt per 8.786 inwoners. Gemiddeld gezien moet elk postale-servicepunt nu 13% meer inwoners bedienen dan in 2010 het geval was. Een postale-servicepunt is gemiddeld verantwoordelijk voor de bediening van een gebied van 23,3 km<sup>2</sup>. Bekeken vanuit Europees perspectief<sup>57</sup> zit België in de achterhoede van het Europese peloton aangaande het aantal postale-servicepunten per capita van de universeledienstverlener.

Figuur 48. Gemiddelde bevolking (N) en gemiddelde oppervlakte (km<sup>2</sup>) bediend per postale-servicepunt (enkel AUPD)



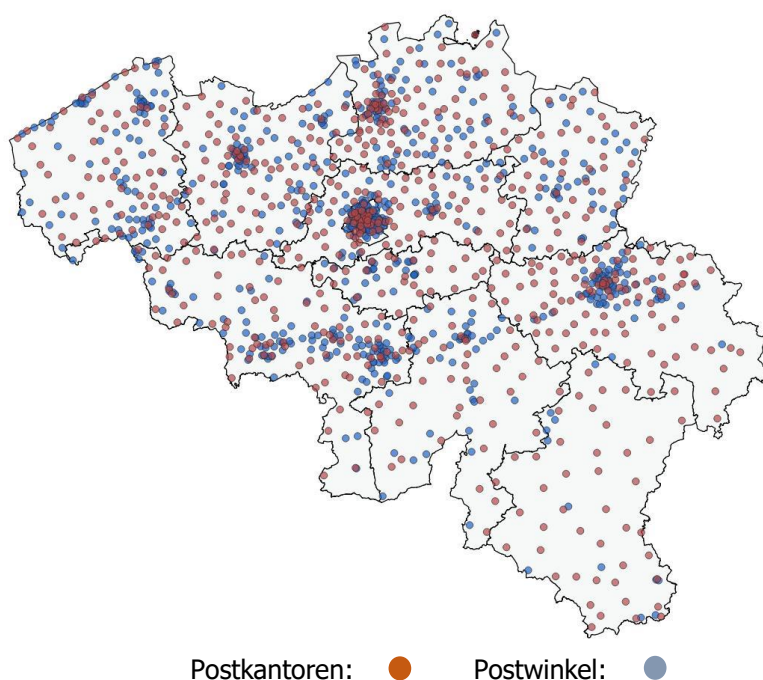
Bron: BIPT

<sup>57</sup> ERGP Report on core indicators for monitoring the European postal market, 22 December 2020

De geografische spreiding van postkantoren en postpunten wordt in detail weergegeven in figuur 49.

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

*Figuur 49. Verdeling postale-servicepunten anno 2020 (enkel AUPD)*



Bron: BIPT

## 7 Dienstkwaliteit

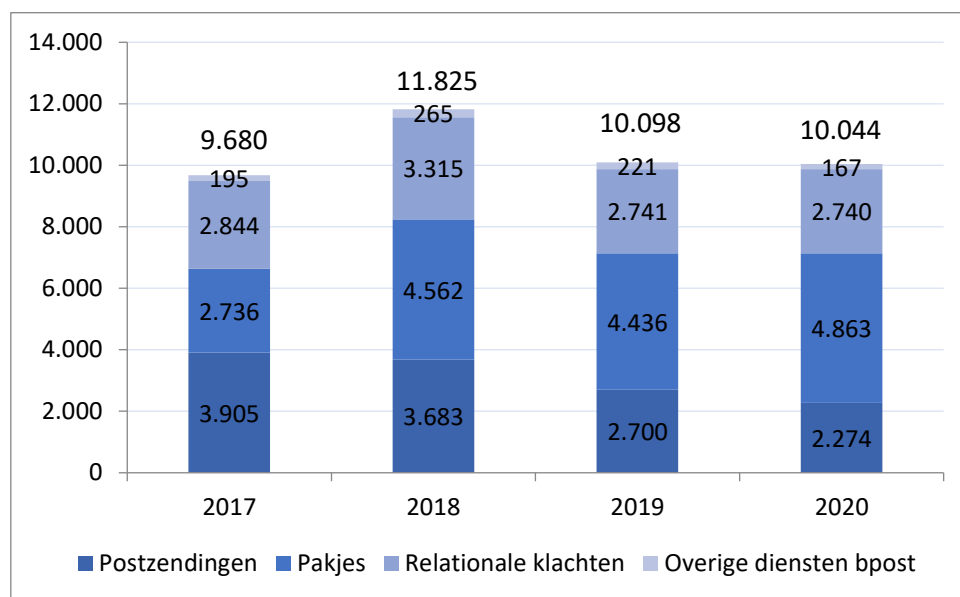
### 7.1 Tevredenheid van de gebruikers van postdiensten

