

I B P T

**INSTITUT BELGE DES SERVICES POSTAUX
ET DES TELECOMMUNICATIONS**

**AVIS DU CONSEIL DE L'IBPT
DU 24 DECEMBER 2013
CONCERNANT
LE PLAN D'AMÉLIORATION 2012 ET LE PLAN D'ACTION 2013 DE BPOST
SUITE À L'ENQUÊTE DE SATISFACTION DE LA CLIENTÈLE 2012**

TABLE DES MATIÈRES

1. INTRODUCTION.....	3
2. LE CADRE JURIDIQUE	4
3. LA MÉTHODE DE MESURE DE LA SATISFACTION DE LA CLIENTÈLE.....	5
3.1. CARACTERISTIQUES DE L'ENQUETE DE MESURE DE LA SATISFACTION DE LA CLIENTELE	5
3.2. ORGANISATION DE L'ENQUETE	5
3.3. ÉCHELLE DE MESURE DE LA SATISFACTION	5
3.4. MODIFICATIONS METHODOLOGIQUES PAR RAPPORT AUX ANNEES PRECEDENTES.....	6
4. LES RESULTATS DE LA MESURE DE SATISFACTION DE LA CLIENTELE EN 2012.....	7
4.1. SATISFACTION GENERALE DE LA CLIENTELE	7
4.2. SATISFACTION PAR RAPPORT AU TEMPS D'ATTENTE AUX GUICHETS POSTAUX ET DANS LES POINTS POSTE.....	8
4.3. SATISFACTION QUANT AUX HEURES D'OUVERTURE DES BUREAUX DE POSTE ET DES POINTS POSTE EN DEHORS DES HEURES NORMALES DE BUREAU.....	10
4.4. SATISFACTION PAR RAPPORT A L'ACCESSIBILITE DES BUREAUX DE POSTE/POINTS POSTE ET EN PARTICULIER AUX PERSONNES HANDICAPEES	11
4.5. RECAPITULATIF ET CONCLUSION DE L'IBPT.....	11
4.5.1. SATISFACTION GLOBALE.....	12
4.5.2. DÉLAIS D'ATTENTE.....	13
4.5.3. SATISFACTION QUANT AUX HEURES D'OUVERTURE	13
4.5.4. SATISFACTION QUANT À L'ACCESSIBILITÉ DES BUREAUX DE POSTE ET DES POINTS POSTE.....	14
4.5.5. CONCLUSION DE L'IBPT	14
5. LE RAPPORT CONCERNANT L'EXECUTION DU PLAN D'AMELIORATION 2012.....	15
5.1. LA VOIX DU CLIENT	15
5.2. PRODUITS ET PROCESSUS	15
5.2.1. <i>Distribution correcte du courrier.....</i>	15
5.2.2. <i>Distribution correcte des paquets.....</i>	16
5.2.3. <i>Courrier recommandé.....</i>	17
5.2.4. <i>Le programme « DoMyMove ».....</i>	18
5.3. CLIENTS.....	18
5.3.1. <i>Bureaux de poste.....</i>	18
5.3.2. <i>Services clients.....</i>	19
5.4. PERSONNEL ET CHANGEMENTS	20
5.5. AVIS DE L'IBPT SUR LE PLAN D'ACTION 2012	20
6. PLAN D'ACTION 2013	21
6.1. LA VOIX DU CLIENT	21
6.2. PRODUITS ET PROCESSUS	21
6.3. CLIENTS.....	21
6.4. PERSONNEL ET CHANGEMENT	21
6.5. NOUVELLES PRIORITES	21
6.6. AVIS DE L'IBPT	21
7. CONCLUSION GENERALE	22

1. INTRODUCTION

En vertu de l'article 18¹ du quatrième contrat de gestion², l'IBPT doit chaque année :

- vérifier la mesure effectuée par bpost de la satisfaction de sa clientèle ;
- émettre un avis sur la façon dont le plan d'amélioration précédent a été exécuté ;
- émettre un avis décisionnel sur le plan d'action proposé par bpost pour améliorer ses performances dans le futur.

Le présent avis de l'IBPT est fondée sur le document transmis le 19 avril 2013 par bpost comportant la mesure de la satisfaction en 2012, l'analyse des résultats du plan d'amélioration 2012 et le plan d'amélioration pour 2013.

Le 17 décembre 2013 Conseil de l'IBPT a approuvé le présent projet d'avis et l'a transmis à bpost pour commentaires et indications des passages à considérer comme confidentiels.

Le présent avis a été adoptée par le Conseil de l'IBPT le 24 décembre 2013 et sa version non confidentielle publiée sur le site de l'Institut.

¹ Article 18 du 4^e contrat de gestion : « bpost effectuera régulièrement et au moins une fois par an, sous le contrôle de l'IBPT, une mesure de la satisfaction de la clientèle par rapport à l'exécution par bpost de ses missions de service public. Les résultats de cette mesure seront publiés tous les ans. Entre autres, la satisfaction du client par rapport au temps d'attente aux guichets sera mesurée.

Tous les ans, bpost soumettra à l'État un plan d'actions portant sur les points qui, selon les résultats mesurés, sont susceptibles d'être améliorés. bpost soumettra également tous les ans à l'État un rapport sur l'exécution de ce plan. bpost soumettra ces deux rapports pour avis à l'IBPT avant de les transmettre à l'État. Les obligations imposées à bpost dans le présent paragraphe portent sur des actions qui concernent le petit utilisateur.

bpost prendra les mesures appropriées afin de diminuer le temps d'attente aux guichets. ».

² Comme expliqué plus loin, le 5^e contrat de gestion est entré en vigueur le 1^{er} janvier 2013 ; il ne concerne donc pas le plan d'action 2012 de bpost.

2. LE CADRE JURIDIQUE

L'IBPT est chargé par l'article 14, § 1er, 6°, de la loi du 17 janvier 2003 relative au statut de l'IBPT d'une mission générale de contrôle du respect du contrat de gestion entre l'État et bpost³.

Comme rappelé plus haut, l'article 18 de ce contrat de gestion prévoit spécifiquement :

- le contrôle par l'IBPT de la mesure de la satisfaction de la clientèle quant à la qualité des missions de service public fournies par bpost et la publication des résultats de l'enquête de mesure de cette satisfaction ;
- un avis de l'IBPT relatif à l'exécution du plan d'amélioration 2012 et au plan d'action 2013.

L'article 18 du quatrième contrat de gestion stipule également que bpost prendra les mesures appropriées afin de diminuer le temps d'attente aux guichets.

