



**BELGISCH INSTITUUT VOOR POSTDIENSTEN
EN TELECOMMUNICATIE**

**BESLISSING VAN DE RAAD VAN HET BIPT
BETREFFENDE DE ANALYSE VAN HET TARIEFVOORSTEL VOOR
DE VOLLE TARIEVEN PER STUK VOOR HET JAAR 2010**

INHOUDSOPGAVE

1. Doel.....	3
2. Retroacta.....	3
3. Analyse van het tariefvoorstel voor de volle tarieven per stuk voor het jaar 2010	3
3.1. Wettelijke basis	3
3.2. Voorstel voor nieuwe tarifiering	4
3.2.1. Voorstelling van de gevraagde verhogingen die van toepassing zijn op de representatieve diensten voor particulieren en voor de zakelijke kleine gebruiker, "kleingebruikerpakket" genaamd	4
3.2.2. Overzicht van de jongste prijsaanpassingen	4
3.3. Analyse	4
3.3.1. Verkopen van postzegels per stuk	4
3.3.1.1. Differentiatie van de prijs van de postzegel volgens het aantal verkochte stuks	4
3.3.1.2. Analyse	5
3.3.2. Verhoging van de tarieven voor frankeringen via frankeermachines (MAFF)	8
3.3.3. Verhoging van de internationale tarieven	8
3.3.3.1. Voorstelling	8
3.3.2. Correctie voor de eindrechten	9
3.4. Toepassing van de price cap	9
4. Algemene conclusie	11
5. Beroepsmogelijkheden.....	11

1. DOEL

Dit besluit beoogt de toepassing van artikel 31 van het KB betreffende de toepassing van titel IV van de wet van 21 maart 1991: controle van de naleving van de regels inzake berekening van de tariefverhogingen van de volle tarieven per stuk van De Post NV.

2. RETROACTA

Op 15 januari 2010 heeft De Post aan het Instituut de definitieve elementen overgezonden op basis waarvan de "price-capformule" vermeld in artikel 31 van het voormelde KB kan worden toegepast.

Op 18 maart 2010 heeft het Instituut aan De Post het ontwerp van dit besluit meegedeeld om na te gaan of de vertrouwelijke punten of de punten die onder het zakengeheim vallen, verwijderd zijn.

Op 14 mei 2010 is een raadpleging over dit besluit zonder resultaat afgesloten.

3. ANALYSE VAN HET TARIEFVOORSTEL VOOR DE VOLLE TARIEVEN PER STUK VOOR HET JAAR 2010

3.1. WETTELIJKE BASIS

De artikelen met betrekking tot de tarifiering van de aangewezen leverancier van de universele dienst:

- artikel 144ter van de wet van 21 maart 1991 betreffende de hervorming van sommige economische overheidsbedrijven;
- het koninklijk besluit betreffende de toepassing van titel IV van de wet van 21 maart 1991 betreffende de hervorming van sommige economische overheidsbedrijven, art. 31 en art. 44;
- artikel 9 van het vierde beheerscontract gesloten tussen De Post en de Staat;
- artikel 144ter, § 1, 1°, van de wet van 21 maart 1991: "De tarieven voor elk van de diensten die deel uitmaken van de verlening van de universele dienst worden vastgesteld met inachtneming van de volgende beginselen :
 - 1° de prijzen moeten betaalbaar zijn en van die aard dat alle gebruikers toegang hebben tot de aangeboden diensten;
 - 2° de tarieven moeten op de kosten van de universele dienst gebaseerd zijn;
 - 3° de tarieven moeten transparant en niet-discriminerend zijn;
 - 4° de tarieven zijn identiek over het gehele grondgebied van het Rijk, ongeacht de plaats van ophaling en distributie."(...)
§ 3. De tarieven bedoeld in §§ 1 en 2 evolueren volgens een, bij in Ministerraad overlegd koninklijk besluit, op advies van het Instituut, vastgestelde formule. De leverancier van de universele dienst deelt in geval van een wijziging van de tarieven voor de voorbehouden universele dienst alle documenten met betrekking tot de kostprijsberekening mee aan het Instituut.
- het vierde beheerscontract gesloten tussen De Post en de Staat bepaalt dat De Post moet voldoen aan artikel 9 van het beheerscontract wat de tariefverhogingen betreft. De algemene principes die in het voormelde artikel 9 worden toegepast definiëren de formule die doorgaans price cap wordt genoemd.

