

**INSTITUT BELGE DES SERVICES POSTAUX
ET DES TÉLÉCOMMUNICATIONS**

I B P T

**AVIS DU CONSEIL DE L'IBPT
DU 17 DÉCEMBRE 2018 CONCERNANT LE
PLAN D'AMÉLIORATION 2017 ET LE PLAN D'ACTION 2018 DE BPOST
SUITE À L'ENQUÊTE DE SATISFACTION DE LA CLIENTÈLE 2017**

Version non-confidentielle

Table des matières

1. INTRODUCTION.....	3
2. CADRE JURIDIQUE.....	3
3. MÉTHODE DE MESURE DE LA SATISFACTION DE LA CLIENTÈLE	4
3.1. CARACTÉRISTIQUES DE L'ENQUÊTE DE SATISFACTION DE LA CLIENTÈLE.....	4
3.2. ORGANISATION DE L'ENQUÊTE	4
3.3. ÉCHELLE DE L'ENQUÊTE DE SATISFACTION	5
4. RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE DE SATISFACTION DE LA CLIENTÈLE EN 2017.....	5
4.1. SATISFACTION GÉNÉRALE DE LA CLIENTÈLE.....	5
4.2. SATISFACTION DE LA CLIENTÈLE SUR DES POINTS SPÉCIFIQUES	7
4.2.1. <i>Satisfaction par rapport au temps d'attente aux guichets et dans les points poste.....</i>	<i>7</i>
4.2.2. <i>Satisfaction quant aux heures d'ouverture des bureaux de poste et des points poste en dehors des heures normales de bureau</i>	<i>9</i>
4.2.3. <i>Satisfaction par rapport à l'accessibilité des bureaux de poste/points poste.....</i>	<i>10</i>
4.3. SYNTHÈSE ET CONCLUSION DE L'IBPT	11
5. Rapport concernant l'exécution du plan d'amélioration 2017	12
5.1. LA VOIX DU CLIENT	12
5.2. LES PRODUITS ET PROCESSUS.....	12
5.2.1 <i>Distribution correcte du courrier.....</i>	<i>12</i>
5.2.2 <i>Distribution correcte des colis.....</i>	<i>13</i>
5.2.3 <i>Courrier recommandé.....</i>	<i>14</i>
5.2.4 <i>Le programme « DoMyMove ».....</i>	<i>14</i>
5.3. LES CLIENTS	14
5.3.1 <i>Bureaux de poste.....</i>	<i>14</i>
5.3.2 <i>Services clientèle.....</i>	<i>15</i>
5.4. LE PERSONNEL ET LES CHANGEMENTS	15
5.5. AVIS DE L'IBPT CONCERNANT LE PLAN D'ACTION 2017	15
6. PLAN D'ACTION 2018	16
6.1. LA VOIX DU CLIENT	16
6.2. LES PRODUITS ET PROCESSUS.....	16
6.3. LES CLIENTS	16
6.4. LE PERSONNEL ET LE CHANGEMENT	17
6.5. AVIS DE L'IBPT	17
7. CONCLUSION GÉNÉRALE	17

1. INTRODUCTION

En vertu de l'article 38¹ du sixième contrat de gestion, conclu le 1^{er} septembre 2016, l'IBPT doit chaque année :

- contrôler 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 sur le plan d'action proposé par bpost pour améliorer ses performances dans le futur.

Conformément à l'article 38 du sixième contrat de gestion, conclu le 1^{er} septembre 2016 et entré en vigueur le 1^{er} janvier 2016, l'IBPT doit émettre un avis concernant l'exécution du plan d'action.

Le présent avis de l'IBPT se fonde sur différents documents : les présentations de bpost données à l'IBPT le 19 avril 2018 concernant la satisfaction de la clientèle et le document transmis le 18 juillet 2018 par bpost à l'IBPT, contenant la mesure de la satisfaction en 2017, l'analyse des résultats du plan d'amélioration 2017 et le plan d'amélioration pour 2018.

Le 7 décembre 2018, le Conseil de l'IBPT a approuvé le présent avis et l'a transmis à bpost pour l'indication éventuelle de passages à considérer comme confidentiels.

2. CADRE JURIDIQUE

L'IBPT est chargé par l'article 14, § 1^{er}, 6^o, de la loi du 17 janvier 2003 relative au statut de l'IBPT d'une mission générale de contrôle du respect du sixième contrat de gestion entre l'État et bpost².

Comme rappelé plus haut, l'article 38 du sixième contrat de gestion prévoit spécifiquement :

- le contrôle par l'IBPT de la mesure de la satisfaction de la clientèle de bpost quant à la qualité des missions de service public fournies par bpost et la publication des résultats de cette enquête de satisfaction ;
- un avis de l'IBPT relatif à l'exécution du plan d'amélioration 2017 et du plan d'action 2018.