L'article 21 du quatrième contrat de gestion oblige bpost à augmenter l'accessibilité de ses points de service postal (bureaux et Points Poste) pour les personnes handicapées. Le respect de cette obligation fera partie de la mesure de la satisfaction de la clientèle.⁴

L'article 22 du même contrat de gestion stipule en outre que bpost s'assurera que les bureaux de poste soient ouverts au moins quelques heures par semaine en dehors des heures de bureau. Les besoins des clients en termes d'ouverture feront partie de la mesure de la satisfaction de la clientèle prévue à l'article 18 de ce contrat de gestion.⁵

Enfin, l'article 27 du quatrième contrat de gestion stipule que suite à la première présentation par bpost à l'État du plan d'amélioration dont question à l'article 18, les parties discuteront des modalités d'un régime de sanction spécifique.⁶ Ces discussions n'ont pas eu lieu dans le cadre du quatrième contrat de gestion.

Formellement, le quatrième contrat de gestion avait expiré le 23 septembre 2010 mais il a été prolongé à la même date jusqu'à l'entrée en vigueur du cinquième contrat de gestion. Le cinquième contrat de gestion qui produit ses effets à partir du 1^{er} janvier 2013 servira de base à l'enquête de satisfaction 2013 ainsi qu'aux avis de l'IBPT qui y feront suite.

³ L'article 14, §1^{er}, 6°, de la loi du 17 janvier 2003 relative au statut du régulateur des secteurs des postes et des télécommunications belges, stipule: « L'Institut est chargé de contrôler l'exécution de toutes les missions de service public qui sont attribuées par l'État dans le secteur postal et dans le secteur des communications électroniques. L'Institut informe tant le Ministre en charge du Secteur postal que le Ministre en charge des Entreprises publiques de l'exécution du contrat de gestion. »

⁴ L'article 21 du quatrième contrat de gestion stipule: "bpost s'engage à prévoir un accès aisé aux moins valides. En cas de travaux d'aménagement de nature structurelle dans les nouveaux bureaux de poste, bpost s'engage à prévoir un accès aisé aux moins valides pour autant que les prescriptions urbanistiques et les baux le permettent et pour autant que le coût des adaptations structurelles reste dans une proportion raisonnable par rapport au coût total. bpost fournira les efforts raisonnables pour imposer cette obligation comme obligation de moyens aux magasins postaux nouveaux et en cours de rénovation ainsi qu'aux haltes postales. Le respect par bpost de cette obligation fera partie de la mesure de la satisfaction de la clientèle prévue à l'article 18 de ce contrat de gestion.

⁵ L'article 22 du quatrième contrat de gestion stipule: « bpost veille à ce que les bureaux de poste soient ouverts au moins quelques heures par semaine en dehors des heures de bureau. Les besoins des clients en termes d'ouverture feront partie de la mesure de la satisfaction du client prévue à l'article 18 du présent contrat de gestion.

⁶ L'article 27 du quatrième contrat de gestion stipule: « Lorsque bpost aura présenté à l'État le prochain plan visé à l'article 18, les parties examineront les modalités d'un système de sanctions spécifiques. »

3. LA MÉTHODE DE MESURE DE LA SATISFACTION DE LA CLIENTÈLE

Jusqu'en 2007, l'enquête de mesure de la satisfaction de la clientèle était réalisée sur la base d'interviews personnelles. Depuis 2008, elle est réalisée sur la base d'interviews téléphoniques et la composition de l'échantillon a également été modifiée. Les résultats de la mesure de la satisfaction de la clientèle pour la période de 2003 à 2006 ont été recalculés par bpost conformément à la nouvelle méthode.

Les aspects relatifs à la qualité contenus dans le quatrième contrat de gestion concernent essentiellement les utilisateurs particuliers et les petits utilisateurs professionnels, tels que les indépendants, les professions libérales et les entreprises de moins de 5 salariés. Ce sont les résultats de l'enquête auprès de ces publics que l'on trouve dans le rapport de bpost.

3.1. Caractéristiques de l'enquête de mesure de la satisfaction de la clientèle

L'enquête de satisfaction a les caractéristiques suivantes :

- les interviews sont réalisées par un bureau d'étude indépendant (Ipsos-Synovate) ;
- il s'agit d'une mesure continue (environ 235 interviews par mois pour les clients résidentiels et les small business à savoir les indépendants, les professions libérales et les entreprises de moins de cinq employés) ;
- à partir d'un échantillon aléatoire ;
- basée sur des interviews téléphoniques par des professionnels selon la méthode « CATI » (Computer Assisted Telephone Interview).

3.2. Organisation de l'enquête

L'enquête mesure la satisfaction de deux groupes cibles, les particuliers (1620 clients résidentiels interrogés) et ce que bpost appelle « les sociétés ou small business », c'est-à-dire les indépendants, les professions libérales et les petites entreprises de moins de cinq employés (1200 clients interrogés).

3.3. Échelle de mesure de la satisfaction

Les personnes interrogées ont répondu sur base d'une échelle à 7 points :

- 7 très satisfait
 - 6 satisfait
 - 5 plutôt satisfait
- } = **satisfait**
- 4 ni satisfait, ni insatisfait
 - 3 plutôt insatisfait
 - 2 insatisfait
 - 1 très insatisfait
- } = **insatisfait**

Dans le calcul de satisfaction de bpost, les clients donnant 5, 6 ou 7 comme score sont considérés comme « clients satisfaits ». Donc, les clients qui étaient « plutôt satisfaits » sont également considérés comme « clients satisfaits » dans le calcul. Le même raisonnement s'applique aux « clients insatisfaits » puisque le calcul considère les clients qui étaient « plutôt

insatisfaits » comme des « clients insatisfaits ». Cet élément doit être pris en considération pour l'interprétation des résultats.

3.4. Modifications méthodologiques par rapport aux années précédentes

L'enquête 2012 a modifié certaines des rubriques sous lesquelles sont repris les résultats. C'est ainsi que la rubrique « Envoi et réception d'envois de correspondance » devient « Satisfaction générale quant au courrier national » et « Satisfaction générale quant au facteur » et que la rubrique « Envoi et réception de colis » est subdivisée en deux rubriques, une concernant les colis nationaux et l'autre les colis internationaux.

La rubrique « Envois recommandés » est une partie de la rubrique « Envoi et réception d'envois de correspondance » devient « Satisfaction générale concernant la facilité d'envoyer et de recevoir du courrier recommandé ». Par contre, les rubriques « Bureau de poste physique » et « Services au bureau de poste » sont dorénavant regroupées en une seule rubrique « satisfaction générale concernant le bureau de poste »).

Dans la mesure du possible, l'IBPT commentera les tableaux repris dans cet avis en tenant compte de ces modifications.

4. LES RESULTATS DE LA MESURE DE SATISFACTION DE LA CLIENTELE EN 2012

4.1. Satisfaction générale de la clientèle

La satisfaction est mesurée de façon globale sur un certain nombre de thèmes précis. Ces thèmes sont :

- la satisfaction globale ;
- l'envoi de courrier en Belgique ;
- le facteur ;
- l'envoi de paquets en Belgique ;
- l'envoi de paquets à l'étranger ;
- la livraison du journal à temps ;
- l'information ;
- le bureau de poste ;
- le point poste ;
- l'e-shop ;
- le service clientèle.

