Institut belge des services postaux
et des télécommunications

Communication du Conseil de l'IBPT du 17 novembre 2026 concernant l'observatoire du marché des activités postales en Belgique pour 2025

Institut belge des services postaux et des télécommunications
Boulevard du Roi Albert II 32 bte 10 | 1000 Bruxelles
T +32 2 226 88 88 | **www.ibpt.be**

Table des matières

1. Synthèse 5
2. Évolution trimestrielle 7
3. Portée de l'observatoire et structure du marché postal en Belgique 9
   3.1. Structure du marché postal belge 9
   3.2. Opérateurs interrogés dans le cadre de l'observatoire 10
4. Description du marché belge pour la fourniture de services postaux de 2010 à 2025 16
   4.1. Aperçu général du marché postal 16
      4.1.1. Revenus 16
      4.1.2. Concentration du marché 18
      4.1.3. Importance des segments 20
   4.2. Focus sur le segment de la poste aux lettres 21
      4.2.1. Aperçu général 21
      4.2.2. Courrier transactionnel 23
      4.2.3. Courrier publicitaire adressé 33
      4.2.4. Courrier international 34
   4.3. Focus sur le segment des colis et des envois express et sur l'e-commerce 38
      4.3.1. Volume 40
      4.3.2. Revenus 45
      4.3.3. Parts de marché 46
      4.3.4. Tarif implicite 48
      4.3.5. Tarifs pour les petits utilisateurs 49
   4.4. Focus sur le segment de la distribution de la presse aux abonnés 51
      4.4.1. Volume 51
      4.4.2. Revenus 52
5. Investissements et emploi dans les activités postales 54
   5.1. Investissements dans le secteur postal 54
   5.2. Emploi dans le secteur postal 55
6. Accès aux services postaux 58
   6.1. Aperçu sectoriel 58
      6.1.1. Boîtes aux lettres pour l'expédition 58
      6.1.2. Points pourvus en personnel 59
      6.1.3. Distributeurs automatiques de colis 60
   6.2. Prestataire du service universel postal (PSUP) 63
      6.2.1. Points d'accès aux services postaux 63
      6.2.2. Points de service postal 64
7. Qualité des services & empreinte écologique 67
   7.1. Satisfaction des utilisateurs de services postaux 67
   7.2. Délais d'acheminement des envois de correspondance 68
   7.3. Empreinte écologique 69

Liste des figures

Figure 1. Comparaison de l'évolution des volumes par trimestre entre 2019 et 2025 (YoY) 8
Figure 2. Segmentation des activités postales considérées dans le cadre de l'observatoire 9
Figure 3. Domaines géographiques au sein desquels les titulaires de licence pour la poste aux lettres sont actifs (2026) 14
Figure 4. Les principaux acteurs sur le marché belge pour la fourniture de services postaux (en 2026) 15
Figure 5. Évolution des revenus du secteur postal sur la période 2000-2025 (en millions d'euros) 17
Figure 6. Parts de marché sur la base du chiffre d'affaires dans le secteur postal belge en 2025 (%) 18
Figure 7. Concentration horizontale sur la base du chiffre d'affaires au moyen des indices HHI et C4 19
Figure 8. Concentration horizontale sur la base des volumes au moyen des indices HH et C4 19
Figure 9. Part des différents segments dans le chiffre d'affaires total du secteur postal en 2010 par rapport à 2025 (%) 20
Figure 10. Volume de courrier par habitant (N) 21
Figure 11. Volume des envois de correspondance (%) 22
Figure 12. Revenus du segment des envois de correspondance (en millions d'euros) 22
Figure 13. Évolution des volumes de courrier transactionnel 23
Figure 14. Répartition des volumes de courrier transactionnel (%) (2025) 24
Figure 15. Évolution des volumes d'envois recommandés depuis 2010 (croissance cumulée) 25
Figure 16. Évolution des volumes de courrier administratif depuis 2010 (croissance cumulée) 25
Figure 17. Répartition des volumes de courrier transactionnel entre envois égrenés et envois en nombre (%) (2010, 2024, 2025) 26
Figure 18. Évolution des revenus pour le courrier transactionnel depuis 2010 (croissance cumulée) (%) 27
Figure 19. Répartition des revenus pour le courrier transactionnel (%) (2010, 2024, 2025) 28
Figure 20. Prix du service pour le timbre domestique prior et non prior (à l'unité) < 50 g (€) 29
Figure 21. Prix du service lettre domestique standard en Europe (€) (tarifs mentionnés de 2026) 30
Figure 22. Prix exprimés en parité du pouvoir d'achat (PPA) du service lettre domestique standard en Europe (€) (Tarifs mentionnés de 2026) 32
Figure 23. Évolution des volumes de publicité 33
Figure 24. Évolution des revenus de publicité (millions d'euros) 34
Figure 25. Évolution des volumes de courrier international 35
Figure 26. Évolution des revenus provenant du courrier international (millions d'euros) 36
Figure 27. Prix du service lettre standard intra-européen en Europe (en valeur nominale) (€) (Tarifs mentionnés de 2026) 37
Figure 28. Ratio entre colis et envois express en termes de volume et de chiffre d'affaires (2025) 38
Figure 29. Rapport B2X, C2X et retours en termes de volume et de chiffre d'affaires (2025) 39
Figure 30. Ratio de distribution à l'adresse, au point postal pourvu en personnel et au distributeur automatique de colis (2025) 40
Figure 31. Évolution du volume de services express et de colis au total (en millions d'unités) et par habitant (par unité) par an 41
Figure 32. Répartition du volume de services express et de colis par envois domestiques, internationaux sortants et internationaux entrants (2025) 42

Figure 33. Comparaison de l'évolution des volumes trimestriels nationaux, internationaux sortants et internationaux entrants entre 2019 et 2025 (YoY) 43
Figure 34. Répartition des colis et envois express entrants (inbound) selon les dix premiers pays (2025) 44
Figure 35. Répartition des colis et envois express sortants (outbound) selon les dix premiers pays (2025) 45
Figure 36. Évolution du chiffre d'affaires dans le segment des services express et des colis (millions d'euros) et par habitant (euros) par an 45
Figure 37. Parts de marché sur la base du chiffre d'affaires dans le segment des colis et des envois express (2025) (%) 46
Figure 38. Parts de marché sur la base du volume dans le segment des envois express et des colis (2025) (%) .. 47
Figure 39. Parts de marché sur la base du volume dans le segment des envois express et des colis intérieurs et internationaux entrants (2025) (%) 48
Figure 40. Tarif implicite dans le segment des envois express et des colis (2010-2025) (€) 49
Figure 41. Tarifs pour l'envoi d'un colis national de 2 kg (2026, en euros) 50
Figure 42. Tarifs pour un colis de 2 kg vers les Pays-Bas (2026, en euros) 50
Figure 43. Évolution des volumes sur le segment de la distribution de la presse aux abonnés (en millions d'unités) 52
Figure 44. Évolution des revenus sur le segment de la distribution de la presse aux abonnés (en millions d'euros, ruptures de série en 2024 et 2025) 53
Figure 45. Investissements dans le secteur postal (en millions d'euros) 54
Figure 46. Investissements par rapport au chiffre d'affaires dans le secteur postal (%) 55
Figure 47. Emploi salarié dans le secteur postal (N, ETP) 56
Figure 48. Part du secteur postal dans l'emploi total (%) 57
Figure 49. Nombre moyen d'articles postaux par jour civil par ETP dans le secteur postal (N) 57
Figure 50. Densité du réseau de boîtes aux lettres (de bpost) pour l'envoi (2025) 59
Figure 51. Densité du réseau de points pourvus en personnel - sans les points (de quartier) de Vinted Go (2025)
Figure 52. Évolution du nombre de distributeurs automatiques de colis en Belgique (2018-2025) 62
Figure 53. Densité du réseau de distributeurs automatiques de colis (2025, encore sans Vinted Go) 62
Figure 54. Nombre de points d'accès dans le cadre de la prestation du service universel 64
Figure 55. Nombre de points de service postal (PSUP uniquement) 65
Figure 56. Population moyenne (N) et superficie moyenne (km²) desservies par point de service postal (PSUP uniquement) 65
Figure 57. Répartition des points de service postal en 2025 (PSUP uniquement) 66
Figure 58. Nombre de plaintes recevables introduites au service de médiation par objet (2017-2025) 67
Figure 59. Pourcentage de lettres prior et d'envois recommandés délivrés en J+1 et en J+3 (PSUP uniquement) 69

1. Synthèse

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

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

3. Cette édition, qui couvre une série chronologique allant de 2010 à 2025, reprend les indicateurs publiés dans l'édition précédente et met davantage l'accent sur le segment clé des colis et envois express. Les impacts importants ces dernières années sur le secteur postal, non seulement de la pandémie mais aussi de l'inflation qui a suivi, ont été analysés dans les éditions précédentes de l'observatoire. Après deux années consécutives de croissance à deux chiffres, à savoir 10,4 % en 2021 et 16,4 % en 2020, ainsi qu'une année avec une croissance bien plus limitée, à savoir 0,6 % en 2022, la croissance du marché postal repart sur de belles bases, avec 4,1 % en 2023, 2,7 % en 2024 et 3,8 % en 2025. Elle atteint ainsi 3,865 milliards d'euros. Cette croissance reste bien sûr attribuable au segment des colis et de l'express, qui prend de l'ampleur sur le marché postal en raison de l'essor de l'e-commerce. Cependant, avec la fin de la concession presse en juillet 2024, les revenus du segment de la presse ont augmenté – en raison des augmentations tarifaires après la suppression de la compensation par le gouvernement -, ce qui a également contribué à la croissance que l'on a connue en 2025.

4. Malgré une diminution de la concentration, le marché postal belge reste fortement concentré en 2025. Bpost, qui est active dans tous les segments postaux, enregistre toutefois pour la première fois une part de marché inférieure à 50 %, principalement due à la diminution continue de l'importance du segment des lettres. Ce chiffre était en effet en baisse depuis 2010, année où bpost détenait encore plus de 70 % des parts. En termes de chiffre d'affaires, les quatre prestataires principaux (bpost, UPS, DPD et GLS) possèdent ensemble une part de marché encore élevée de 73,5 %. En 2010, cette part de marché s'élevait à 92 %.

5. Le segment des colis et des envois express représentait 70 % du chiffre d'affaires du secteur en 2025, contre 68 % en 2024. En 2010, il ne s'élevait encore qu'à 20 %. Les envois de correspondance, y compris les envois publicitaires adressés, ne représentaient plus que 25 % du chiffre d'affaires total au sein du secteur postal en 2025, contre 74 % en 2010. Le segment de la distribution de la presse au domicile des abonnés a généré environ 5 % des revenus.

6. Entre 2024 et 2025, le volume d'envois de correspondance par habitant a diminué de 9,4 %. Le volume d'envois de correspondance a atteint 69 unités par habitant sur une base annuelle et se situe depuis 2022 sous la barre des 100 envois par habitant par an. Le chiffre d'affaires correspondant a également diminué de 5,3 % par rapport à 2024. Le courrier transactionnel

représente encore la grande majorité (64 % en 2025) des volumes d'envois de correspondance, suivi par la publicité adressée (27 %) et le courrier international (9 %). Le volume du courrier transactionnel a diminué de 9,8 % en 2025, les envois en nombre (« bulk ») représentant la grande majorité de celui-ci, 88 % en 2025 contre 59 % en 2010. Parmi les différentes catégories qui composent le courrier transactionnel, les envois en nombre sont la seule catégorie dont le chiffre d'affaires a augmenté par rapport à 2010. La tendance à la baisse sur une base annuelle de la publicité adressée se poursuit en 2025 avec une diminution du volume (-9,0 % ; -8,1 % en 2024) et du chiffre d'affaires (-5,4 % ; -3,2 % en 2024). La chute du courrier international se poursuit également, tant au niveau des volumes (-7,7 %) que le chiffre d'affaires (-3,4 %). Le volume d'envois en nombre a également diminué en 2025, tant au niveau des volumes (-8,6 %) que du chiffre d'affaires (-2,0 %).

7. En ce qui concerne le segment des envois express et des colis, le nombre d'envois a été multiplié par plus de cinq entre 2010 et 2025 pour atteindre 438 millions d'unités. Cela représente une croissance annuelle de 7,4 % par rapport à 2024. Ce chiffre reste toutefois en-dessous des croissance records enregistrées en 2021 (+10,2 %) et, bien évidemment, en 2020 (+44,5 %). Par habitant, un colis est désormais envoyé en moyenne tous les dix jours environ. En 2025, 40 % du nombre total de services express et de colis avaient trait aux envois nationaux. Dans 24 % des cas, il s'agissait d'envois internationaux sortants. Les 36 % restants étaient des envois internationaux entrants. Ces colis internationaux ont pour destination ou origine principalement les pays voisins, à savoir les Pays-Bas, la France et l'Allemagne. On peut également souligner l'importance de la Chine dans les colis entrants. Entre 2024 et 2025, les revenus dans le segment des colis et des envois express ont augmenté de 13,8 % pour atteindre un total de 2,52 milliards d'euros. Bpost possède également la plus grosse part de marché dans ce segment, et ce, tant en termes de chiffre d'affaires (20-30 %) que de volume (30-40 %). Sur la base des réponses de 15 opérateurs à notre enquête, nous constatons qu'environ 89 % du volume de colis et de services express a été envoyé par un utilisateur professionnel (B2X) en 2025. Dans environ 6 % des cas, le colis était envoyé par un particulier (C2X), et dans les autres cas (environ 5 %) il s'agissait de retours. En ce qui concerne les modalités de livraison, nous constatons en 2025, sur la base des réponses à notre enquête formulées par 14 opérateurs, qu'environ 83 % de tous les colis envoyés et envois express sont distribués à domicile ou à une adresse donnée. Les points de service postal pourvus en personnel représentent environ 14 %, tandis que les distributeurs automatiques de colis reçoivent environ 3 % du volume.

8. Le volume de presse distribuée a de nouveau diminué en 2025, de 11,9 %, soit la baisse la plus forte enregistrée à ce jour dans ce domaine. Cette baisse a été plus au moins équivalente tant pour les périodiques que pour les journaux, de sorte que la part des journaux (52,4 %) et celle des périodiques (47,6 %) est pratiquement restée la même par rapport à 2024. En 2010, le volume de presse distribuée était toutefois majoritairement composé de périodiques (60,5 %). Au total, il est tout de même encore question de 288 millions de journaux et de périodiques distribués.

9. Par rapport à 2024, le niveau des investissements en 2025 a augmenté de 6,1 %. Au total les investissements représentent encore 169 millions d'euros, niveau semblable à 2020 mais en-dessous des pics absolus de 2021 et 2022. Par rapport à 2010, le niveau des investissements en 2025 reste tout de même supérieur de 90 millions d'euros. De nombreux opérateurs sont toujours en train d'étendre ces dernières années leur capacité de tri et de distribution des colis, ainsi que leurs infrastructures comme les distributeurs automatiques de colis. Nous observons en parallèle, pour la première fois depuis 2016, une diminution de l'emploi dans le secteur postal, avec une baisse de 2,1 % en 2025.

2. Évolution trimestrielle

10. Dans les éditions précédentes de notre observatoire, nous avions pu mettre en exergue les différents changements qu'avait engendrés l'apparition du COVID-19 sur le marché postal belge, via une analyse des volumes d'envois postaux entre les différents trimestres des années 2019, 2020 et 2021. En effet, les différentes restrictions qui ont été adoptées par les autorités en 2020 et 2021 ont eu pour but de limiter la propagation du virus, notamment avec une réduction des interactions physiques et une fermeture temporaire des magasins physiques non essentiels. Le résultat de cette situation fut double.

11. Tout d'abord, le segment de la poste aux lettres qui a vu ses volumes décroître, notamment par la diminution importante des envois publicitaires. En effet, ces derniers n'avaient temporairement plus lieu d'être (et étaient même temporairement interdits[1]), avec la fermeture de certains magasins physiques. D'autre part, ces magasins ont dû s'adapter pour atteindre leurs clients, notamment via l'e-commerce, en établissant encore plus fréquemment une structure de vente en ligne. Du côté des consommateurs, non seulement davantage d'entre eux se sont tournés vers les achats en ligne, mais ceux qui achetaient déjà en ligne ont renforcé cette habitude. Les achats en ligne s'étendent également à de nouveaux types de produits de première nécessité (appelés « biens de consommation courante »), mais aussi à des articles de taille ou de poids inhabituels[2]. Tout cela a poussé McKinsey à déclarer que nous avons avancé d'une décennie en quelques jours dans l'adoption des achats en ligne, soit 10 ans en seulement 8 semaines[3].

12. La figure 1, décrivant l'évolution sur base trimestrielle depuis 2019, rappelle ces changements initiaux observés pour la première fois en 2020 et 2021 et illustre la situation dans laquelle se trouve le marché postal belge en 2025. Il faut noter que tous les opérateurs ne fournissent pas de données trimestrielles, de telle sorte que les conclusions tirées sur base d'une comparaison trimestrielle (dans ce chapitre) et annuelle (dans le reste du rapport) peuvent légèrement différer.

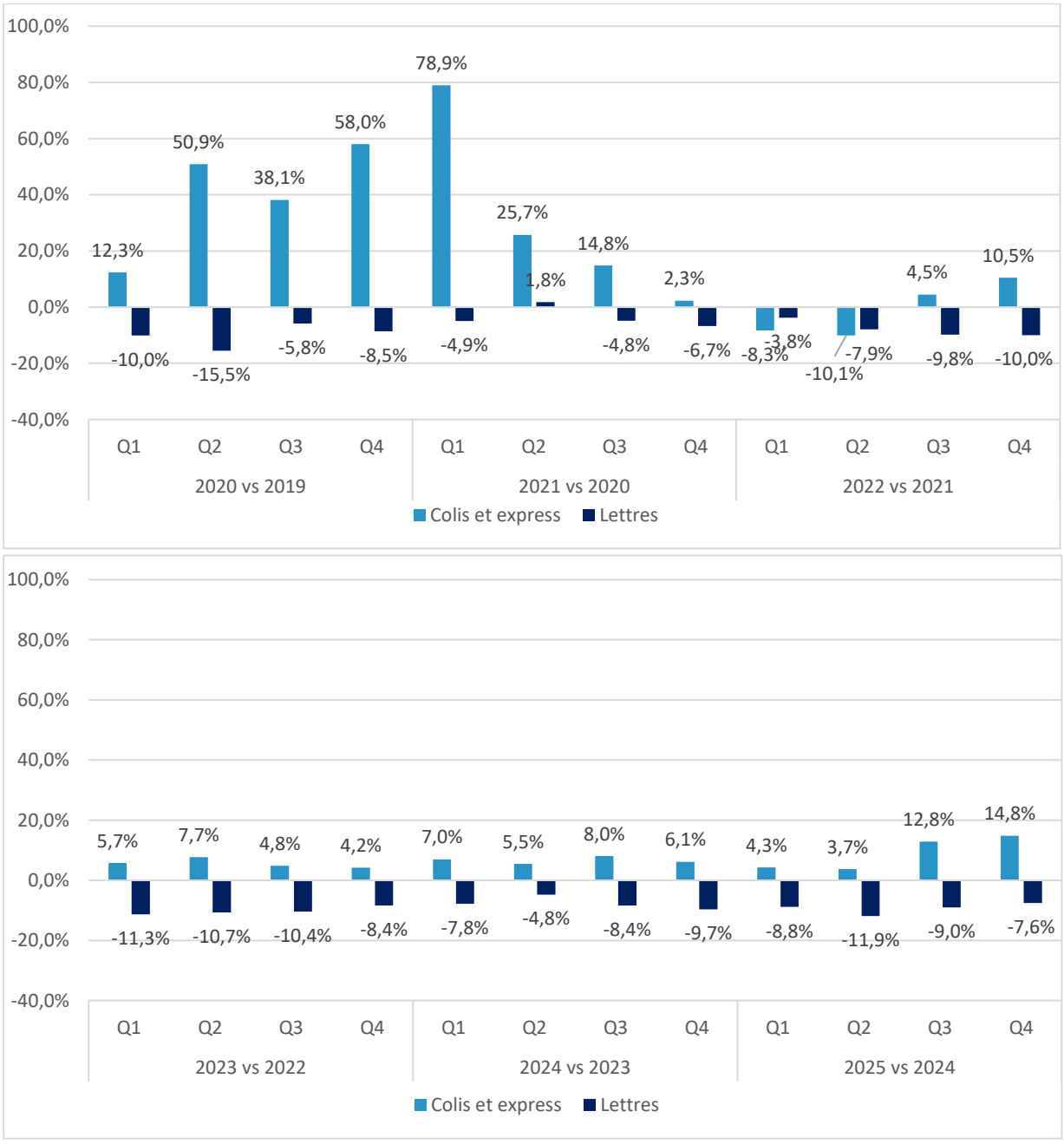
13. En 2025, des tendances similaires que les années précédentes peuvent être perçues tant pour les colis, avec des augmentations sur base trimestrielle comprises entre 3,7 % et 14,8 %, que pour les lettres, avec des diminutions comprises entre -7,6 % et -11,9 %.

[1] 19 mars 2020 : « Promotieacties worden verboden: corona gaat winkelen duurder maken » https://www.hbvl.be/cnt/dmf20200318_04894368

[2] Bpost, le prestataire de l'OSU en Belgique, a déclaré qu'il avait également livré des biens tels que du ciment pendant le premier confinement en Belgique.
De Standaard 4 mai 2020 : https://www.standaard.be/cnt/dmf20200430_04941196

[3] Hoe COVID-19 het consumentengedrag nu en voor altijd verandert https://www.mckinsey.com/~/media/mckinsey/industries/retail/onze inzichten/hoe-covid-19 het consumentengedrag nu en voor altijd verandert/how-covid-19-is-changing-consumer-behaviornow-and-forever.pdf (visité le 16 décembre 2020)

Figure 1. Comparaison de l'évolution des volumes par trimestre entre 2019 et 2025 (YoY)



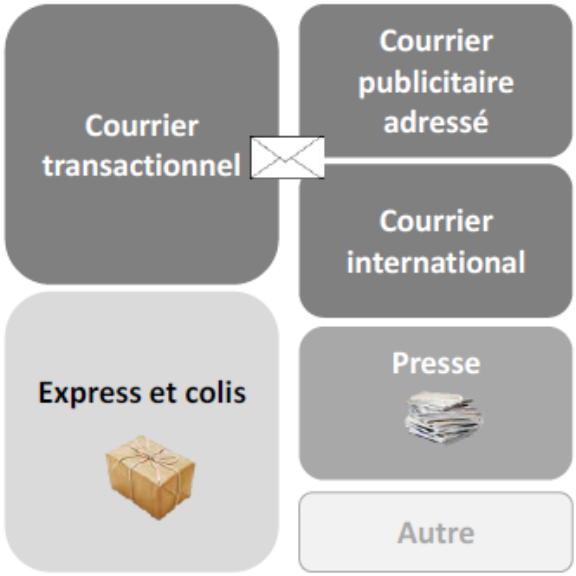
Source : IBPT

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

3.1. Structure du marché postal belge

14. Le périmètre des activités postales prises en considération dans le cadre de cet observatoire peut être segmenté en six catégories, comme l'illustre la figure ci-dessous[4] :

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



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

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

[4] Le contenu de la catégorie « courrier transactionnel » est décrit au point 4.2.2.

3.2. Opérateurs interrogés dans le cadre de l'observatoire

17. Dans ce contexte, nous avons essayé de dresser un tableau aussi précis que possible du secteur en utilisant l'ensemble le plus représentatif possible d'opérateurs. Au total, 28 entreprises ont été interrogées.

18. Outre l'opérateur postal historique, **bpost**, chargé de la prestation du service universel, et présent sur l'ensemble des segments, les quatre grands intégrateurs internationaux (**DHL, FedEx, TNT**[5]**, UPS**) sont également présents et actifs dans le secteur des colis et de l'express en Belgique. En ce qui concerne DHL, tant **DHL Express** que **DHL eCommerce Belgium**[6] (actif sur le marché belge depuis 2014) font désormais partie du présent observatoire. UPS Access Point et UPS ont été réunis sous une seule appellation (UPS/UPS Access Point). Depuis mi-2016, UPS a réalisé l'intégration complète de l'ancien réseau Kiala.

19. Par ailleurs, les grandes entreprises postales des pays voisins sont également actives sur le marché belge. Dans certains segments du marché postal, l'on constate ainsi le développement actif d'entreprises de courrier spécialisées, issues de grands groupes postaux européens.

20. **DPD** fait ainsi partie de Geopost[7], une filiale du groupe français La Poste, qui possède le deuxième plus grand réseau de livraison de colis en Europe. DPD opère depuis 1 hub[8] et 8 dépôts en Belgique et au Luxembourg.

21. **GLS**, filiale de l'opérateur historique britannique Royal Mail, est spécialisée dans la distribution de colis. Le groupe GLS distribue chaque année environ 977 millions de colis, notamment en Europe, pour plus de 230 000 clients. Pour ce faire, l'entreprise s'appuie sur 115 hubs, 1 700 dépôts et plus de 24 000 employés.

22. **PostNL**, l'opérateur historique et le prestataire du service universel aux Pays-Bas, propose également des services de colis, dont des envois pharmaceutiques, en Belgique. PostNL a, en 2025, étendu ses capacités de gestion logistique en Belgique, avec son 8e centre de tri/distribution belge à Hooglede[9]. PostNL a aussi débuté en 2026 l'installation de ses propres distributeurs automatiques de colis.[10]

23. PostNL est également présent en Belgique via sa filiale **Mikropakket**, spécialisée dans la livraison de colis (de valeur) livrés dans les 24 heures et proposant des services B2B et B2C dans le Benelux.

---

[5] L'acquisition de TNT par FedEx est totalement finalisée depuis le 1er octobre 2022.

[6] DHL eCommerce, anciennement DHL Parcel, a conclu un accord de coopération avec bpost pour la livraison de colis et l'utilisation de bureaux de poste et de points poste de bpost. Voir De Standaard du 1er décembre 2016 : http://www.standaard.be/cnt/dmf20161201_02602980 Dans Récupérer ou renvoyer un colis sans courir | DHL eCommerce
En outre, bpost et DHL collaborent depuis 2018 dans le domaine de la livraison e-commerce dans le Benelux : L'e-commerce au Benelux : bpost et DHL travaillent main dans la main | Bpost

[7] GeoPost/DPDgroup est devenu Geopost en 2023. Une nouvelle identité pour soutenir l'expansion géographique et la diversification de Geopost | Geopost

[8] DPD renforce sa position internationale grâce à son nouveau hub à Vilvorde. https://www.dpd.com/be/fr/news/dpd-renforce-sa-position-internationale-gr-ce-son-nouveau-hub-vilvorde/

[9] PostNL se prépare à la croissance dans un nouveau bâtiment durable à Hooglede | Espace presse PostNL

[10] https://www.tijd.be/ondernemen/logistiek/de-opmars-van-de-pakjesautomaat-ook-postnl-opent-er-tientallen/10687306.html

24. **Mondial Relay** assure la distribution aux particuliers d'environ 340 millions de colis par an, allant de 0 à 130 kg, et possède un réseau de 94 000 points poste (et ce y compris les distributeurs automatiques de colis) en Europe. En 2021, il a été annoncé que l'opérateur polonais Inpost, connu pour ses distributeurs de colis dans divers pays européens, reprendrait Mondial Relay[11]. Depuis lors, Mondial Relay étend chaque année le nombre de ses distributeurs automatiques de colis en Belgique. Récemment, un consortium dirigé par FedEx a reçu l'approbation de la Commission Européenne pour l'acquisition d'Inpost.[12]

25. **Belgium Parcels Service** est, quant à lui, uniquement actif dans le segment des colis domestiques en Belgique et au Luxembourg. En 2024, l'entreprise a été acquise par Logista, entité logistique du groupe britannique Imperial Brands[13].

26. Dans le segment des colis, Homerr est également actif en Belgique (Flandre et Brabant wallon) depuis le premier semestre 2021[14]. Cet opérateur d'origine néerlandaise disposait entre-temps également de nombreux points en Belgique. Homerr s'appuyait notamment sur les points de collecte et les itinéraires existants des prestataires de services logistiques afin de réduire les émissions de CO_2 par colis. Un élément distinctif de ce service est que ces points peuvent aussi être des particuliers, ce qui permet d'effectuer le retrait (bien) après les heures de bureau. Homerr a été racheté par Vinted en 2023[15] et se nomme désormais **Vinted Go**. Vinted Go a installé son premier distributeur automatique de colis en Belgique en 2025[16]. Depuis, l'entreprise poursuit le développement de son réseau de distributeur automatique de colis en Belgique.

27. **Colis Privé**, filiale de CEVA logistics (appartenant au géant français du transport logistique maritime CMA CGM), est une société historiquement active en France. Elle a également inauguré son arrivée en Belgique en 2021 avec la construction d'un centre logistique à Willebroek[17] et est occupé à étendre ses capacités logistiques avec la construction d'un second centre à Fernelmont[18].

28. Budbee, un opérateur suédois (qui est ensuite devenu actif au Danemark, en Finlande et aux Pays-Bas), s'est également installé dans le courant de l'année 2021 dans notre pays. L'accent est placé sur la livraison de colis en B2C dans des distributeurs automatiques de colis, en Flandre et à Bruxelles. Fin octobre 2022, il a été annoncé que l'Autorité suédoise de la

[11] https://www.property-forum.eu/news/inpost-acquires-mondial-relay-for-513-million/9234
[12] https://nl.marketscreener.com/beursnieuws/fedex-krijgt-samen-met-advent-groen-licht-voor-overname-inpost-ce7859ddd98df125
[13] 20240201 Logista expands its courier business in Benelux through the acquisition of Belgium Parcels Service
[14] 20 avril 2021 : « Homerr breidt uit naar Vlaanderen » : https://www.logistiekprofs.nl/nieuws/homerr-breidt-uit-naar-vlaanderen
[15] https://ecommercenews.eu/vinted-go-acquires-homerr/
[16] 8 octobre 2025 : https://www.linkedin.com/posts/vintedgo_big-news-from-vinted-go-our-very-first-activity-7381312179393728514-Kwlv?utm_source=share&utm_medium=member_desktop&rcm=ACoAACnuLZ4BZkQqWMBSEFVXPh07Kc34hQ4WXfE
[17] 22 octobre 2021 : « Franse pakjesdienst Colis Privé opent logistiek centrum in Willebroek » https://www.nieuwsblad.be/cnt/dmf20211021_95540971
[18] https://www.linkedin.com/posts/colis-prive-belux_colisprive-logistics-ecommerce-activity-7467949275428151296-9zPK?utm_source=share&utm_medium=member_desktop&rcm=ACoAACnuLZ4BZkQqWMBSEFVXPh07Kc34hQ4WXfE

concurrence avait approuvé la demande de rapprochement entre Budbee et Instabox, à partir de laquelle une nouvelle société a été créée sous le nom d'**Instabee**[19].

29. La plateforme de vente en ligne **Amazon**, qui s'est dotée d'un centre de tri à Anvers[20] et a lancé une version belge de son site de vente en ligne[21], fait entre-temps également partie du présent observatoire.

30. **Dynalogic**[22] est une filiale de bpost spécialisée dans les livraisons flexibles et personnalisées de tout format. Ce format peut aller de très petit, tel qu'un passeport ou des médicaments à un format 2XL, comme une machine à laver ou un canapé. Il est en outre possible de combiner une distribution avec un montage et une installation à domicile ou le retour des matériaux d'emballage et d'anciens produits. Dynalogic propose ses services dans le Benelux au départ de cinq hubs centraux.