Er moet worden opgemerkt dat het vierde beheerscontract geldig is tot 24 september 2010.

3.2. VOORSTEL VOOR NIEUWE TARIFERING

3.2.1. Voorstelling van de gevraagde verhogingen die van toepassing zijn op de representatieve diensten voor particulieren en voor de zakelijke kleine gebruiker, "kleingebruikerpakket" genaamd

Producten	Beschrijving van het product en karakteristieken van de verhogingen	Verhoging in 2010 (in %)
Binnenlandse post van minder dan 2 kg		
Genormaliseerd en niet-genormaliseerd prioritair	Post gefrankeerd met vignetten (vignetten en postzegels verkocht in hoeveelheden < 10) of postzegel verkocht per stuk	16,95%
Genormaliseerd en niet-genormaliseerd, niet-prioritair MAFF ¹	Post gefrankeerd met een frankeermachine UV/RD ² ; deze post geniet nog het Non-Prioritarief (afgeschaft voor de overige frankeermethodes)	5,66%
Grensoverschrijdende post		
Zending naar Europa verkocht per stuk	Post gefrankeerd met vignet of postzegel verkocht per stuk	11,1%
Zending naar "rest van de wereld" verkocht per stuk	Post gefrankeerd met vignet of postzegel verkocht per stuk	9,52%
Overige		
Aangegeven waarde	Zending overhandigd tegen ondertekening waarvan de aangegeven waarde wordt verzekerd in geval van diefstal, beschadiging of verlies	0,98%

3.2.2. Overzicht van de jongste prijsaanpassingen

- In 2002 heeft De Post zijn dienstenaanbod en de structuur van zijn prijzen volledig herzien. De nieuwe tariefstructuur is gebaseerd op de scheiding tussen PRIOR/NON PRIOR, die ingevoerd is op 18 november 2002;
- Vanaf 1 april 2003 zijn nieuwe conventionele tarieven toegepast;
- Mei 2004: nieuwe voorkeurtarieven;
- April 2005: nieuwe internationale tarieven;
- Februari 2006: prijsverhoging met gemiddeld 3,7% voor het volledige aanbod van De Post;
- December 2006: prijsverhoging van de voorbehouden niet-genormaliseerde producten;
- In 2007: verhoging van de volle tarieven en afschaffing van het Non-Prioritarief; Aanpassing van de voorkeurtarieven voor administratieve post naar aanleiding van de nieuwe sorteercentra;
- In 2008: verhoging van de volle tarieven met 4,02% en van de conventionele en voorkeurtarieven met 3,42%;
- In 2009: verhoging van de volle tarieven met 8,43% en van de voorkeur- en conventionele tarieven met 3,39%.

¹ MAFF= machine à affranchir of frankeermachine

² UV/RD= uitgestelde vergoeding, rétribution différée

3.3. ANALYSE

3.3.1. Verkopen van postzegels per stuk

3.3.1.1 Differentiatie van de prijs van de postzegel volgens het aantal verkochte stuks

Op 21 april 2009 heeft De Post aan het BIPT een nieuwe tariefconcept voorgesteld: een prijs van de postzegel per stuk die verschilt van de prijs van de postzegel verkocht per tien stuks, of van de prijs van de postzegel verkocht per doos van 100 stuks.

De Post geeft daarvoor een tweevoudige reden: het feit om postzegels per stuk te verkopen is duur wat de transactiekosten betreft (verrichtingen aan het loket) en het maakt de wachtrijen langer. Het tweede argument is dat de meeste ondernemingen kwantumkortingen aanbieden in geval van gemeenschappelijke aankopen. Daarbij worden de voorbeelden aangehaald van de MIVB, De Lijn en supermarkten.

Er dient te worden opgemerkt dat de helft van de verkooptransacties in de postkantoren in verband met postzegels slaat op de aankoop van minder dan 10 postzegels.