Conformément à l'article 10.2 du sixième contrat de gestion, le réseau de détail de bpost comprend au moins 1 300 points de service postal.

Conformément à l'article 10.4 du sixième contrat de gestion, bpost garantira une présence postale d'au moins 650 bureaux de poste.

¹ Article 38 du sixième contrat de gestion :

« bpost effectue régulièrement, et au moins une fois par an, sous le contrôle de l'IBPT, une mesure de la satisfaction de la clientèle concernant l'exécution de ses missions de service public. Les résultats de cette mesure sont soumis annuellement à l'IBPT. Cette évaluation comprend, entre autres, la satisfaction du client vis-à-vis des différents points de service postal, par rapport au temps d'attente au guichet, à la proximité, aux heures d'ouverture, à la vitesse du service au guichet.

Tous les ans, bpost soumet à l'État un plan d'action 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 soumet 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 activités qui concernent le petit utilisateur. » Le sixième contrat de gestion (M.B. 12 septembre 2016) est d'application depuis le 1^{er} janvier 2016, et ce, jusqu'au 31 décembre 2020, sauf en ce qui concerne les parties non levées du cinquième contrat de gestion.

² Conformément à l'article 14, § 1^{er}, alinéa 6, de la loi du 17 janvier 2003 relative au statut du régulateur des secteurs des postes et des télécommunications belges : « 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. »

En outre, conformément à l'article 11.2 du sixième contrat de gestion, bpost s'assurera que les bureaux de poste sont ouverts au moins quelques heures par semaine en dehors des heures de bureau également. Les besoins des clients en termes d'heures d'ouverture feront partie de la mesure de la satisfaction de la clientèle prévue à l'article 38.

L'article 13 du sixième contrat de gestion oblige bpost à améliorer l'accessibilité de ses points de service postal (bureaux et points poste) pour les personnes handicapées. Le respect de cette obligation fera partie de l'enquête de satisfaction de la clientèle.

Conformément à l'article 13.1 du sixième contrat de gestion, bpost s'engage à améliorer l'accès aux bureaux de poste pour les moins valides afin de réduire la proportion de bureaux de poste difficilement accessibles à 10 % d'ici 2017.

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

Conformément à l'article 18.2 du sixième contrat de gestion, le temps d'attente avant d'être servi de 80 % à 90 % de la clientèle doit être inférieur à cinq minutes.

3. MÉTHODE DE MESURE DE LA SATISFACTION DE LA CLIENTÈLE

Jusqu'en 2007, l'enquête de satisfaction de la clientèle était réalisée sur la base d'entretiens personnels. Depuis 2008, elle est réalisée sur la base d'entretiens téléphoniques.

Les aspects relatifs à la qualité contenus dans le sixième 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 cinq salariés. Ce sont les résultats obtenus auprès de ces groupes-cibles que l'on trouve dans le rapport de bpost.

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

L'enquête de satisfaction de la clientèle présente les caractéristiques suivantes :

- les entretiens ont été réalisés par un bureau d'étude indépendant (Ipsos) ;
- il s'agit d'une mesure continue d'environ 500 entretiens par mois (en 2016, il s'agissait de 385 entretiens par mois) tant pour les clients résidentiels que les entreprises au sens large ;
- à partir d'un échantillon aléatoire ;
- basée sur des entretiens téléphoniques par des professionnels selon la méthode « CATI » (Computer Assisted Telephone Interview) ;
- le questionnaire a été raccourci en 2017 ;
- la méthodologie a été conservée.

3.2. Organisation de l'enquête

L'enquête mesure la satisfaction de deux groupes-cibles : d'une part, les particuliers (2 400 clients résidentiels interrogés en 2017 ; 760 répondants de plus qu'en 2016) et, d'autre part, les clients non résidentiels au sens large (3 600 clients non résidentiels en 2017 ; 600 répondants de plus qu'en 2016), parmi lesquels 1 200 indépendants, professions libérales et petites entreprises de moins de cinq salariés. Dans la mesure de satisfaction de la clientèle de 2017, il a été tenu compte uniquement des résultats des particuliers, des indépendants, des professions libérales et des petites entreprises.

3.3. Échelle de l'enquête de satisfaction

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

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

Dans le calcul de satisfaction³ de bpost, les clients attribuant un score de 5, 6 ou 7 sont considérés comme des « clients satisfaits ». Donc, les clients qui étaient « plutôt satisfaits » sont également considérés comme des « 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. Le résultat de satisfaction ne correspond en effet pas à la moyenne du score donné par chaque répondant pour chaque aspect du service postal, mais à la part des répondants ayant indiqué être « plutôt satisfaits », « satisfaits » ou « très satisfaits ».

4. RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE DE SATISFACTION DE LA CLIENTÈLE EN 2017

Dans un premier temps, l'on mesure la satisfaction générale de la clientèle. L'on mesure ensuite la satisfaction plus spécifique de la clientèle (concernant le temps d'attente, les heures d'ouverture et l'accessibilité).

4.1. Satisfaction générale de la clientèle

La satisfaction est mesurée de façon globale selon un certain nombre de thèmes précis :

- la satisfaction générale ;
- l'envoi de courrier en Belgique ;
- le facteur ;
- l'envoi de colis en Belgique ;
- l'envoi de colis à l'étranger ;
- la livraison du journal à temps ;
- la communication d'informations ;
- le bureau de poste ;
- le point poste.

Le présent document utilise des codes de couleur pour les scores de satisfaction afin de maximiser la lisibilité. Les codes de couleur ont été attribués à l'aide des critères suivants :

Scores	Code de couleur
90 à 100	
80 à 89	
70 à 79	
60 à 69	
50 à 59	

³ La satisfaction se compose de la part de clients ayant indiqué être plutôt satisfaits, satisfaits ou très satisfaits. Il ne s'agit donc pas d'une moyenne arithmétique calculée sur la base des scores de répondants.

TABLEAU 1 : ENQUÊTE DE SATISFACTION GÉNÉRALE

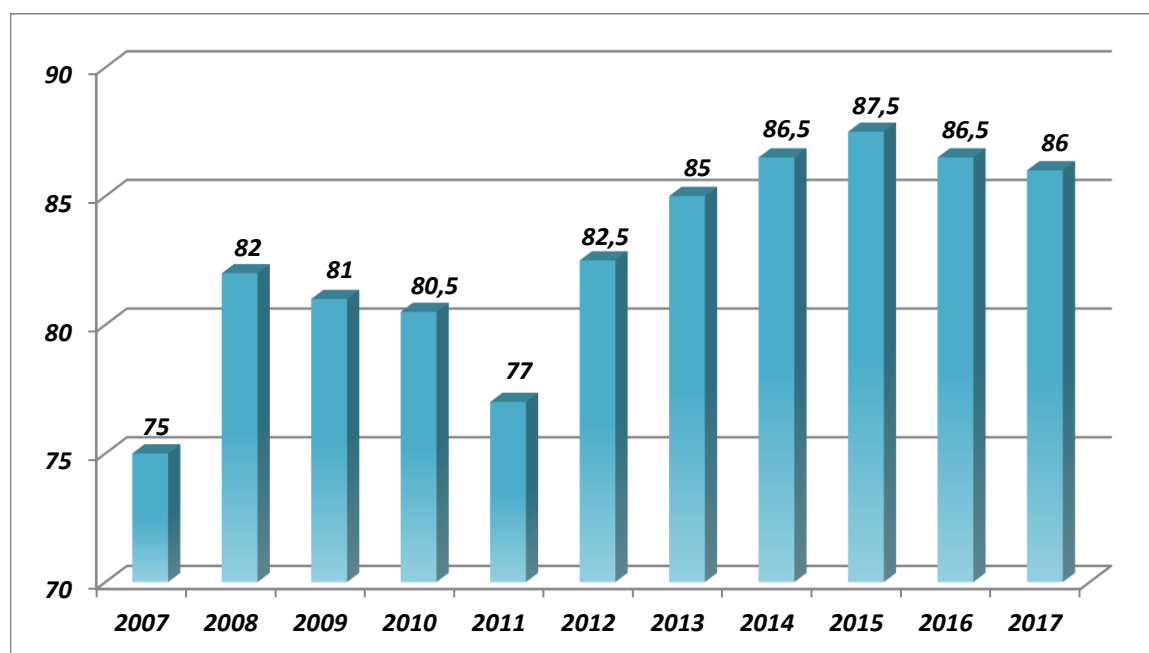
	Particuliers											Entreprises						
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
% satisfaction (score 5-7)																		
Satisfaction globale	75	82	81	83	78	83	86	88	90	88	88	76	82	84	85	85	85	84
L'envoi de courrier en Belgique	84	86	87	88	86	90	91	93	93	92	91	81	90	91	92	92	91	92
Le facteur	93	90	92	91	88	90	92	89	90	90	89	83	88	90	86	86	88	85
L'envoi de colis en Belgique	83	93	85	84	87	93	93	95	94	96	94	88	88	92	93	93	95	95
L'envoi de colis à l'étranger	76	77	79	72	81	87	84	86	87	92	86	77	81	81	87	89	90	89
La livraison du journal à temps	94	89	93	92	90	92	95	95	95	93	93	88	92	93	92	94	88	92
La communication d'informations	80	79	83	84	86	86	88	89	90	90	83	80	81	87	88	89	90	85
Le bureau de poste	88	84	84	87	87	90	94	91	92	92	92	79	87	89	86	86	88	89
Le point poste	90	86	87	89	90	94	94	93	92	92	91	86	90	91	81	87	90	93

Comme l'indique le tableau ci-dessus, nous constatons que la satisfaction générale, tant des particuliers que des entreprises, se situe environ au même niveau que l'année passée. Dans l'ensemble, les chiffres de 2015, de 2016 et de 2017 sont assez proches.