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

32. En ce qui concerne le segment de la presse, bpost assurait encore jusqu'au 1er juillet 2024 le service public de distribution avancée des journaux (avant 7h30 la semaine et 10h le week-end). Cette distribution avancée concernait uniquement la distribution de quotidiens aux abonnés. Dans le cadre de ce même service public, bpost distribuait également des périodiques aux abonnés, mais via les tournées classiques. Malgré ce service de dernier recours, bpost avait et a encore une série de concurrents dans le segment de la distribution de la presse.

33. Une partie des volumes de journaux que bpost délivrait dans le passé a été repris par sa filiale, **AMP**.

34. Un autre acteur actif dans ce segment est **PPP**. Cette entreprise, qui a quitté l'ancienne société mère Belgique Diffusion (BD) via un rachat de l'entreprise par les cadres, en 2015, est surtout active dans la distribution de journaux à Bruxelles, à Anvers et dans les deux provinces du Brabant. En 2023, PPP a racheté Urbeez, afin de proposer des distributions décarbonisées en milieu urbain. PPP a récemment annoncé son intention de se concentrer également sur le segment des colis.[23]

---

[19] https://budbee.com/wp-content/uploads/2022/10/instabee-is-officieel-.pdf

[20] 17 février 2022 : « Amazon opent eerste bezorgcentrum van België in Antwerpen » https://www.hln.be/binnenland/amazon-opent-eerste-bezorgcentrum-van-belgie-in-antwerpen-stadsbestuur-in-de-wolken-we-halen-een-echte-wereldspeler-in-huis~ad38a8ce/

[21] 18 octobre 2022 : « Amazon arriveert nu ook in België » https://techpulse.be/nieuws/348403/amazon-arriveert-nu-ook-in-belgie/

[22] Le 12 décembre 2016, bpost et DynaGroup ont signé un accord concernant le rachat par bpost de 100 % des parts de DynaGroup.
Le rachat a pour but de renforcer la division colis de bpost avec de nouvelles connaissances logistiques complémentaires et de développer plus rapidement encore la plateforme de croissance de DynaGroup (au niveau international). http://www.dynalogic.eu/en/company/news/bpost-and-dynagroup-join-forces-and-combine-their-logistical-expertise

[23] https://www.tijd.be/ondernemen/media-marketing/krantenbedeler-ppp-gaat-op-pakjesmarkt-concurreren-met-bpost/10685427.html

35. Outre bpost, AMP et PPP, de plus en plus de petits acteurs délivrent une partie des volumes de presse depuis la fin de la concession presse. Un aperçu des activités de chaque opérateur se trouve dans la figure 4.

36. **Belgique Diffusion** (BD) est, quant à lui, le leader du marché dans la communication toutes-boîtes (envois non adressés) et les expériences de promotion numérique avec l'application et le site Internet myShopi. Fin 2019, il a été annoncé que BD allait racheter **CityDepot** – qui offre une large gamme de solutions de livraison interurbaines – appartenant à bpost. Le rachat effectif a eu lieu au 1er janvier 2020. Le Belgian Distribution Group (BD Group) a renommé ses deux entités **BD Media** et **BD Logistics**. BD a également repris ses activités dans la distribution de journaux.[24]

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

38. SPRL Net Express (connu sous l'appellation commerciale **TBC-Post**) a réintégré cet observatoire.[25] TBC-Post était le premier acteur sous licence actif dans le segment des envois de correspondance, qui était auparavant réservé à bpost. L'entreprise avait toutefois cessé ses activités fin 2019, à la suite de quoi TBC-Post n'apparaissait plus jusqu'au lancement d'activités sous une nouvelle licence.

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

40. Glejor**,** une société initialement spécialisée dans la distribution de dépliants publicitaires non adressés, a obtenu une licence pour distribuer des envois de correspondance. L'entreprise prévoit de limiter dans un premier temps sa distribution au Limbourg et plus particulièrement aux communes de Dilsen-Stokkem (code postal 3650) et de Maaseik (code postal 3680)[26].

41. Span Diffusion, qui a obtenu une licence pour distribuer de la publicité adressée, se limite à la livraison de publicité au sens large (adressée et non adressée) à Bruxelles.

42. En 2023, un cinquième opérateur a reçu une licence postale de l'IBPT[27]. Il s'agit de Dimitri Ornelis, actif sous l'appellation commerciale **ViaVelo**. Toutefois, cette entreprise limite ses services de distribution du courrier aux territoires de Flandre Occidentale et Flandre Orientale.

43. L'entreprise Postalia Belgium Logistics, qui opère sous l'appellation commerciale « **EasyPost** », avec une licence pour les services de poste aux lettres (incluant les envois enregistrés), a également été ajoutée en 2025. Easypost était déjà actif au sein du secteur en tant que spécialiste en enlèvement et traitement de courrier. Tant Postalia Belgium Logistics que Postalia Belgium font partie du présent observatoire.

---

[24] https://www.standaard.be/economie/nieuwe-speler-bd-weet-klachten-in-krantendistributie-te-reduceren/47630538.html

[25] Depuis le 10 novembre 2020, il y a certes une licence pour SPRL Net Express (qui opère sous le nom commercial « TBC Post »).

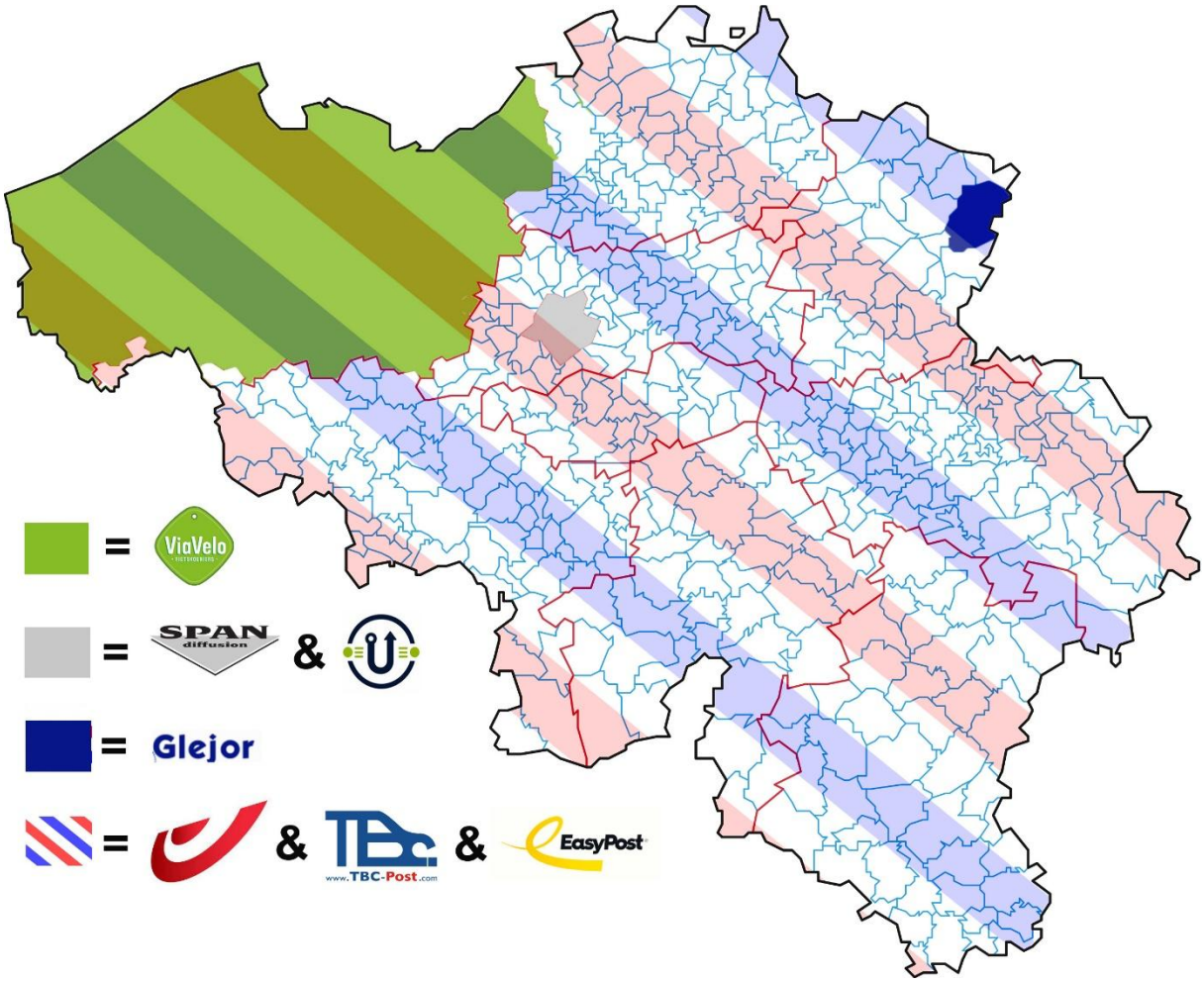
[26] Communication concernant la liste des prestataires de services postaux titulaires d'une licence individuelle (septembre 2026) | IBPT

[27] Idem.

44. La dernière entreprise ayant demandé une licence individuelle est SRL WEELDY, opérant sous la dénomination commerciale « **URBIPOST** », propose ses services d'envois de correspondance sur le territoire des 19 communes de la Région de Bruxelles-Capitale.

45. Les domaines géographiques au sein desquels ces titulaires de licence pour la poste aux lettres sont actifs sont indiqués dans la figure 3 ci-dessous.

Figure 3. Domaines géographiques au sein desquels les titulaires de licence pour la poste aux lettres sont actifs (2026)



Source : IBPT

46. Seuls les acteurs énumérés ici ont été retenus dans le périmètre d'étude pour le présent observatoire.

Figure 4. Les principaux acteurs sur le marché belge pour la fourniture de services postaux (en 2026)

	Courrier adressé	Colis/express	Courrier publicitaire	Presse	Courrier international	Divers
Amazon Transport Belgium		■				
AMP				■		
BD Logistics		■				
BD Media			■	■		
Belgium Parcels Service		■				
bpost	■	■	■	■	■	■
Colis Privé		■				
DHL Express		■				
DHL eCommerce Belgium		■				
DPD (Belgium) S.A.		■				
Dynalogic		■				
EasyPost	■	■				
Euro Sprinters		■				
FedEx Belgium		■				
Glejor	■		■			
GLS Belgium S.A.		■				
Instabee		■				
Mikropakket		■				
Mondial Relay		■				
PostNL		■				
PPP				■		
Span Diffusion			■			
TBC-Post	■	■		■		
Urbipost	■					
UPS/UPS Access Point		■				
ViaVelo	■		■	■		
Vinted Go		■				
Vlaamse Post[28]			■			

[28] Le chiffre d'affaires réalisé pour la publicité non adressée n'est pas inclus dans le chiffre d'affaires postal total. Vlaamse Post n'est actif que dans la publicité non adressée.

4. Description du marché belge pour la fourniture de services postaux de 2010 à 2025

4.1. Aperçu général du marché postal

4.1.1. Revenus

47. L'évolution des revenus[29] générés par le secteur postal belge est présentée dans la figure 5. Entre 2010 et 2025, elle est basée sur les résultats de l'enquête. Les colonnes hachurées concernant les années 2000 et 2005 sont des rétropolations réalisées sur la base des données du secteur de la Banque nationale de Belgique[30].

48. Les opérateurs postaux considérés représentaient, en 2025, un total de 3,865 milliards d'euros de chiffre d'affaires. Cela représente une augmentation de 3,8 % par rapport à l'année précédente, ce qui est en ligne avec les augmentations des années précédentes. Le secteur postal a connu ces dernières années des augmentations en dent de scie, avec des fortes hausses annuelles enregistrées par le secteur postal belge en 2020 (+16,4 %) et 2021 (+10,4 %) et des hausses bien plus modérées en 2022 (+0,6 %), 2023 (+4,1 %) et 2024 (+2,7 %). L'augmentation du chiffre d'affaires du secteur par rapport à 2010 est de 76,1 %, ce qui équivaut à une croissance annuelle moyenne (CAGR[31]) nominale de 3,8 %. Lorsque les valeurs sont corrigées de l'inflation (IPCH[32] - voir la ligne orange dans la figure 5), on peut calculer le CAGR réel du marché postal depuis 2010, qui n'est que de 1,3%.

49. Les chiffres d'affaires des différents sous-segments, à savoir les envois de correspondance, les envois express, les colis et la distribution de la presse, ainsi que leurs évolutions, seront examinés plus en détail au fil des chapitres du présent rapport.

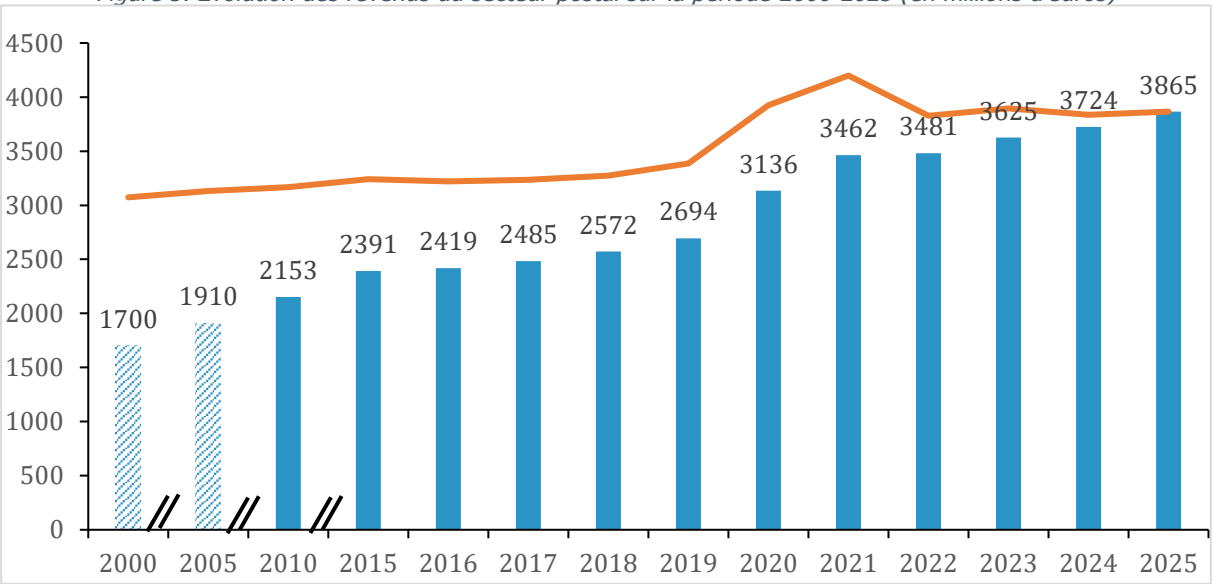
[29] Incluant (pour cette figure) le transit et les services à valeur ajoutée tels que la collecte à domicile, l'affranchissement pour le client, la conservation temporaire du courrier, la vente d'adresses, etc. Les services spécifiquement offerts par les routeurs et les groupeurs dépassent le périmètre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

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

[31] « Compound annual growth rate », aussi appelé taux de croissance annuel moyen.

[32] Indice des prix à la consommation harmonisé. Provenant de Indice des prix à la consommation harmonisé (IPCH) | Statbel.

Figure 5. Évolution des revenus du secteur postal sur la période 2000-2025 (en millions d'euros)



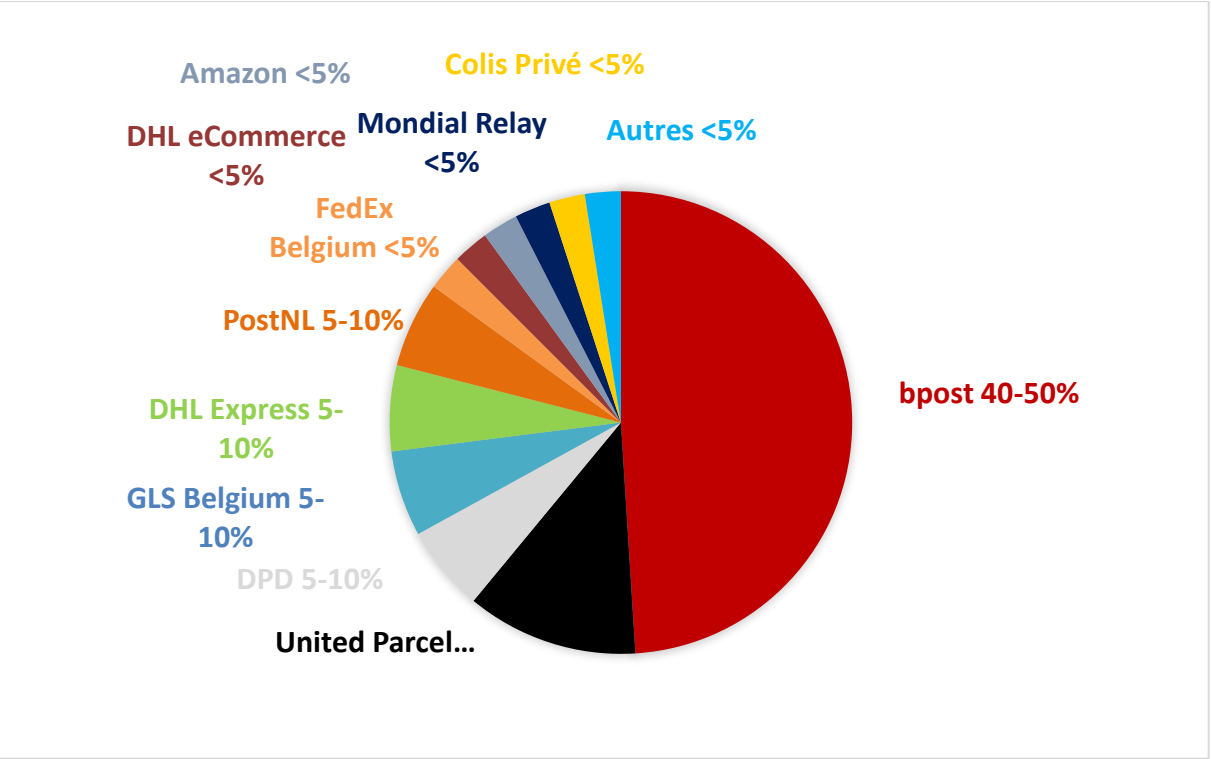
Sources : BNB et IBPT

50. La figure 6 représente les parts de marché des principaux acteurs en termes de chiffre d'affaires. Ces acteurs possèdent chacun au moins 1 % des parts de marché du secteur en 2025. La plus large part du chiffre d'affaires du secteur est détenue par bpost (40-50 %). Bien entendu, d'autres acteurs sont présents et se différencient les uns des autres, surtout dans le segment des colis et de l'express qui contient davantage de sous-segments : envois domestiques, envois internationaux, B2B, B2C, C2X[33]. Ainsi, UPS est le 2e plus grand acteur avec entre 10 et 20 % de parts du marché du secteur. DPD, GLS, DHL express et PostNL détiennent 5 à 10% de parts de marché. Les autres acteurs représentés (FedEx, DHL eCommerce, Amazon, Mondial Relay et Colis Privé) ainsi que tous les autres acteurs restants représentent chacun moins de 5 % de parts de marché du secteur.

51. En 2025, 11 entreprises figurent parmi celles qui réalisent au moins 1 % du chiffre d'affaires. À titre de comparaison, seules 6 entreprises détenaient chacune au moins 1 % du chiffre d'affaires total du secteur en 2010. Encore en 2022, seuls 9 opérateurs détenaient au moins 1 % de la part de marché totale.

[33] B2B, B2C et C2X signifient respectivement « business to business » ou relations commerciales entre entreprises, « business to consumer » ou relations commerciales entre une entreprise et un consommateur et « consumer to any other party » ou relations commerciales émanant d'un consommateur.

Figure 6. Parts de marché sur la base du chiffre d'affaires dans le secteur postal belge en 2025 (%)



Source : IBPT

4.1.2. Concentration du marché

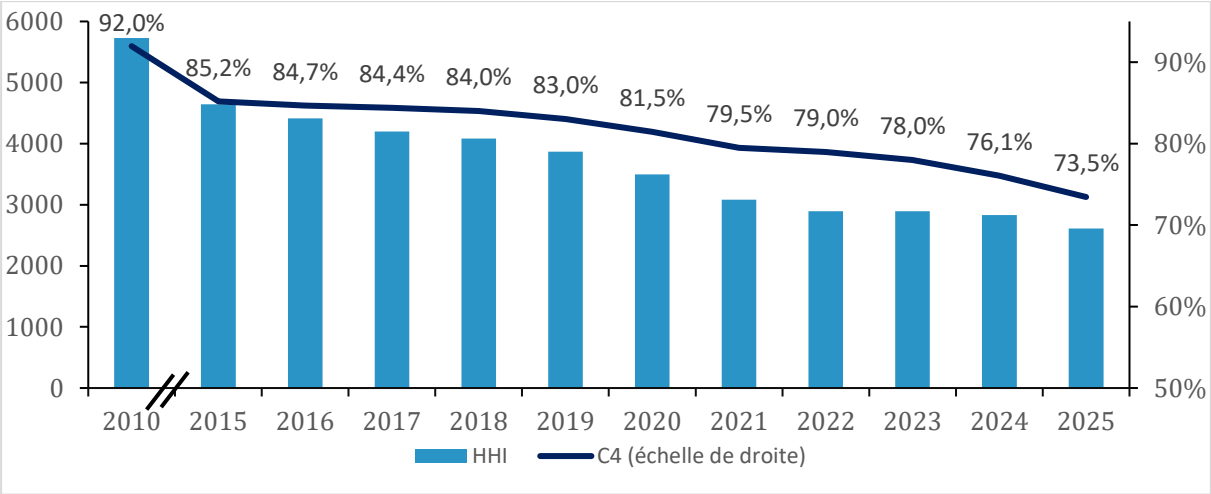
52. Un marché est concentré lorsque peu d'acteurs détiennent beaucoup de parts de marché. Or, la figure précédente montrait déjà clairement que le marché postal belge était très concentré, à l'instar de la plupart des marchés postaux d'Europe occidentale.

53. La figure 7 décrit l'évolution de la concentration du marché entre 2010 et 2025 à l'aide des indices C4 et Herfindahl-Hirschman (HHI). Ces deux indices permettent de mesurer, chacun à leur manière, la concentration du marché. Ainsi, l'indice C4 représente la part de marché cumulée en termes de chiffre d'affaires des quatre principaux prestataires et l'indice HHI se base sur la somme des carrés des parts de marché de tous les acteurs du marché. Ce dernier indice est donc égal à 10 000 dans une situation monopolistique et il a tendance à baisser lorsque le nombre d'acteurs augmente et que la variance dans les parts de marché diminue[34].

54. On peut remarquer une diminution importante des deux indices entre 2010 et 2025 (de 92,0 % en 2010 à 73,5 % en 2025 pour l'indice C4 et une baisse à moins de 2 500 à partir de 2025 pour l'indice HHI). Malgré cela, le marché postal belge reste concentré en 2025.

[34] On considère un marché très concentré lorsque l'indice dépasse 2 500. Entre 1 500 et 2 500, il est seulement « moyennement concentré ». C'est seulement en dessous de 1 500 qu'un marché est considéré comme concurrentiel.

Figure 7. Concentration horizontale sur la base du chiffre d'affaires au moyen des indices HHI et C4

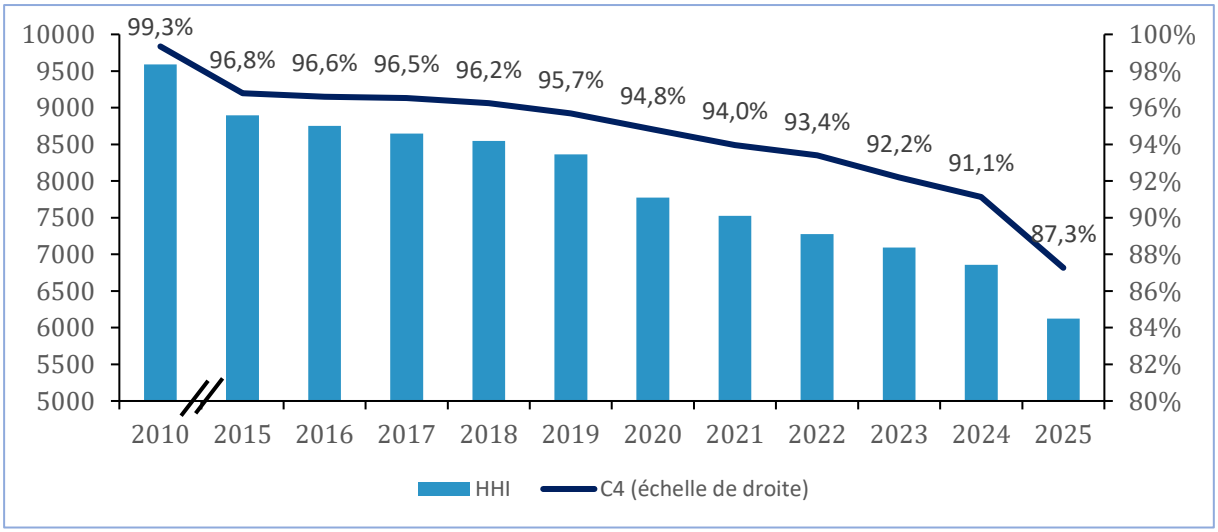


Source : IBPT

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

56. En termes de volume, les 4 plus grands acteurs détiennent donc 87,3 % des parts de marché en 2025, soit 12 points de pourcentage de moins qu'il y a 15 ans et 3,8 points de pourcentage de moins que l'année précédente. La diminution des indices HHI et C4 en 2025, par rapport à 2024, provient principalement de la compétition accrue dans le segment de la presse. L'indice HHI reste cependant très élevé et décrit un marché très concentré. En observant les volumes, l'on constate qu'aucun concurrent de bpost ne dispose de plus de 4 % de parts de marché en Belgique.

Figure 8. Concentration horizontale sur la base des volumes au moyen des indices HH et C4



Source : IBPT

4.1.3. Importance des segments

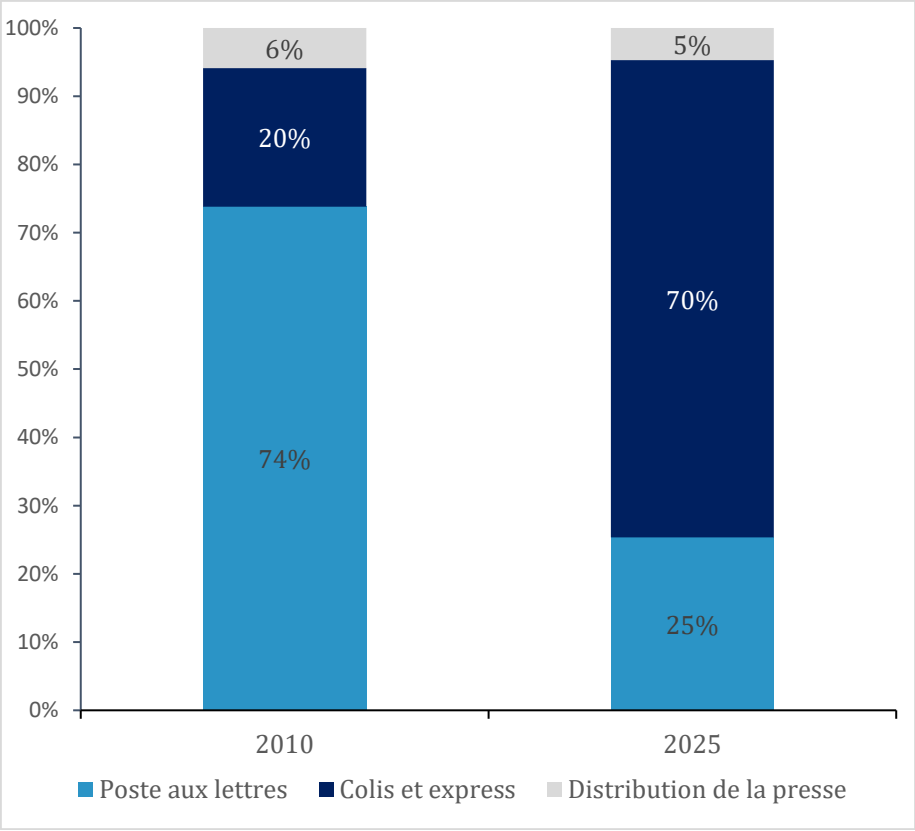
57. Le secteur postal se divise en trois principaux segments : la poste aux lettres, les colis et envois express ainsi que la distribution de la presse aux abonnés.

58. La figure 9 présente l'évolution de la répartition (en termes de chiffre d'affaires) de ces différents segments entre 2010 et 2025. Ainsi, en 2025, la poste aux lettres (qui comprend aussi le courrier publicitaire adressé) représente 25 % des revenus du secteur. Elle est largement dépassée par le segment des colis et services express, qui représente 70 % des revenus. Enfin, le segment de la distribution de la presse aux abonnés ne représente que 5 % du revenu généré. La compensation payée par l'État à bpost pour la prestation de la distribution de la presse aux abonnés (qui existait encore jusqu'en juillet 2024) n'est pas comprise dans les revenus considérés.

59. Par rapport à 2010, on peut constater que le segment de la distribution de la presse aux abonnés a diminué (-1 point de pourcentage). De plus, il y a une nette différence quant à la répartition des revenus du secteur, avec pas moins de 49 points de pourcentage en moins concernant la poste aux lettres. Le segment des colis et services express a capturé les différences des deux autres segments (+50 points de pourcentage).

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

Figure 9. Part des différents segments dans le chiffre d'affaires total du secteur postal en 2010 par rapport à 2025 (%)



Source : IBPT

4.2. Focus sur le segment de la poste aux lettres

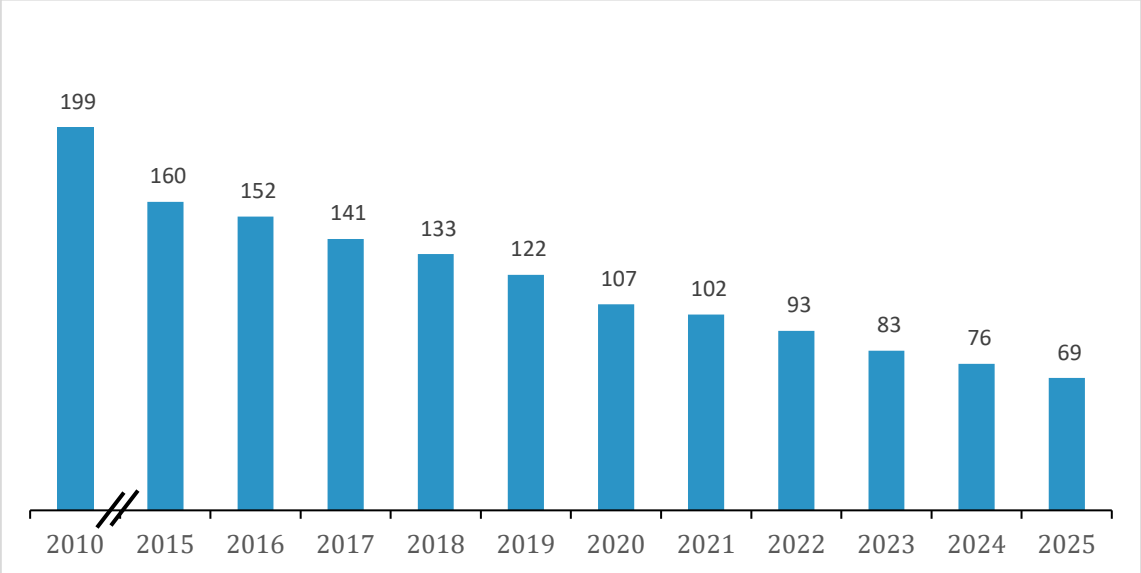
4.2.1. Aperçu général

61. Dans le cadre de cet observatoire, le segment de la poste aux lettres regroupe les catégories de courrier transactionnel, courrier publicitaire et courrier international[35]. Ce segment fait donc référence aux envois de correspondance de tout type, excepté les colis et la presse qui ne sont pas considérés en tant que tels. Ceux-ci seront exposés dans des sections qui leur sont consacrées (voir 4.3 et 4.4).