TABLEAU 1 : ENQUÊTE DE SATISFACTION GÉNÉRALE

% satisfaction (score 5-7)	Particuliers										Entreprises		
	2003*	2004*	2005*	2006*	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2010***	2011***	2012***
Satisfaction globale	71	74	75	76	75	82	81	83	78	83	78	76	82
Envoi du courrier en Belgique					84	86	87	88	86	90	82	81	90
Le facteur					93	90	92	91	88	90	85	83	88
Envoi de paquets en Belgique				86	83	93	85	84	87	93	86	88	88
Envoi de paquets à l'étranger					76	77	79	72	81	87	82	77	81
Livraison du journal à temps	87	92	96	95	94	89	93	92	90	92	89	88	92
L'information					80	79	83	84	86	86	78	80	81
Le bureau de poste	86	87	87	91	88	84	84	87	87	90	80	79	87
Le Point Poste	-	-	-	-	90	86	87	89	90	94	88	86	90
eShop**	-	-	-	-		93	85	88	93	86	88	90	92
Service clientèle**	-	-	-	-	73	71	69	73	67	76	60	65	69

* La mesure de la satisfaction de la clientèle est basée sur la méthode appliquée de 2007 à 2011 (voir point 3 de l'avis)

**La taille de l'échantillon est très réduite en ce qui concerne les particuliers (N<100). Les résultats concernant les particuliers ne sont renseignés qu'afin de donner une idée approximative du niveau du service.

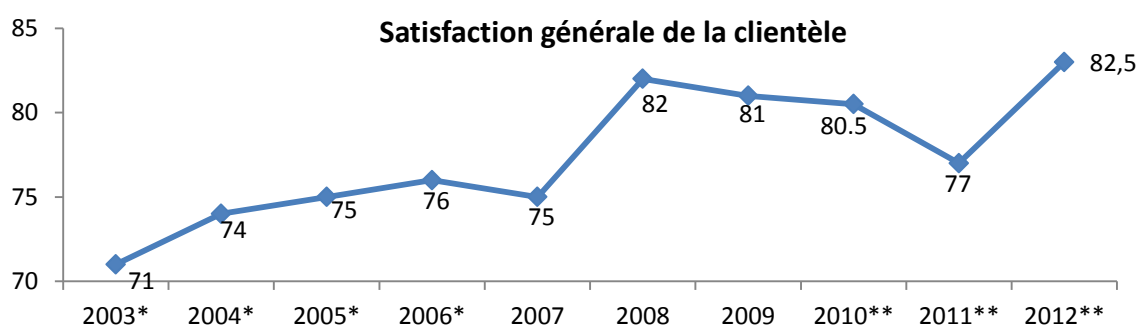
***Les résultats des entreprises sont basés exclusivement sur la satisfaction des indépendants, des professions libérales et des petites entreprises

L'évolution de la satisfaction globale de la clientèle de bpost) figure dans le graphique ci-dessous.

Ce tableau est établi au départ du tableau figurant dans l'avis de l'IBPT du 28 février 2013 à propos des indices de satisfaction mesurés par bpost en 2011. De 2003 à 2009, l'indice de satisfaction correspond à l'indice de satisfaction des clients résidentiels. De 2010 à 2012, l'indice de satisfaction correspond à la moyenne (50/50) de l'indice de satisfaction des clients résidentiels et de celui des clients professionnels faisant l'objet du présent rapport à savoir les indépendants, les professions libérales et les entreprises de moins de cinq salariés.

La chute de la satisfaction constatée en 2011 a été compensée et l'entreprise dépasse légèrement le niveau de satisfaction atteint en 2008 .

FIGURE 1 : Évolution de la satisfaction générale de la clientèle depuis 2003



* Mesure de la satisfaction de la clientèle basée sur la méthode applicable à partir de 2007 (voir point 3)

** Depuis 2010, la satisfaction générale est la moyenne de la satisfaction générale des particuliers et de la satisfaction générale des small business.

Cette légère progression par rapport aux indices réalisés précédemment s'explique par une amélioration nette de l'indice de satisfaction des entreprises, l'indice de satisfaction des particuliers est lui en 2013 au même niveau qu'en 2010.

Pour les points spécifiques (le temps d'attente aux guichets, l'accessibilité aux personnes handicapées et les heures d'ouverture des bureaux de poste) indiqués aux articles 18, 21 et 22 du 4e contrat de gestion, cette enquête générale prévoit les mesures suivantes :

- le temps d'attente aux guichets et dans les Points Poste (voir point 4.2) ;
- les heures d'ouverture des bureaux de poste et des Points Poste en dehors des heures normales de bureau (voir point 4.3.) ;
- L'accessibilité des bureaux de poste et des Points poste notamment aux personnes handicapées (voir point 4.4.).

4.2. Satisfaction par rapport au temps d'attente aux guichets postaux et dans les Points Poste

Concernant le temps d'attente aux guichets postaux dans les bureaux de poste, le taux de satisfaction des particuliers a bien augmenté puisqu'il est passé de 72% à 83% pour les particuliers. Par contre, pour les entreprises, l'augmentation est moins importante puisque que taux de satisfaction passe de 61% à 68%. Il importe toutefois de noter que 88% des particuliers et 83% des entreprises étaient satisfaits de la rapidité du service au guichet même.

En ce qui concerne le temps d'attente dans les Points Poste, 86% des particuliers et 79% des entreprises étaient satisfaits. 91% des particuliers et 84% des entreprises sont satisfaits de la rapidité du service dans les Points Poste.

TABLEAU 2 : SATISFACTION QUANT AUX TEMPS D'ATTENTE AUX GUICHETS POSTAUX ET DANS LES POINTS POSTE

% satisfaction (score 5-7) ⁷	Particuliers										Entreprises		
	2003*	2004*	2005*	2006*	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2010**	2011**	2012**
Attente avant d'être servi au bureau de poste	63	66	61	69	66	62	65	71	72	83	62	61	68
Rapidité du service au guichet postal	72	76	76	81	78	78	78	83	82	88	75	75	83
Attente avant d'être servi au Point Poste	-	-	-	-	72	76	75	78	78	86	75	75	79
Rapidité du service au Point Poste	-	-	-	-	85	79	80	83	82	91	82	82	84

* Mesure de la satisfaction de la clientèle basée sur la nouvelle méthode (voir point 3)

**Les résultats des entreprises sont basés exclusivement sur la satisfaction des indépendants, des professions libérales et des petites entreprises

A la demande de l'IBPT, bpost a également fourni des données concrètes concernant le système de mesure que bpost est en train de mettre en oeuvre conformément à l'article 18 du quatrième contrat de gestion qui stipule que bpost prendra les mesures appropriées afin de diminuer le temps d'attente aux guichets. bpost a introduit à cet effet un système de mesure spécifique appelé « Waiting Queue » qui permet à bpost de mesurer les temps d'attente via un système de tickets. En 2012, ce système de mesure avait déjà été introduit dans une partie des bureaux de poste, permettant de mesurer 50% des contacts avec les clients dans ces bureaux de poste. L'objectif interne de bpost était que 80% au minimum des clients soient servis en moins de 5 minutes et 5% au maximum des clients en plus de 10 minutes. Les résultats de bpost indiquent que dans 83% des cas, les clients doivent attendre moins de 5 minutes tandis que dans plus de 5% des cas, les clients doivent attendre plus de 10 minutes. Le tableau ci-dessous reprend les résultats des mesures internes de bpost ; il en ressort que bpost ne respecte pas totalement son objectif interne étant donné qu'un peu plus de 5% des clients doivent attendre plus de 10 minutes avant d'être servis.