Il y a une diminution sensible de la satisfaction concernant la communication d'informations tant chez la clientèle résidentielle que chez les entreprises. Il y a également une diminution sensible de la satisfaction concernant l'envoi de colis à l'étranger chez les particuliers.

L'évolution de la satisfaction générale de la clientèle de bpost sur onze ans est illustrée dans le graphique 1. Entre 2003 et 2010, la satisfaction générale de la clientèle (en %) correspondait à l'indice de satisfaction des clients résidentiels, la mesure n'étant pas d'application pour les entreprises. Depuis 2010, la satisfaction générale de la clientèle (en %) correspond à la moyenne (50/50) de l'indice de satisfaction des clients résidentiels et de celui des clients non résidentiels faisant l'objet du présent rapport, à savoir les indépendants, les professions libérales et les entreprises de moins de cinq salariés.

FIGURE 1 : ÉVOLUTION DE LA SATISFACTION GÉNÉRALE DE LA CLIENTÈLE (EN %) DEPUIS 2007



La satisfaction générale de la clientèle a atteint son plus grand score en 2015. En 2016 et 2017, l'on observe systématiquement une légère baisse. Lorsque l'on prend en considération les trois dernières années, la satisfaction générale de la clientèle de bpost se stabilise.

4.2. Satisfaction de la clientèle sur des points spécifiques

Pour les points spécifiques (les heures d'ouverture des bureaux de poste, l'accessibilité aux personnes handicapées et le temps d'attente aux guichets) indiqués aux articles 11, 13 et 18 du sixième contrat de gestion, cette enquête générale a mesuré les éléments suivants :

- le temps d'attente aux guichets et dans les points poste (voir point 4.2.1) ;
- les heures d'ouverture des bureaux de poste et des points poste en dehors des heures normales de bureau (voir point 4.2.2) ;
- l'accessibilité des bureaux de poste et des points poste notamment aux personnes handicapées (voir point 4.2.3).

4.2.1. Satisfaction par rapport au temps d'attente aux guichets et dans les points poste

En ce qui concerne le temps d'attente aux guichets dans les bureaux de poste, le taux de satisfaction des particuliers diminue de 4 points de pourcentage par rapport à 2016. Pour les entreprises, il augmente de 76 % à 78 %.

En ce qui concerne le temps d'attente dans les points poste, on note une amélioration de 6 points de pourcentage pour atteindre 90 % pour les entreprises et un score de 87 % pour les particuliers.

De manière générale, l'on peut conclure que la satisfaction globale a augmenté, sauf en ce qui concerne le temps d'attente dans les bureaux de poste chez les particuliers.

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

	Particuliers											Entreprises						
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
% satisfaction (score 5-7) ⁴																		
Temps d'attente avant d'être servi au bureau de poste	66	62	65	71	72	83	81	82	81	85	81	61	68	72	77	78	76	78
Temps d'attente avant d'être servi au point poste	72	76	75	78	78	86	89	88	85	86	87	75	79	84	81	83	84	90

Afin de diminuer le temps d'attente aux guichets, bpost a introduit en 2011 un système de mesure spécifique appelé « Waiting Queue » qui lui permet de mesurer les temps d'attente via un système de tickets. [CONFIDENTIEL]

Le tableau 3 reprend les résultats des mesures internes de bpost. Les résultats de bpost indiquent que dans 85,2 % des cas, les clients doivent attendre moins de 5 minutes, tandis que dans plus de 4,7 % des cas, les clients doivent attendre plus de 10 minutes. Les temps d'attente moyens dans les bureaux de poste se sont améliorés en 2017 pour les trois catégories différentes mesurées.

⁴ X-% : était très satisfait, satisfait ou plutôt satisfait sur une échelle de 7 points

TABLEAU 3 : TEMPS D'ATTENTE AUX GUICHETS POSTAUX⁵

	Temps d'attente moyen dans le bureau de poste								
	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Le temps d'attente est inférieur à 5 minutes	77 %	82 %	84,3 %	83,5 %	84,4 %	85,8 %	85,4 %	82,4 %	85,2 %
Le temps d'attente se situe entre 5 et 10 minutes	13 %	12 %	10,3 %	10,7 %	10,3 %	9,8 %	10,4 %	11,2 %	10,1 %
Le temps d'attente est supérieur à 10 minutes	10 %	6 %	5,4 %	5,9 %	5,3 %	4,4 %	4,2 %	6,4 %	4,7 %

4.2.2. Satisfaction quant aux heures d'ouverture des bureaux de poste et des points poste en dehors des heures normales de bureau

La satisfaction des particuliers concernant les heures d'ouverture dans les bureaux de poste et les points poste a baissé tandis que celle de la clientèle professionnelle a augmenté en 2017.