4.2.1.1. Volumes

62. Depuis 2010, nous constatons une diminution de l'utilisation des produits sur le marché de la poste aux lettres. Ainsi, entre 2010 et 2025, le volume de courrier par habitant a diminué de 6,8 % en moyenne (CAGR) par an pour atteindre, en 2025, pratiquement le tiers du nombre de lettres par habitant de 2010, soit 69 articles postaux par habitant sur une base annuelle. En effet, en 2010, ce nombre s'élevait encore à 199 unités.

Figure 10. Volume de courrier par habitant (N)

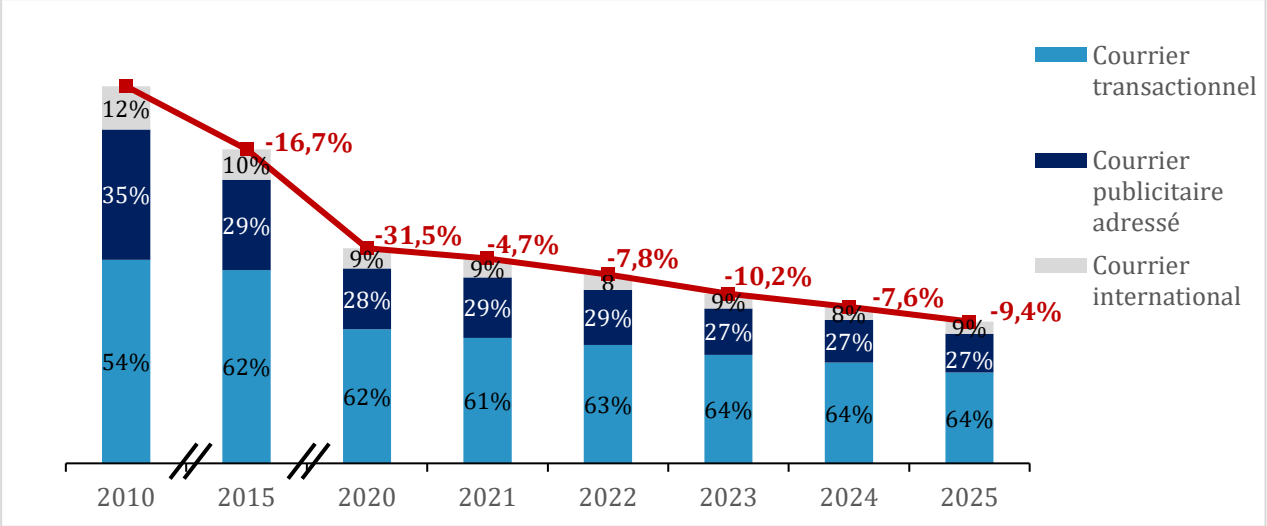


Source : IBPT

63. Si nous examinons plus attentivement la composition des différents volumes, nous constatons que le courrier transactionnel est la partie la plus importante du segment de la poste aux lettres (de 54 % en 2010 à 64 % en 2025). Quant aux catégories de courrier publicitaire adressé et de courrier international, elles représentent respectivement 27 % et 9 % du total des envois de correspondance en 2025. Après une baisse annuelle modérée en 2021 (4,7 %), on observe à nouveau des baisses annuelles importantes à partir de 2022, avec -7,8 % cette année-là, -10,2 % en 2023, -7,6 % en 2024 et -9,4 % en 2025.

[35] Ces catégories seront détaillées dans les sections 4.2.2, 4.2.3 et 4.2.4.

Figure 11. Volume des envois de correspondance (%)

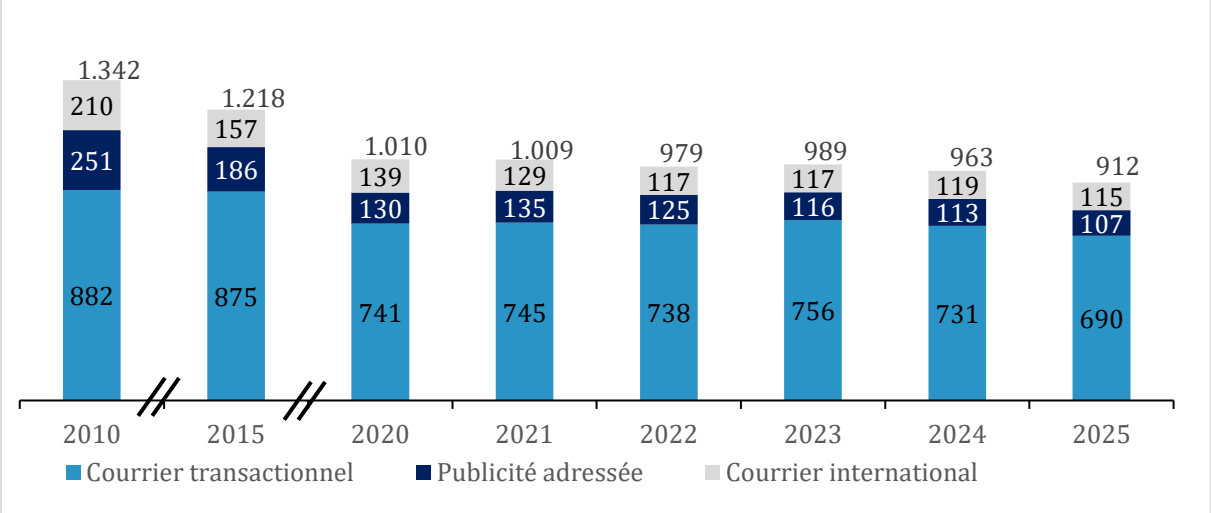


Source : IBPT

4.2.1.2. Revenus

64. Bien que les volumes de la poste aux lettres enregistrent des baisses parfois au-delà de -10 % sur base annuelle, les revenus connaissent des variations plus modérées, puisque les clients peuvent faire face à des augmentations tarifaires. Dans ce cadre, après une augmentation de +1 % sur une base annuelle en 2023 (la seule augmentation depuis 2010), les revenus de la poste aux lettres ont enregistré de nouvelles baisses en 2024 (-2,6 %) et 2025 (-5,3%). Parmi les catégories qui composent la poste aux lettres, les revenus des 3 catégories (courrier international, courrier transactionnel et publicité adressée) ont toutes diminué par rapport à 2024, avec respectivement -2,9 %, -6,0 % et -5,4 %. Le courrier transactionnel reste la catégorie dont le revenu est le plus important au sein de la poste aux lettres (75,7 %), suivi par le courrier international (12,7 %) et la publicité adressée (11,7 %).

Figure 12. Revenus du segment des envois de correspondance (en millions d'euros)



Source : IBPT

4.2.2. Courrier transactionnel

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

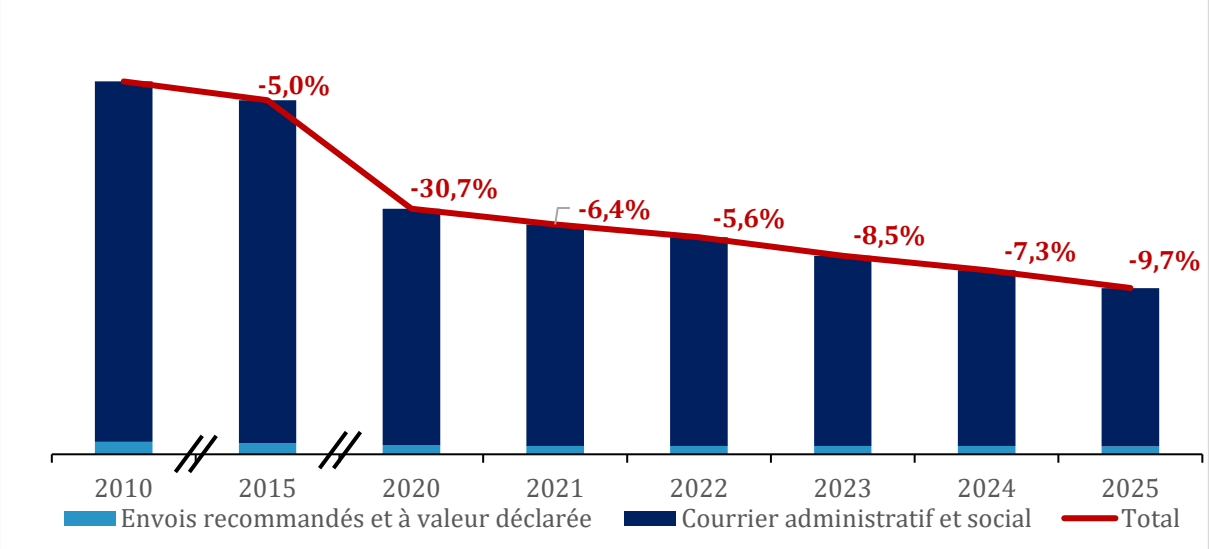
66. Les envois enregistrés (recommandés et à valeur déclarée) sont également considérés comme faisant partie du courrier transactionnel, ce qui n'est en revanche pas le cas des envois de publipostage (publicité adressée). Les correspondances internationales ne sont pas non plus reprises dans cette sous-section, car elles font l'objet d'un point séparé (voir 4.2.4).

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

4.2.2.1. Volumes

68. Sous l'effet de l'e-substitution (alternatives électroniques, notamment au courrier transactionnel, présentes sous diverses formes), les volumes de courrier transactionnel sont en déclin continu. En 2025, la baisse des volumes de courrier transactionnel enregistrée était de -9,7 %. Cette baisse avait atteint un niveau record en 2020, avec -10,2 %, suivie de baisses plus modérées en 2021 (-6,4 %), 2022 (-5,6 %), 2023 (-8,5 %) et 2024 (-7,3 %). Depuis la pandémie, le déclin semble néanmoins s'être accéléré puisque le CAGR est de -3,4 % entre 2010 et 2019, alors qu'il atteint -7,5 % entre 2020 et 2025.

Figure 13. Évolution des volumes de courrier transactionnel[36]

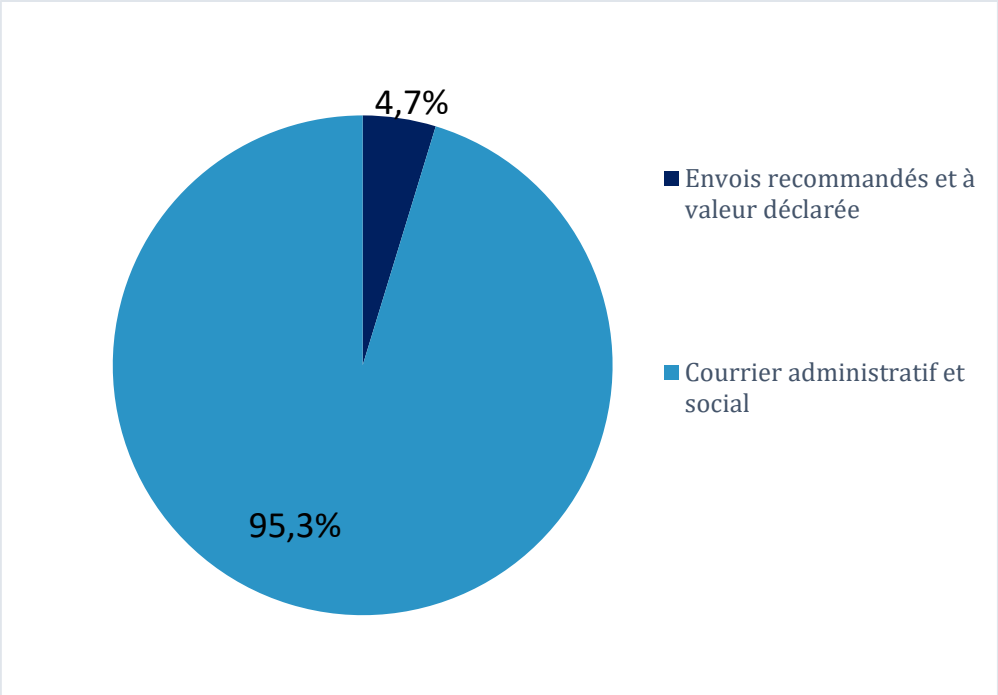


Source : IBPT

[36] Les figures 13 à 16 ne font pas de distinction entre envois égrenés et envois en nombre et reprennent donc tous les volumes de courrier transactionnel sans distinction.

69. Au sein du courrier transactionnel, la répartition des envois recommandés et à valeur déclarée ainsi que du courrier administratif et social pour 2025 est respectivement de 4,7 % et 95,3 %. La proportion des volumes d'envois recommandés et à valeur déclarée a augmenté au fil des ans. Elle n'était en effet encore que de 3,3 % en 2010.

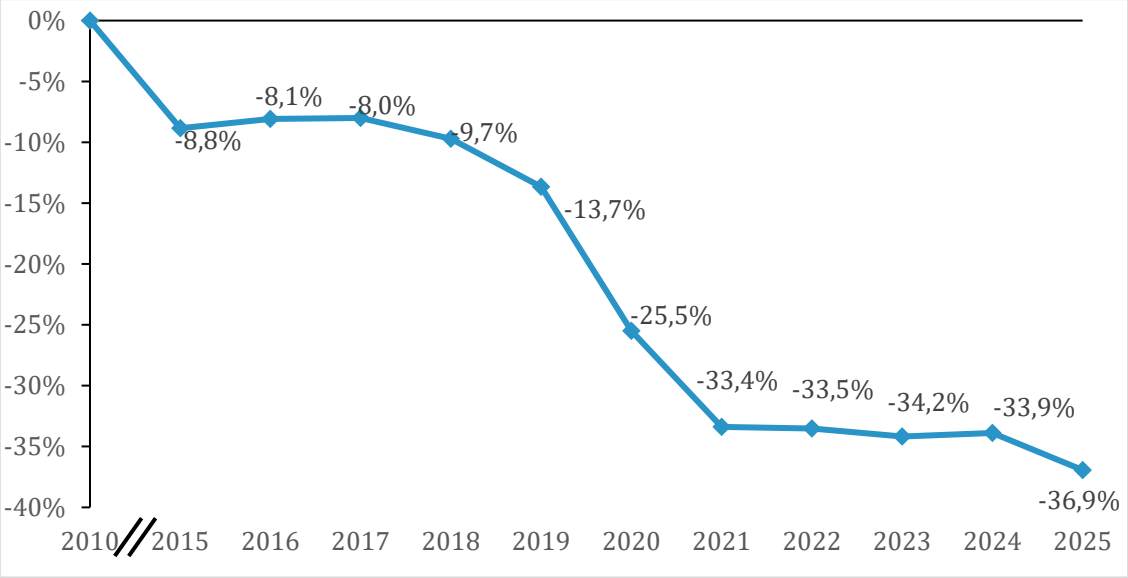
Figure 14. Répartition des volumes de courrier transactionnel (%) (2025)



Source : IBPT

70. Si l'on compare le volume des envois recommandés à celui de l'année de référence (2010), on constate que ce volume a rapidement atteint un plateau (entre -8 % et -9,7 %) entre 2015 et 2018. Il est reparti légèrement à la baisse en 2019 pour s'effondrer en 2020 et 2021, atteignant un déficit de volume de -33,4 % par rapport à 2010. Depuis 2021 cependant, la tendance à la baisse tend à se stabiliser, avec des pourcentages compris entre -33,4 % et -36,9%.

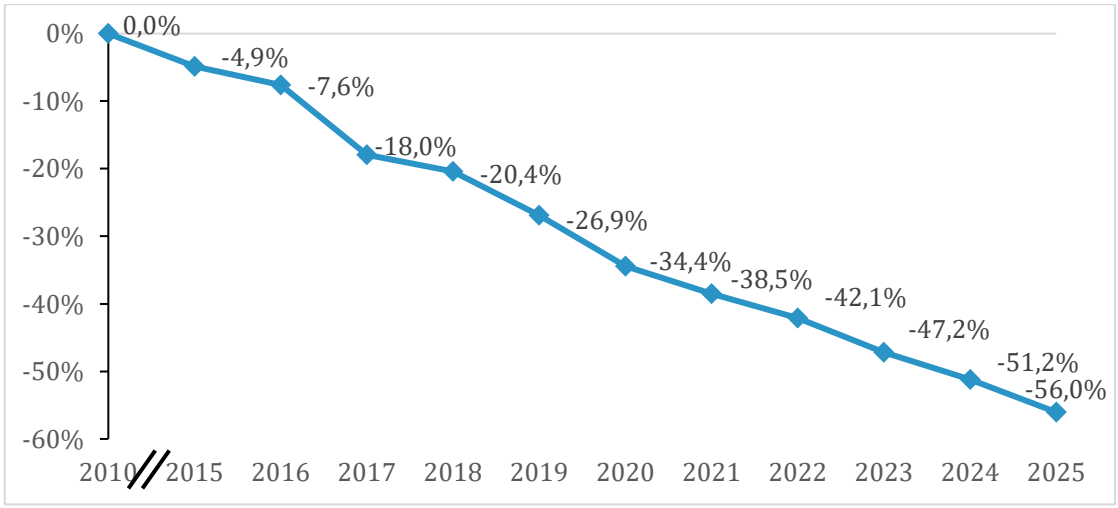
Figure 15. Évolution des volumes d'envois recommandés depuis 2010 (croissance cumulée)



Source : IBPT

71. Depuis 2015, le volume de courrier administratif a chuté annuellement, pour atteindre en 2025 moins de la moitié des volumes (-56,0 %) que l'on enregistrait encore en 2010.

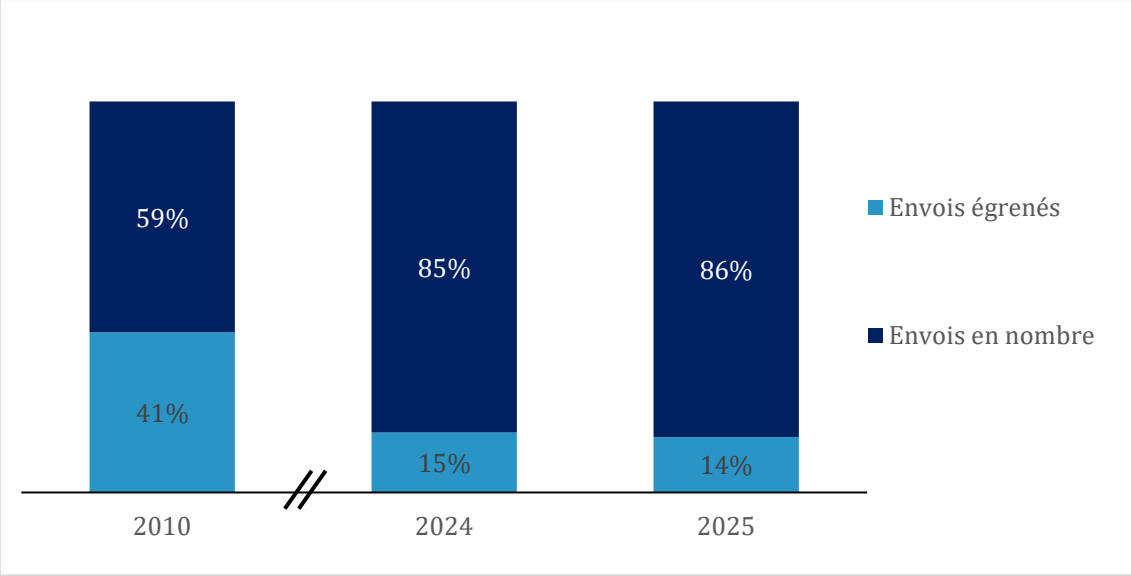
Figure 16. Évolution des volumes de courrier administratif depuis 2010 (croissance cumulée)



Source : IBPT

72. La répartition entre les volumes d'envois égrenés et d'envois en nombre concernant le courrier transactionnel a fortement évolué depuis plus d'une décennie. Ainsi, en 2025, un peu moins de 9 envois sur 10 sont des envois en nombre, contre pratiquement 3 sur 5 en 2010. La part du courrier égrené, par rapport aux envois en nombre, continue de baisser depuis 2010.

Figure 17. Répartition des volumes de courrier transactionnel entre envois égrenés et envois en nombre (%) (2010, 2024, 2025)



Source : IBPT

4.2.2.2. Revenus

73. La figure 18 décrit l'évolution des revenus des différents segments dans le courrier transactionnel. Les revenus totaux ont diminué de -21,7 % entre 2010 et 2025, dont 7 points de pourcentage entre 2016 et 2017 et 5 points de pourcentage entre 2019 et 2020. Entre 2020 et 2023, le total des revenus est resté assez stable (entre -16,3 % et -14,3 %, toujours par rapport à 2010) avant de chuter légèrement en 2024 (-17,0 %) et 2025 (-21,7 %).

74. Parmi les différents produits qui composent le courrier transactionnel, les revenus provenant des envois à valeur déclarée sont en chute (de +17,5 % en 2017 à -78,7 % en 2025).

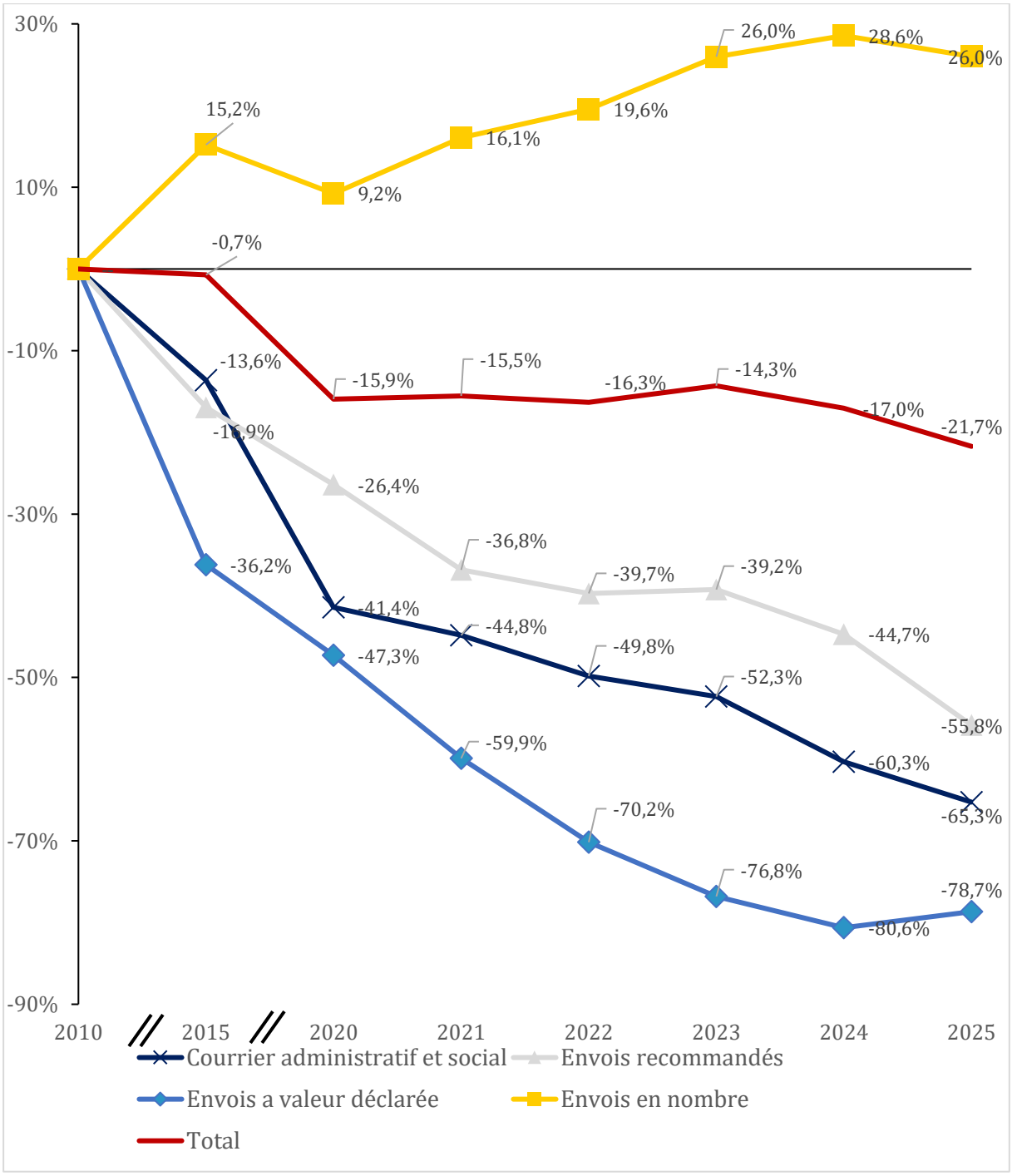
75. Le courrier administratif et social (égrené) est le produit qui affiche le deuxième niveau le plus bas en 2025. La tendance baissière qui existe depuis 2013 se poursuit. Ainsi, la baisse atteint 65,3 % en 2025.

76. Les envois recommandés (égrenés) plongent lourdement depuis 2019, cumulant ainsi une perte de près de 38 points de pourcentage entre 2019 et 2025 pour atteindre -55,8 % par rapport à 2010.

77. Enfin, les envois en nombre[37] constituent le seul segment qui se situe en positif tout au long de la décennie, avec +26,0% en 2025.

[37] Les envois en nombre comprennent aussi bien le courrier administratif que les envois recommandés envoyés en nombre.

Figure 18. Évolution des revenus pour le courrier transactionnel depuis 2010 (croissance cumulée) (%)

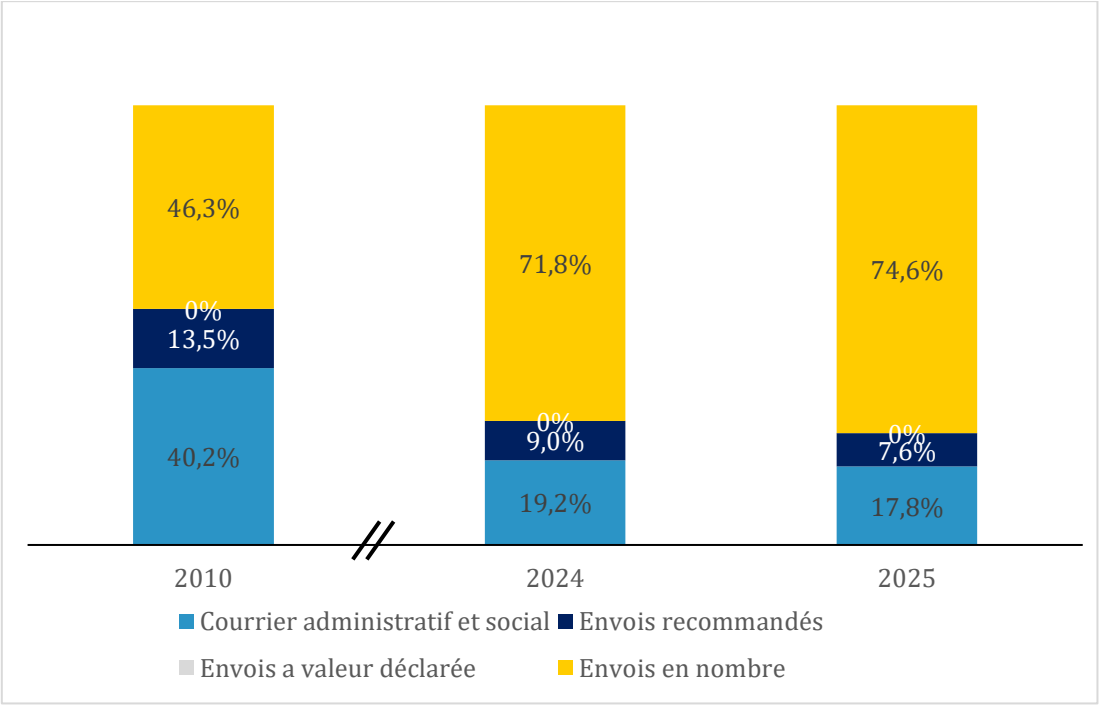


Source : IBPT

78. En observant davantage la composition des revenus issus du traitement du courrier transactionnel, l'on remarque que la majorité des revenus (74,6 %) sont issus en 2025 des envois en nombre. Les envois égrenés, constitués d'envois recommandés (7,6 %), d'envois à valeur déclarée (proche de 0 %) et de courriers administratifs et sociaux (17,8 %), forment donc la part restante (25,4 %). Parmi ces catégories, les envois en nombre de courrier

transactionnel représentent une part croissante des revenus (plus de 28 points de pourcentage de plus entre 2010 et 2025). Au cours de cette même période, les envois recommandés égrenés (-5,9 points de pourcentage) et le courrier administratif et social égrenés (-22,4 points de pourcentage) représentent en revanche une part toujours plus petite des revenus issus du courrier transactionnel.

Figure 19. Répartition des revenus pour le courrier transactionnel (%) (2010, 2024, 2025)



Source : IBPT

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

79. Le tarif nominal pour une lettre domestique non prior (distribution dans les trois jours ouvrables) et une lettre domestique prior (distribution le jour ouvrable suivant) de moins de 50 grammes en Belgique a enregistré une croissance significative ces dernières années.

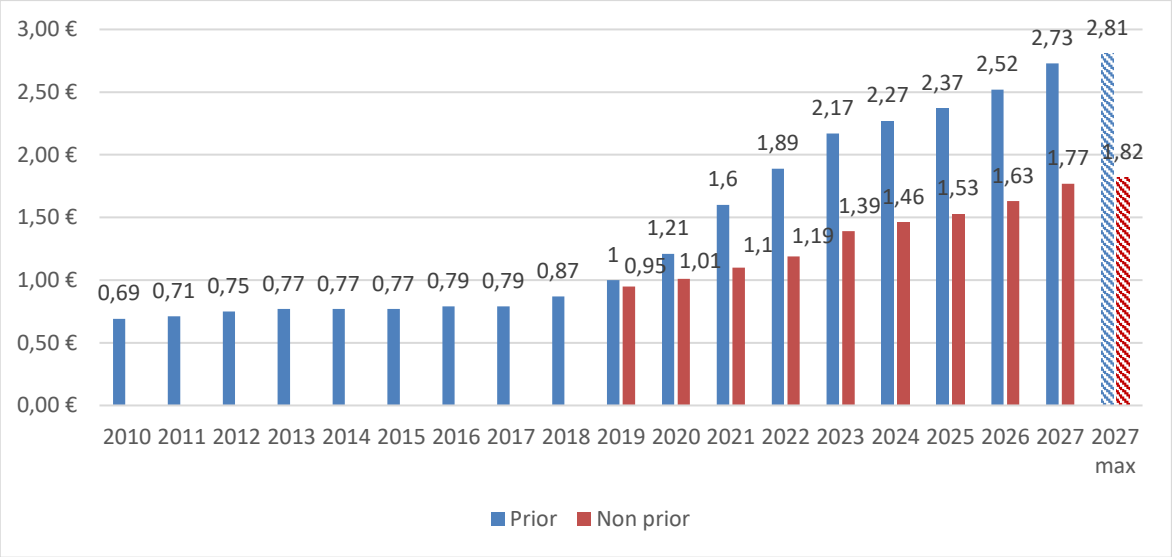
80. En observant la tendance depuis 2010, nous constatons que le prix unitaire du timbre prior a connu une augmentation de 296 %. Comparativement, l'inflation cumulée en Belgique entre 2010 et 2026 s'élève à 49,9 %.