In mei 2009 heeft het Instituut een analyse van het voorstel overgezonden met de volgende conclusies:

«

- *Het is voorbarig om een definitieve conclusie te trekken in verband met de toepassing van de price cap, maar gelet op het bescheiden aandeel van dit product in de omzet kan verondersteld worden dat de price cap in acht zal worden genomen;*
- *De kwestie van de non-discriminatie onder klanten blijft open, omdat de dienstverlening identiek blijft voor een gedifferentieerde prijs;*
- *Het Instituut had beter kunnen begrijpen dat de prijsverhoging van de postzegel ongeveer evenveel had bedragen als de inflatie plus een kwaliteitsbonus, dat de prijs van de per tien stuks verkochte postzegel een meervoud was geweest van 9 of van 10 (namelijk bij aankoop van 10 zegels een zegel gratis) van de prior-postzegel die per stuk wordt verkocht en ten slotte dat de doos met 100 zegels een grotere korting zou hebben opgeleverd;*
- *Tevens was het wenselijk geweest dat De Post zijn verzoek om marketingstudies staaft die getuigen van de elasticiteit van de prijs van de postzegel per stuk en van het feit dat de verhoging van de prijs daarvan wel degelijk een verandering zal teweegbrengen in het gedrag van de klanten. Als de klant zou blijven aanschuiven om zijn postzegel te kopen, dan zou het doel worden gemist om via deze tariefverhoging de wachttijden te verminderen en de transactiekosten te drukken.” (vrije vertaling)*

Op 28 augustus 2009 heeft De Post via een persbericht de prijswijziging aangekondigd.

Op 30 oktober 2009 heeft De Post tijdens een werkvergadering aan het BIPT de tariefverhogingen bevestigd van de producten die onder korf 1 vallen.

In december 2009 heeft de Post in zijn reclameblad “Post magazine” het nieuwe tarief 2010 aan de privéklanten voorgesteld (zie bladzijde 7 van het blad).

3.3.1.2 Analyse

- **Beschrijving van de problematiek**

De voorgestelde prijsverhoging van de postzegel die per stuk wordt verkocht, is als volgt:

	2009 (in €)	2010 (in €)	Verhoging in %
Nationale zending			
0 – 50 g	0,59	0,69	16,95%
0 – 100 g	1,18	1,38	16,95%
100 – 350 g	1,77	2,07	16,95%
350 – 1 kg	2,95	3,45	16,95%
1 kg – 2 kg	4,13	4,83	16,95%

Er moet worden opgemerkt dat het niet enkel gaat om de per stuk verkochte postzegel maar ook om vignetten die door de loketbeambte worden afgedrukt.

Daaruit kan ook worden afgeleid dat de voorgestelde verhoging waarschijnlijk zal slaan op een groot deel van de aangetekende zendingen die aan het loket worden afgegeven. De prijs van een aangetekende zending tot 2 kg bestaat immers uit het port van een Prior-zending volgens het gewicht ervan, verhoogd met de aantekenport van € 4,60.

De voorgestelde verhoging zal tevens slaan op niet-genormaliseerde zendingen aangezien deze worden gefrankeerd met een veelvoud van Prior-postzegels met een nominale waarde van een omcirkelde 1.

Indirect zullen zelfs sommige zegels die in grotere hoeveelheden dan 10 worden verkocht, in prijs stijgen. Er zijn immers instructies in die zin gegeven aan het personeel van De Post. Zendingen die worden gefrankeerd door middel van oude zegels met een nominale waarde, zullen eveneens moeten worden getarifeerd tegen de verhoogde prijs van € 0,69 per schijf van 50 g.

De Post is hierover bevraagd. Het antwoord luidde als volgt:

“Het Instituut vraagt naar de reden voor de beslissing van De Post om de frankeerwaarde van € 0,69 op te leggen wanneer gebruik wordt gemaakt van postzegels met een nominale waarde.

Volgens De Post moet het aandeel postzegels met een nominale waarde die nog in omloop zijn, te verwaarlozen zijn meer dan twee jaar na de lancering in augustus 2007 van postzegels die geen nominale waarde meer hebben. Sindsdien worden alle zegels die zonder nominale waarde zijn uitgebracht en niet gebruikt zijn, niet beïnvloed door het plan om de prijs van de per stuk verkochte postzegel te verhogen tot € 0,69, aangezien het grote voordeel van een postzegel zonder nominale waarde erin bestaat dat deze zijn waarde behoudt en in de loop van de tijd niet door de prijsverhogingen wordt getroffen.