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

	Particuliers											Entreprises						
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
% satisfaction (score 5-7) ⁶																		
Heures d'ouverture des bureaux de poste	68	76	76	78	76	79	79	78	77	77	73	70	76	75	73	77	73	75
Heures d'ouverture des points poste	95	90	88	87	90	90	92	90	85	88	87	92	90	94	83	92	88	90

Le tableau 5 montre 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 ».

⁵ Source bpost (données non vérifiées)

⁶ X-% : était très satisfait, satisfait ou plutôt satisfait sur une échelle de 7 points

TABLEAU 5 : NOMBRE TOTAL DE POINTS DE VENTE ET HEURES D'OUVERTURE⁷

	Nombre de points de service postal et heures d'ouverture de ceux-ci											
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	% Δ depuis 2016
Nombre total de points de service postal	1363	1351	1403	1394	1375	1340	1353	1344	1342	1337	1336	-0,07 %
Heures d'ouverture par semaine (total)	58286	64367	70482	69102	67500	65295	65417	65877	65478	63310	63953	+1,00 %
Nombre moyen d'heures d'ouverture par semaine	42,8	47,6	50,2	49,6	49,1	48,8	48,4	48,9	48,6	47,2	47,7	+1,04 %
Nombre de points de service postal ouverts après 17h	906	941	981	985	899	869	901	898	1328	1315	1316	+0,07 %
Nombre de points de service postal ouverts le samedi	976	1094	1212	1189	1162	1134	1143	1145	1142	1199	1200	+0,08 %

Le réseau de détail de bpost est constitué de « points de service postal » qui peuvent être un bureau de poste, une halte postale ou un magasin postal. Sur la base du tableau ci-dessus, l'on peut constater que le nombre de points de service postal a légèrement diminué depuis 2007.

En outre, il convient de souligner que la plupart des points de service postal en 2007 étaient des bureaux de poste, alors qu'aujourd'hui environ la moitié d'entre eux sont des points poste.⁸ En 2017, 98 % des points de service postal étaient ouverts après 17h (contre 67 % en 2014) et 90 % étaient ouverts le samedi.

Tant le nombre d'heures d'ouverture par semaine que le nombre moyen d'heures d'ouverture par semaine des points de service postal a augmenté de 1 % en 2017.

4.2.3. Satisfaction par rapport à l'accessibilité des bureaux de poste/points poste

La satisfaction en matière d'accessibilité des bureaux de poste, notamment aux personnes handicapées, n'a quasiment pas augmenté pour la clientèle résidentielle et est restée inchangée pour les entreprises.

La satisfaction concernant la proximité des bureaux de poste et des points poste a augmenté en 2017, sauf pour les particuliers en ce qui concerne la proximité des bureaux de poste.

⁷ Source bpost (données non vérifiées)

⁸ Voir pour ce faire également le tableau 7.

TABLEAU 6 : ACCESSIBILITÉ DES BUREAUX DE POSTE/POINTS POSTE

	Particuliers											Entreprises						
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
% satisfaction (score 5-7) ⁹																		
Accessibilité (notamment aux personnes handicapées)	72	73	70	77	75	76	79	78	77	80	81	70	74	82	71	79	78	78
La proximité d'un bureau de poste	76	78	76	79	80	83	83	85	84	87	86	75	80	84	76	80	83	84
La proximité d'un point poste	67	82	82	83	84	88	89	90	90	90	92	81	89	95	81	83	89	93

Les détails concernant le nombre de « points de service postal » ainsi que la répartition en nombre de bureaux de poste et de points poste figurent dans le tableau ci-après. En 2017, le nombre de points poste a diminué de 1 unité et le nombre de bureaux de poste est resté stable par rapport à 2016.

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

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Bureaux de poste	1.014	796	716	690	676	670	669	669	664	662	662
Points poste	349	555	687	704	699	670	674	675	678	675	674

4.3. Synthèse et conclusion de l'IBPT

Conformément aux dispositions de l'article 38, et des articles 11.2, 13 et 18 du sixième contrat de gestion, l'IBPT constate que bpost a bien procédé en 2017 à la mesure de quatre indices de satisfaction, à savoir un indice de satisfaction générale, un indice concernant le temps d'attente aux guichets, un indice pour les heures d'ouverture des bureaux et des points poste et un indice concernant l'accessibilité des bureaux et points poste pour les personnes handicapées.

Les résultats de la mesure de la satisfaction générale de la clientèle de 2017 réalisée par bpost correspondent en grande partie aux résultats de 2016.