81. On peut constater une nette augmentation sous la nouvelle loi relative aux services postaux du 26 janvier 2018 et sa formule de price cap. Ainsi, la croissance annuelle moyenne (CAGR) du timbre prior à l'unité est passée de 1,9 % sur la période 2010-2017 à 13,2 % sur la période 2017-2027.

82. Nous constatons également des hausses tarifaires importantes pour le timbre non prior, introduit en 2019, plus particulièrement une augmentation de 86 %, de 0,95 euro en 2019 à 1,77 euro en 2027.

83. Pour 2027, en fonction d'un nouveau dépassement de l'indice pivot, bpost peut appliquer une augmentation supplémentaire jusqu'à 2,81 euros pour le timbre prior et 1,82 euro pour le timbre non prior (tous deux au tarif unitaire).

Figure 20. Prix du service pour le timbre domestique prior et non prior (à l'unité) < 50 g (€)



Source : IBPT

84. La figure 21 ci-dessous, basée sur des données ERGP[38], montre les prix les plus bas des différents services de prestation d'acheminement et de distribution de lettres au format standard des 27 États membres de l'Union européenne et du Royaume-Uni pour une livraison nationale physique la plus rapide (dans la plupart des cas, au jour ouvrable suivant (J+1)[39]).

85. En 2026, la médiane européenne[40] pour l'affranchissement d'une lettre domestique est de 1,42 euro, le Danemark affichant les prestations les plus coûteuses (4,82 euros) et Chypre les plus abordables (0,43 euro). Au Danemark, la valeur aberrante de 4,82 euros s'explique en partie par le fait que le tarif inclut la TVA (s'élevant à 25 %[41]). La Belgique occupe la 6e place (1,1 euro au-dessus de la médiane) des pays les plus chers. Elle était cinquième un an auparavant. Une étude comparative récente à l'échelle européenne réalisée par l'IBPT[42] en 2024 soulignait également cette problématique, et ce, sur la base d'un modèle de régression qui permet de prédire les tarifs sur la base des caractéristiques d'un pays (comme le volume par habitant, la superficie du pays, la densité de population, les coûts salariaux, etc.). Il ressort

[38] ERGP 2026 Report on Postal Prices for the Postal Market

[39] Il n'existe pas de courrier prior J+1 en Espagne. Le tarif repris dans le tableau est donc celui du service non prior (J+3).
Pour la Finlande, c'est également le prix du service non prior.
Pour l'Allemagne, depuis 2025, c'est également le tarif d'un envoi non prior qui est repris.
Pour la France, il s'agit du prix du timbre prior, qui est un service J+2.
La première catégorie de poids disponible pour l'envoi des lettres peut également différer d'un pays à l'autre (20 g – 50 g – 100 g).

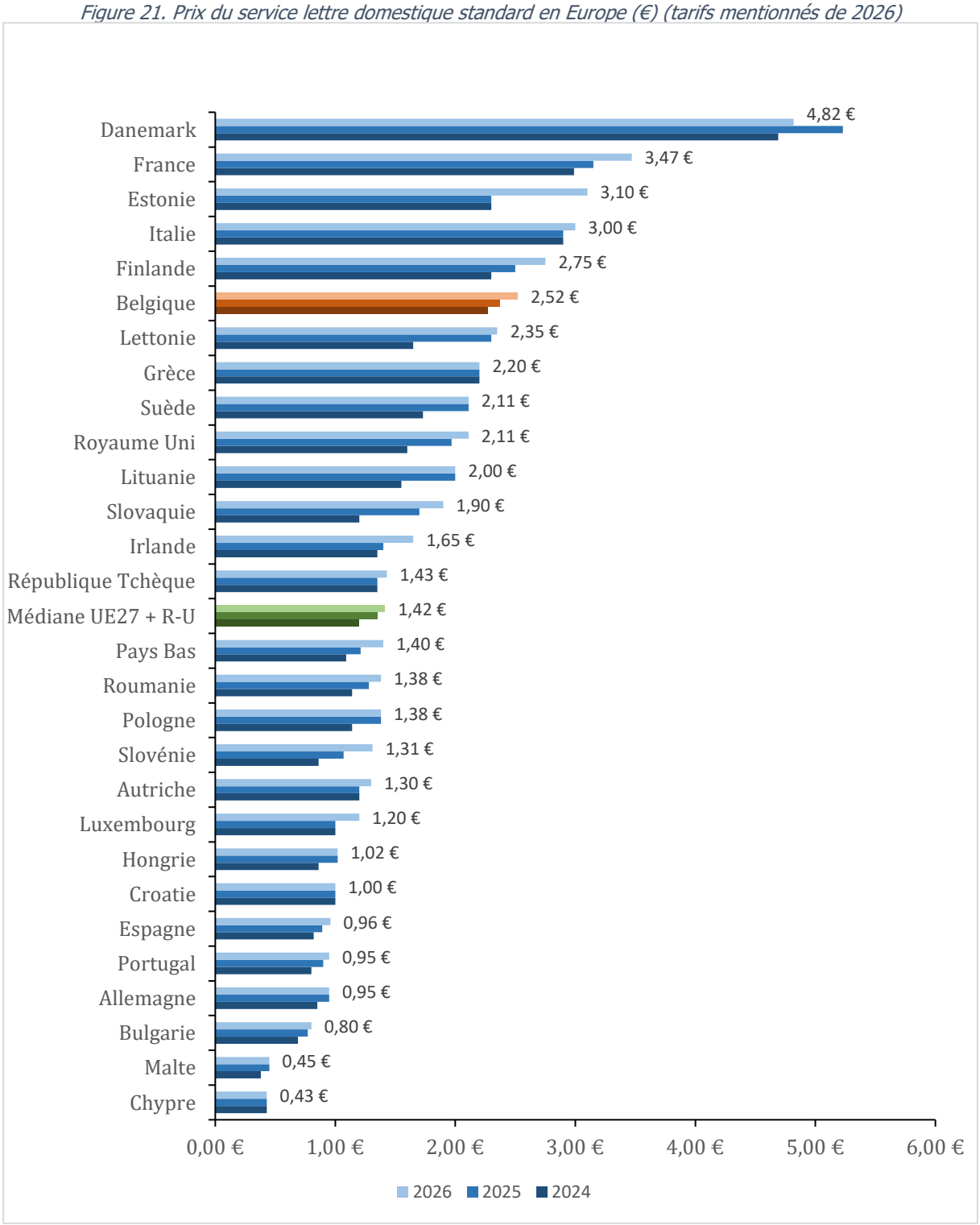
[40] L'utilisation de la médiane est liée à la présence de valeurs extrêmes (Danemark, France, Malte et Chypre dans cette figure) qui pourraient affecter fortement la moyenne.

[41] 0,94 euro du tarif de 4,82 euros correspond donc à de la TVA.

[42] Communication du 21 mai 2024 concernant une étude comparative des prix sur les tarifs unitaires 2020-2023 pour le courrier postal prior et non prior ainsi que les colis de 2 kg offerts par le prestataire du service universel | IBPT

des résultats, vu les paramètres de la Belgique, que l'on pourrait s'attendre à un tarif du timbre prior significativement plus bas pour les années considérées dans l'étude. En ce qui concerne le timbre non prior, l'on note également une différence claire, mais pas encore considérable, entre le tarif attendu et le tarif réel.

Figure 21. Prix du service lettre domestique standard en Europe (€) (tarifs mentionnés de 2026)



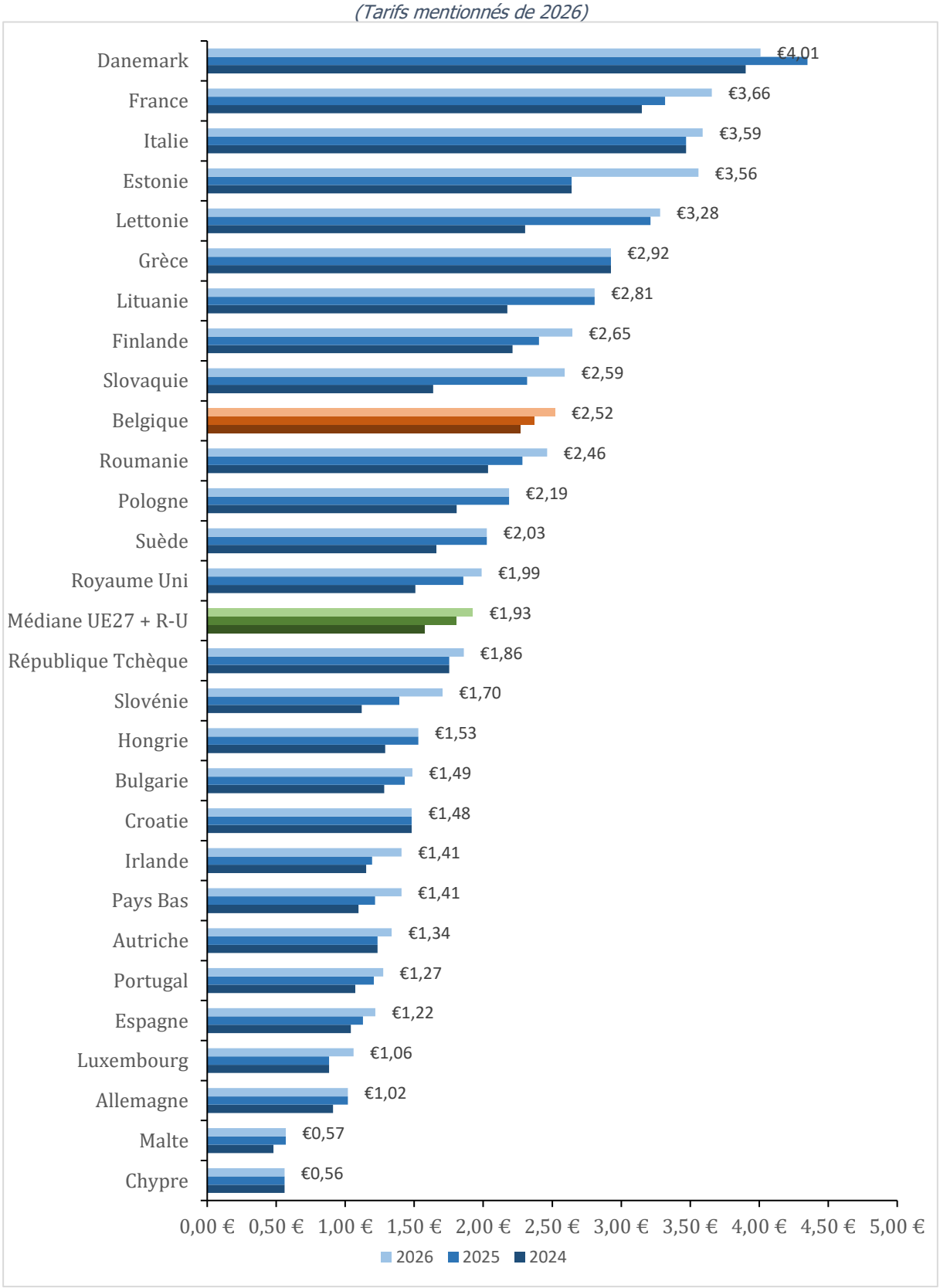
Sources : ERGP, IBPT

86. Une comparaison similaire peut être effectuée pour les prix de la prestation d'acheminement et de distribution de la lettre au format standard en exprimant les tarifs des différents pays en parité de pouvoir d'achat (PPA)[43]. Il s'agit d'une mesure permettant de neutraliser les écarts de niveau de vie entre les pays.

87. Une fois les différences de niveau de vie neutralisées, la médiane européenne s'établit à 1,93 euro. La Belgique reste largement au-dessus du niveau de cette médiane (2,52 euros) avec une 10e place, comme l'année précédente. Le Danemark reste le pays le plus cher (4,01 euros) et Chypre le moins cher (0,56 euro).

[43] Pour réaliser cette figure, l'IBPT s'est basé sur les valeurs nominales présentes à la figure précédente, ainsi que les indices de niveau des prix d'Eurostat de 2025 (https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/tec00120/default/table?lang=en) et a pris la Belgique comme point d'étalonnage.

Figure 22. Prix exprimés en parité du pouvoir d'achat (PPA) du service lettre domestique standard en Europe (€) (Tarifs mentionnés de 2026)



Sources : ERGP, IBPT

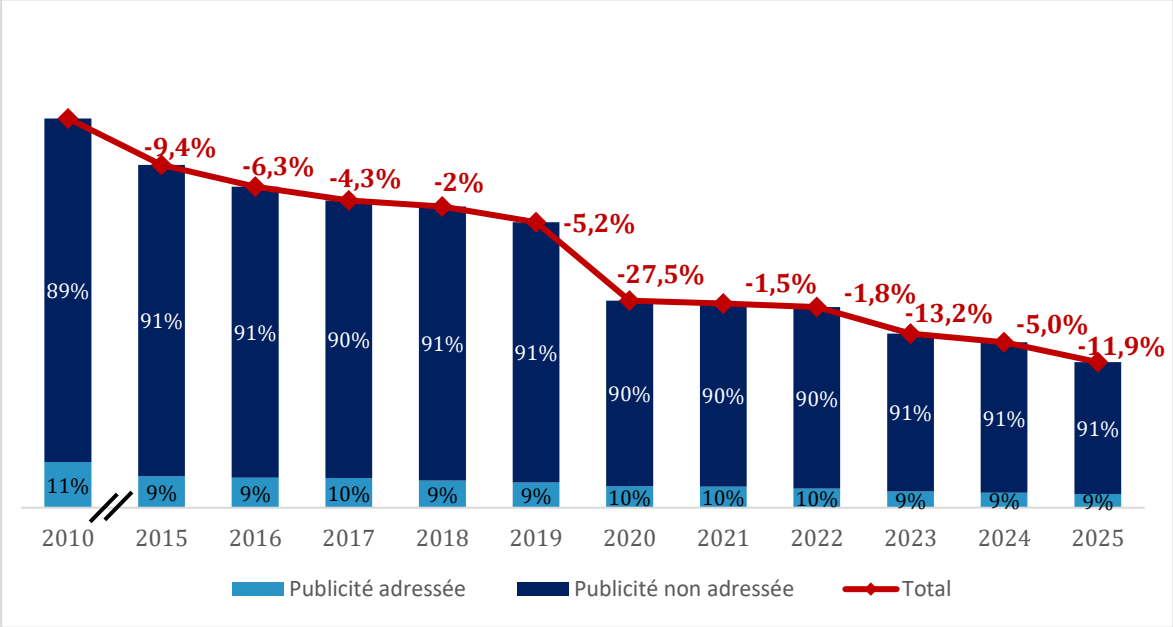
4.2.3. Courrier publicitaire adressé

88. Le courrier publicitaire adressé fait partie du segment de la poste aux lettres, au même titre que le courrier transactionnel. Le courrier publicitaire non adressé n'en fait en revanche pas partie dans la mesure où la distribution d'envois non adressés ne constitue pas un service postal. Il est néanmoins pris en considération dans le cadre de cette partie afin de dresser une vue d'ensemble de l'évolution de la publicité papier (courrier adressé ou toutes-boîtes) que les citoyens trouvent régulièrement dans leur boîte aux lettres. En ce qui concerne ces publicités non adressées, de plus en plus de livreurs interrogés dans le cadre de notre enquête s'inquiètent de la diversité de taxes communales prélevées sur ce type de publicité. Il s'agit donc d'une taxe locale sur la distribution d'imprimés non adressés. Non seulement le montant varie considérablement, et dépasse même largement le coût de la distribution dans certaines communes, mais la manière dont il est perçu diffère également. Certaines communes facturent ainsi cette taxe au distributeur (sur une base annuelle) plutôt qu'à l'expéditeur. Le distributeur doit alors récupérer ce montant par la suite auprès de son client, à savoir l'expéditeur. Les distributeurs de publicités non adressées interrogés sont par conséquent demandeurs d'une uniformité sur l'ensemble du territoire national.

4.2.3.1. Volumes

89. Depuis 2010, le volume de la publicité papier connaît une diminution continue. Cette tendance s'est encore accentuée particulièrement en 2020, avec une baisse de 27,5 % par rapport à 2019 (ce résultat est évidemment encore lié à la pandémie puisque les promotions ont été temporairement interdites pendant le confinement). Cette baisse est toutefois restée relativement limitée en 2021 et 2022, avec respectivement -1,5 % et -1,8 % sur une base annuelle. Depuis 2023, on constate des diminutions annuelles plus ou moins importantes, avec respectivement -13,2 % en 2023, -5,0% en 2024 et -11,9% en 2025. La répartition des volumes entre courrier adressé et non adressé reste pratiquement identique depuis 2010, avec environ 10 % pour le premier et 90 % pour le second.

Figure 23. Évolution des volumes de publicité

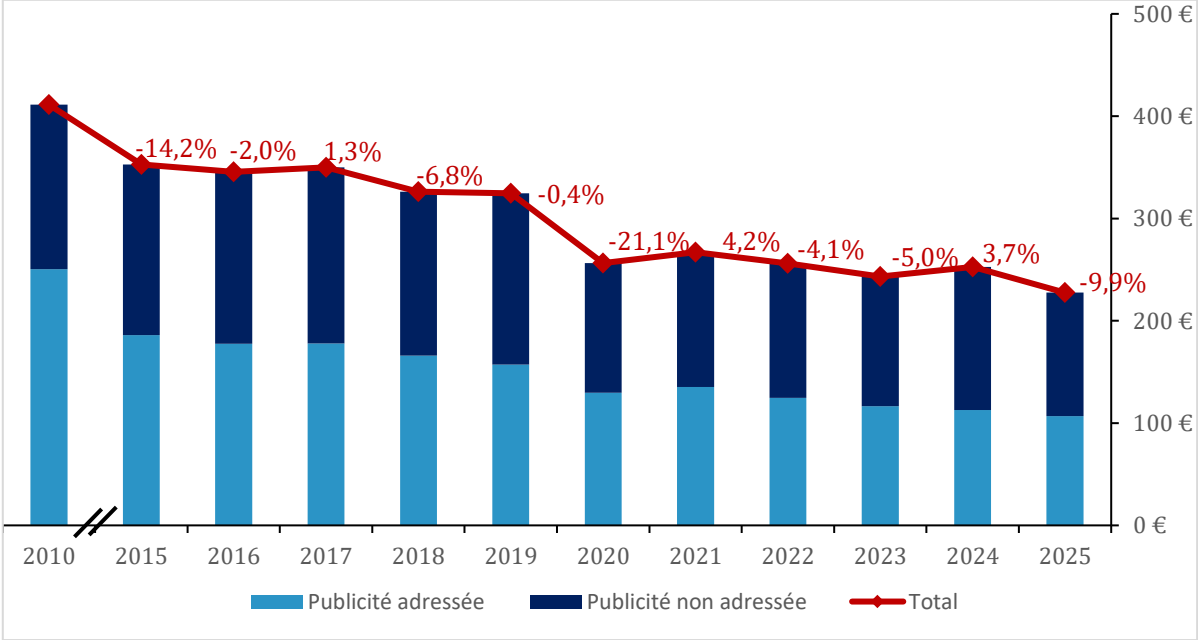


Source : IBPT

4.2.3.2. Revenus

90. Les revenus de la publicité adressée et non adressée ont connu également de nombreuses diminutions au cours de la période 2010-2025, bien qu'elles soient généralement moins importantes que les pertes annuelles de volume. Depuis une baisse annuelle importante enregistrée en 2020 (-21,2 %), les revenus de la publicité ont connu tantôt des augmentations tantôt des diminutions entre 2021 et 2025, comprenant des variations annuelles entre -9,9 % et +4,2 %. C'est au cours de cette dernière année que la baisse est la plus importante depuis le COVID-19 (-9,9%).

Figure 24. Évolution des revenus de publicité (millions d'euros)



Source : IBPT

4.2.4. Courrier international

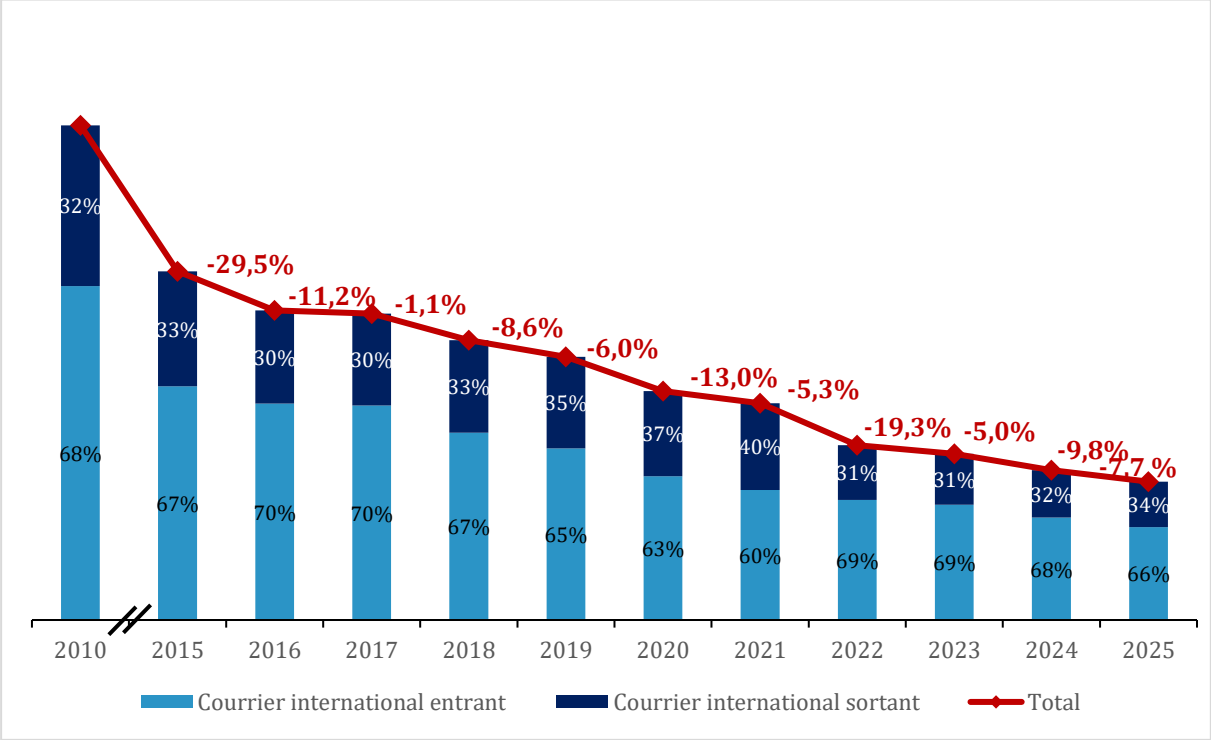
91. En plus des envois postaux transactionnels et des envois publicitaires adressés, la poste aux lettres est également composée d'une troisième et dernière catégorie de courrier, à savoir le courrier international. Le courrier international renvoie aux flux d'envois de correspondance de moins de 2 kg échangés entre la Belgique et l'étranger. Il peut s'agir aussi bien de flux entrants (« international inbound »), c'est-à-dire du courrier qui doit être distribué en Belgique, que de flux sortants (« international outbound »), c'est-à-dire du courrier international sortant envoyé depuis la Belgique vers d'autres pays.

4.2.4.1. Volumes

92. La figure 25 décrit l'évolution des volumes des courriers internationaux entrants et sortants depuis 2010. Elle permet notamment d'identifier la variation de la proportion des deux types de courriers d'une année à l'autre. On se retrouve en 2025 avec une proportion de 34 % pour le courrier international sortant et 66 % pour le courrier international entrant. Le volume global d'envois de correspondance internationaux entrants et sortants a toutefois continuellement

diminué au cours des années. 2025 ne fait d'ailleurs pas exception puisqu'on y enregistre une baisse annuelle des volumes de 7,7 %.

Figure 25. Évolution des volumes de courrier international



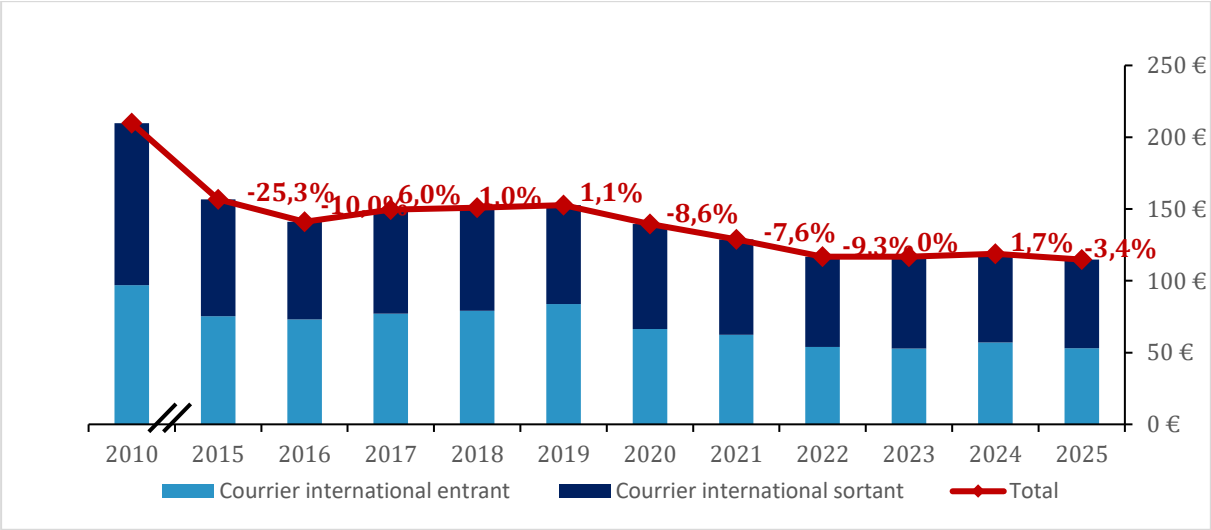
Source : IBPT

4.2.4.2. Revenus

93. Les revenus de la poste aux lettres en provenance ou à destination de l'étranger sont relativement variables depuis 2010. On enregistre d'importantes baisses, tout d'abord entre 2010 et 2015 (-25,3 % sur 5 ans) et en 2016 (-10 %). Les années 2017, 2018 et 2019 connaissent, quant à elles, des augmentations modérées (respectivement 6 %, 1 % et 1,1 %). Enfin, les années 2020, 2021 et 2022 connaissent trois baisses importantes (respectivement -8,6 %, -7,6 % et -9,3 %[44]). Depuis 2023, les revenus sont toutefois relativement stables, avec un statut quo en 2023 (+0 %), une légère augmentation en 2024 (+1,7 %) et une légère baisse en 2025 (-3,4 %). Les pourcentages de baisses et de hausses liées aux volumes et aux revenus contrastent fortement : les pourcentages sont plus faibles pour les revenus, probablement en raison de prix plus élevés ou d'une combinaison de produits différents (formats plus grands, destinations plus lointaines).

[44] Pour 2022, ce chiffre s'explique notamment par le retrait de G3 Worldwide de notre observatoire, qui enregistrait des volumes et revenus d'envois de correspondance sortants.

Figure 26. Évolution des revenus provenant du courrier international (millions d'euros)

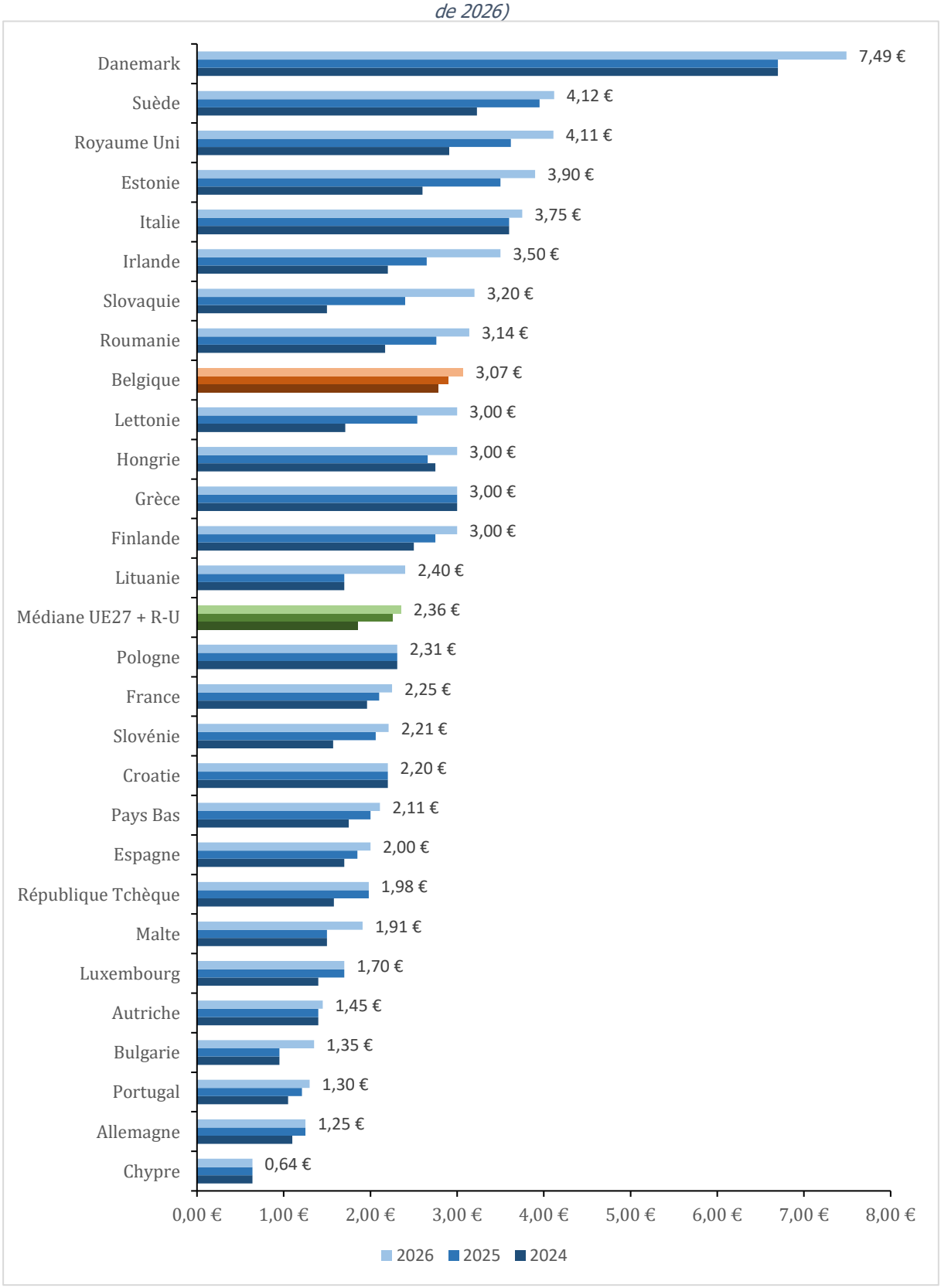


Source : IBPT

4.2.4.3. Tarifs pour les petits utilisateurs du prestataire du service universel

94. Si l'on compare les prix pratiqués par les différents prestataires du service universel en Europe en ce qui concerne le service des lettres standard au sein de l'UE, on constate que la Belgique se situe au-dessus de la médiane européenne (respectivement 3,07 euros et 2,36 euros). La Belgique occupe aujourd'hui la 9e place du classement, tandis qu'elle occupait la 7e place une année auparavant. Elle était encore 12e de ce classement en 2020. Le pays le plus cher à ce niveau reste le Danemark (7,49 euros) et le pays le plus abordable pour le service international reste Chypre (0,64 euro).