Terwijl de impact van de beslissing om aan te nemen dat de prijs van de frankering via postzegel € 0,69 bedraagt voor aankopen per stuk op de resterende voorraden van zegels van voor augustus 2007 onbelangrijk zou moeten zijn, leek het ons ongepast om van dit eenvoudige en duidelijke principe af te wijken om de volgende redenen:

- (i) *De Post verkoopt nog steeds postzegels met nominale waarde ter aanvulling (€ 0,01, € 0,05, enz.) met de bedoeling dat ook nog oude zegels van voor augustus 2007 kunnen worden gebruikt. Een klant die in 2006 postzegels van € 0,52 heeft gekocht, moet bijgevolg zegels ter aanvulling kunnen kopen die slechts in Retail bestaan. De transactiekosten voor een afzonderlijke zegel bedragen € 2,03 ongeacht de zegel. Wij hebben ervoor geopteerd om voor de postzegel van de laagste gewichtsklasse € 0,10 te vragen en een evenredig bedrag op basis van de veelvouden. Dit evenredigheidsbeginsel is daarentegen moeilijk toe te passen voor aanvullingszegels met een kleine waarde. Daarom leek het ons eenvoudiger om de frankeerwaarde in rekening te brengen op basis van het tarief van € 0,69.*

- (ii) *Evenzo willen we vermijden dat de klant zijn brief enkel met zegels frankeert die nu met een nominale waarde worden verkocht en waarvan het de bedoeling is dat ze als aanvulling worden gebruikt, maar die wel zouden kunnen worden gebruikt om te ontsnappen aan de 10 cent verhoging voor een enkele brief. In plaats van één postzegel zonder nominale waarde te kopen voor € 0,69 zou een klant dus een reeks aanvullingszegels met nominale waarde kunnen kopen zoals € 0,40 + € 0,10 + € 0,05 + 4 X € 0,01 indien we een tarief van 0,59€ toestaan voor het frankeren met postzegels met nominale waarde.*

Daarom passen we hetzelfde principe toe dat gemakkelijk te begrijpen en uit te leggen is, namelijk dat de frankeerwaarde wordt vastgesteld op € 0,69, zodra er postzegels met nominale waarde worden gebruikt.” (vrije vertaling)

Er moet worden opgemerkt dat de FNIP (Federatie van Nationale en Internationale Postzegelshandelaren) op 19/11/2009 naar het BIPT een mail heeft verstuurd om te klagen over de verhoging van de frankering door middel van oude postzegels. Het BIPT heeft in verband daarmee geantwoord dat het Instituut het dossier volgde.

- **Verificatie van de relevante wettelijke basis**

De postzegel maakt deel uit van het “kleingebruikerpakket” in de categorie “binnenlandse zendingen waarvan het gewicht lager is dan of gelijk aan 2 kg”.

Artikel 9 legt de verplichting op dat de (op basis van de omzet) gewogen verhoging niet hoger mag zijn dan de stijging van het gezondheidsindexcijfer vermeerderd met een kwaliteitsbonus.

De volledige berekening van het pakket is terug te vinden in punt 4 van deze nota.

De overige principes die in de wet (art. 144ter) staan, zijn:

“§1. De tarieven voor elk van de diensten die deel uitmaken van de verlening van de universele dienst worden vastgesteld met inachtneming van de volgende beginselen :

1° de prijzen moeten betaalbaar zijn en van die aard dat alle gebruikers toegang hebben tot de aangeboden diensten;

2° de tarieven moeten op de kosten van de universele dienst gebaseerd zijn;

3° de tarieven moeten transparant en niet-discriminerend zijn;

4° de tarieven zijn identiek over het gehele grondgebied van het Rijk, ongeacht de plaats van ophaling en distributie.”

- **De prijzen moeten betaalbaar zijn**

Voor een particulier vertegenwoordigen de postale uitgaven slechts $1,21/_{1000}$ van de gezinsuitgaven (Bron: indexkorf). Bijgevolg kan moeilijk worden beweerd dat dit product voor een gezin, zelfs na een flinke prijsverhoging, onbetaalbaar zou kunnen zijn.

Daarom wordt een beroep gedaan op de price-capttest (zie punt 4) en op een internationale vergelijking om een uitspraak te doen over de betaalbaarheid van het postproduct.

- **Benchmark met de andere landen**

Tot op heden heeft geen enkele andere postoperator een dergelijke tariefdifferentiatie ingevoerd. Sommige postoperatoren weigeren integendeel om postzegels te verkopen per stuk (bijv. Nederland).