TABLEAU 3 : TEMPS D'ATTENTE AUX GUICHETS POSTAUX⁸

	Délai d'attente moyen dans le bureau de poste			
	2009	2010	2011	2012
Le délai d'attente est inférieur à 5 minutes	77%	82%	84,3%	83,5%
Le délai d'attente se situe entre 5 et 10 minutes	13%	12%	10,3%	10,7%
Le délai d'attente est supérieur à 10 minutes	10%	6%	5,4%	5,9%

Le temps d'attente au bureau de poste qui avait connu une amélioration entre 2009 et 2011 s'est stabilisé, voire légèrement dégradé en 2012.

⁷ X-%: était très satisfait, satisfait ou plutôt satisfait sur une échelle de 7 points

⁸ Source bpost (données non vérifiées)

4.3. Satisfaction quant aux heures d'ouverture des bureaux de poste et des Points Poste en dehors des heures normales de bureau

Il ressort de l'enquête de satisfaction de la clientèle que les particuliers et les entreprises sont raisonnablement satisfaits des heures d'ouverture des bureaux de poste et très satisfaits des heures d'ouverture des Points Poste.

TABLEAU 4 : SATISFACTION QUANT AUX HEURES D'OUVERTURE DES BUREAUX DE POSTE ET DES POINTS POSTE EN DEHORS DES HEURES NORMALES DE BUREAU

% satisfaction (score 5-7) ⁹	Particuliers										Entreprises		
	2003*	2004*	2005*	2006*	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2010**	2011**	2012**
Heures d'ouverture des bureaux de poste	63	59	63	66	68	76	76	78	76	79	75	70	76
Heures d'ouverture des Points Poste	-	-	-	-	95	90	88	87	90	90	88	92	90

* Mesure de la satisfaction de la clientèle basée sur la méthode applicable depuis 2007 (voir point 3)

**Les résultats des entreprises sont basés exclusivement sur la satisfaction des indépendants, des professions libérales et des petites entreprises

À la demande de l'IBPT, bpost a transmis des données concrètes concernant les heures d'ouverture par semaine, les heures d'ouverture après 17 heures et les heures d'ouverture le samedi des « points de service postal ».

TABLEAU 5 : NOMBRE TOTAL DE POINTS DE VENTE ET HEURES D'OUVERTURE¹⁰

Nombre de points de service postal et heures d'ouverture de ceux-ci								
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	% Δ depuis 2011
Nombre total de points de service postal	1361	1363	1351	1403	1394	1375	1340	-2%
Heures d'ouverture par semaine (total)	47569	58286	64367	70482	69102	67500	65295	-3%
Nombre moyen d'heures d'ouverture par semaine	35	42,8	47,6	50,2	49,6	49,1	48,8	-1%
Nombre de points de service postal ouverts après 17h	891	906	941	981	985	899	869	-3%
Nombre de points de service postal ouverts le samedi	722	976	1094	1212	1189	1162	1134	-1%

Le réseau Retail de bpost est constitué de « Points de Service Postal » qui peuvent être soit un bureau de poste, une halte postale ou un magasin postal. Sur la base du tableau ci-dessus, on peut constater que le nombre de Points de Service Postal a légèrement diminué depuis 2006. Il faut toutefois noter que si la plupart des Points de Service Postal étaient des bureaux de poste en 2006, il s'agit désormais pour la moitié de bureaux de poste et pour l'autre moitié de Points Poste. En 2012, 64% des points de service postal étaient ouverts après 17h et 85% sont ouverts le samedi.

⁹ X-%: était très satisfait, satisfait ou plutôt satisfait sur une échelle de 7 points

¹⁰ Source bpost (données non vérifiées)

4.4. Satisfaction par rapport à l'accessibilité des bureaux de poste/Points Poste et en particulier aux personnes handicapées

La satisfaction en matière d'accessibilité des bureaux de poste, entre autres aux personnes handicapées, a légèrement augmenté en 2012.

La satisfaction des particuliers et des entreprises concernant la proximité des bureaux de poste et des Points Poste a augmenté en 2012. Les clients sont davantage satisfaits de la proximité des Points Poste que de celle des bureaux de poste.

TABLEAU 6 : ACCESSIBILITÉ DES BUREAUX DE POSTE/POINTS POSTE

	Particuliers										Entreprises		
	2003*	2004*	2005*	2006*	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2010**	2011**	2012
% satisfaction (score 5-7) ¹¹													
Accessibilité (entre autres aux personnes handicapées)					72	73	70	77	75	76	74	70	74
La proximité d'un bureau de poste					76	78	76	79	80	83	74	75	80
La proximité d'un Point Poste	-	-	-	-	67	82	82	83	84	88	85	81	89

* Mesure de la satisfaction de la clientèle basée sur la nouvelle méthode (voir point 3)

**Les résultats des entreprises sont basés exclusivement sur la satisfaction des indépendants, des professions libérales et des petites entreprises

Le détail concernant le nombre de « points de service postal » ainsi que la répartition en nombre de bureaux de poste et de Points Poste figure dans le tableau ci-après. En 2012, 6 bureaux de poste et 29 Points Poste ont disparu.

TABLEAU 7 : ÉVOLUTION ET RÉPARTITION DES « POINTS DE SERVICE POSTAL »

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	% Δ depuis 2011
Bureaux de poste	1.264	1.014	796	716	690	676	670	-1%
Points Poste	97	349	555	687	704	699	670	-4%

4.5. Récapitulatif et conclusion de l'IBPT

Les différents indices de satisfaction repris ci-dessus peuvent être synthétisés dans les tableaux suivants qui les comparent aux meilleurs résultats des cinq dernières années (de 2012 à 2008) en ce qui concerne les particuliers et des trois dernières années (de 2012 à 2010) en ce qui concerne les entreprises.

L'IBPT est conscient du fait que les tableaux repris ci-dessous comparent des pourcentages parfois proches et qui peuvent donc figurer dans la marge d'erreur inhérentes à toutes les enquêtes statistiques.