In 2020 werden 10.044 ontvankelijke klachten ingediend bij de Ombudsdienst voor de postsector, quasi evenveel (-0,5%) dan in 2019.<sup>58</sup> Van de ingediende klachten hield nog 22,6% verband met een 'postzending', waarmee de ombudsdienst brieven (gewone en aangetekende), facturen, tijdschiften en dagbladen aanduidt. De toename in e-commerce-activiteiten maakt dat reeds ongeveer de helft (48,4%) van de klachten gelinkt was aan de verzending van pakketten, zijnde een stijging van 4,5 procentpunten ten opzichte van 2019 en zelfs 20,1 procentpunten ten overstaande van 2017. 27,3% van de klachten waren daarentegen toe te schrijven aan de relatie tussen operator en klant. Elke ontvankelijke klacht is

<sup>58</sup> Zie Jaarverslag ombudsdienst voor de postsector 2020.

een uiting van ontevredenheid over de afhandeling van een klacht door het bedrijf. Bij de relationele klachten noteert de ombudsdienst expliciete of herhaalde meldingen van deze ontevredenheid over het verkregen antwoord of de voorgestelde oplossing van de operator in kwestie, de houding van medewerkers, enzovoort. De resterende klachten (1,7%) hebben betrekking op overige diensten van bpost (vooral ongeadresseerd drukwerk en financiële post) die onder de bevoegdheid van de Ombudsdienst voor de postsector vallen.

*Figuur 50. Aantal ontvankelijke klachten ingediend bij de Ombudsdienst per onderwerp (2017-2020)*



Bron: OMPS

## 7.2 Verzendingstermijnen van brievenpost

De kwaliteit van de binnenlandse prioritaire stukpostbriefwisseling (D+1)<sup>59</sup> in 2019 bedroeg 95,8%. Dat was het beste resultaat van de afgelopen tien jaren. De finale cijfers voor 2020 zullen helaas pas beschikbaar zijn na het verschijnen van dit observatorium. De kwaliteit van de binnenlandse niet-prioritaire stukpostbriefwisseling (D+3<sup>60</sup>) in 2019 is 99%. Sinds 1 januari 2019 werd er een nieuw distributiemodel ingevoerd door bpost: (i) prioritaire stukpostbriefwisseling (D+1) en (ii) niet-prioritaire stukpostbriefwisseling (D+3). Volgens bpost bedroegen de relatieve aandelen in volume voor prioritaire stukpostbriefwisseling (D+1) en niet-prioritaire stukpostbriefwisseling (D+3) in het jaar 2019 respectievelijk 15 % en 85 %. Het goede resultaat van 95,8 % in 2019 voor de binnenlandse prioritaire stukpostbriefwisseling (D+1) ligt deels aan de voorkeur van de consument voor de dienstverlening van niet-prioritaire stukpostbriefwisseling (D+3) waardoor de prioritaire stukpostbriefwisseling (D+1) vanaf 1 januari 2019 significant minder volume vertegenwoordigt dan ervoor.