Figure 27. Prix du service lettre standard intra-européen en Europe (en valeur nominale) (€) (Tarifs mentionnés de 2026)



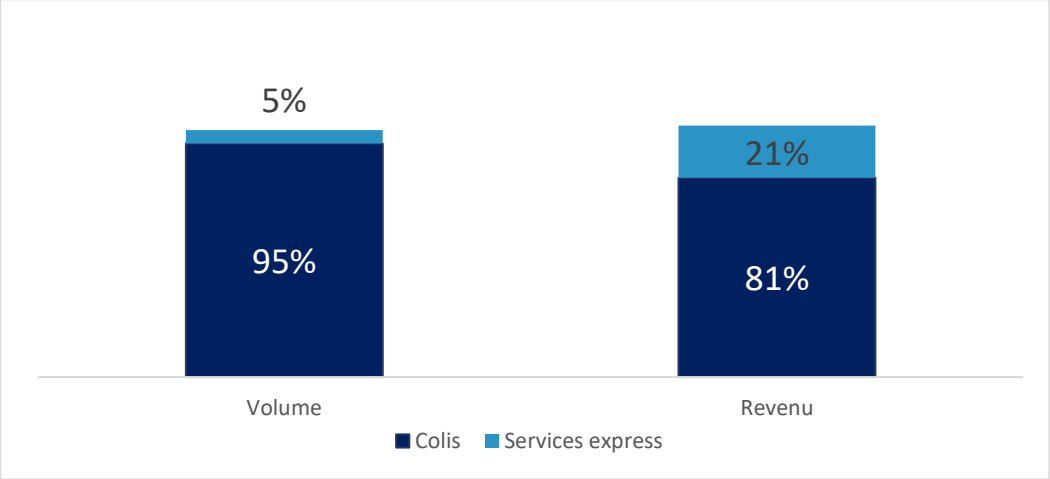
Source : IBPT

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

95. La croissance de l'e-commerce en Belgique et ailleurs fait que le segment des colis et des envois express prend toujours plus d'importance sur le marché postal. Comme déjà indiqué précédemment dans le graphique sur l'importance des différents segments (voir 4.1.3), nous constatons depuis 2017 que le segment des colis et des services express est devenu le plus important. Aujourd'hui, ce segment représente déjà plus du double du segment des envois de correspondance en termes de chiffre d'affaires.

96. Ce chapitre abordera tant l'évolution du marché des colis que celle du marché des services express[45] ; ils seront donc analysés conjointement. Toutefois, la proportion est clairement à l'avantage des colis, avec 95 % en ce qui concerne les volumes, contre 5 % pour les envois express, et 79 % en termes de revenus, contre 21 % pour les envois express (cette part plus élevée en termes de revenus par rapport au volume s'explique naturellement par le fait que les envois express sont généralement plus chers). Nous remarquons, au niveau de ces proportions, une différence substantielle par rapport aux années précédentes, étant donné qu'un opérateur a modifié la classification de ses envois express à colis (régulier).

Figure 28. Ratio entre colis et envois express en termes de volume et de chiffre d'affaires (2025)



Source : IBPT

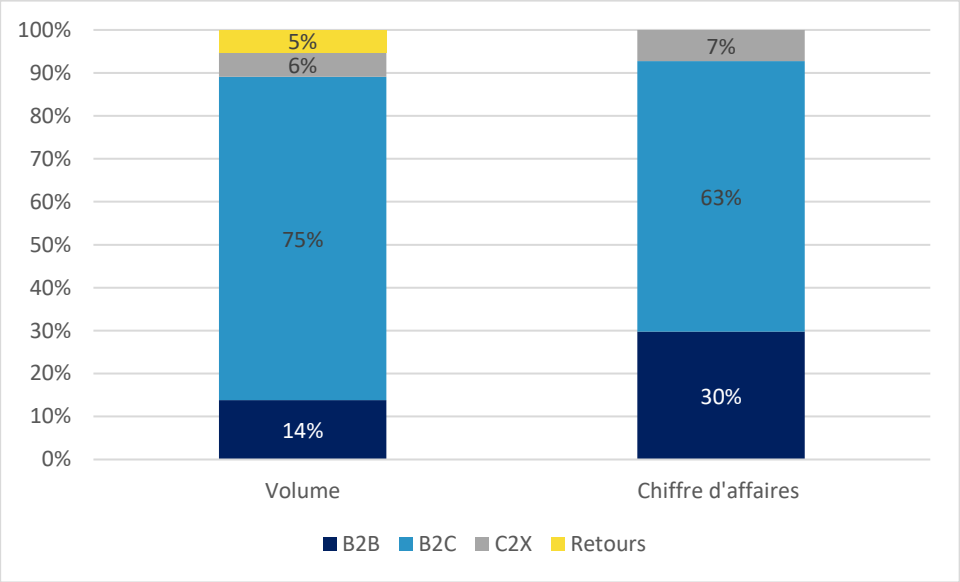
97. Bien que certains acteurs soient actifs dans des segments spécifiques (B2B, B2C[46], C2X), le type de destinataire reste difficile à identifier avec certitude pour l'opérateur. Sur la base des réponses de 15 opérateurs à notre enquête, nous avons toutefois déjà pu avoir une indication. Ainsi, l'on constate qu'environ 75 % du volume des colis et services express en 2025 a été

[45] Dans le cadre de l'observatoire, on entend par « envois express » les envois très sensibles au facteur temps et qui doivent être distribués avant une heure précise, choisie par l'expéditeur, et ce, souvent directement, sans passer par une tournée de distribution qui concerne également d'autres envois. Par exemple, par le biais d'une garantie de livraison, comme la garantie de livraison avant 9h, 10h ou 12h le jour suivant. En revanche, les colis standard, comme ils font partie d'une tournée de distribution régulière, sont souvent distribués en J+1 (pour les envois nationaux). Bien qu'Amazon, en particulier, mise fortement sur la livraison le jour même (« same day delivery ») grâce à des investissements supplémentaires (https://www.vrt.be/vrtnws/nl/2025/10/08/same-day-delivery-wordt-de-standaard/).

[46] Voire même D2C, Direct-to-Consumer, qui fait référence à un modèle commercial dans lequel un fournisseur vend directement à l'utilisateur final, sans passer par des détaillants, des grossistes ou d'autres intermédiaires.

envoyé par un utilisateur professionnel à un particulier (donc B2C). Environ 14 % concernait deux parties professionnelles, impliquant probablement des envois groupés (ainsi que des palettes de plus de 31,5 kg qui ne relèvent pas du champ d'application de la législation postale et du présent observatoire). Dans environ 6 % des cas, le colis était envoyé par un particulier (C2X), et dans les autres cas (environ 5 %), il s'agissait de retours. Même dans ce contexte (postal), le segment B2B représente 30 % du chiffre d'affaires, contre néanmoins 63 % pour le B2C, les 7 % restants étant attribuables au C2X.

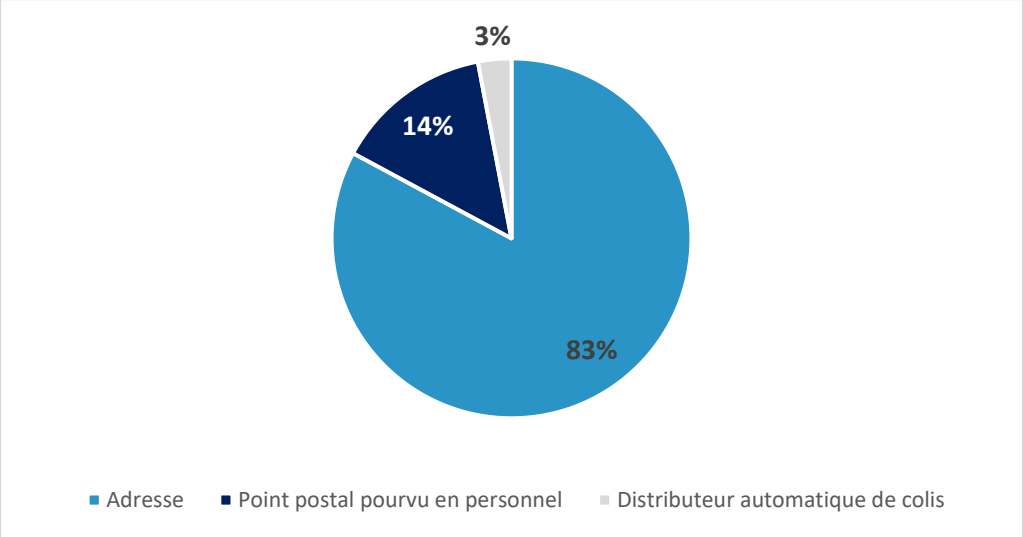
Figure 29. Rapport B2X, C2X et retours en termes de volume et de chiffre d'affaires (2025)



Source : IBPT

98. En ce qui concerne les modalités de livraison, nous constatons qu'en 2025, sur la base des réponses de 14 opérateurs à notre enquête, environ 83 % de tous les colis et envois express expédiés sont livrés à domicile (à des adresses données et non à des points de collecte) en Belgique. Les points postaux pourvus en personnel représentent environ 14 % pour les envois livrés en Belgique, tandis que les distributeurs automatiques de colis reçoivent environ 3 % du volume. Ces proportions sont restées relativement constantes ces dernières années, la livraison à domicile restant l'option la plus populaire, bien que nous constations une augmentation progressive de l'utilisation de distributeurs automatiques de colis. Nous abordons le réseau des opérateurs de manière détaillée à la section 6.

Figure 30. Ratio de distribution à l'adresse, au point postal pourvu en personnel et au distributeur automatique de colis (2025)



Source : IBPT

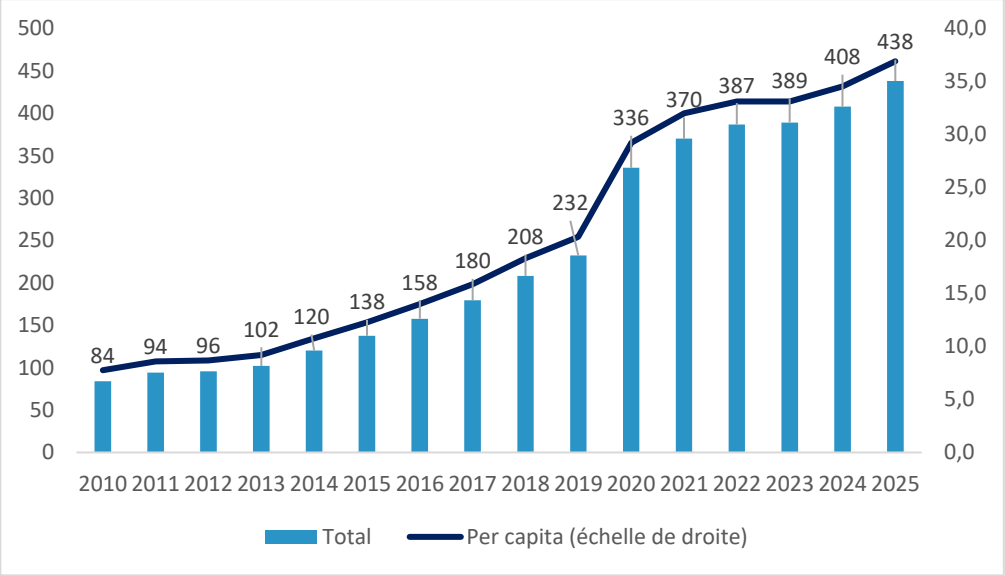
4.3.1. Volume

99. Le segment des colis et des envois express est celui qui a connu la plus forte évolution ces dernières années. Il a même profité en 2020 de la crise du coronavirus, lorsque les magasins physiques ont dû fermer leurs portes pour lutter contre la propagation du virus. Les consommateurs sont dès lors passés à d'autres solutions pour répondre à leurs besoins. Cela a entraîné une augmentation record en un an : +44,5 % entre 2019 et 2020. En 2021, la progression était déjà plus limitée : avec 10,2 %, elle est même inférieure au taux de croissance annuel moyen (CAGR) de 14,4 % mesuré sur la période 2010-2021. En 2022 et 2023[47], la hausse s'est ensuite ralentie, avec des augmentations sur base annuelles de respectivement 4,5 % et 0,6 %. En 2024, la croissance était de +4,8 % et en 2025, elle était de +7,4 %. Le taux de croissance annuel moyen (CAGR) entre 2010 et 2025 s'élève donc à 11,6 %. À titre d'information, en raison d'une mise à jour des données d'un opérateur, on constate des différences en termes de volumes pour les années précédentes par rapport à nos publications antérieures.

100. Le nombre de colis postaux par habitant a évidemment suivi la même tendance au cours des 15 dernières années et a presque quintuplé, passant de 7,8 colis en moyenne à 36,9 colis par habitant sur une base annuelle. Un colis ou un envoi express est donc envoyé tous les 10 jours (que le destinataire soit un consommateur ou non). Cependant, la Belgique est encore loin des pays où l'on enregistre le plus grand nombre de colis par habitant en Europe : comme l'Allemagne et les Pays-Bas qui affichent 57 colis par habitant en 2024[48]. Pour plus d'informations et des comparaisons européennes plus approfondies concernant l'e-commerce, veuillez consulter l'étude de l'IBPT à ce sujet de 2023[49].

[47] Nous avons reçu des chiffres actualisés de certains opérateurs pour ces années-là, de telle sorte que les conclusions énoncées dans certaines éditions précédentes de l'observatoire ne sont plus d'actualité.
[48] ERGP Report on Postal Core Indicator, 11 février 2026.
[49] https://www.ibpt.be/consommateurs/publication/aspects-postaux-de-l-e-commerce

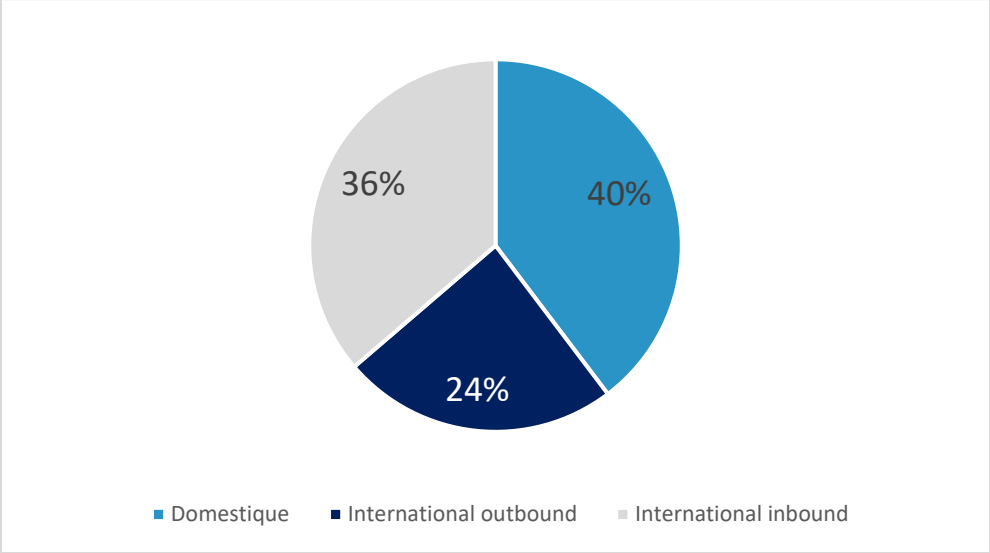
Figure 31. Évolution du volume de services express et de colis au total (en millions d'unités) et par habitant (par unité) par an



Source : IBPT

101. La figure suivante montre la répartition des colis et des envois express selon leur origine et leur destination. Ainsi, 40 % des envois de colis ou des envois express en 2025 sont des envois domestiques. Ils n'ont donc pas quitté le territoire national. L'article est allé d'une entité belge à une autre (personne physique ou entreprise). La part des envois internationaux entrants est de 36 %, celle des envois internationaux sortants est de 24 %. En Belgique, le nombre de colis importés est donc supérieur à celui des colis exportés. Cette différence est resté stable entre 2024 et 2025, cependant, cet écart s'est creusé à long terme : en 2022, elle n'était que de 3 points de pourcentage, avec 30 % d'envois sortants et 33 % d'envois entrants. Concernant la figure ci-dessous, il convient encore de noter qu'elle ne contient évidemment pas que de l'e-commerce, c'est-à-dire le B2C, mais également le segment important du B2B et le segment (plus petit) du C2X. Au sein de l'UE, nous voyons d'ailleurs, sur la base du rapport ERGP Core Indicators précité, que seule une poignée de pays ont plus de colis sortants que de colis entrants (appelés « exportateurs nets ») en 2024. Il s'agit entre autres de nos voisins allemands et néerlandais, qui ont typiquement un secteur de l'e-commerce fortement développé.

Figure 32. Répartition du volume de services express et de colis par envois domestiques, internationaux sortants et internationaux entrants (2025)



Source : IBPT

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

103. En 2021, nous constations une autre évolution par rapport à 2020. Au premier trimestre, en faisant la comparaison avec le Q1 2020 (qui avait encore à peine subi l'impact du premier confinement) nous avons observé une forte croissance de toutes les catégories (en moyenne +78,9 %), principalement celle des envois sortants. Aux trimestres suivants, la croissance s'est toutefois systématiquement effritée.

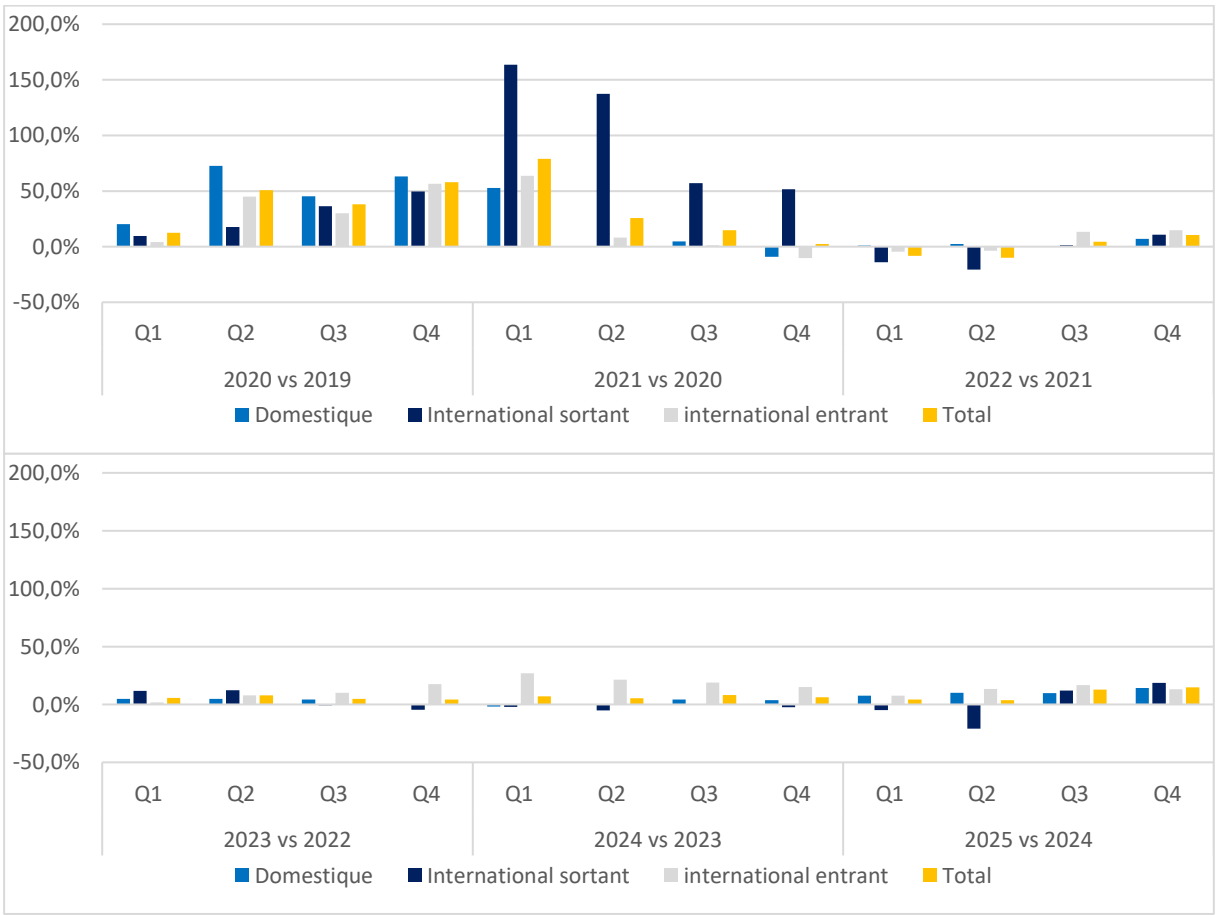
104. En 2022, nous observons même une croissance totale négative au cours des deux premiers trimestres (-8,3 % au Q1 et -10,1 % au Q2). Ceci s'explique notamment par une forte évolution négative des envois internationaux sortants, qui avaient tout juste stimulé la croissance un an plus tôt. Au Q3 2022, la croissance globale a repris (4,5 %), tendance qui s'accentue encore au dernier trimestre (10,5 %), les services express et de colis intérieurs, sortants et entrants enregistrant des valeurs positives (respectivement +7 %, + 10,7 % et +14,9 %).

105. Pour 2023, la croissance a surtout été portée par les envois entrants, qui enregistraient des augmentations trimestrielles jusqu'à 17,6 % (Q4). Les résultats des envois sortants étaient plus mitigés, avec d'excellents résultats au Q1 et Q2 (11,8% et 12,4% respectivement) avant des résultats négatifs pour les 2 derniers trimestres. Les envois domestiques enregistraient, pour les 3 premiers trimestres, une croissance proche de 4,5 %.

106. En 2024, c'est surtout la catégorie des services express et de colis entrants qui progresse de manière significative et tire la moyenne globale vers le haut. Les premier et deuxième trimestres se démarquent, avec des volumes domestiques en croissance de plus de 20 % (+26,9 % et +21,5 % respectivement) par rapport aux mêmes trimestres un an plus tôt. Le volume domestique a également enregistré une croissance presque chaque trimestre, avec un pic au Q4 de 7,5%. En revanche, nous constatons une baisse constante dans les services internationaux des colis sortants et d'envois express, le Q2 étant responsable de la plus forte baisse, avec -5,3 %.

107. Enfin, en 2025, ce sont les envois domestiques et envois entrants qui enregistrent de belles augmentations par rapport à l'année précédente (entre 7,5 % et 16,7 %). Les envois sortants ont, quant à eux, connu une double diminution aux premiers trimestres (-4,9 % et -20,8%) avant de se rattraper en fin d'année (entre +12,0 % et +18,7%).

Figure 33. Comparaison de l'évolution des volumes trimestriels nationaux, internationaux sortants et internationaux entrants entre 2019 et 2025 (YoY)

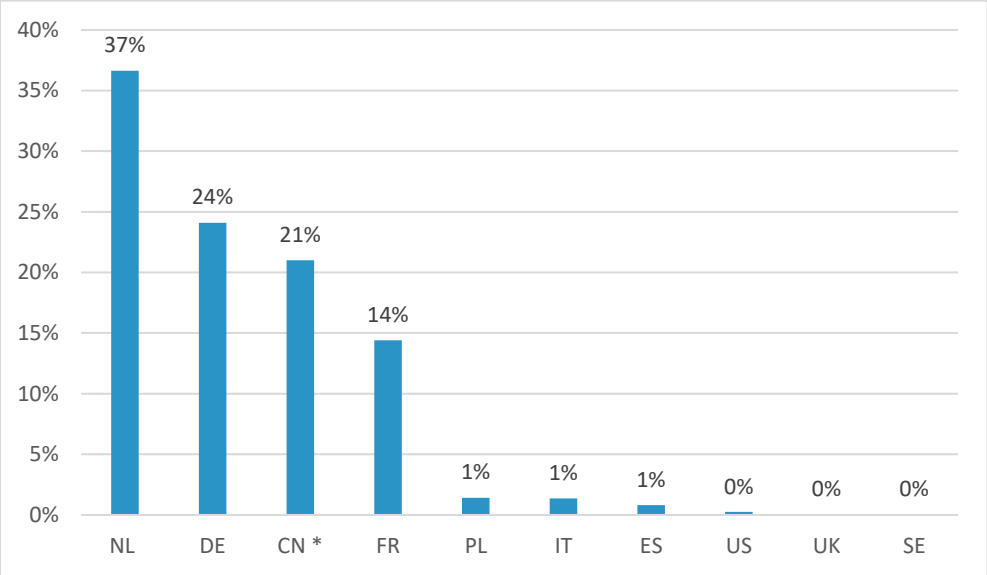


Source : IBPT

108. La figure 34 ci-dessous nous permet, sur la base des réponses de huit opérateurs, d'obtenir une image plus précise de l'origine des colis entrants. Cette figure présente la répartition relative du volume pour les dix pays les plus populaires. Sans grande surprise, ce sont les pays limitrophes qui sont à l'origine de la majorité des colis et envois express entrants. Plus d'un tiers du volume importé provient des Pays-Bas, alors qu'environ un quart est issu d'Allemagne.

109. Seulement 4 % du volume de colis entrants provient directement de Chine, qui apparaît en troisième position dans la liste. Toutefois, comme ces colis arrivent souvent en nombre, notamment via l'aéroport de Liège-Bierset[50], et sont ensuite expédiés en tant qu'envois postaux intérieurs, les opérateurs ont indiqué que la part des colis en provenance de Chine était nettement plus élevée, à la suite de ce procédé indirect. Ainsi, pour l'année 2025, la part des colis provenant de Chine s'élèverait à 21 % et dépasserait donc même celle des colis venant de France.

Figure 34. Répartition des colis et envois express entrants (inbound) selon les dix premiers pays (2025)



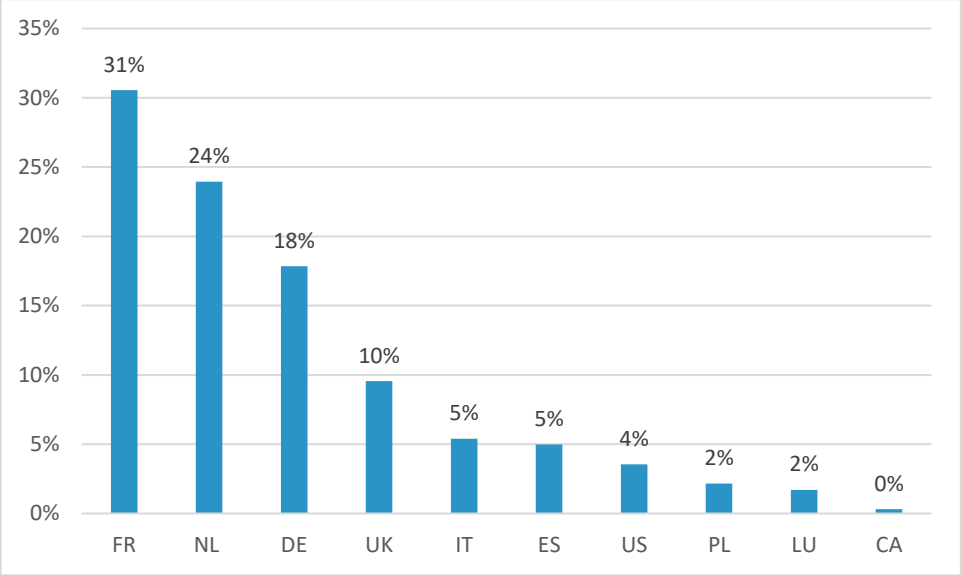
Source : IBPT

**Pour la Chine (CN), l'essentiel de ce volume est constitué d'envois traités comme des envois domestiques*

110. Un fait surprenant est que la France, qui occupe seulement la 4e position en termes de colis entrants, est le pays de destination de la plupart des colis sortants en 2025. Près d'un tiers des colis sortants prennent la direction de la France. Les Pays-Bas et l'Allemagne complètent le top 3, ce trio de pays limitrophes représentant ainsi 72 % des colis sortants.

[50] 1 milliard d'envois sont entrés dans l'UE à Liège en 2024 : https://www.standaard.be/economie/chinese-webshops-veroveren-onze-markt-via-luik-maar-niet-altijd-legaal/40819570.html

Figure 35. Répartition des colis et envois express sortants (outbound) selon les dix premiers pays (2025)

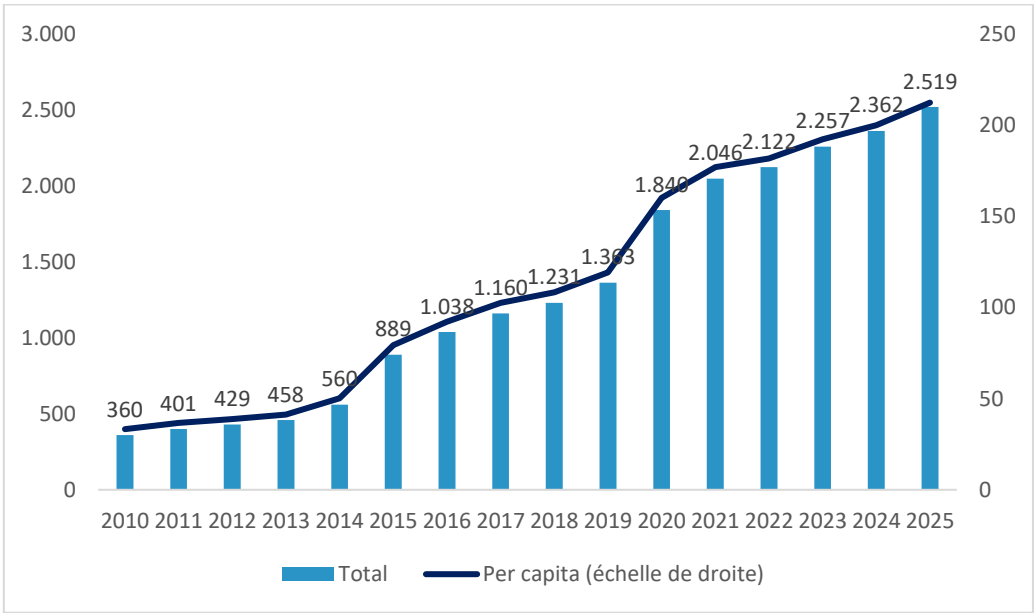


Source : IBPT

4.3.2. Revenus

111. En 2025, l'augmentation du revenu se poursuit encore, avec 6,7 % de plus par rapport à 2024, pour atteindre 2,519 milliards d'euros. Elle reste toutefois inférieure à la croissance moyenne pondérée de ces 15 dernières années, qui s'élevait à pas moins de 13,8 %. Ce chiffre d'affaires représente en moyenne 212 euros par Belge et par an en 2025, soit plus que six fois le niveau de 2010.