In vergelijking met de andere Europese landen (prijs van de postzegel in 2008) komt De Post door de voorgestelde prijsverhoging op de vierde plaats.

- **Kostenbasing**

Er dient te worden opgemerkt dat de kostendifferentiatie op grond van het soort van transactie niet bestaat in de analytische boekhouding zoals deze momenteel overgezonden is aan het Instituut in het kader van de Costing voor de toepassing van de price cap en voor de berekening van de kosten van de UD. We zien bijvoorbeeld niet het kostenverschil verschijnen tussen de postzegels die verkocht worden op PostPunten, via internet of in een traditioneel postkantoor. Evenmin verschijnt het verschil in transactiekosten naargelang van het aantal verkochte postzegels.

De kostensegmentering die De Post voorstelt, is dus helemaal ad hoc en is door De Post niet statistisch of boekhoudkundig gerechtvaardigd. De kosten van een postzegel per stuk zijn door De Post verstrekt op verzoek van het Instituut. De Post heeft aan het Instituut geantwoord:

"Het Instituut heeft vragen bij de relevantie om de transactiekosten van 10 cent te vermenigvuldigen in verhouding tot de waarde van de PRIOR-postzegel.

De gegrondheid van deze beslissing berust op de volgende redenen:

- (i) *Zoals wij reeds hebben aangegeven, bedragen de kosten van de Retail-transactie [VERTROUWELIJK]. Het doel van de verhoging met € 0,10 voor de PRIOR-postzegel is uiteraard niet om deze kosten te dekken, maar het gaat om een aansporing voor de klant om een reeks van 10 postzegels te kopen waarvoor wij net het financiële evenwicht halen. Het feit van deze verhoging van € 0,10 voor PRIOR-zegels met waarde 2 of 3 te vermenigvuldigen, maakt het toch niet mogelijk om de transactiekosten te dekken; de transactie blijft nog ruimschoots verliesgevend.*
- (ii) *Wanneer een klant aan het loket een brief van 120 g komt afgeven, is het evident dat de prijs identiek moet zijn of men nu 3 zegels met waarde 1 naast elkaar plakt dan wel één postzegel met waarde 3. Bijgevolg gebiedt de logica dat de prijs van de postzegel met waarde 3 gelijk is aan 3 keer de prijs van een postzegel met waarde 1.*
- (iii) *Aan de andere kant, terwijl er 10 PRIOR-zegels met waarde 1 moeten worden gekocht om hetzelfde prijsniveau als in 2009 te behouden, zakt dit aantal tot 5 voor de postzegels met waarde 2 of 3." (vrije vertaling)*

Het Instituut stelt vast dat deze segmentering niet bestaat voor de andere producten. Nu kan worden verondersteld dat voor sommige producten ook een lange transactietijd aan het loket nodig is die niet door de begunstigde wordt vergoed (afhaling van een postpakket of van een aangetekende brief, verkoop van partnerproducten, verzoek om inlichtingen). Tot op heden heeft het principe er altijd in bestaan om de kosten per activiteit toe te wijzen en een tarief toe te passen dat een solidariteit weerspiegelt binnen eenzelfde productlijn tussen "kleingebruikers" en andere klanten. Daarom neemt de costing exploitatiekosten per product op (bijvoorbeeld: de brief van minder dan 50 g) en niet per distributiekanaal (bijvoorbeeld op basis van het kantoor of van het aantal verkochte stuks).

Er dient te worden opgemerkt dat slechts [VERTROUWELIJK] % van de postzegels worden verkocht aan de loketten van de postkantoren terwijl de voorgestelde prijsverhoging van de postzegel zal worden toegepast op alle Retail-punten (ook de punten buiten de postkantoren).

Men stelt vast dat de Prior-brief winstgevend is (gegevens 2008), aangezien deze een winstmarge oplevert van [VERTROUWELIJK] %. De gevraagde tariefverhoging lijkt dus niet helemaal gerechtvaardigd te zijn door de kostenbasing.

- **Transparantie- en non-discriminatiebeginsel**

Het tarief is transparant; het is gepubliceerd.

Voor eenzelfde dienst (zelfde briefformaat, zelfde leveringstermijn, zelfde voorwaarden inzake ophaling) zal een kleingebruiker die zijn postzegels niet in hoeveelheden wenst te kopen, meer betalen.