¹¹ X-%: était très satisfait, satisfait ou plutôt satisfait sur une échelle de 7 points

Néanmoins, l'IBPT croit nécessaire de souligner les tendances à la hausse ou à la baisse qui se dégagent des données fournies par bost.

4.5.1. Satisfaction globale

TABEAU 8 : SATISFACTION GLOBALE : COMPARAISON AVEC LES MEILLEURS RÉSULTATS PRÉCÉDENTS

	Particuliers		Entreprises	
	2012	Meilleur résultat de 2008 à 2011	2012	Meilleur résultat depuis 2010
Satisfaction globale	83	83/2010	82	78/2010
Envoi du courrier Belgique	90	88/2010	90	82/2010
Le facteur	90	92/2009	88	85/2010
Envoi de paquets en Belgique	93	93/2008	88	88/2011
Envoi de paquets à l'étranger	87	81/2011	81	77/2011
Livraison du journal à temps	92	93/2009	92	89/2010
L'information	86	86/2011	81	80/2011
Le bureau de poste	90	87/2011	87	80/2010
Le Point Poste	94	90/2011	90	88/2010
eShop	86	93/2008 et 2011	92	90/2011
Service clientèle	76	73/2010	69	65/2011

Pour ce qui est de la satisfaction des particuliers en 2012, on constate que l'indice global s'est nettement amélioré depuis 2011(+ 5 %), mais se trouve toujours au même niveau qu'en 2008.

Trois indices, {facteurs (-2 %), livraison du journal à temps (-1%) et eShop (-7%)} sont en régression par rapport au plus haut qui a pu être observé dans le passé.

Outre l'indice de satisfaction globale, deux autres indices (envoi des paquets en Belgique, information) sont au même étage que le meilleur indice observé pendant ces cinq dernières années.

Quatre indices concernant les particuliers [envoi du courrier en Belgique, (+4%), le bureau de poste (+ 3%), le Point Poste (+4%), le service à la clientèle (+3%)] réalisent en 2012 leur meilleure performance de ces 5 dernières années.

Pour ce qui est de l'indice de satisfaction globale mesuré auprès des entreprises, celui-ci s'améliore sensiblement (+4%) par rapport à la meilleure notation de ces trois dernières années (78 % en 2010).

Aucun indice n'est en régression et l'indice relatif à l'envoi des paquets en Belgique est équivalent au meilleur indice observé pendant ces trois dernières années.

A l'instar de la satisfaction globale, tous les autres indices concernant les entreprises sont en progression [envoi du courrier en Belgique (+8%), le facteur (+3 %), l'envoi des paquets à l'étranger (+ 4%), la livraison du journal à temps (+ 3%), l'information (+1%), le bureau de poste (+ 7%), le Point Poste (+2%), l'eshop (+2%), et le service à la clientèle (+ 4%)].

On peut dès lors observer que les indices généraux de satisfaction concernant les particuliers et les entreprises sont globalement au même niveau. Pour les particuliers cependant, certains indices en 2012 sont moins bons que ce qu'ils avaient été dans le passé. Par contre pour les entreprises, la totalité des indices sont en progression.

4.5.2. Délais d'attente

Le tableau repris ci-dessous compare les indices de 2012 avec les meilleurs indices enregistrés dans le passé.

TABEAU 9 : DÉLAIS D'ATTENTE : COMPARAISON AVEC LES MEILLEURS RÉSULTATS PRÉCÉDENTS

	Particuliers		Entreprises	
	2012	Meilleur résultat depuis 2008	2012	Meilleur résultat depuis 2010
Attente avant d'être servi au bureau de poste	83	72/2011	68	62/2010
Rapidité du service au guichet postal	88	83/2010	83	75/2011
Attente avant d'être servi au Point Poste	86	78/2010	79	75/2011
Rapidité du service au Point Poste	91	83/2010	84	82/2011

Pour ce qui concerne la satisfaction quant aux délais d'attente, en 2012, tous les indices tant pour les particuliers que pour les entreprises sont meilleurs que ce qui avait pu être observé par le passé. Ils se situent à une exception près dans une fourchette allant de 79% à 91%. L'indice de satisfaction pour les entreprises quant à l'attente dans les bureaux de poste est moins bon, se situant à 68%.

A contrario, il est cependant à remarquer les temps d'attente aux guichets en 2012 (dans 83,35% des cas le temps d'attente est de moins de cinq minutes) a légèrement augmenté par rapport aux délais observés en 2011 (dans 84,3% des cas le temps d'attente est de moins de cinq minutes).

A noter également que les indices sont légèrement meilleurs dans les Points Poste que dans les bureaux de poste.

4.5.3. Satisfaction quant aux heures d'ouverture

On trouvera ci-dessous une comparaison entre les indices de 2012 et les meilleurs indices enregistrés précédemment.

TABEAU 10 : HEURES D'OUVERTURE: COMPARAISON AVEC LES MEILLEURS RÉSULTATS PRÉCÉDENTS

	Particuliers		Entreprises	
	2012	Meilleur résultat depuis 2008	2012	Meilleur résultat depuis 2010
Satisfaction quant à l'ouverture des bureaux de poste	79	78//2010	76	75/2010
Satisfaction quant à l'ouverture des Points Postes	90	90/2011	90	88/2010

Tant auprès des particuliers que des entreprises, la satisfaction quant à l'ouverture des bureaux et des Points Poste est à son plus haut niveau en 2012.

A noter que la satisfaction vis-à-vis des Points Poste est de 10% supérieure à celle enregistrée pour les bureaux de postes.

4.5.4. Satisfaction quant à l'accessibilité des bureaux de poste et des Points Poste

Le tableau repris ci-dessous compare la satisfaction actuelle quant à l'accessibilité des bureaux de poste et des Points Poste par rapport aux valeurs enregistrées précédemment.

TABEAU 11 : ACCESSIBILITÉ : COMPARAISON AVEC LES MEILLEURS RÉSULTATS PRÉCÉDENTS

	Particuliers		Entreprises	
	2012	Meilleur résultat depuis 2008	2012	Meilleur résultat depuis 2010
Accessibilité (entre autres aux personnes handicapées)	76	75/2011	74	74/2011
La proximité d'un bureau de poste	83	80/2011	80	75/2011
La proximité d'un Point Poste	88	84/2011	89	85/2011

Ces différents indices de satisfaction sont relativement stables. Il est à noter qu'une marge de progression existe sans doute pour ce qui concerne l'accessibilité aux personnes handicapées. Par ailleurs, les indices concernant les Points Postes sont meilleurs que ceux concernant les bureaux de poste.

4.5.5. Conclusion de l'IBPT

En application des dispositions de l'article 18, alinéa 1, et des l'article 21 et 22 du quatrième contrat de gestion, l'IBPT constate que bpost a procédé en 2012 à la mesure de quatre indices de satisfaction à savoir un indice de satisfaction globale, un indice concernant le temps d'attente aux guichets, un indice quant à l'ouverture des bureaux et des Points Poste et un indice quant à l'accessibilité des bureaux et Points Poste pour les personnes handicapées.