Figure 36. Évolution du chiffre d'affaires dans le segment des services express et des colis (millions d'euros) et par habitant (euros) par an

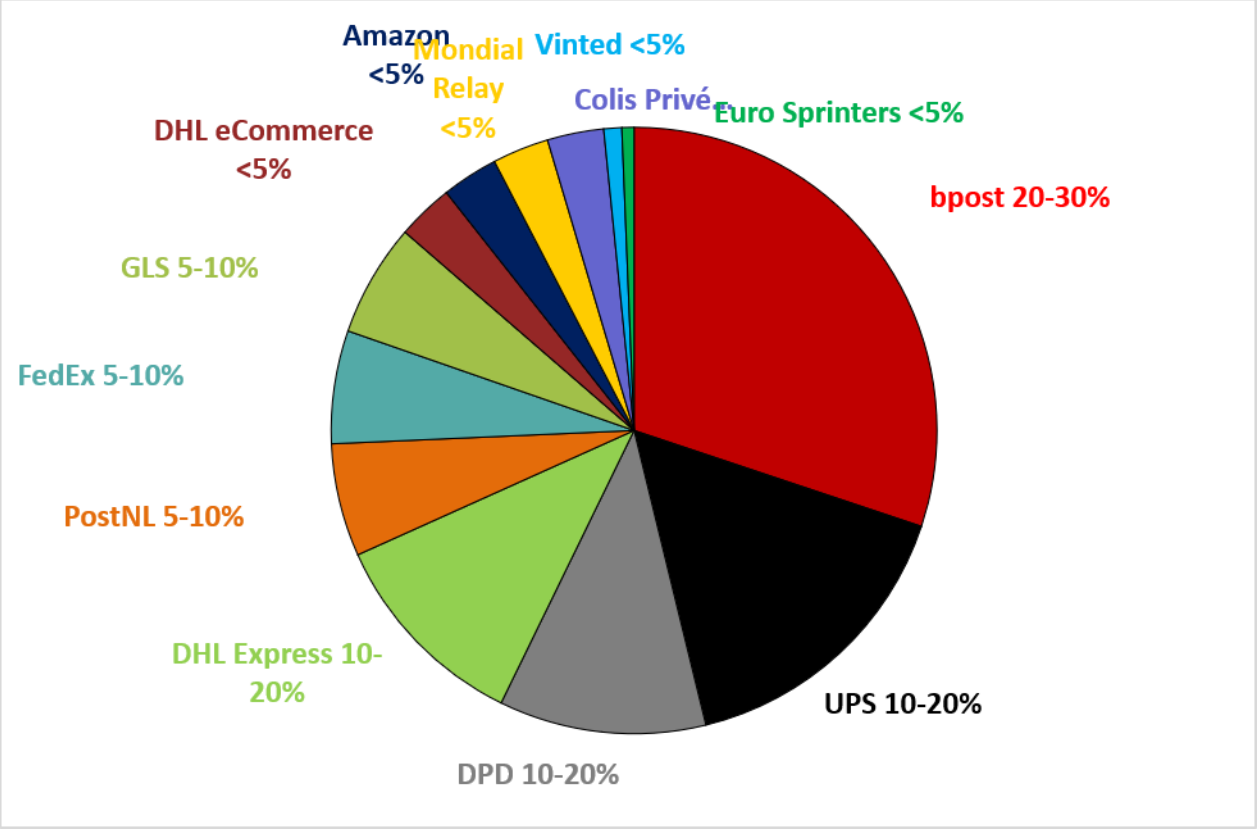


Source : IBPT

4.3.3. Parts de marché

112. La figure 37 ci-dessous montre les parts de marché des différents acteurs du segment des colis et des services express en fonction du chiffre d'affaires en 2025. Ainsi, bpost, United Parcel Service, DPD et DHL Express possèdent chacun plus de 10 % de parts de marché et représentent ensemble environ 60 % des parts de marché. Ensuite, PostNL, FedEx (qui inclut TNT désormais) et GLS détiennent chacun entre 5 % et 10 % de parts de marché. Les autres opérateurs détiennent chacun moins de 5 % de parts de marché.

Figure 37. Parts de marché sur la base du chiffre d'affaires dans le segment des colis et des envois express (2025) (%)



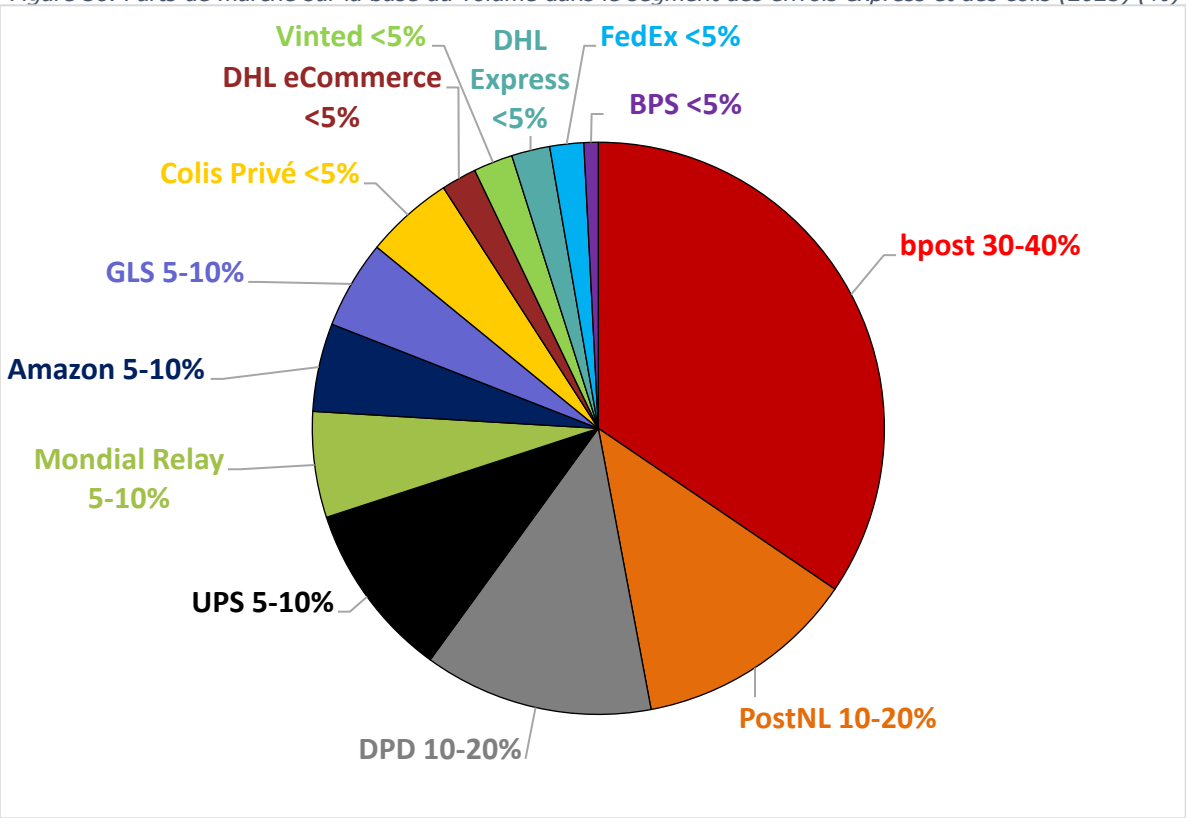
Source : IBPT

113. Une analyse similaire avec les parts de marché peut être faite sur la base du volume, ce qui donne des résultats différents. Ainsi, bpost détient la plus grande part de marché avec plus de 30 % en termes de volume. PostNL et DPD possèdent chacun au moins 10 % de parts de marché. UPS, Mondial Relay, Amazon et GLS détiennent 5 à 10 % de parts de marché et les autres acteurs possèdent chacun une part de marché inférieure à 5 %. Changements importants par rapport à 2024 : Mondial Relay devient le 5e acteur le plus important en termes de volume et Amazon continue à se développer et occupe déjà la 6e place en termes de parts de marché en volume.

114. S'agissant des acteurs du marché spécialisés dans le service express, on remarque qu'ils réalisent généralement des volumes plus faibles, mais appliquent des prix plus élevés. Ainsi, UPS, FedEx et DHL Express ont une part de marché plus faible en volume par rapport aux pourcentages de parts de marché en termes de chiffre d'affaires. L'effet inverse se produit

également. Ainsi, certains acteurs se concentrant sur le segment des colis réaliseront un volume plus important que certains de leurs concurrents parce qu'il s'agit d'un segment dans lequel les prix pratiqués sont plus bas. PostNL et bpost par exemple ont des pourcentages plus élevés en termes de parts de marché en volume qu'en chiffre d'affaires.

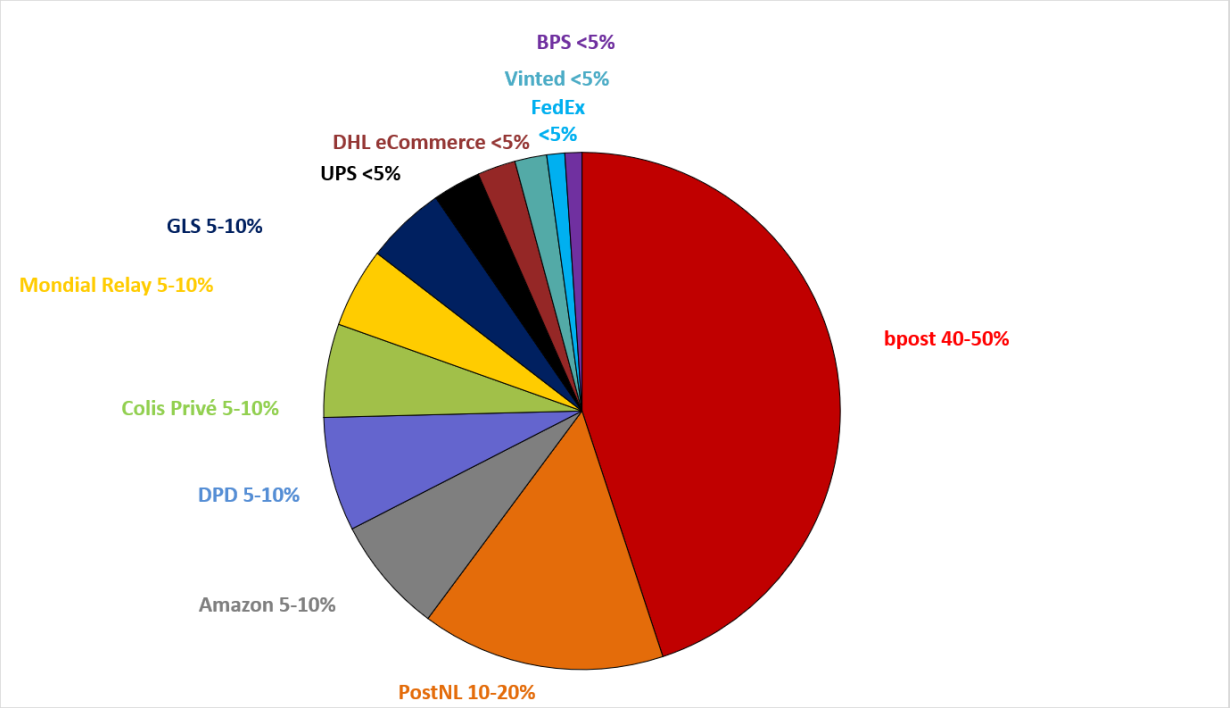
Figure 38. Parts de marché sur la base du volume dans le segment des envois express et des colis (2025) (%)



Source : IBPT

115. Si nous nous penchons plus avant sur les parts de marché en termes de volume, on peut avoir un aperçu des colis distribués en Belgique. Il s'agit donc des envois entrants nationaux ou internationaux que nous voyons en particulier être distribués par les camionnettes arpentant nos rues. Dans ce segment spécifique, nous constatons par exemple que bpost détient entre 40 et 50 % des parts de marché en 2025. PostNL reste dans ses proportions de 2024 (10-20 %). Pour le reste, certains acteurs ont fortement évolué sur ce segment, notamment Amazon 3e déjà et Colis Privé 5e, alors que d'autres, spécifiquement des acteurs internationaux tels qu'UPS et FedEx, sont moins présents dans la livraison en Belgique. Vinted Go apparaît pour la première fois dans le graphique ci-dessous, avec ainsi plus de 1 % des parts de marché.

Figure 39. Parts de marché sur la base du volume dans le segment des envois express et des colis intérieurs et internationaux entrants (2025) (%)



Source : IBPT

4.3.4. Tarif implicite

116. Lorsque l'on confronte le chiffre d'affaires et le volume, nous obtenons un tarif implicite (ARPU ou « average revenue per unit »). Il s'agit du tarif moyen par unité dans le segment pour tous les opérateurs, destinations et formats confondus. Le volume dans le segment des colis et des envois express a augmenté plus fortement que le chiffre d'affaires après 2016 et jusqu'en 2020, ce qui a réduit le tarif implicite. Après 2020, nous avons toutefois observé une augmentation concernant le tarif implicite, probablement en raison d'une hausse de l'inflation. Les aspects suivants peuvent expliquer le niveau toujours inférieur de l'ARPU global par rapport à 2016 (figure 40) :

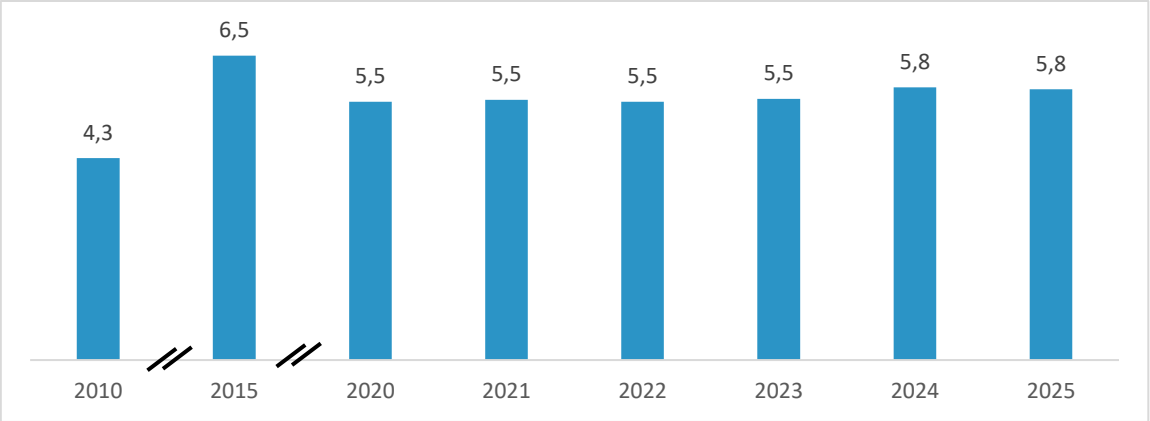
116.1. la croissance plus forte des volumes de colis standard que des volumes d'envois express plus coûteux ;

116.2. la croissance des volumes est essentiellement portée par les plus grands acteurs de l'e-commerce, qui ont l'avantage de pratiquer des prix plus bas ;

116.3. une concurrence plus forte dans un secteur en croissance où les économies d'échelle sont grandes incite les opérateurs à se préoccuper davantage de leur part de marché que de leur rentabilité immédiate.

117. Ces tarifs implicites diffèrent considérablement des tarifs obtenus à partir de l'analyse transfrontière[51]. Toutefois, dans ce dernier cas, il s'agissait d'une partie très limitée du marché, à savoir les tarifs pour les petits utilisateurs (C2X), et l'accent était plus clairement mis sur les tarifs internationaux.

Figure 40. Tarif implicite dans le segment des envois express et des colis (2010-2025) (€)



Source : IBPT

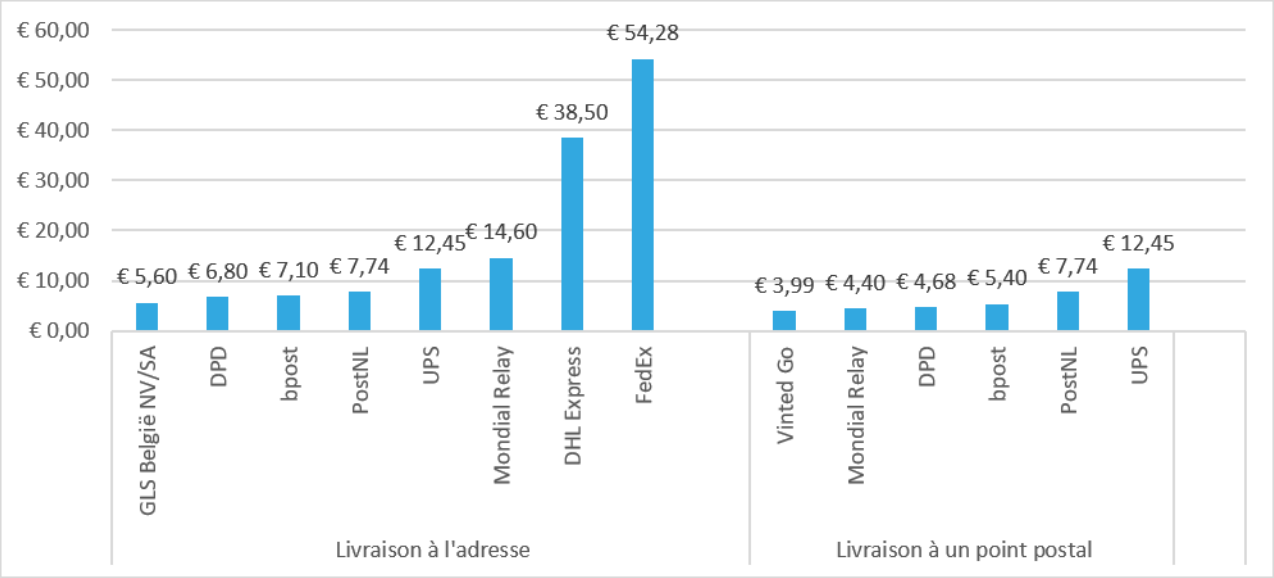
4.3.5. Tarifs pour les petits utilisateurs

118. En 2021, l'IBPT a publié un outil permettant de comparer le tarif d'un colis de 2 kg pour les petits utilisateurs, c'est-à-dire sans réduction sur le volume. Cet outil donne les tarifs, au 1er janvier, de tous les opérateurs pour l'envoi d'un colis de 2 kg (produit très populaire). Avec cet outil, il est possible de vérifier quels opérateurs offrent leurs services pour chaque destination, en Belgique ou ailleurs en Europe. Outre les tarifs pour ces destinations, l'outil renseigne également de nombreuses informations utiles telles que les dimensions et le poids minimums et maximums, l'application d'une assurance standard et même la levée à domicile. Ces informations ont entre-temps été intégrées sur le site www.pointpostal.be.

119. Les tarifs pour un colis de 2 kg, tant pour la livraison à une adresse (livraison à domicile) que dans un point postal en Belgique en 2026, sont indiqués dans la figure 41. Une disparité des prix est immédiatement perceptible, en particulier lorsque l'on examine les tarifs des fournisseurs de services express qui offrent évidemment un service complètement différent, comme une livraison extrêmement rapide. Au-delà des aspects tarifaires, on relève des différences importantes, par exemple en termes d'assurance proposée, voire de dimensions ou de poids maximums (pouvant parfois dépasser 2 kg), qui requièrent de bien comparer pour faire un choix optimal. Le simulateur tarifaire de l'IBPT tente de faciliter cet exercice pour le petit utilisateur. Le simulateur montre également que la livraison dans un point postal permet de bénéficier de réductions tarifaires intéressantes.

[51] Communication du 23 octobre 2025 concernant l'évaluation des tarifs de bpost pris en considération dans le cadre du règlement européen relatif aux services de livraison transfrontière de colis | IBPT

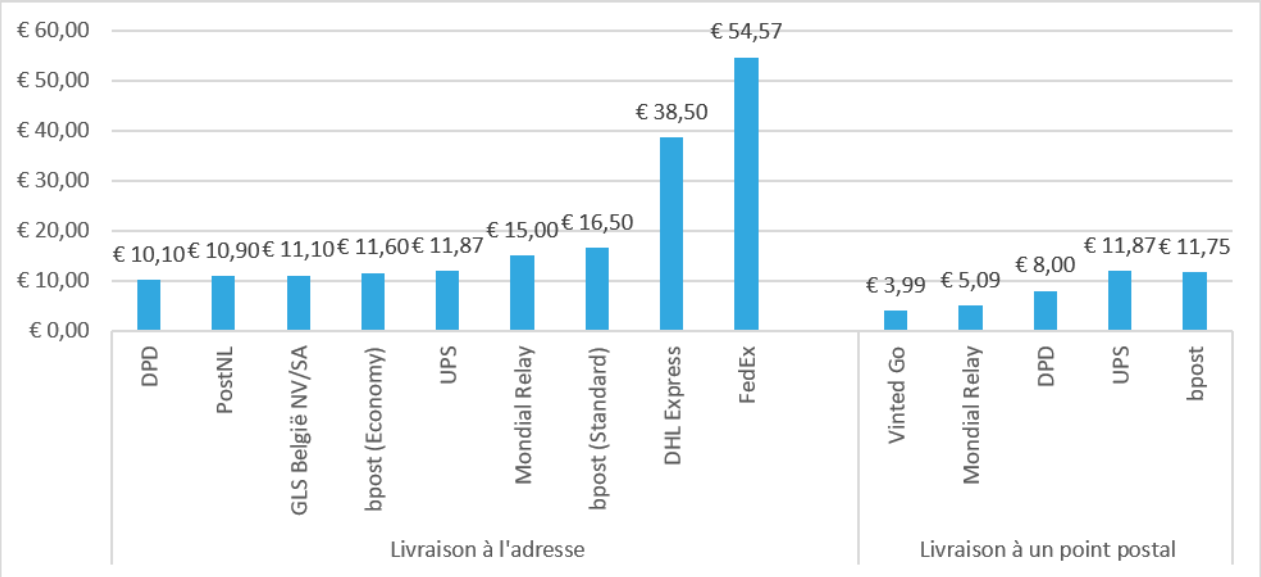
Figure 41. Tarifs pour l'envoi d'un colis national de 2 kg (2026, en euros)



Source : IBPT (www.pointpostal.be)

120. Dans le cas de l'envoi de colis à l'étranger, le simulateur tarifaire est encore plus intéressant, comme il ressort de la figure 42. Les différences s'accentuent alors encore, comme ici pour les envois depuis la Belgique vers les Pays-Bas (où sont expédiés 24 % des colis internationaux outbound).

Figure 42. Tarifs pour un colis de 2 kg vers les Pays-Bas (2026, en euros)



Source : IBPT (www.pointpostal.be)

bpost Economy est un colis, par exemple sans track & trace, alors que bpost Standard inclut cette option.

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

121. La distribution de la presse reconnue, qui consiste à livrer les publications au domicile des abonnés, était encore un service d'intérêt économique général (SIEG) jusqu'au 1er juillet 2024. Ce service était encore inscrit jusqu'en 2015 dans le 5e contrat de gestion conclu entre bpost et l'État belge. Depuis le 1er janvier 2016 et, à la suite de prolongations, encore jusqu'au 1er juillet 2024[52], ce service était un service distinct de dernier recours ne relevant pas du contrat de gestion.

122. En tant que prestataire chargé de ce SIEG concernant la distribution de la presse reconnue aux abonnés, bpost était le principal opérateur sur le segment de la distribution à domicile d'articles de presse[53]. D'autres acteurs sont également actifs sur ce segment, comme AMP et PPP[54]. Jusqu'en 2024, AMP, qui fait partie de bpost,[55] ne livrait pas à domicile mais dans les magasins (librairies).

123. Finalement, ce n'est pas bpost qui a remporté la procédure d'attribution d'une nouvelle concession, mais deux acteurs entièrement privés : PPP pour les journaux et Proximy pour les périodiques. Toutefois, il a été décidé à la fin de l'année 2023 de ne plus octroyer de nouvelle concession et de laisser s'éteindre la concession actuelle le 1er juillet 2024. Pour la période qui suit, les éditeurs ont droit à un crédit d'impôt imputable et remboursable pour les frais qu'ils engagent afin de livrer les journaux et magazines aux abonnés.[56] Le crédit d'impôt est toutefois temporaire et ne s'appliquerait que pour les années civiles 2024 à 2026. Bpost a prévu un calendrier de suppression progressive par zone jusqu'en 2027, date à laquelle la distribution des journaux par bpost cessera définitivement. À moins, bien sûr, qu'un éditeur ne choisisse d'envoyer un journal sous forme de magazine, mais sans distribution quotidienne.

124. Il convient de noter que les volumes de ce segment ne sont pas uniquement pris en charge par bpost, AMP et PPP, mais que d'autres acteurs se chargent également d'une partie de ces volumes (tels que BD Media, TBC Post et ViaVelo).

4.4.1. Volume

125. Depuis 2012, le volume total de presse distribuée diminue, après le pic en 2011 de 568 millions d'exemplaires distribués sur une base annuelle. Entre 2024 et 2025, le volume global a baissé

[52] Le 16 octobre 2015, le Conseil des ministres a décidé, à la suite d'une procédure publique, transparente et non discriminatoire, d'attribuer les concessions de distribution des journaux et périodiques reconnus pour la période 2016-2020 à bpost. Cette concession a ensuite été prolongée :
https://press.bpost.be/communication-concernant-les-concessions-pour-la-distribution-de-la-presse
Une prolongation d'un an a été approuvée par le Conseil des ministres le 18 novembre 2022 (BELGA : Les concessions pour la distribution de journaux et magazines prolongées d'un an)

[53] Pour information, le 1er septembre 2022, l'ACM a décidé que bpost pouvait racheter B.V. Aldipress. Aldipress s'occupe de la distribution et de la commercialisation (et du trade marketing) de périodiques, d'albums de bandes dessinées, de romans et de livres de remue-méninges destinés à la vente à la pièce par des détaillants aux Pays-Bas.
https://www.acm.nl/nl/publicaties/bpost-mag-aldipress-overnemen-concentratiebesluit

[54] Asendia Belgium a mis fin à ses activités le 1er juillet 2016 et a supprimé son numéro d'entreprise. Deltamedia était également reprise auparavant dans cet observatoire. Elle distribuait jusqu'en avril 2016 la presse pour le groupe Mediahuis.

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

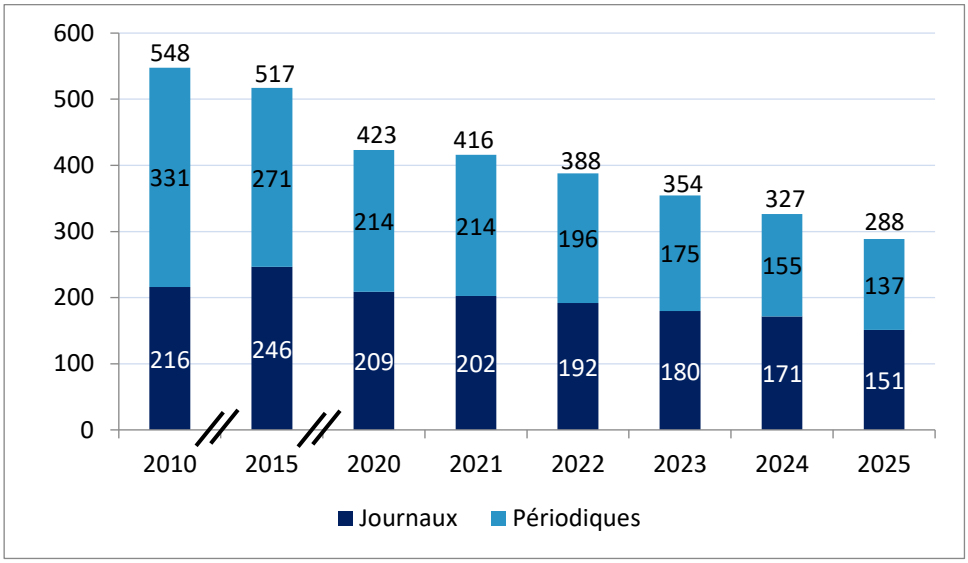
[56] https://www.dvp-law.com/nl/nieuws/fiscale-steun-voor-krantenwinkels-en-uitgevers

de -11,7 %, il s'agit de la plus forte baisse jamais enregistrée (la baisse annuelle moyenne (CAGR) s'élevait d'ailleurs à -4,8 %). La quantité de presse distribuée par rapport à 2011 a entre-temps baissé de 49,3 %.

126. Pour les périodiques, la baisse annuelle générale a été amorcée depuis plus longtemps déjà et nous constatons après un ralentissement à -0,3 % en 2021, une nouvelle accélération jusqu'à -10,7 % en 2023, -11,2 % en 2024 et -11,4 % pour un total de 137 millions d'envois distribués en 2025. Le volume de journaux distribués n'a stagné que plus tard et a connu une chute limitée depuis 2013, s'élevant à -4,6 % en 2024. En 2025, la baisse s'est accélérée pour atteindre -11,9 %. Ainsi, 151 millions de journaux sont encore distribués.

127. Depuis 2023, on distribue davantage de journaux que de magazines (la part des journaux dans le volume de la presse en 2025 est 52,4%, par rapport à 47,6% celle des magazines), alors qu'en 2010, 60,5 % du volume de la presse était encore constitué de périodiques.

Figure 43. Évolution des volumes sur le segment de la distribution de la presse aux abonnés (en millions d'unités)



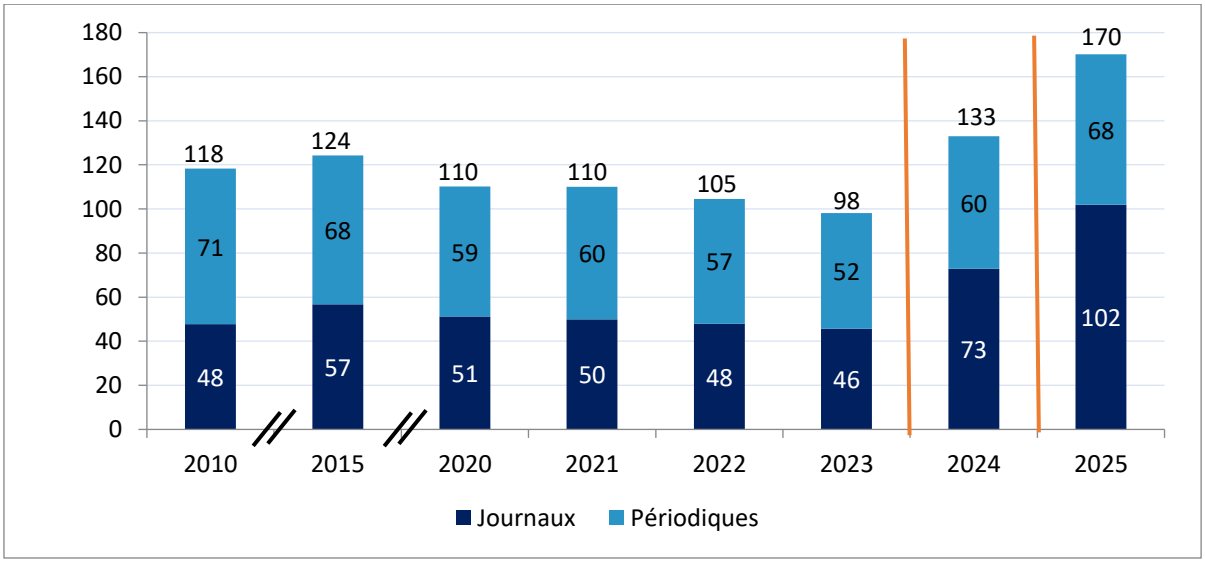
Source : IBPT

4.4.2. Revenus

128. Du côté des revenus, l'on constate que la tendance à la baisse n'a débuté qu'en 2014. En 2024 et 2025, on assiste à ce que l'on appelle une rupture de série due à l'arrêt de la concession de presse en milieu d'année et à l'augmentation des prix qui en a résulté pour les éditeurs, ce qui a entraîné une hausse du chiffre d'affaires enregistré malgré une baisse du volume. La compensation payée par l'État à bpost pour la prestation du SIEG en matière de distribution de la presse aux abonnés n'a jamais été comprise dans les revenus considérés. Pour 2023, ce montant (le paiement estimé) s'élevait encore à 179 millions d'euros, tandis que pour le premier semestre de 2024 - avant l'arrêt de la concession - 75 millions d'euros étaient encore budgétisés.[57] Si l'on tient compte de ces compensations pour le passé, on observe donc clairement une tendance à la baisse ces dernières années.