- **Identieke tarieven over het gehele grondgebied van het Rijk**

De tarieven zijn identiek ongeacht het adres van de geadresseerde.

- **Toepassing van de price cap**

De tariefregulering van dit product berust ook op het "price-capbeginsel". Het referentiekleingebruikerpakket houdt rekening met de verdeling van elk postproduct dat door de klant wordt gebruikt. In het onderhavige geval is er een opsplitsing van de tarifiering van dit product in twee aparte tarieven volgens de verkoopsvoorwaarden (per reeks van 10 of per hoeveelheid < 10).

Bijgevolg moet het deel van het volume waarop de tariefverhoging slaat, worden bepaald. Daartoe wordt voorgesteld om te steunen op de statistieken van Poststation, de software waarmee de verkopen aan het loket worden geregistreerd. De berekening van de price cap is terug te vinden in punt 4 van deze nota.

3.3.2 Verhoging van de tarieven voor frankeringen via frankeermachines (MAFF)

Voor de zendingen die worden gefrankeerd via frankeermachine en de UV/RD-zendingen geldt het Non-Priortarief.

De tariefverhoging tussen 2009 en 2010 bedraagt 5,66%:

Product	Tarief 2009	Tarief 2010
Genormaliseerd MAFF	0,53	0,56

3.3.3 Verhoging van de internationale tarieven

3.3.3.1. Voorstelling

In 2010 stelt De Post voor de internationale tarieven een nominale tariefverhoging voor die wordt gerechtvaardigd door de differentiatie aan het loket tussen de postzegel die in hoeveelheden van minder dan 5 stuks wordt verkocht en de postzegel die wordt verkocht per reeks van 5. De redenering die wordt toegepast is dezelfde als diegene die ontwikkeld is in punt 3.1. voor nationale postzegels.

	2009 (in €)	2010 (in €)	Variatie
Zending naar Europa			
0 – 50 g	0,90	1,00	11,1%
0 – 100 g	2,70	3,00	11,1%
100 – 350 g	5,40	6,00	11,1%
350 – 1 kg	9,00	10,00	11,1%
1 kg – 2 kg	18,00	20,00	11,1%
Zending naar rest van de wereld			
0 – 50 g	1,05	1,15	9,52%
0 – 100 g	3,15	3,45	9,52%
100 – 350 g	6,30	6,90	9,52%
350 – 1 kg	14,70	16,10	9,52%
1 kg – 2 kg	23,40	25,60	9,52%

De analyse die in punt 3.1.2 is gemaakt, geldt eveneens voor dit product.

De tariefregulering van dit product berust op het "price-capbeginsel". Het referentiekleingebruikerpakket houdt rekening met de verdeling van elk postproduct dat door de klant wordt gebruikt. In het onderhavige geval is er een opsplitsing van de tarifiering van dit product in twee aparte tarieven volgens de verkoopsvoorwaarden (per reeks van 5 of per hoeveelheid < 5).

Bijgevolg moet het deel van het volume waarop de tariefverhoging slaat, worden bepaald. Daartoe wordt voorgesteld om te steunen op de statistieken van Poststation, de software waarmee de verkopen aan het loket worden geregistreerd.

3.3.3.2. Correctie voor de eindrechten

De laatste paragraaf van artikel 9, 1° van het vierde beheerscontract bepaalt: "Wat de uitgaande grensoverschrijdende post en de uitgaande grensoverschrijdende postpakketten betreft worden de tariefverhogingen die direct het gevolg zijn van een verhoging van de eindrechten betaald door DE POST, niet in rekening genomen voor de toepassing van de formule bepaald in dit artikel."

Het BIPT acht de correctie van de "terminal dues" niet gerechtvaardigd voor het jaar 2010 aangezien de tariefverhogingen worden verklaard door een verandering in de voorwaarden met betrekking tot de postzegel en niet door een externe stijging van de eindrechten.

3.4. TOEPASSING VAN DE PRICE CAP

Op 25 januari 2010 heeft De Post bevestigd dat de verhogingen die waren voorgesteld in zijn schrijven van 15 januari 2010 de enige zouden zijn in 2010. Het dossier voor 2010 kan dus als definitief worden beschouwd.