5. LE RAPPORT CONCERNANT L'EXECUTION DU PLAN D'AMELIORATION 2012

Pour 2012, bpost avait décidé de restructurer son approche afin d'améliorer la satisfaction globale du consommateur. Cette restructuration s'est faite selon quatre axes :

- la voix du client ;
- produits et processus ;
- clients ;
- personnel et changement.

L'évaluation de l'IBPT relative à l'exécution du plan d'amélioration 2012 est reprise ci-après.

5.1. La voix du client

L'objectif de bpost dans ce domaine était d'améliorer la mesure et le rapportage sur la satisfaction du client. bpost a donc proposé à l'IBPT d'adapter la stratégie d'enquête pour développer des outils plus aptes à collecter et à analyser les données de terrain. Le système devait permettre de mieux faire entendre la voix du client au sein de l'entreprise.

Parallèlement, bpost avait envisagé d'adopter un système de gestion davantage centré sur les éléments prioritaires qui permettraient d'améliorer la satisfaction des clients.

Comme expliqué au point 3.4., bpost a effectivement revu l'approche adoptée pour l'enquête de satisfaction. L'IBPT a accepté les changements effectués.

Il n'appartient pas à l'IBPT de juger de l'utilité ou de l'efficacité des dispositions que bpost a prises pour améliorer la communication interne et faire remonter à tous les niveaux les plaintes et motifs de satisfaction de la clientèle.

Les premiers résultats montrent une amélioration de la satisfaction globale de la clientèle en 2012 qui passe de 76% à 82%.

5.2. Produits et processus

Dans la rubrique « Produits et processus », bpost a centré son approche sur quatre domaines prioritaires :

- la distribution correcte du courrier ;
- la distribution correcte des paquets ;
- le courrier recommandé ;
- le programme « DoMyMove » qui organise le suivi du courrier d'une personne qui déménage à sa nouvelle adresse.

5.2.1. Distribution correcte du courrier

Le but était d'améliorer les processus de qualité de bout en bout en tenant compte des plaintes repérées notamment par le programme « KLARA », opérationnel depuis septembre 2011 et qui suit particulièrement les plaintes concernant la distribution erronée, les envois recommandés, la réexpédition d'envois en cas de déménagement ou d'absence prolongée, la perte de colis intérieurs.

TABEAU 12 : SATISFACTION EN MATIÈRE DE QUALITÉ DE LA DISTRIBUTION

% satisfaction (score 5-7) ¹²	Particuliers										Entreprises		
	2003*	2004*	2005*	2006*	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2010**	2011**	2012**
Distribution correcte par le facteur	85	77	80	81	82	82	84	86	82	81	82	78	80
Respect des délais de livraison	53	62	72	78	81	84	83	85	81	86	80	79	81
Réception des journaux et magazines	87	92	96	95	94	89	93	92	90	92	89	88	92
Soin apporté au courrier	88	84	85	85	85	88	89	88	86	89	87	85	89
Heure de distribution du courrier	-	-	-	-	85	82	81	82	80		74	74	
Services en cas de perte ou d'endommagement des envois ordinaires						70	69	69	66	69	63	59	67

* Mesure de la satisfaction de la clientèle basée sur la méthode appliquée depuis 2007 (voir point 3)

**Les résultats des entreprises sont basés exclusivement sur la satisfaction des indépendants, des professions libérales et des petites entreprises

TABEAU 13 : QUALITÉ DE LA DISTRIBUTION DES LETTRES : COMPARAISON AVEC LES MEILLEURS RÉSULTATS PRÉCÉDENTS

Le tableau repris ci-dessous compare les indices 2012 avec les meilleures réalisations du passé.

	Particuliers		Entreprises	
	2012	Meilleur résultat depuis 2008	2012	Meilleur résultat depuis 2010
Distribution correcte par le facteur	81	86/2010	80	82/2010
Respect des délais de livraison	86	85/2010	81	80/2010
Réception des journaux et magazines	92	93/2009	92	89/2010
Soin apporté au courrier	89	89/2009	89	87/2010
Services en cas de perte ou d'endommagement des envois ordinaires	69	70/2008	67	63/2010

Sur les 10 indices observés, cinq sont en progrès, un identique et quatre en recul. L'IBPT constate que la satisfaction de la clientèle quant à la livraison correcte de courrier par le facteur n'a pas encore retrouvé le niveau de 2010 (86%) puisqu'elle est de 81% en 2012 (82% en 2011). Contrairement aux autres années, bpost ne communique plus d'information sur le respect des délais en matière de livraison des journaux. L'IBPT note que la satisfaction de la clientèle reste basse quant aux services en cas de perte ou de d'endommagement des envois ordinaires. Les efforts entamés doivent donc être impérativement poursuivis et, si nécessaire, les processus devront encore être ajustés.

5.2.2. Distribution correcte des paquets

Pour ce qui est de la distribution des paquets, l'objectif était de réduire le nombre de plaintes et d'appliquer partout les meilleures pratiques des meilleurs bureaux.

¹² X-0%: était très satisfait, satisfait ou plutôt satisfait sur une échelle de 7 points

TABEAU 14 : SATISFACTION CONCERNANT L'ENVOI ET LA RÉCEPTION DE PAQUETS

	Particuliers										Entreprises		
	2003*	2004*	2005*	2006*	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2010**	2011**	2012
% satisfaction (score 5-7) ¹⁰													
Exactitude de la livraison (au destinataire désigné)				97	95	92	94	93	89	92	87	90	88
Livraison soignée, non endommagée des paquets				84	86	89	89	84	87	90	86	88	90

* Mesure de la satisfaction de la clientèle basée sur la nouvelle méthode (voir point 3)

**Les résultats des entreprises sont basés exclusivement sur la satisfaction des indépendants, des professions libérales et des petites entreprises

TABEAU 15 : DISTRIBUTION DES PAQUETS : COMPARAISON AVEC LES MEILLEURS RÉSULTATS PRÉCÉDENTS

	Particuliers		Entreprises	
	2012	Meilleur résultat depuis 2008	2012	Meilleur résultat depuis 2010
Exactitude de la livraison au destinataire désigné	92	94/2009	88	90/2011
Livraison soignée, non endommagée de paquets	90	87/2011	90	88/2011

L'indice de satisfaction concernant l'exactitude de la livraison de paquets au destinataire désigné, aussi bien dans le chef des particuliers que des entreprises, est moins bon en 2012 que par le passé, même si il s'améliore par rapport à 2011. L'indice quant à la livraison soignée non endommagée de paquets est lui en progression. Cette tendance positive devra se confirmer dans le futur afin de rejoindre les niveaux de satisfaction atteints dans le passé.