L'IBPT conclut que les temps d'attente aux guichets dans les bureaux de poste se sont améliorés pour les trois catégories différentes de temps d'attente mesurés. Les temps d'attente inférieur à 5 minutes s'est amélioré de 2,8 points de pourcentage en 2017. Concernant le temps d'attente aux guichets dans les bureaux de poste, le taux de satisfaction des particuliers a diminué de 4 points de pourcentage. La satisfaction concernant le temps d'attente pour être servi dans les points poste s'est améliorée. La satisfaction concernant les heures d'ouverture des points poste tant chez les particuliers (en moyenne environ 10 points de pourcentage de plus) que chez les entreprises (en moyenne environ 15 points de pourcentage de plus) est systématiquement

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

beaucoup plus élevée que la satisfaction concernant les heures d'ouverture des bureaux de poste pour la période de 2011 à 2017.

Le nombre d'heures d'ouverture par semaine a augmenté de 1 % en 2017.

5. Rapport concernant l'exécution du plan d'amélioration 2017

Depuis 2012, bpost a décidé de restructurer son approche afin d'améliorer la satisfaction générale du consommateur. Cette restructuration se fait depuis lors selon quatre axes :

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

L'évaluation par l'IBPT de l'exécution du plan d'amélioration 2017 est reprise ci-après.

5.1. La voix du client

La voix du client est relevée via différents canaux : via la mesure de la satisfaction générale, via les différents centres de contact et via les médias sociaux.

La direction de bpost a été informée en 2017 de la voix du client via les différents canaux. Tous les collaborateurs de bpost ont été informés de la satisfaction du client. La rémunération variable de tous les collaborateurs est liée à la satisfaction du client.

Les premiers résultats montrent une stabilisation de la satisfaction générale de la clientèle en 2017, qui reste à 88 % pour les particuliers, et diminue de 85 % à 84 % pour la clientèle professionnelle.

5.2. Les produits et processus

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

- la livraison correcte ;
- la distribution correcte des colis ;
- le courrier recommandé ;
- le service de déménagement, qui organise le suivi du courrier d'une personne qui déménage à sa nouvelle adresse.

5.2.1 Distribution correcte du courrier

L'outil Klara permet le suivi des plaintes concernant la distribution en particulier. Les plaintes individuelles peuvent être attribuées au facteur concerné qui reçoit un feedback à ce sujet.

TABEAU 8 : SATISFACTION EN MATIÈRE DE QUALITÉ DE LA DISTRIBUTION

	Particuliers											Entreprises						
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
% satisfaction (score 5-7) ¹⁰																		
Distribution correcte par le facteur	82	82	84	86	82	81	83	85	84	85	85	78	80	76	85	81	82	83
Réception des journaux et périodiques	94	89	93	92	90	92	95	95	95	93	93	88	92	93	92	94	88	92

Les résultats en matière de satisfaction des particuliers restent stables et ceux des entreprises s'améliorent en 2017.

5.2.2 Distribution correcte des colis

Le taux de satisfaction concernant les colis est de 94 % pour les particuliers et de 95 % pour les entreprises en ce qui concerne les colis domestiques. Le taux de satisfaction pour l'envoi de colis à l'étranger est de 86 % pour les particuliers et de 89 % pour les entreprises.

En 2017, le site Internet Track and Trace a été adapté. Un projet pilote a également été lancé pour livrer des colis en fonction des préférences du destinataire. L'outil en ligne pour les étiquettes de colis a été adapté pour augmenter la facilité d'utilisation. Le test de livraison en soirée et le dimanche pour un nombre limité de clients a été poursuivi.

¹⁰ X-% : était très satisfait, satisfait ou plutôt satisfait sur une échelle de 7 points

5.2.3 Courrier recommandé

En 2017, le « Quickstamp » a été lancé dans son entièreté. Ce dernier permet aux petits clients professionnels d'envoyer rapidement et facilement des envois sans devoir se rendre au bureau de poste. Le processus de renouvellement de la carte de procuration a été simplifié en 2017 et un passage par le bureau de poste n'est plus nécessaire.

TABLEAU 9 : SATISFACTION CONCERNANT LE COURRIER RECOMMANDÉ

	Particuliers											Entreprises						
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
% satisfaction (score 5-7) ¹¹																		
La facilité de recevoir des envois recommandés	68	69	69	70	68	69	72	72	74	75	77	60	60	64	68	71	72	72
La facilité d'envoyer des envois recommandés	79	80	81	83	83	84	85	88	88	89	88	78	79	82	86	86	86	88

Dans son ensemble, le taux de satisfaction globale s'est légèrement amélioré en 2017.

5.2.4 Le programme « DoMyMove »

La plateforme en ligne a été améliorée en 2017. La brochure d'information a été rendue plus claire et l'étude transactionnelle visant à déterminer dans quelle mesure les clients sont satisfaits du processus et du service a été poursuivie.