Overeenkomstig art. 9 van het vierde beheerscontract geldt de volgende formule:

$$\frac{\sum_{j=1}^N W_{j,n-2} \times M_{j,n}}{100} \leq \left(\left[100 \times \frac{I_{n-1} - I_n}{I_{n-2}} + QB \right] \right)$$

De kwaliteitsbonus die De Post heeft meegedeeld, is als volgt:

Mail Quality Forecast Y2D 2009 (Basket)			
Product Group	Weight	Target	Q-score ALL
Prior J+1	40	95	93,1
Non Prior J+2	27	95	97,3
Inbound	16	95	93,2
Registered mail	10	95	94,7
Parcels J+2	7	95	97,4
Total Quality Index	100	95,0	94,7

Berekening van het kwaliteitsindexcijfer:

$$QB = (QMR - 90) / 100$$

$$\begin{aligned} QMR &= \frac{(93,1 \times 40) + (97,3 \times 27)}{100} \\ &\quad + \frac{(93,2 \times 16) + (94,7 \times 10) + (97,4 \times 7)}{100} \\ &= 37,24 + 26,271 + 14,912 + 9,47 + 6,818 \\ &= 94,711 \\ (94,711 - 90) / 100 &= 2,2193 \end{aligned}$$

Het gezondheidsindexcijfer voor de maand augustus van het jaar 2009 bedraagt 110,66
Het gezondheidsindexcijfer voor de maand augustus van het jaar 2008 bedraagt 110,88
Dit is een afname van 0,20%

De (gecumuleerde) niet-gebruikte marge voor de jaren 2008 en 2009 bedraagt 0,14%

Wanneer men de formule toepast mogen de gewogen verhogingen voor het jaar 2010 bijgevolg het volgende percentage niet overschrijden: $-0,20\% + 0,14\% + 2,22\% = 2,16\%$

In zijn voorstelling stelt De Post voor om (in de weging volgens omzet in de noemer van de price-capformule) een prijs(elasticiteit) ϵ toe te passen op de in prijs verhoogde producten en bijgevolg, van het deel van de omzet voor deze producten de volumes af te trekken die zullen zorgen voor een omzetting van de categorie "verkocht in kleine hoeveelheid" naar de categorie "verkocht per reeks" naar aanleiding van een gedragswijziging van de koper.

Deze redenering is in het verleden toegepast bij de afschaffing van een product van het ene jaar op het andere. (zie met name de afschaffing van de nationale en internationale non-prior).

In dit geval is de price-capformule gebaseerd op de verdeling van de omzet van 2008. Het is dus niet gerechtvaardigd om een elasticiteit toe te passen die een toekomstig gedrag van de consument weerspiegelt omdat de weging 2008 van dit product bekend is en dit product niet afgeschaffd is.

Probleem wegens de toepassing van een elasticiteit (ϵ)

Buiten het feit dat de eigenlijke toepassing van een fictieve en voorziene volumeweging, belast met een negatieve elasticiteit problematisch is, kan de waarde zelf van de gebruikte variabele onbetrouwbaar zijn. .

De Post rechtvaardigt de waarde van de elasticiteit van de vraag die het toepast immers als volgt: "Momenteel worden per stuk verkochte postzegels al gemiddeld per 5 verkocht. Daarom vonden wij het nogal realistisch dat 2/3 van de postzegels per 10 zullen worden verkocht." (vrije vertaling) (Bron: nota van De Post 2010 Pricing – Antwoorden op de vragen van de werkvergadering van 30 oktober).

Wanneer men deze redenering in cijfers omzet dan zou de elasticiteit (ϵ) 4,42% bedragen (bron: eigen berekening van het BIPT). Welnu, de elasticiteit die doorgaans in de sector wordt aanvaard ligt tussen -0,5% en -0,9% (bijv.: Robinson 2007).

Probleem wegens het gebrek aan bewijsstukken voor de betreffende volumes

Om de price-capformule toe te passen, moet het deel van het volume van de producten worden bepaald waarop de tariefverhoging betrekking heeft.

Het deel van de postzegels die worden verkocht in hoeveelheden kleiner dan 10 stuks, kan slechts worden geïdentificeerd door bewijskrachtige documenten die voortkomen uit de commerciële gegevens van het Retail-netwerk. De postloketten zijn voorzien van de software "Poststation". Het Instituut heeft aan De Post de bewijsstukken gevraagd die getuigen van de betreffende volumes. Deze documenten heeft De Post verstrekt op 15 januari 2010.