5.2.3. Courrier recommandé

Pour améliorer la satisfaction du consommateur à l'égard du courrier recommandé, bpost a tenté de modifier les processus en développant notamment une carte de procuration pour les consommateurs professionnels.

TABEAU 16 : SATISFACTION CONCERNANT LE COURRIER RECOMMANDÉ

	Particuliers										Entreprises		
	2003*	2004*	2005*	2006*	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2010**	2011**	2012
% satisfaction (score 5-7) ¹⁰													
La facilité à recevoir des recommandés	70	64	65	71	68	69	69	70	68	69	59	60	60
La facilité à envoyer des recommandés	85	78	82	86	79	80	81	83	83	84	76	78	79

TABEAU 17 : RECOMMANDÉS : COMPARAISON AVEC LES MEILLEURS RÉSULTATS PRÉCÉDENTS

	Particuliers		Entreprises	
	2012	Meilleur résultat depuis 2008	2012	Meilleur résultat depuis 2010
La facilité à recevoir des recommandés	69	70/2010	60	60/2011
La facilité à envoyer des recommandés	84	83/2011	79	78/2011

On constate ainsi que l'indice relatif à la facilité de recevoir des recommandés reste bas tout en reculant pour les particuliers. Manifestement les efforts entrepris par bpost en ce domaine ne portent pas encore leurs fruits. L'IBPT attend de bpost des améliorations beaucoup plus significatives en ce domaine

L'indicateur quant à la facilité d'envoyer des recommandés est bon, quoiqu'il pourrait encore être augmenté dans le chef des entreprises.

5.2.4. Le programme « DoMyMove »

Afin d'améliorer la qualité de ce service de transfert du courrier d'un consommateur vers sa nouvelle adresse, bpost a cherché à améliorer l'information des clients, à renforcer la communication à l'intention des équipes opérationnelles et à effectuer des adaptations techniques.

L'IBPT n'a pas reçu de chiffres lui permettant d'estimer la situation actuelle du programme « DoMyMove ». Il lui est donc impossible d'évaluer la façon dont bpost a ou non rencontré ses objectifs.

5.3. Clients

L'objectif de bpost était d'améliorer l'expérience de ses clients lors de leurs relations avec les points de contact postal : bureaux de postes, contact centers, etc. Il s'agissait notamment de continuer à réduire le temps d'attente à ces points de contact postal en poursuivant des actions entamées les années précédentes en matière de jours de pointe, d'information et de modernisation des points de vente.

5.3.1. Bureaux de poste

Dans les points de contact postal (bureaux de poste et Points Poste), bpost a poursuivi ses initiatives pour informer les clients des jours les plus chargés et pour aider le personnel à mieux gérer ces jours denses. Un système de calendrier d'heures plus chargées dans les bureaux de poste a été développé pour les bureaux les plus fréquentés : il informe les clients des heures « rouges » (chargées) ou « vertes » (creuses) et est de plus en plus associé à un système de tickets qui permet aux clients d'évaluer le temps d'attente. bpost a également instauré divers systèmes pour évaluer la qualité de l'accueil dans les bureaux et la correction des manquements signalés par les plaintes. L'information des clients a été renforcée par des systèmes d'écrans dans les bureaux et le déploiement d'autres systèmes sont prévus.

TABEAU 18 : SATISFACTION CONCERNANT LA QUALITÉ DU SERVICE AU SEIN DES BUREAUX DE POSTE ET LES POINTS POSTE

% satisfaction (score 5-7) ¹³	Particuliers										Entreprises		
	2003*	2004*	2005*	2006*	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2010**	2011**	2012**
Satisfaction générale du bureau de poste	86	87	87	91	88	84	84	87	87	90	80	79	87
La connaissance de l'offre de services	91	89	88	91	88	87	88	91	89	92	82	84	90
La serviabilité du personnel	82	86	85	89	87	86	84	89	87	91	81	81	88
L'amabilité du personnel	76	83	80	85	84	84	84	88	87	92	79	81	88
Satisfaction générale du Point Poste	-	-	-	-	90	86	87	89	90	94	88	86	90
La serviabilité du personnel des Points Poste	-	-	-	-	90	88	85	87	90	93	88	89	89
L'amabilité du personnel des Points Poste	-	-	-	-	82	87	87	88	89	93	87	90	90

* Mesure de la satisfaction de la clientèle basée sur la méthode appliquée depuis 2007 (voir point 3)

**Les résultats des entreprises sont basés exclusivement sur la satisfaction des indépendants, des professions libérales et des petites entreprises

TABEAU 19 : BUREAUX ET POINTS POSTES : COMPARAISON AVEC LES MEILLEURS RÉSULTATS PRÉCÉDENTS

	Particuliers		Entreprises	
	2012	Meilleur résultat depuis 2008	2012	Meilleur résultat depuis 2010
Satisfaction générale du bureau de poste	90	87/2011	87	80/2010
La connaissance de l'offre de services	92	91/2010	90	84/2011
La serviabilité du personnel	91	88/2010	88	81/2011
L'amabilité du personnel	92	88/2010	88	81/2011
Satisfaction générale du Points Poste	94	90/2011	90	88/2010
La serviabilité du personnel des Points Poste	93	90/2011	89	89/2011
L'amabilité du personnel des Points Poste	93	89/2011	90	90/2011

Tous les indices à propos de la satisfaction du client dans sa relation avec le bureau ou le Point Poste sont en progression par rapport à ce qui avait été observé par le passé, à l'exception d'un seul qui se trouve au même niveau que celui enregistré dans le passé. Par ailleurs, tous les indices se trouvent à un niveau très élevé.

A noter à nouveau que les indices sont légèrement meilleurs dans les Points Poste que dans les bureaux de poste.

5.3.2. Services clients

bpost a développé des stratégies pour améliorer la rapidité du temps de réponse des centres de contact téléphonique ainsi que la qualité des réponses fournies. Elle a également tenté

¹³ X-%: était très satisfait, satisfait ou plutôt satisfait sur une échelle de 7 points

d'améliorer le traitement et le suivi des plaintes en accordant une attention particulière aux plaintes récurrentes.

Ces mesures peuvent avoir eu une influence sur l'amélioration de satisfaction globale enregistrée, mais bpost n'a communiqué aucune donnée particulière à ce propos.

5.4. Personnel et changements

Le dernier axe de la stratégie d'amélioration du service de bpost était axé sur le personnel, sa formation, son comportement et son engagement à l'égard de l'entreprise. bpost a mené une enquête auprès de tous ses collaborateurs pour évaluer leur bien-être et leur engagement envers l'entreprise.

Les améliorations dans ce domaine contribuent vraisemblablement à l'amélioration du service fourni par bpost.

5.5. Avis de l'IBPT sur le Plan d'action 2012

L'IBPT observe que la nouvelle approche développée par bpost pour améliorer la qualité de son travail semble commencer à porter ses fruits et que, de façon globale, la satisfaction des usagers progresse.