[57] https://www.vrt.be/vrtnws/nl/2024/03/20/federale-regering-herschikt-budget-voor-krantenbedeling/

Figure 44. Évolution des revenus sur le segment de la distribution de la presse aux abonnés (en millions d'euros, ruptures de série en 2024 et 2025)



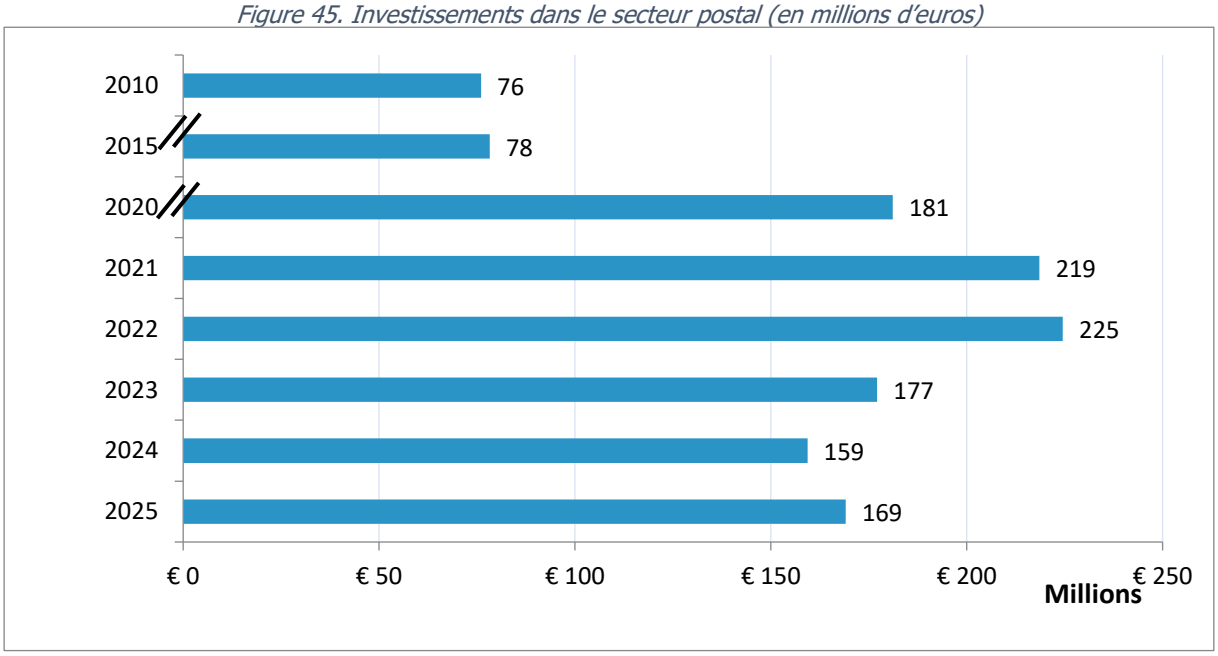
Source : IBPT

5. Investissements et emploi dans les activités postales

5.1. Investissements dans le secteur postal

129. En 2025, 169 millions d'euros ont été investis[58] au total dans le secteur postal par les opérateurs de notre échantillon. Il s'agit d'une augmentation de 6,1 % par rapport à 2024. Cela n'a toutefois rien d'étonnant, puisque nous avions constaté en 2021 et 2022 des pics absolus en dépenses d'investissement, et que nous nous situons actuellement en dessous du niveau d'investissements de 2020. La figure 45 montre que les investissements dans le secteur postal ont dans l'ensemble nettement augmenté au cours de la dernière décennie. Par rapport à 2010, le niveau des investissements en 2025 reste supérieur de 122 %, soit 90 millions d'euros de plus. La valeur médiane pour la période 2010-2025 s'élève d'ailleurs à 114 millions d'euros, soit 55 millions d'euros de moins que la valeur des investissements en 2025. Il s'agit toujours d'un chiffre particulièrement élevé, naturellement dû à l'essor du segment des colis et des envois express. Les opérateurs ont fortement étendu ces dernières années leur capacité concernant le tri et la distribution des colis[59]. En 2025, la majorité des investissements sont réalisés en immobilisations corporelles (81,5%), suivi par des investissements en immobilisations incorporelles (13,0 %), des investissements d'expansion (4,2 %) et des investissements spécifiques dans la durabilité (3,6 %).

Figure 45. Investissements dans le secteur postal (en millions d'euros)



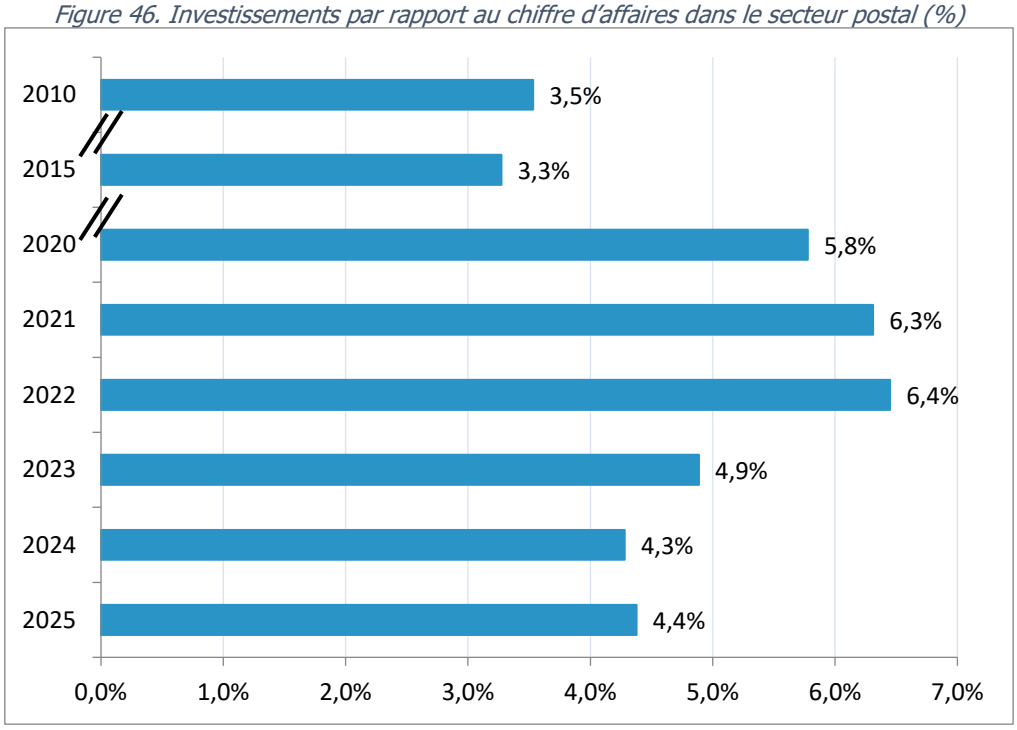
Source : IBPT

130. Les investissements réalisés dans le secteur postal s'élevaient en 2025 à 4,4 % du chiffre d'affaires réalisé, et ce, malgré le chiffre d'affaires record (voir également la section 4.1.1) réalisé en 2025 par rapport auquel le niveau des investissements est mesuré. Ce pourcentage

[58] Il s'agit ici d'investissements en Belgique. En 2019, la série chronologique a également été revue, car, par le passé, l'on a également communiqué des investissements à l'étranger.
[59] Quelques exemples d'investissements sont cités dans le chapitre 3.2, qui présente les opérateurs faisant partie de cet observatoire.

est légèrement au-dessus de la médiane des niveaux d'investissement que le secteur a connu entre 2010 et 2025 (4,3%).

Figure 46. Investissements par rapport au chiffre d'affaires dans le secteur postal (%)



Source : IBPT

5.2. Emploi dans le secteur postal

131. Au 30 juin 2025[60], le secteur des activités postales comptait pas moins de 33 858 salariés en termes d'emplois directs. Après des années de croissance de plus en plus faible, cela représente une baisse de -2,1 %. Il s'agit donc de la première baisse depuis 2016. Toutefois, ce chiffre global cache une diminution plus forte du personnel chez le prestataire du service universel bpost (nace 53.1) de -2,9 % à 24 519 travailleurs contre une très légère baisse -0,1 % chez les opérateurs alternatifs (nace 53.2) à 9 339 travailleurs. Dans le secteur postal, bpost reste néanmoins l'employeur le plus important, avec un peu moins de 3 travailleurs sur 4. En 2018, il s'agissait toutefois encore de 4 travailleurs sur 5.

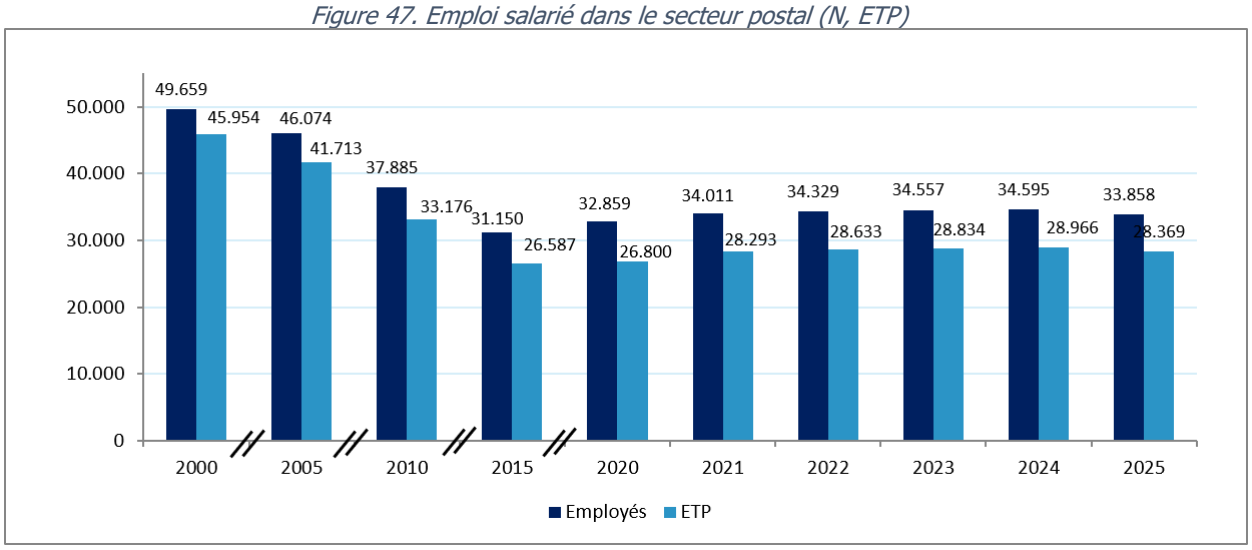
132. À plus long terme, plusieurs tendances ont pu être observées. Alors que le secteur a connu une réduction des effectifs au niveau des travailleurs dans les années 2000, nous constatons une légère augmentation de l'emploi depuis 2017, grâce notamment à la part croissante des colis et des envois express dans le volume des envois, qui a duré jusqu'à 2025. Entre-temps, l'on dénombre encore 9,9 % de salariés en plus dans ce secteur par rapport au chiffre le plus bas, en 2016. Le niveau actuel est cependant bien en deçà de celui des années 2000. Ainsi, entre 2010 et 2025, il reste encore une différence en termes d'emploi dans le secteur postal (-10,6 %). Cette différence est encore plus grande entre 2000 et 2025 (environ -31,8 %).

[60] Nous étudions systématiquement la situation au 30 juin de l'année en question, c'est-à-dire à la fin du deuxième trimestre. L'emploi est alors généralement moins influencé par des variations saisonnières.

133. En ce qui concerne les équivalents temps plein (ETP)[61], la baisse globale en 2025 est exactement du même ordre de grandeur (-2,1 %). Ici aussi, il y a une grande différence entre 2025 et les années 2010 et 2020, respectivement -14,5 % et -38,3 %. En 2025, un peu plus de 9 employés sur 10 dans le secteur postal travaillent à temps plein.

134. Outre ses propres travailleurs « permanents », le secteur postal emploie également des travailleurs temporaires et le recours à la sous-traitance/à des travailleurs indépendants est également très répandu dans le secteur postal. Ainsi, sur la base de notre enquête, le nombre de travailleurs temporaires s'élevait au 30 juin 2025 à un total d'environ 3 800 personnes, soit 800 de plus qu'une année auparavant. Nous observons également un effet de fin d'année, le nombre d'employés temporaires ayant augmenté pour atteindre environ 4 300 au 31 décembre 2025, soit environ 700 de plus qu'un an auparavant. Concernant les travailleurs indépendants en sous-traitance, les réponses à notre enquête font état d'un peu moins de 4 500 personnes. Compte tenu de cela, le secteur postal génère donc, indirectement, encore plus d'emplois que ce que montre la figure 47.

Figure 47. Emploi salarié dans le secteur postal (N, ETP)

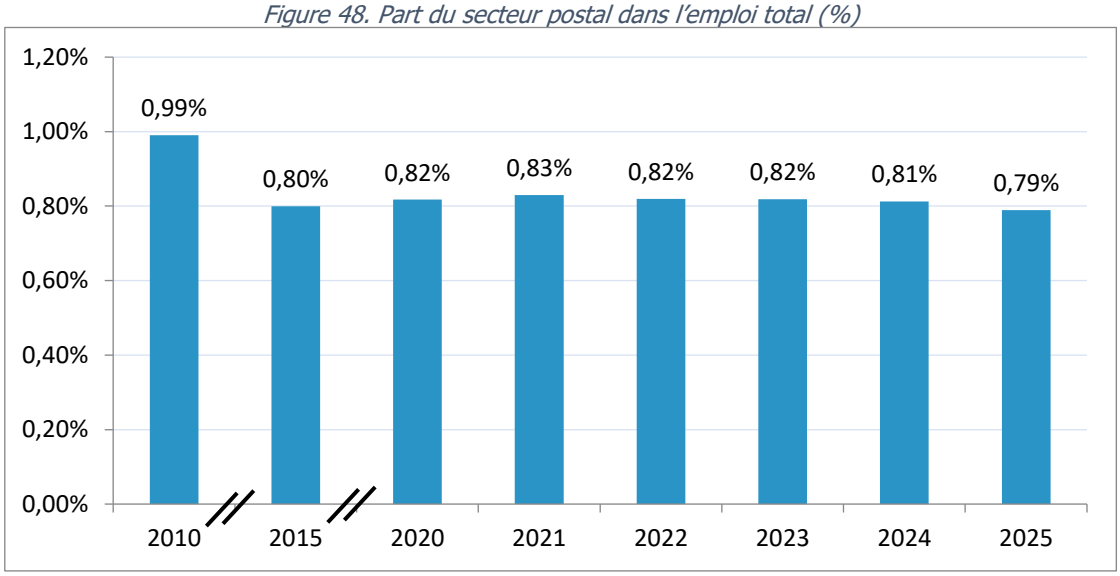


Source : ONSS

135. Lorsque l'on tient compte de l'emploi dans tous les secteurs et son évolution, on constate que la part d'employés travaillant dans le secteur postal s'élève à 0,79 % en 2025. Il s'agit là d'une diminution de 0,2 point de pourcentage par rapport à 2010. Cependant, les récentes augmentations du nombre d'employés (dont les plus importantes de 2020 (+3,7 %) et 2021 (+3,5 %)) dues à l'énorme croissance des envois express et des colis (voir point 4.3) ont fait grimper ce pourcentage de 0,78 % (entre 2017 et 2019) à 0,83 % en 2021, après quoi nous observons à nouveau une atténuation. La croissance générale de l'emploi (salarié) est donc redevenue plus forte que celle du secteur postal.

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

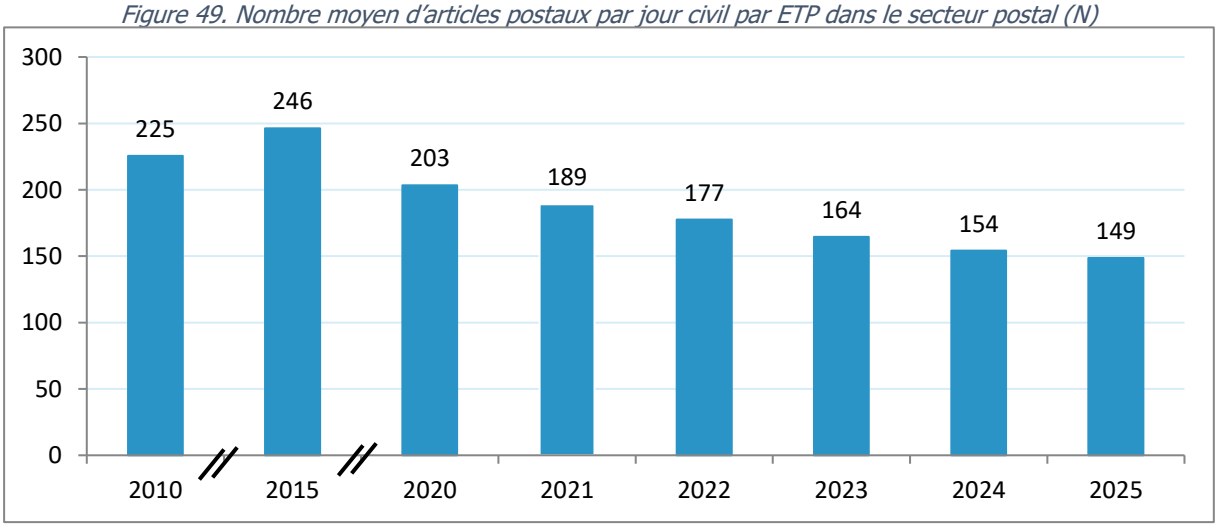
Figure 48. Part du secteur postal dans l'emploi total (%)



Source : ONSS[62]

136. La figure suivante représente le nombre moyen d'articles postaux (colis, services express, lettres ou encore presse aux abonnés) par équivalent temps plein. Après avoir connu une augmentation entre 2010 et 2011, passant de 225 à 243 unités, ce chiffre est resté plutôt stable entre 2011 et 2016 (entre 243 et 249 unités par ETP) avant de largement diminuer à partir de 2017. En 2025, ce chiffre est de 149 unités par équivalent temps plein. Il s'agit d'une différence négative de 76 unités par rapport à 2010 et de 99 unités par rapport à 2014 (année avec le chiffre le plus élevé). Ce chiffre s'explique notamment par la chute du volume d'envois de correspondance et presse, et l'augmentation de celui des colis et des envois express. En effet, les opérations (traitement et livraison) pour ces deux derniers nécessitent davantage de manutention par unité livrée.

Figure 49. Nombre moyen d'articles postaux par jour civil par ETP dans le secteur postal (N)



Sources : ONSS et IBPT

[62] Les données décentralisées de l'ONSS concernant l'emploi total sont globales et comportent ici également des données provenant de l'(ancien) ONSSAPL et du CSPM. L'emploi total est analysé (à chaque fois pour juin) en termes de postes de travail.

6. Accès aux services postaux

137. Outre plus de 50 centres de tri et environ quatre fois plus de centres de distribution, les opérateurs postaux disposent aussi en Belgique d'un large réseau de points d'accès pour les utilisateurs. Dans un premier temps, nous présentons un aperçu sectoriel de ces points d'accès, avant de nous pencher sur le réseau du prestataire du service universel.

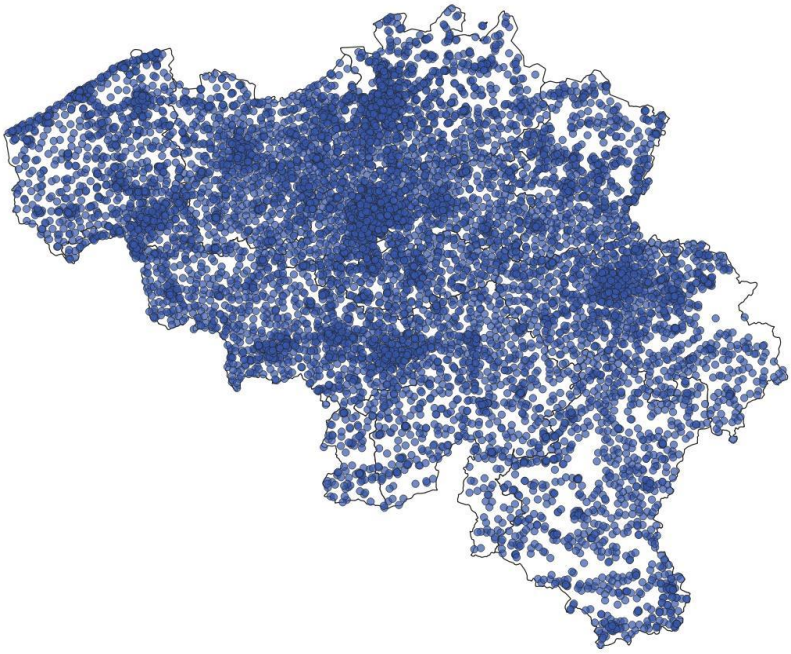
6.1. Aperçu sectoriel

6.1.1. Boîtes aux lettres pour l'expédition

138. En Belgique, des boîtes aux lettres pour l'expédition étaient mises jusque fin 2019 à la disposition des utilisateurs par le prestataire du service universel, bpost, et par le titulaire de licence Mosaïc (connu sous l'appellation commerciale TBC Post). Toutefois, Mosaïc a arrêté ses activités fin 2019[63], de sorte que notre instantané du 31 décembre 2025 ne montre que les boîtes rouges[64] de bpost. Étant donné que bpost a également considérablement réduit le nombre de boîtes aux lettres rouges en 2019 (voir également la section 6.2.1), notre pays comptait encore environ 9 760 boîtes aux lettres pour l'expédition à la fin de l'année 2025. Sept ans auparavant, ce nombre s'élevait encore à 12 597 boîtes (boîtes de bpost ou Mosaïc/TBC-Post) au total. Fin 2025, on compte encore en moyenne une boîte aux lettres pour 3,1 km² ou pour 1 216 habitants.

[63] L'Echo, 14/12/2019 : « TBC Post, le seul rival de bpost dans l'activité de courrier, dépose le bilan ».
[64] Depuis fin 2016, bpost a commencé à déployer de nouvelles boîtes aux lettres plus sécurisées, de couleur blanche avec un logo rouge : https://www.tijd.be/ondernemen/diensten/bpost-zet-slot-op-2-500-rode-postbussen/9823665.html

Figure 50. Densité du réseau de boîtes aux lettres (de bpost) pour l'envoi (2025)



Source : IBPT

6.1.2. Points pourvus en personnel

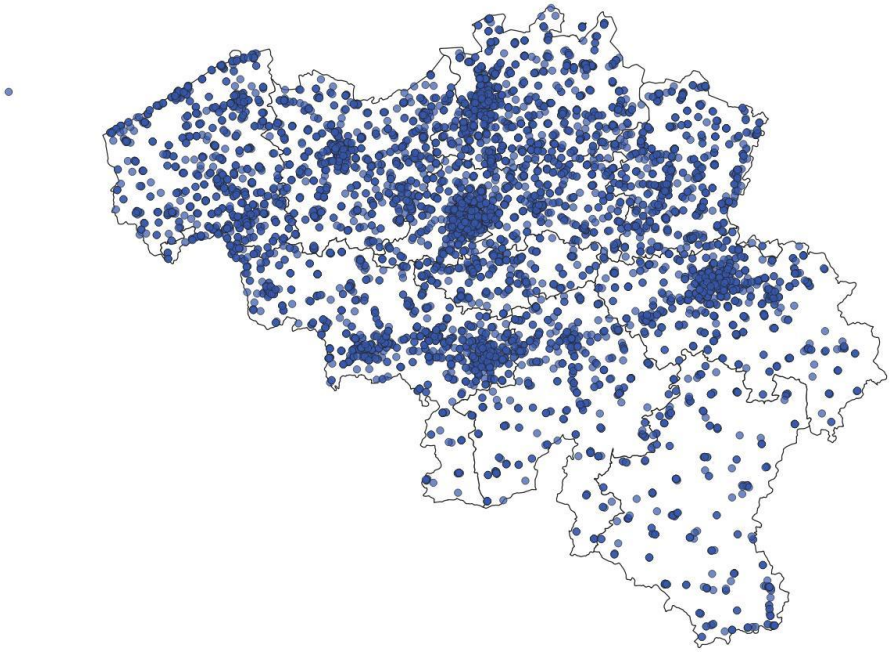
139. L'importance des points pourvus en personnel a fortement augmenté cette dernière décennie, depuis le boom de l'e-commerce. Les opérateurs se sentent en effet obligés de proposer un réseau de points, afin de permettre aux utilisateurs postaux, d'une part, de venir chercher un colis et, d'autre part, de déposer un colis pour l'envoyer ou le renvoyer. Les points pourvus en personnel, souvent des magasins déjà existants, ont en outre l'avantage de pouvoir être ouverts rapidement et ne nécessitent qu'un faible coût d'investissement pour commencer, contrairement aux distributeurs automatiques de colis par exemple (voir section 6.1.3). Ces derniers connaissent toutefois également une forte progression en Belgique. Depuis quelques temps, nous constatons également le développement de « points de quartier », le plus souvent des particuliers qui mettent leur domicile à disposition quelques heures par jour pour la collecte et l'apport des colis.

140. Disposer d'un vaste réseau de points pourvus en personnel n'est plus depuis longtemps l'apanage du prestataire de service universel. Au total, fin 2025, tous les opérateurs disposaient ensemble de 10 048 points pourvus en personnel. Nous constatons donc une nouvelle stagnation du nombre de points pourvus en personnel après l'arrivée des points de quartier de Vinted Go.

141. Cela représente au total en moyenne un point pourvu en personnel pour 3 km² ou pour 1 181 habitants en 2025. La figure 51 montre que ces points se trouvent notamment dans les centres-villes et les zones plus densément peuplées. Il convient certes de noter que les mêmes emplacements peuvent revenir plusieurs fois. Il arrive en effet que certains points pourvus en

personnel, comme les librairies ou les stations essence, travaillent pour plus d'un opérateur[65]. En outre, bpost ouvre par exemple son réseau de points pourvus en personnel à DHL eCommerce également[66].

Figure 51. Densité du réseau de points pourvus en personnel - sans les points (de quartier) de Vinted Go (2025)



Source : IBPT

6.1.3. Distributeurs automatiques de colis

142. Les distributeurs automatiques de colis sont une tendance apparue au cours de la dernière décennie[67]. Ces distributeurs, équipés d'une série de casiers sécurisés, sont généralement installés à des endroits très fréquentés et peuvent être utilisés, pour la plupart, 24h/24, 7 jours sur 7, pour l'envoi et/ou la réception de colis.

143. En Belgique, bpost a lancé le déploiement d'un réseau de distributeurs automatiques de colis en 2014, tant pour l'envoi que pour la réception de colis. Deux années plus tard, bpost a pris une participation majoritaire dans De Buren, un réseau néerlandais de distributeurs automatiques de colis. Ensuite, les distributeurs automatiques belges de bpost ont été rebaptisés « Cubee », tout comme ceux à l'étranger. Cubee est en outre devenu un réseau ouvert, pouvant être utilisé par d'autres opérateurs, comme GLS et DHL eCommerce. L'objectif de bpost était de rapidement étendre le réseau belge à 450 distributeurs automatiques d'ici

[65] Par exemple, nous voyons ces dernières années que dans près de 3 cas sur 10 le nom de rue et le numéro d'un point pourvu en personnel apparaissent plusieurs fois dans la base de données.
[66] Auparavant, Kariboo! faisait de même pour PostNL. Toutefois, PostNL déploie depuis fin 2019 son propre réseau (le 26/09/2019) : https://www.standaard.be/cnt/dmf20190926_04629899
[67] Deutsche Post DHL Group a commencé en 2001 avec un projet test, « Packstations ».

fin 2018. Fin 2019, il comptait 186 endroits pourvus de distributeurs. À cette époque, ils ne s'appelaient plus Cubee, mais simplement « distributeur de colis bpost ».

144. En 2020, bpost avait déjà considérablement augmenté le nombre d'emplacements avec des distributeurs automatiques de colis pour atteindre 375 au total. Cette croissance s'explique en partie par la création du projet Ecozone à Malines[68], où 51 emplacements étaient équipés de distributeurs automatiques de colis. Il s'agit généralement de distributeurs automatiques de colis avec un nombre limité de compartiments, sans électricité et sans ancrage. En juillet 2021, bpost et la ville de Louvain ont annoncé que Louvain deviendrait une deuxième *Ecozone* flamande, où les journaux, les lettres et les colis seront livrés sans émettre de CO_2 d'ici fin 2021[69]. Il y a désormais 25 *Ecozones* en Belgique.[70]

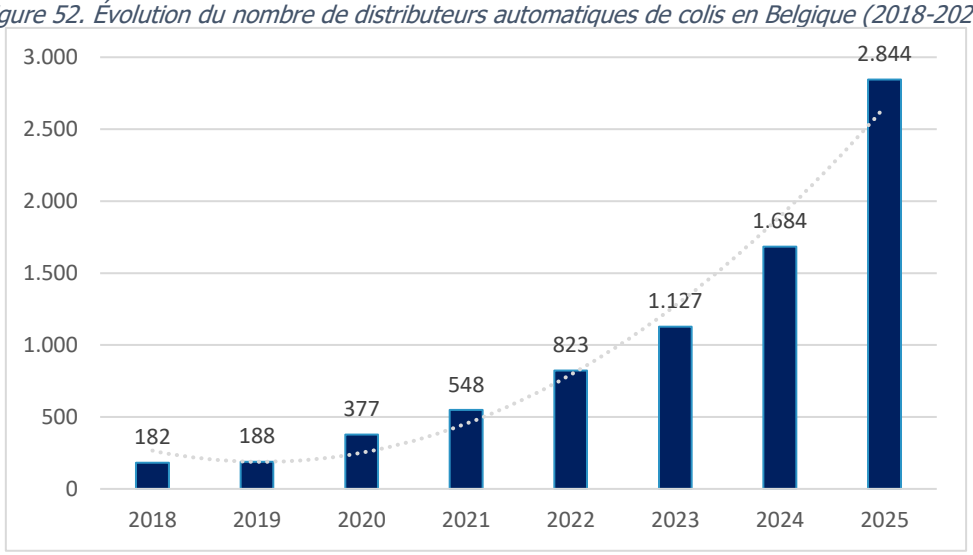
145. Depuis 2020, outre bpost, DHL Express dispose également à nouveau de distributeurs automatiques de colis, mais uniquement pour l'envoi de colis. Après, Instabee, un opérateur suédois fondé en 2016, est également arrivé sur le marché belge[71]. Depuis son acquisition par Inpost (spécialiste en distributeurs automatiques de colis), Mondial Relay a également commencé à installer de tels distributeurs. Il en va de même pour Homerr après son rachat par Vinted, lorsque l'entreprise est devenue Vinted Go et a également commencé à installer des distributeurs automatiques de colis en Belgique. Ces opérateurs développent activement leur réseau et ont contribué, avec la poursuite de l'augmentation des *Ecozones* de bpost, à une nouvelle forte augmentation du nombre de distributeurs automatiques en Belgique. Fin 2022, le nombre total de distributeurs automatiques de colis en Belgique représentait 823 unités. En 2023, cette croissance remarquable s'est poursuivie pour atteindre un total de 1 127 emplacements, soit 304 de plus qu'un an auparavant et même 1 000 de plus qu'il y a quatre ans. Deux ans plus tard, ce nombre était déjà passé à 2 844. En sept ans, on constate désormais une multiplication par quinze, comme l'illustre la figure 52. En moyenne, cela revient au total à un emplacement avec distributeur automatique de colis pour 10,7 km² ou pour 4 173 habitants. À titre de comparaison, six ans auparavant, il n'y avait qu'un emplacement pour 164,1 km^2 ou pour 61 361 habitants. La figure 53 montre que ces distributeurs automatiques de colis se trouvent encore principalement dans les centres-villes et les zones plus densément peuplées. Cette évolution n'est toutefois pas encore terminée. En 2026, bpost a annoncé son intention d'intensifier ses investissements dans les distributeurs automatiques de colis pour atteindre 3 500 distributeurs pour la fin de l'année[72]. PostNL a entre-temps aussi débuté l'installation de ses propres distributeurs automatiques de colis[73].