De betreffende volumes die De Post heeft aangekondigd, variëren naargelang van de verstrekte documenten.

A. In de presentatie van De Post van 21 augustus 2009

Inkomsten (Prior per stuk)	[VERTROUWELIJK]
----------------------------	-----------------

B. In de presentatie van De Post van 16 oktober 2009

Per stuk inkomsten 2008

Daily Mail (Prior per stuk)	[VERTROUWELIJK]
Social Mail EUR	[VERTROUWELIJK]
Social Mail RoW	[VERTROUWELIJK]
Registered Mail	[VERTROUWELIJK]
Totaal	[VERTROUWELIJK]

C. In het antwoord dat De Post op 27/11/2009 heeft verstuurd: De Post past hypothesen toe inzake gewijzigd gedrag van de gebruikers (zie hierboven, punt "elasticiteit") en kondigt de volgende volumes aan:

Daily Mail (Prior per stuk)	[VERTROUWELIJK]
Social Mail EUR	[VERTROUWELIJK]
Social Mail RoW	[VERTROUWELIJK]
Registered Mail	[VERTROUWELIJK]

D. In het antwoord dat De Post op 15 januari 2010 heeft verstuurd: De Post past hypothesen toe inzake gewijzigd gedrag van de gebruikers (zie hierboven, punt "elasticiteit") en kondigt de volgende volumes aan - bladzijde "2010" van het bestand "20100115" Price Cap 2010:

Daily Mail (Prior per stuk)	[VERTROUWELIJK]
Social Mail EUR	[VERTROUWELIJK]
Social Mail RoW	[VERTROUWELIJK]
Registered Mail	[VERTROUWELIJK]

De Post stelt voor om de price cap toe te passen op de omzetcijfers onder punt D.

Het rekenblad van De Post vormt bijlage A [VERTROUWELIJKE BIJLAGE].

De Post is van oordeel dat de price cap in acht wordt genomen (verhoging met 1,459%) en dat er een overgedragen niet-gebruikte marge is van 1,15%.

Het Instituut kan om de hierboven uiteengezette redenen niet instemmen met de berekening van de price cap zoals De Post die heeft gemaakt. De toegepaste hypothesen inzake elasticiteit zijn niet stevig. Daarom heeft het Instituut een nieuwe berekening gemaakt die terug te vinden is in bijlage B [VERTROUWELIJKE BIJLAGE].

Het totaal van de gewogen verhogingen bedraagt 1,88%.

Dit totaal is lager dan de limiet van 2,16% die door de price cap wordt opgelegd.

4. ALGEMENE CONCLUSIE

De verhogingen van de volle tarieven die De Post voorstelt voor het jaar 2010 voldoen aan artikel 9 van het beheerscontract gesloten tussen De Post en de Staat, en aan artikel 144ter, § 1 – 1°, 3° en § 3 van artikel 144ter van de wet van 21 maart 1991.

5. BEROEPSMOGELIJKHEDEN

Overeenkomstig de wet van 17 januari 2003 betreffende de rechtsmiddelen en de geschillenbehandeling naar aanleiding van de wet van 17 januari 2003 met betrekking tot het statuut van de regulator van de Belgische post- en telecommunicatiesector hebt u de mogelijkheid om beroep in te stellen bij het hof van beroep van Brussel, Poelaertplein 1, 1000 Brussel binnen zestig dagen na de kennisgeving ervan.

Het hoger beroep wordt ingesteld:

- 1° bij akte van een gerechtsdeurwaarder die aan de tegenpartij wordt betekend;
- 2° bij een verzoekschrift dat, in zoveel exemplaren als er betrokken partijen zijn, ingediend wordt op de griffie van het gerecht in hoger beroep;
- 3° bij ter post aangetekende brief die aan de griffie wordt gezonden;
- 4° bij conclusie, ten aanzien van iedere partij die bij het geding aanwezig of vertegenwoordigd is.

Met uitzondering van het geval waarin het hoger beroep bij conclusie wordt ingesteld, vermeldt de akte van hoger beroep, op straffe van nietigheid de vermeldingen van artikel 1057 van het gerechtelijk wetboek.



A. DESMEDT
Lid van de Raad



C. RUTTEN
Lid van de Raad



C. CUVELLIEZ
Lid van de Raad



L. HINDRYCKX
Voorzitter van de Raad