6. PLAN D'ACTION 2013

Pour 2013, bpost estime que les axes d'action établis pour 2012 doivent rester prioritaires. Pour rappel, il s'agit de la voix du client, les produits et processus, les clients, le personnel et changement.

6.1. La voix du client

bpost entend poursuivre ses efforts pour évaluer la satisfaction du client, d'une part, et d'autre part, pour l'améliorer.

6.2. Produits et processus

bpost poursuivra le projet KLARA et maintiendra les priorités sur les problèmes qui concernent les livraisons incorrectes, les envois recommandés, le système « DoMyMove » et les paquets non arrivés à destination.

6.3. Clients

bpost poursuivra la communication interne et externe sur la gestion des jours de pointe ainsi que l'information de la clientèle et la modernisation de ses points de vente. L'entreprise entend également améliorer le traitement des plaintes et poursuivre ses enquêtes pour évaluer la satisfaction des clients immédiatement après une prestation.

6.4. Personnel et changement

bpost souhaite continuer à travailler à l'amélioration de la communication interne et du comportement général de l'agent des postes.

6.5. Nouvelles priorités

À côté de la poursuite des objectifs établis depuis 2012, bpost entend améliorer le domaine de l'envoi et de la distribution des paquets par la mise en place du programme « bpack » et améliorer l'information du public en renforçant la communication sur les produits et les services.

6.6. Avis de l'IBPT

L'IBPT encourage bpost à poursuivre son travail d'amélioration de ses services pour faire progresser la satisfaction de la clientèle. L'approche suivie depuis 2012 semble prometteuse mais s'inscrit dans un travail de longue haleine qui ne produira des résultats durables qu'au fil du temps.

7. CONCLUSION GENERALE

L'IBPT remercie bpost pour sa collaboration dans ce dossier.

Sur la base des informations dont il dispose, l'IBPT constate que des mesures ont été effectuées par bpost pour apprécier le niveau de satisfaction de sa clientèle en 2012 et émet un avis favorable, quant à la réalisation du plan d'amélioration 2012 et aux mesures d'amélioration envisagées pour 2013.

L'IBPT constate que le programme d'amélioration 2012 commence à produire des effets encourageants en matière de satisfaction de la clientèle. Celle-ci progresse notablement par rapport à 2011.

Ainsi, sur les 66 indices de satisfaction enregistrés aussi bien auprès des particuliers que des entreprises, si on considère les cinq dernières années pour les indices « particuliers » et les trois dernières années pour les indices « entreprises » :

- 50 indices sont à la hausse (76%) ;
- 7 indices sont stationnaires (11%) ;
- 9 indices sont à la baisse (13 %).

Le bilan de bpost en matière d'indices de satisfaction peut donc être considéré comme positif.

L'IBPT note que si la clientèle des particuliers est relativement satisfaite, la clientèle des entreprises continue à souhaiter des améliorations significatives.

Il est également à remarquer que les indices de satisfaction concernant les Points Poste sont légèrement meilleurs que ceux relevés à propos des bureaux de poste.

L'IBPT croit dès lors nécessaire d'attirer l'attention de bpost sur les éléments suivants.

Sans doute, l'indice de satisfaction globale en 2012 s'est notablement amélioré par rapport aux chiffres enregistrés en 2011. Pour cet indicateur appliqué aux particuliers sur le long terme, on ne peut cependant parler d'une progression, puisque un résultat comparable à celui de 2012 avait déjà été atteint en 2010. L'IBPT s'interroge aussi, bien qu'il ait marqué son accord dans le passé sur ce point, sur le fait d'utiliser un indice global fondé sur une seule question adressée au panel de personnes interrogées. Ne conviendrait-il pas, certes de maintenir un tel indice, mais aussi d'utiliser un indice composite rassemblant plusieurs valeurs ?

Une réflexion devrait peut-être également être menée sur la pertinence de l'utilisation d'indicateurs de satisfaction afin de déterminer la qualité du service offert. On constate en effet que la satisfaction quant à l'attente aux bureaux de poste a augmenté, alors que les délais d'attente se sont accrus.

L'IBPT suggère également que bpost s'attache prioritairement à améliorer les indices qui régressent ou affichent une valeur inférieure à 75% de satisfaction.

Les indices qui affichent en 2012 une valeur de satisfaction inférieure à une valeur réalisée dans le passé (cinq dernières années pour les indices « particuliers », trois dernières années pour les indices « entreprises ») sont :

- pour les particuliers, la livraison du journal à temps 92% en 2012 contre 93% en 2009 (-1%) ;
- pour les particuliers, le service en cas de perte ou de dommage 69 % en 2012 contre 70% en 2008 (-1%) ;

- pour les particuliers, la facilité à recevoir du courrier recommandé 69% en 2012 contre 70% en 2010 (-1%) ;
- pour les particuliers, le facteur 90% en 2012 contre 92% en 2009 (-2%) ;
- pour les entreprises, la distribution correcte du courrier 80% en 2012 contre 82% en 2011 (-2%) ;
- pour les particuliers, l'exactitude de la livraison au destinataire désigné 92% en 2012 contre 94% en 2009 (-2%) ;
- pour les particuliers, la distribution correcte du courrier 81% en 2012 contre 86% en 2011 (-5%) ;
- pour les entreprises, l'exactitude de la livraison au destinataire désigné 88% en 2012 contre 94% en 2009 (-6%) ;
- pour les particuliers, l'eshop 86% en 2012 contre 93 % en 2011 (-7%).

Comme expliqué sous le point 4.5 , certaines des valeurs reprises ci-dessus peuvent se situer dans la marge d'erreurs accompagnant une analyse statistique.

Néanmoins, de cette liste, il ressort que les indices qui sont en recul semblent principalement concerner la distribution finale du courrier et l'eshop

Les indices qui affichent en 2012 une valeur inférieure à 75% de satisfaction sont :

- pour les entreprises, la facilité à recevoir du courrier recommandé (60 %) ;
- pour les entreprises, le service en cas de perte ou de dommage (67%) ;
- pour les entreprises, l'attente au bureau de poste (68%) ;
- pour les entreprises, le service à la clientèle (69%) ;
- pour les particuliers, le service en cas de perte ou de dommage (69%) ;
- pour les particuliers, la facilité à recevoir du courrier recommandé (69%) ;
- pour les entreprises, l'accessibilité (74%).

bpost devrait dès lors faire un effort particulier à propos de l'indice de satisfaction à propos de la facilité à recevoir du courrier recommandé.

L'IBPT continuera naturellement à suivre de près l'enquête de mesure de la satisfaction de la clientèle, comme le prévoit le contrat de gestion et encourage vivement bpost à poursuivre les efforts entrepris jusqu'à présent.

Charles Cuvelliez
Membre du Conseil

Axel Desmedt
Membre du Conseil

Luc Vanfleteren
Membre du Conseil

Jack Hamande
Président du Conseil