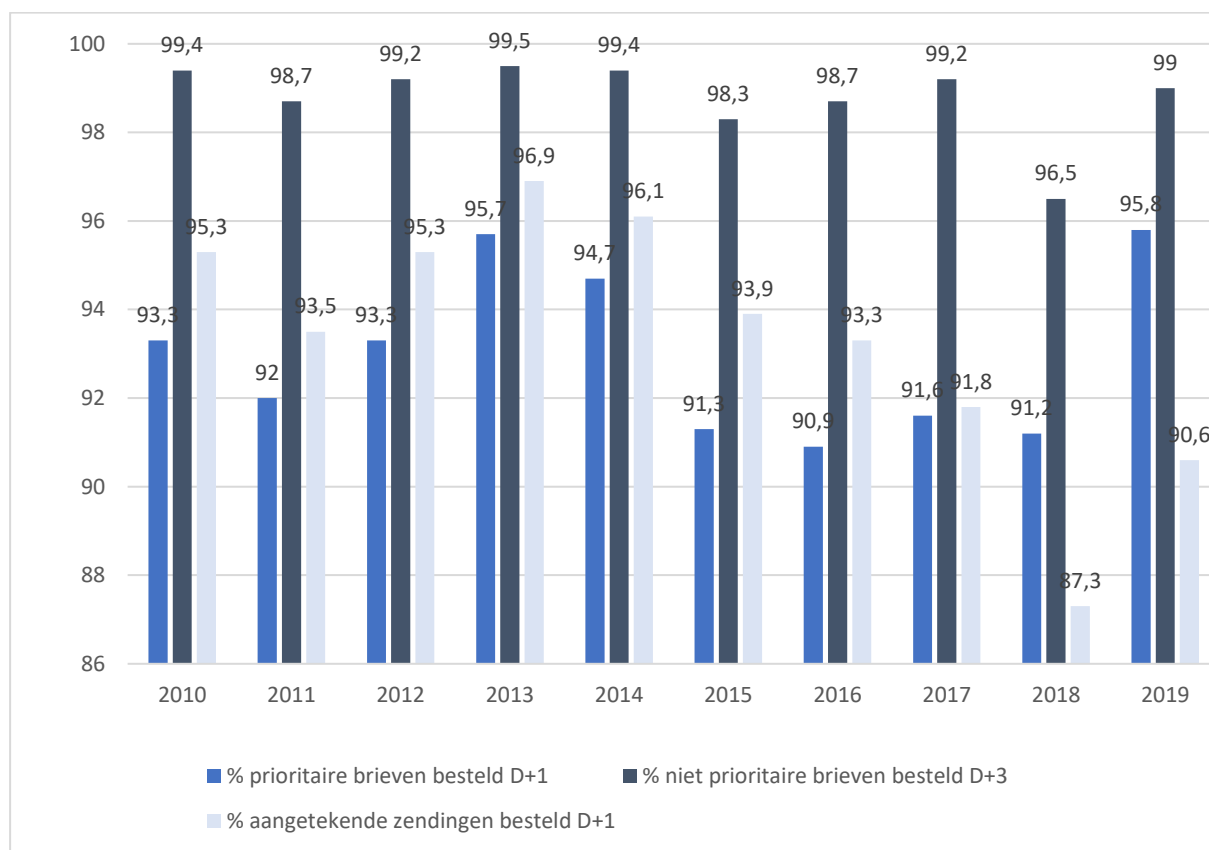
<sup>59</sup> Levering op de volgende werkdag (Dag+1)

<sup>60</sup> Levering binnen de 3 werkdagen (Dag+3). Tot en met 31/12/2018 was de leveringstermijn 2 werkdagen voor de niet-prioritaire stukpostbriefwisseling.

Bpost is de verplichting nagekomen, die is opgelegd door artikel 34, 2°, a), van het KB van 11 januari 2006 tot toepassing van titel IV, om ten minste 93% van de binnenlandse prioritaire stukpostbriefwisseling te verzenden binnen een termijn van (D+1). In 2019 is namelijk 95,8% van dergelijke brievenpost op de bestemming toegekomen binnen (D+1). Er is dus geen noodzaak om een correctiemaatregel hieromtrent op te leggen aangezien de minimale verplichting van 93% behaald werd.

Het BIPT stelt echter ook vast dat twee van de volgende diensten die behoren tot de universele dienst de doelstelling niet heeft behaald die vastgesteld is in artikel 5 van het UDV<sup>61</sup>-beheerscontract, namelijk van 95% op tijd verdeelde brievenpost: de binnenlandse aangetekende stukpostzendingen en de binnenkomende prioritaire grensoverschrijdende stukpostbrievenpost.

*Figuur 51. Percentage Prior-brieven en aangetekende zendingen afgegeven op D+1 en D+3 (enkel AUPD)*



Bron: BIPT

<sup>61</sup> UDV oftewel universele dienstverlening

MEDEDELING VAN DE RAAD VAN HET BIPT VAN 26 OKTOBER 2021 BETREFFENDE HET  
OBSERVATORIUM VAN DE MARKT VOOR POSTACTIVITEITEN IN BELGIË VOOR 2020

Axel Desmedt  
Lid van de Raad

Bernardo Herman  
Lid van de Raad

Luc Vanfleteren  
Lid van de Raad

Michel Van Bellinghen  
Voorzitter van de Raad