5.3. Les clients

En 2017, l'attention s'est portée sur le réseau des bureaux de poste, le service clientèle et les informations.

5.3.1 Bureaux de poste

En 2017, une attention particulière a été accordée à l'expérience des clients dans le réseau des bureaux de poste. L'accent a également été mis sur la structure standard d'accueil et de communication. Ce principe a été étendu pour la première fois aux points poste en 2017. Dans 44 bureaux, des guichets professionnels ont été ajoutés pour les petits clients professionnels. Les collaborateurs postaux ont été formés pour fournir des prestations de services améliorées. L'amélioration de l'organisation des bureaux a été poursuivie. Les heures d'ouverture ont été adaptées en évaluant le nombre de visiteurs par bureau. Le service a été amélioré grâce au système « inline ». En 2017, 45 % des bureaux disposaient du système inline. En 2017, 5 000 visites « mystery shopping » ont été effectuées dans des bureaux de poste et des points poste

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

avec une attention accrue pour les transactions concernant les colis. L'accessibilité du réseau pour les personnes moins valides en 2017 était de 89 %.

5.3.2 Services clientèle

Dans le cadre des modifications apportées au questionnaire, les questions sur le traitement des plaintes et le service clientèle n'ont plus été incluses en 2017 en raison d'un échantillon trop petit. Après chaque contact avec le client, ce dernier a toujours la possibilité de donner son avis. Le processus de traitement des plaintes de divers produits et services a été analysé. L'objectif est d'améliorer la communication et le service. Le menu téléphonique à options pour les particuliers a été raccourci et son contenu a été revu. Un projet a été mis en place pour enregistrer les conversations entre les collaborateurs de bpost et le client et les utiliser à des fins de coaching. Les résultats de l'étude transactionnelle montrent une évolution positive de la satisfaction des clients en ce qui concerne les contacts téléphoniques avec le service clientèle en 2017. Les formulaires en ligne permettant aux particuliers de déposer une plainte ont été clarifiés. Un traitement séparé est appliqué en permanence pour les plaintes sensibles. Il existe une équipe spéciale pour les questions ou les plaintes qui sont communiquées via les médias sociaux.

5.3.3 Informations

Le site Internet a continué à être amélioré en 2017. Une page Internet spécifique a été créée pour les petits clients professionnels afin qu'ils puissent mieux trouver les informations spécifiques qui les concernent.

La satisfaction à l'égard de la communication d'informations a considérablement diminué en 2017. La diminution a été respectivement de 7 points de pourcentage pour les particuliers et de 5 points de pourcentage pour les entreprises.

5.4. Le personnel et les changements

En 2017, différentes campagnes de communication internes ont été menées pour maintenir l'accent sur l'orientation client.

5.5. Avis de l'IBPT concernant le Plan d'action 2017

L'IBPT constate que l'approche développée par bpost en 2012 pour améliorer la qualité de son travail a conduit à des améliorations. Divers aspects de l'enquête de satisfaction de la clientèle ont été améliorés ou stabilisés à un niveau plus élevé ces dernières années, à savoir : l'envoi de courrier en Belgique, le facteur pour les particuliers, l'envoi de colis en Belgique, la livraison de journaux à temps pour les particuliers, le bureau de poste, le point poste. bpost peut encore progresser sur certains points mentionnés dans la conclusion générale (point 7).

Les mesures internes de bpost indiquent que l'accessibilité des bureaux de poste pour les personnes moins valides a atteint 89 % à la fin de 2017. Conformément à l'article 13.1 (a) du sixième contrat de gestion, bpost s'engage à améliorer l'accès aux bureaux de poste pour les moins valides afin de réduire la proportion de bureaux de poste difficilement accessibles à 10 % d'ici 2017. L'objectif du sixième contrat de gestion concernant l'accessibilité pour les moins valides pour 2017 n'a tout juste pas été atteint.

6. PLAN D'ACTION 2018

Pour 2018, le plan d'action de bpost est axé sur la voix du client, les produits et processus, les clients, le personnel et l'engagement. bpost souhaite maintenir les résultats obtenus ces dernières années.

6.1. La voix du client

bpost est à l'écoute des clients à travers différents canaux, à savoir : les mesures de satisfaction, les demandes d'informations des clients, les plaintes et les médias sociaux. Des adaptations ont été apportées en 2017 à l'enquête de satisfaction, à la suite de quoi une attention particulière est accordée à la mesure dans laquelle les clients ont eu une expérience positive ou négative avec bpost. Ces données seront analysées en 2018.

6.2. Les produits et processus

Le processus KLARA continuera d'être utilisé en 2018. En 2018, le processus de transmission de la plainte du centre de contact au facteur sera analysé dans le but d'adapter et de réduire ce flux dans les années à venir.