146. En outre, sans qu'elles entrent en considération pour le présent observatoire, il existe aussi des initiatives indépendantes de tout opérateur comme BringMe[74], Facility Lockers[75] et

[68] https://www.bpost.be/nl/ecozone-mechelen
[69] https://www.groenleuven.be/tweede_vlaamse_ecozone
[70] https://www.bpost.be/fr/ecozone-un-concept-unique-en-europe (consulté le 30 octobre 2026)
[71] Après la Suède, le Danemark, la Finlande et les Pays-Bas avaient déjà emboîté le pas avant que Budbee n'arrive en Belgique.
[72] https://www.standaard.be/economie/bpost-verhuurt-bbox-kluisjes-nu-ook-als-locker-voor-persoonlijk-gebruik/158710259.html
[73] https://www.tijd.be/ondernemen/logistiek/de-opmars-van-de-pakjesautomaat-ook-postnl-opent-er-tientallen/10687306.html
[74] https://www.bringme.com
[75] http://www.facilitylockers.com/welcome.html

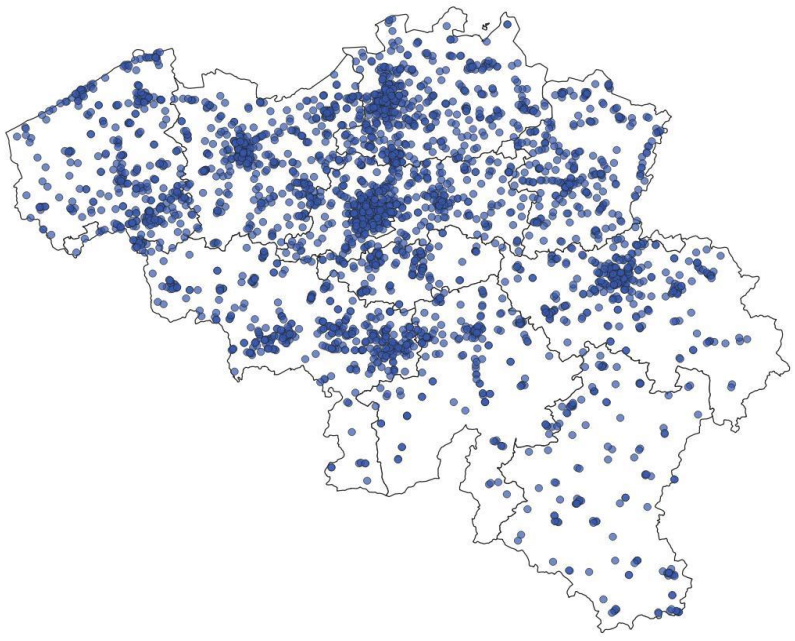
ParcelHome[76], qui permettent de faire livrer un colis dans un distributeur automatique de colis à domicile ou au travail.[77]

Figure 52. Évolution du nombre de distributeurs automatiques de colis en Belgique (2018-2025)



Source : IBPT

Figure 53. Densité du réseau de distributeurs automatiques de colis (2025, encore sans Vinted Go)



Source : IBPT

[76] https://www.parcelhome.com

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

6.2. Prestataire du service universel postal (PSUP)

6.2.1. Points d'accès aux services postaux

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

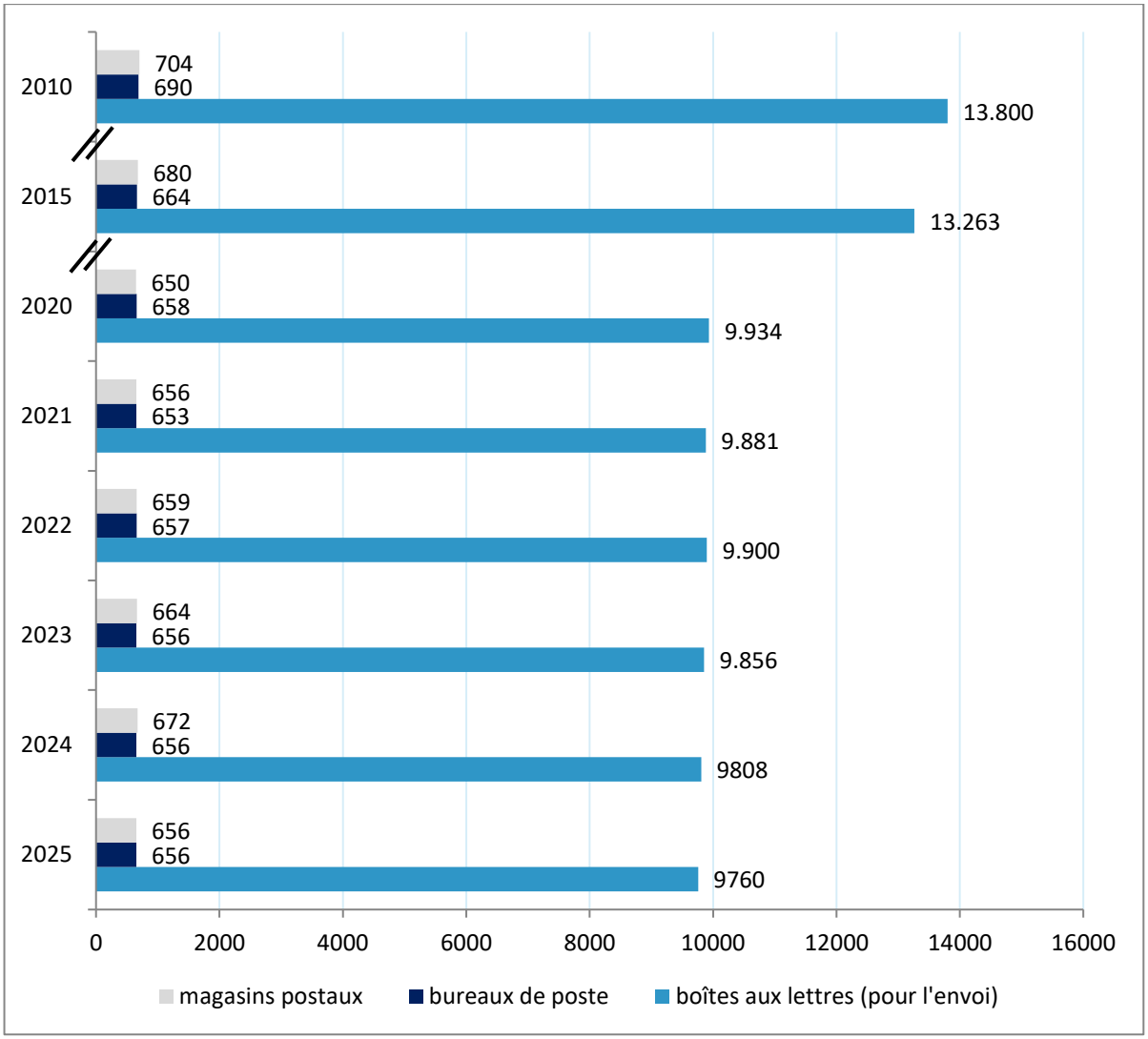
148. La principale différence entre les bureaux de poste et les magasins postaux[78] réside dans le fait que les premiers sont gérés par un opérateur postal, tandis que les seconds sont exploités par des tiers pour le compte d'un opérateur postal.

149. Tant la loi postale que le 7e contrat de gestion[79] posent des exigences concernant le réseau du prestataire du service universel. L'article 16, § 1er, 1°, de la loi du 26 janvier 2018 relative aux services postaux prévoit que toutes les communes du Royaume, y compris les communes fusionnées qui constituaient une entité administrative distincte au 31 décembre 1971, sont pourvues d'un point d'accès, au moins, pour le dépôt des envois postaux. Le 7e contrat de gestion va plus loin, via l'article 10, et précise notamment qu'il doit y avoir au minimum 1 300 points de service postal sur toute la durée du contrat, chaque point de service postal devant offrir au moins l'assortiment de base. De même, bpost doit garantir la présence d'au minimum 650 bureaux de poste et au moins un dans chacune des 589 communes[80].

150. En 2025, le nombre de points d'accès du prestataire du service universel est resté quasi constant[81], comme nous l'abordons en détail dans les paragraphes suivants.

[78] Bpost utilise la dénomination « Points Poste » pour désigner ses magasins postaux.
[79] Il s'agit d'un service d'intérêt économique général, inclus dans le 7e contrat de gestion, et pour lequel bpost reçoit une indemnité annuelle. D'après le budget fédéral, le paiement estimé (crédits initiaux) concernant le 7e contrat de gestion s'élevait au total à 153 millions d'euros en 2025 et 155 millions d'euros en 2026.
[80] Le 1er janvier 2019, 15 communes flamandes ont fusionné en 7 nouvelles communes, faisant qu'il reste 581 communes. Le 1er janvier 2025, ce chiffre a encore diminué - à 565 - en raison de diverses fusions en Belgique.
[81] Début 2019, bpost a fortement réduit le nombre de boîtes aux lettres rouges, faisant que sa diminution était de -19,5 % en 2019 : https://www.gva.be/cnt/dmf20190122_04122825/bpost-haalt-3-000-rode-postbussen-uit-het-straatbeeld

Figure 54. Nombre de points d'accès dans le cadre de la prestation du service universel[82]



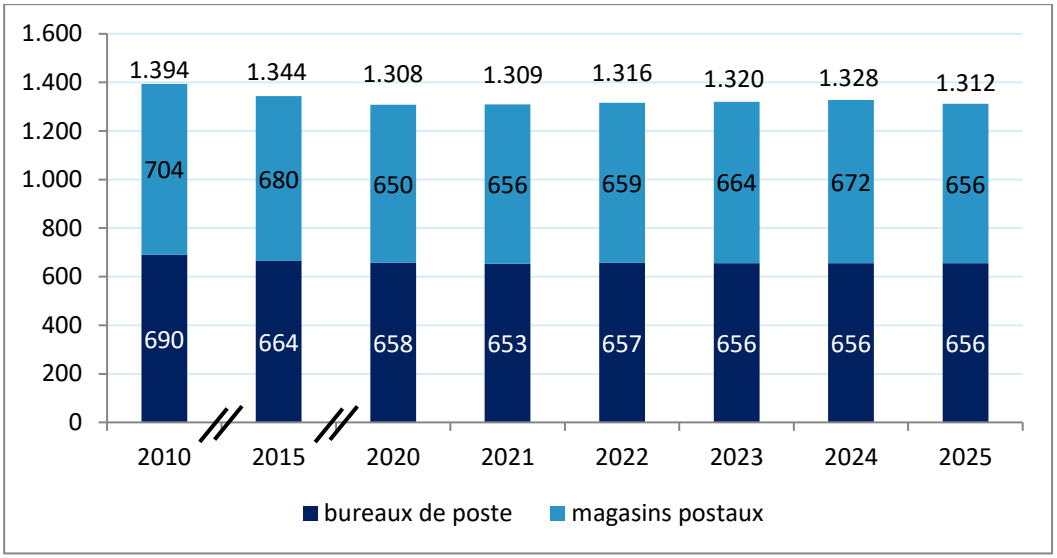
Source : IBPT

6.2.2. Points de service postal

151. Fin 2025, le prestataire du service universel postal (PSUP) a exécuté des services postaux par le biais de 1 312 points de service (bureaux de poste ou magasins postaux) répartis sur l'ensemble du territoire belge[83]. Cela représente 16 points de moins qu'en 2024, en raison de la fermeture de 16 magasins postaux. Par rapport à 2010, il est toutefois question d'un net recul de 82 points de service, dont 34 bureaux de poste et 48 magasins postaux. Mais avec 1 312 points de service postal et, plus spécifiquement, 656 bureaux de poste, bpost dépasse toujours les exigences précitées.

[82] Il s'agit ici uniquement des points d'accès du prestataire du service universel.
[83] En outre, il existe également des « parcel shops » issus de l'acquisition de Kariboo, qui ne visent que les colis.

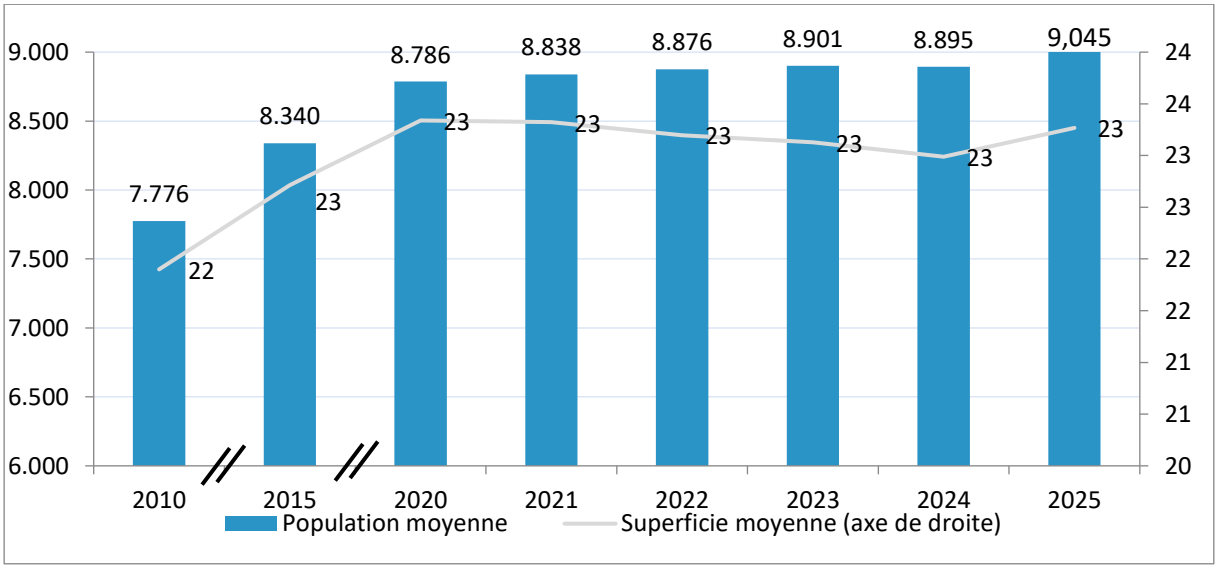
Figure 55. Nombre de points de service postal (PSUP uniquement)



Source : IBPT

152. Du fait d'une augmentation de la population, les points de service postal doivent logiquement desservir de plus en plus de personnes ; il y avait en moyenne un point de service postal pour 9 045 habitants en 2025. Cela représente 1 269 habitants par point de service postal de plus qu'en 2010. En moyenne, chaque point de service postal doit désormais desservir 16,3 % d'habitants de plus qu'en 2010. Un point de service postal dessert en moyenne une zone de 23,3 km². D'un point de vue européen[84], la Belgique se situe en queue du peloton en ce qui concerne le nombre de points de service postal du prestataire du service universel par habitant.

Figure 56. Population moyenne (N) et superficie moyenne (km²) desservies par point de service postal (PSUP uniquement)



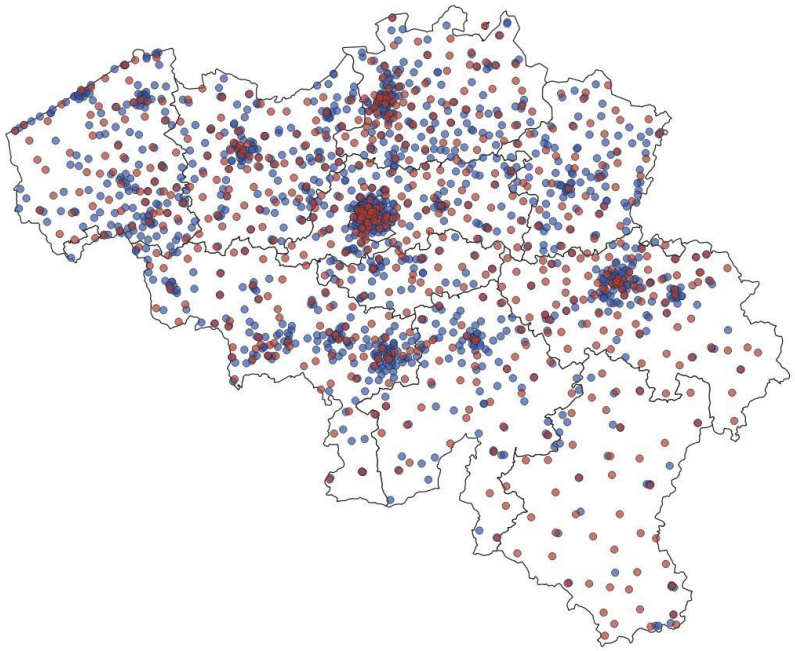
Source : IBPT

[84] ERGP Report on core indicators for monitoring the European postal market, 11 février 2026

153. La répartition géographique des bureaux de poste et des points poste est représentée en détail à la figure 57.

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

Figure 57. Répartition des points de service postal en 2025 (PSUP uniquement)



Source : IBPT

7. Qualité des services & empreinte écologique

7.1. Satisfaction des utilisateurs de services postaux

155. En 2025, 4 543 plaintes recevables ont été déposées auprès du service de médiation pour le secteur postal/médiateur postal. Parmi celles-ci, 27,8 % concernaient un « envoi de correspondance », terme utilisé par le service de médiation pour désigner les lettres (ordinaires et recommandées), les factures, les périodiques et les quotidiens. Cela représente une rupture de tendance claire et une augmentation relative de 7 points de pourcentage par rapport à l'année précédente, rejoignant ainsi à nouveau le niveau d'avant 2020. Depuis 2021, ce pourcentage oscille en effet autour de 20 %, contre près de 30 % (29,4 %) en 2017.

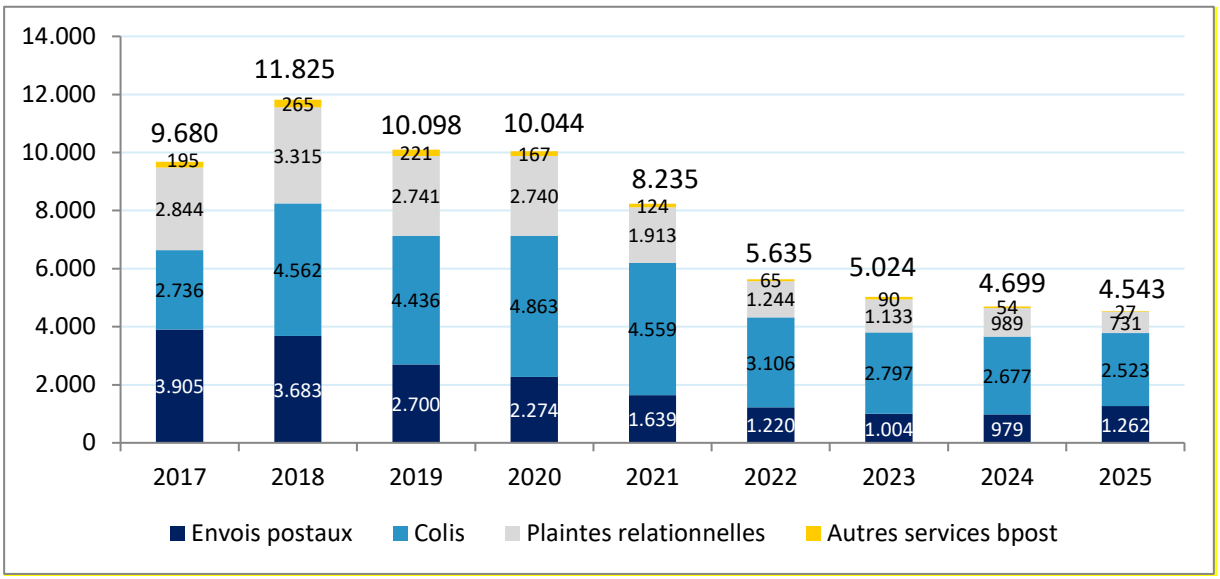
156. L'importance des activités d'e-commerce explique qu'entre-temps plus de la moitié (55,5 %) des plaintes étaient liées à l'envoi de colis, ce qui représente une baisse relative limitée (-1,5 point de pourcentage) par rapport à 2024 et une augmentation de 27,3 points de pourcentage par rapport à 2017.

157. En revanche, 16,1 % des plaintes étaient liées à la relation entre l'opérateur et le client. Une plainte recevable est une expression d'une insatisfaction relative au traitement d'une plainte par l'entreprise. Concernant les plaintes relationnelles, le service de médiation note des expressions explicites ou répétées d'insatisfaction liées à la réponse reçue ou à la solution proposée par l'opérateur en question, l'attitude de collaborateurs, etc.

158. Les plaintes restantes (0,6 %) portent sur les autres services de bpost (principalement des imprimés non adressés et la poste financière) qui relèvent de la compétence du Service de médiation pour le secteur postal.

159. Pour la première fois, les opérateurs ont également été interrogés concernant les plaintes qu'ils ont reçues eux-mêmes en première ligne. En fonction de la catégorie, les chiffres se sont avérés être de 10 à plus de 100 fois plus élevés que le nombre de plaintes reçues au niveau du médiateur.

Figure 58. Nombre de plaintes recevables introduites au service de médiation par objet (2017-2025)



Source : ombudsman poste

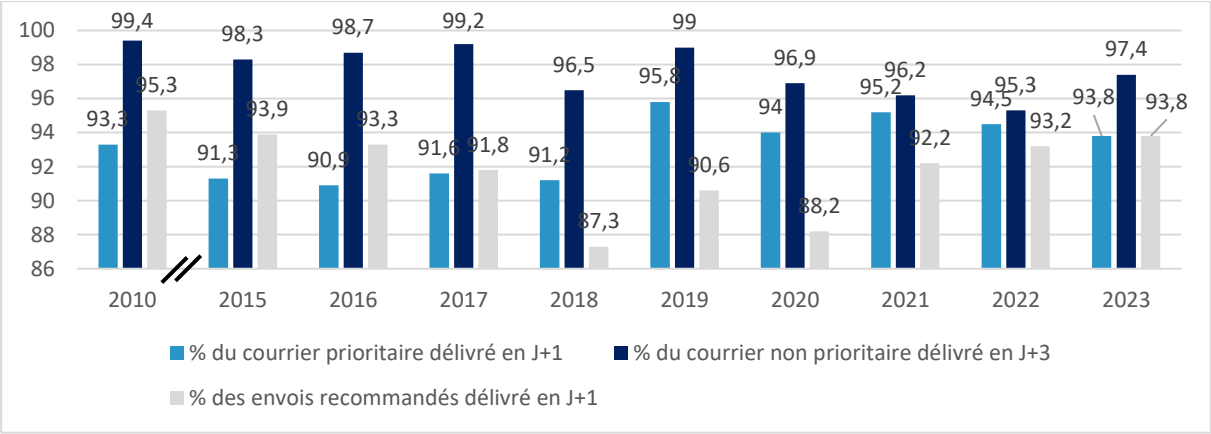
7.2. Délais d'acheminement des envois de correspondance

160. La qualité du courrier égrené intérieur prioritaire (J+1)[85] en 2023 s'élevait à 93,8 %. Ce résultat est inférieur à celui des années précédentes, mais néanmoins supérieur à celui enregistré entre 2015 et 2018. Bpost n'a pas respecté l'obligation, imposée par l'article 46, § 1er, 1°, de l'arrêté royal du 14 mars 2022, d'envoyer au moins 95 % des envois de correspondance égrenés domestiques prioritaires dans un délai de (J+1).

161. La qualité du courrier égrené intérieur non prioritaire (J+3[86]) en 2023 s'élevait à 97,4 %. Ce résultat est toutefois supérieur à celui enregistré au cours des trois années précédentes, ce qui permet de rompre avec la tendance à la baisse et d'atteindre la norme de 95 %. Depuis le 1er janvier 2019, une nouvelle différenciation a été appliquée par bpost : (i) envoi de correspondance égrené prioritaire (J+1) et (ii) envoi de correspondance égrené non prioritaire (J+3). Selon bpost, les parts relatives en volume pour le courrier égrené prioritaire (J+1) et le courrier égrené non prioritaire (J+3) s'élevaient respectivement à 12,3 % et 87,7 % en 2023. Le bon résultat depuis 2019 pour le courrier égrené intérieur prioritaire (J+1) est donc en partie dû à la préférence du consommateur pour le service de courrier égrené non prioritaire (J+3), faisant que le courrier égrené prioritaire (J+1) à partir du 1er janvier 2019 représente un volume significativement moindre qu'avant.

[85] Distribution le jour ouvrable suivant (Jour+1)
[86] Distribution dans les 3 jours ouvrables (Jour+3). Jusqu'au 31/12/2018, le délai de livraison était de 2 jours ouvrables pour le courrier égrené prioritaire.

Figure 59. Pourcentage de lettres prior et d'envois recommandés délivrés en J+1 et en J+3 (PSUP uniquement)



Source : IBPT

7.3. Empreinte écologique

162. Le secteur postal est lui aussi soumis à une pression de plus en plus forte pour limiter son empreinte écologique. Un certain nombre d'opérateurs en font même une proposition unique de vente (« unique selling proposition »), comme les livraisons écologiques en ville par exemple. Dès 2022, CityDepot (aujourd'hui BD Logistics) et l'Université d'Anvers[87] ont par exemple lancé leur calculateur d'émissions de CO_2. Par le biais d'une méthode de mesure scientifique éprouvée, cet outil permet de calculer les émissions totales de CO_2 au niveau des envois (avec des lieux d'envoi et de destination choisis par le client lui-même) et de les comparer entre les (principaux) opérateurs. Pour ces opérateurs, l'ensemble du réseau a été cartographié, des centres de tri et de distribution à la flotte de véhicules. Ainsi, un client peut calculer les économies de CO_2 réalisées.

163. De nombreux opérateurs offrent aujourd'hui la possibilité de cartographier les émissions liées à un envoi de colis, en se basant sur des normes telles qu'ISO 14 083, GLEC, GHG Protocol, AFNOR Spec ou EN16258. En vertu de l'arrêté royal du 14 décembre 2023 (modifiant l'AR du 14 mars 2022), les prestataires de services postaux – ayant occupé au moins 250 travailleurs, y compris des sous-traitants et des travailleurs intérimaires, au cours de l'année écoulée – sont sollicités pour recueillir des informations dans le cadre de la durabilité. Parmi celles-ci, l'on retrouve aussi évidemment les émissions en équivalents CO_2 pour l'entièreté de la chaîne ainsi que spécifiquement pour la phase de distribution. L'IBPT, en collaboration avec les opérateurs et grâce au soutien scientifique de la VUB, a finalisé le développement d'une méthodologie à cet effet début 2025[88]. Cela permettra de valider les émissions rapportées par les opérateurs et d'offrir une base commune de comparaison. Conformément à l'AR en question, les premiers résultats concernant 2024 ont déjà été publiés et ont déjà fait l'objet d'un audit[89].

87 https://www.bdlogistics.be/fr/zakelijke-oplossingen/nieuws/bd-logistics-et-luniversite-danvers-lancent-un-calculateur-de-co2

88 Décision du 14 janvier 2025 concernant la méthodologie pour l'établissement de rapports en matière de durabilité des prestataires belges de services postaux | IBPT

89 Communication du 30 juillet 2026 concernant les indicateurs de durabilité des services de livraison de colis en Belgique pour 2024 | IBPT

164. Néanmoins, des informations utiles ressortent de cette première consultation. Pour le premier indicateur, à savoir l'équivalent CO_2 pour l'entièreté de la chaîne du « first to last mile », c'est-à-dire de l'enlèvement à la distribution, nous avons déjà reçu, pour la livraison à l'adresse, sept réponses valables, qui ont donné un équivalent CO_2 médian de 291 gCO_2e. Pour le deuxième indicateur, à savoir l'équivalent CO_2 pour le « last mile » uniquement, c'est-à-dire la distribution, cette médiane s'est élevée à 269 gCO_2e. Pour une livraison classique de colis à domicile, bpost, Colis Privé et Amazon obtiennent les meilleurs résultats. En matière d'énergies renouvelables dans les bâtiments, des mesures claires ont également été prises, avec trois opérateurs (bpost, Colis Privé et GLS) atteignant déjà 100 %. La flotte s'électrifie également de manière évidente, avec déjà 12 % (médiane) de véhicules électriques ou sans émissions (par ex. livraison par vélo). DHL Express, bpost et Colis Privé sont les opérateurs atteignant les meilleurs scores. Au niveau de la phase de distribution, la valeur médiane du nombre de kilomètres parcourus par véhicule électrique ou sans émissions s'élève déjà à 11 %. DHL Express, bpost et Colis Privé atteignent également à ce niveau les meilleurs résultats à l'heure actuelle. Les résultats reflètent également les différences dans la méthode de travail des différents opérateurs. Ainsi, la majorité des opérateurs sous-traitent une partie de la chaîne, notamment le « last mile », c'est-à-dire la distribution, souvent à des livreurs indépendants, les équivalents CO_2 étant alors repris en tant qu'activités externes indirectes. En outre, nous devons garder à l'esprit que les différences dans les équivalents CO_2 par colis ne reflètent pas nécessairement les seuls efforts en matière de durabilité d'un opérateur. Ainsi, un opérateur qui met l'accent sur les livraisons express ou sur la livraison de colis plus lourds obtient un équivalent CO_2 par colis supérieur. Il en va de même en ce qui concerne un opérateur qui vise (également) les territoires plus ruraux, avec des distances moyennes plus grandes, par rapport à une logistique urbaine et des trajets souvent plus courts.

165. Lors des discussions préparatoires, les opérateurs ont de nouveau signalé une lacune législative. Ainsi, il a été mentionné que le passage aux véhicules électriques peut potentiellement limiter la capacité de charge des camionnettes. En effet, les véhicules électriques sont souvent plus lourds que leurs alternatives de format similaire roulant aux énergies fossiles, et ce à cause de leurs lourdes batteries. Puisque le poids maximal pour un permis de conduire B est de 3,5 tonnes, cela laisse moins de marge à la capacité de charge pour les colis. Il existe aux Pays-Bas, depuis 2019, un projet test prévoyant une exception pour les camionnettes électriques jusqu'à 4,25 tonnes pour le permis B. Une adaptation intermédiaire de la directive européenne relative au permis de conduire devrait également permettre cela définitivement[90]. Un projet test similaire a également débuté en Belgique en 2023 pour les camionnettes électriques et à hydrogène[91]. Un opérateur nous indique également qu'il existe une limite d'accès de 3,5 tonnes dans certaines rues, ce qui, la plupart du temps, rend la livraison par véhicule électrique impossible à ces endroits.

Bernardo Herman
Membre du Conseil

Peggy Valcke
Membre du Conseil

Stefaan Vyverman
Membre du Conseil

Michel Van Bellinghen
Président du Conseil

90 https://transportlogistiek.nl/branche/beleid/regeling-b-rijbewijs-voor-elektrische-bestelwagen-tot-4-250-kilo-krijgt-vervolg/

91 https://mobilit.belgium.be/fr/route/agrement-professionnel/permis/permis-de-conduire-b-camionnette-zero-emission-max-425-t