Pour les colis, bpost prévoit les initiatives suivantes :

- la prestation de services concernant les préférences de livraison sera déployée à l'échelle nationale ;
- la plate-forme en ligne de création d'étiquettes de colis avec une offre internationale sera déployée de manière à permettre la création d'étiquettes pour 220 pays supplémentaires ;
- le site Internet Track and Trace pour le suivi des colis sera adapté de manière à pouvoir suivre la progression du colis ;
- un projet en matière de fourniture d'informations aux clients avec des détails supplémentaires sur le jour et l'heure de livraison attendus ;
- l'étiquette de colis peut être choisie et complétée sans devoir d'abord faire la file ;
- l'étiquette d'un ticket de retour peut être imprimée au bureau de poste au moyen d'un smartphone.

Le processus de réception d'un envoi recommandé au bureau de poste est simplifié en 2018. Un permis de conduire pourra, par exemple, être accepté comme preuve d'identité.

Le processus contractuel du service de déménagement sera étudié en vue d'éventuelles améliorations.

6.3. Les clients

Les guichetiers germanophones appliqueront le principe de service orienté client qui existe déjà en néerlandais et français. Un projet pilote visant à mesurer la satisfaction transactionnelle après chaque passage au bureau de poste est en outre mis en place. Des « drop boxes » supplémentaires sont également installées dans les bureaux pour un dépôt rapide des colis affranchis. Les heures d'ouverture sont examinées plus avant et des adaptations sont possibles. Une carte avantage pouvant être utilisée dans les bureaux de poste et en ligne est en outre délivrée aux petits clients professionnels.

La mise en place et le suivi du principe de service orienté client dans les points poste font l'objet d'un suivi via des rapports détaillés et des adaptations. La gestion des flux de clients est améliorée dans les points poste.

La communication au client concernant le produit et les prestations du service clientèle sont améliorées. Le menu téléphonique à options est amélioré de manière à ce que les clients obtiennent plus rapidement et de manière plus satisfaisante des réponses à leurs questions. Les formulaires en ligne pour les entreprises sont rendus plus conviviaux. Une toute nouvelle formation est prévue pour les collaborateurs qui ont des contacts téléphoniques avec le client. Une analyse est réalisée afin d'accélérer le flux des plaintes concernant le facteur.

Le site Internet, les brochures et les canaux d'information continuent enfin d'être améliorés.

6.4. Le personnel et le changement

Diverses communications internes sont prévues pour maintenir l'accent sur l'orientation client. L'index des clients est maintenu et ses objectifs ont une incidence sur la rémunération variable de tous les collaborateurs.

6.5. Avis de l'IBPT

L'IBPT encourage bpost à continuer d'améliorer ses services afin de maintenir ou d'accroître la satisfaction de la clientèle.

7. CONCLUSION GÉNÉRALE

Sur la base des informations dont il dispose, l'IBPT constate que des mesures ont été effectuées par bpost pour évaluer le niveau de satisfaction de sa clientèle en 2017 et émet un avis favorable quant à la réalisation du plan d'action 2017 et aux mesures d'amélioration envisagées pour 2018.

Selon bpost, il ressort de la mesure de la satisfaction de la clientèle de 2017 réalisée par bpost que la satisfaction de la clientèle en 2017 est restée dans les grandes lignes identique à celle de 2016. Il n'y a pas de grandes évolutions par rapport à 2016.

Selon bpost, la part de clients satisfaits est restée stable par rapport aux années précédentes.

Selon bpost, les éléments suivants méritent enfin une attention particulière :

- les informations communiquées de manière générale ;
- le courrier international ;
- la réception d'envois recommandés chez les clients professionnels ;
- les heures d'ouverture des bureaux de poste chez les clients résidentiels.

L'IBPT constate que la conclusion globale de bpost concernant la mesure de la satisfaction de la clientèle de 2017 est que la satisfaction générale des clients est restée stable par rapport aux années précédentes.

Conformément à l'article 38.1 du sixième contrat de gestion entre l'État et bpost, l'IBPT a effectué un contrôle concernant la méthodologie de la mesure de la satisfaction de la clientèle de bpost. Les points en suspens de ce contrôle continueront d'être suivis et surveillés en 2019.

L'IBPT suggère à bpost d'améliorer prioritairement les indices affichant un score inférieur à 80 %, à savoir :

pour la clientèle professionnelle :

- la réception d'envois recommandés (72 %)
- le temps d'attente pour être servi dans le bureau de poste (78 %)
- les heures d'ouverture des bureaux de poste (75 %)
- l'accessibilité (notamment aux personnes handicapées) (78 %)

pour la clientèle résidentielle :

- la réception d'envois recommandés (77 %)
- les heures d'ouverture des bureaux de poste (73 %)

Axel Desmedt
Membre du Conseil

Jack Hamande
Membre du Conseil

Luc Vanfleteren
Membre du Conseil

Michel Van Bellinghen
Président du Conseil