

I B P T

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

**AVIS DU CONSEIL DE L'IBPT
DU 23 DECEMBRE 2014
CONCERNANT
LE PLAN D'AMÉLIORATION 2013 ET LE PLAN D'ACTION 2014 DE BPOST
SUITE À L'ENQUÊTE DE SATISFACTION DE LA CLIENTÈLE 2013**

Table des matières

1. INTRODUCTION.....	3
2. LE CADRE JURIDIQUE	4
3. LA MÉTHODE DE MESURE DE LA SATISFACTION DE LA CLIENTÈLE.....	5
3.1. CARACTERISTIQUES DE L'ENQUETE DE MESURE DE LA SATISFACTION DE LA CLIENTELE	5
3.2. ORGANISATION DE L'ENQUETE	5
3.3. ÉCHELLE DE MESURE DE LA SATISFACTION	5
4. LES RESULTATS DE LA MESURE DE SATISFACTION DE LA CLIENTELE EN 2013.....	6
4.1. SATISFACTION GENERALE DE LA CLIENTELE	6
4.2. SATISFACTION DE LA CLIENTELE SUR DES POINTS SPECIFIQUES	7
4.2.1. <i>Satisfaction par rapport au temps d'attente aux guichets postaux et dans les Points Poste</i>	7
4.2.2. <i>Satisfaction quant aux heures d'ouverture des bureaux de poste et des Points Poste en dehors des heures normales de bureau</i>	9
4.2.3. <i>Satisfaction par rapport à l'accessibilité des bureaux de poste/Points Poste et en particulier aux personnes handicapées</i>	10
4.3. RECAPITULATIF ET CONCLUSION DE L'IBPT.....	10
4.3.1. <i>Satisfaction globale</i>	11
4.3.2. <i>Délais d'attente</i>	11
4.3.3. <i>Satisfaction quant aux heures d'ouverture</i>	12
4.3.4. <i>Satisfaction quant à l'accessibilité des bureaux de poste et des Points Poste</i>	12
4.3.5. <i>Conclusion de l'IBPT</i>	13
5. LE RAPPORT CONCERNANT L'EXECUTION DU PLAN D'AMELIORATION 2013.....	14
5.1. LA VOIX DU CLIENT	14
5.2. PRODUITS ET PROCESSUS	14
5.2.1. <i>Distribution correcte du courrier</i>	14
5.2.2. <i>Distribution correcte des paquets</i>	16
5.2.3. <i>Courrier recommandé</i>	16
5.2.4. <i>Le programme « DoMyMove »</i>	17
5.3. CLIENTS.....	17
5.3.1. <i>Bureaux de poste</i>	17
5.3.2. <i>Services clients</i>	19
5.4. PERSONNEL ET CHANGEMENTS	19
5.5. AVIS DE L'IBPT SUR LE PLAN D'ACTION 2013	19
6. PLAN D'ACTION 2014	20
6.1. LA VOIX DU CLIENT	20
6.2. PRODUITS ET PROCESSUS	20
6.3. CLIENTS.....	20
6.4. PERSONNEL ET CHANGEMENT	20
6.5. NOUVELLES PRIORITES	20
6.6. AVIS DE L'IBPT	20
7. CONCLUSION GENERALE	21

1. INTRODUCTION

En vertu de l'article 52¹ du cinquième contrat de gestion conclu en date du 29 mai 2013, l'IBPT doit chaque année :

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

Le présent avis de l'IBPT est fondé sur le document transmis le 3 juin 2014 par bpost et comportant la mesure de la satisfaction en 2013, l'analyse des résultats du plan d'amélioration 2013 et le plan d'amélioration pour 2014.

Le 9 septembre 2014, le Conseil de l'IBPT a approuvé le présent projet d'avis et l'a transmis à bpost pour commentaires et indications des passages à considérer comme confidentiels.

Le présent avis a été adopté par le Conseil de l'IBPT le 23 décembre 2014 et sa version non confidentielle publiée sur le site de l'Institut.

¹ Article 52 du cinquième contrat de gestion : « *bpost effectue régulièrement et au moins une fois par an, sous le contrôle de l'IBPT, une mesure de la satisfaction de la clientèle concernant l'exécution de ses missions de service public. Les résultats de cette mesure sont soumis annuellement à l'IBPT. Cette évaluation comprend, entre autres, la satisfaction du client vis-à-vis des différents points de service postal, par rapport au temps d'attente au guichet, à la proximité, aux heures d'ouverture, à la vitesse du service au guichet. Tous les ans, bpost soumet à l'État un plan d'actions portant sur les points qui, selon les résultats mesurés, sont susceptibles d'être améliorés. bpost soumettra également tous les ans à l'État un rapport sur l'exécution de ce plan. bpost soumet ces deux rapports pour avis à l'IBPT avant de les transmettre à l'État. Les obligations imposées à bpost dans le présent paragraphe portent sur des activités qui concernent le petit utilisateur.* ».

2. LE CADRE JURIDIQUE

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

Comme rappelé plus haut, l'article 52 de ce contrat de gestion prévoit spécifiquement :

- le contrôle par l'IBPT de la mesure de la satisfaction de la clientèle quant à la qualité des missions de service public fournies par bpost et la publication des résultats de l'enquête de mesure de cette satisfaction ;
- un avis de l'IBPT relatif à l'exécution du plan d'amélioration 2013 et au plan d'action 2014.

L'article 24 du cinquième contrat de gestion stipule également que bpost prendra les mesures appropriées afin de diminuer le temps d'attente aux guichets.³

L'article 19 du cinquième contrat de gestion oblige bpost à augmenter l'accessibilité de ses points de service postal (bureaux et Points Poste) pour les personnes handicapées. Le respect de cette obligation fera partie de la mesure de la satisfaction de la clientèle.⁴

L'article 17.2 du même contrat de gestion stipule en outre que bpost s'assurera que les bureaux de poste soient ouverts au moins quelques heures par semaine en dehors des heures de bureau. Les besoins des clients en termes d'heures d'ouverture feront partie de la mesure de la satisfaction de la clientèle prévue à l'article 52.⁵

² L'article 14, §1^{er}, 6°, de la loi du 17 janvier 2003 relative au statut du régulateur des secteurs des postes et des télécommunications belges, stipule: « L'Institut est chargé de contrôler l'exécution de toutes les missions de service public qui sont attribuées par l'État dans le secteur postal et dans le secteur des communications électroniques. L'Institut informe tant le Ministre en charge du Secteur postal que le Ministre en charge des Entreprises publiques de l'exécution du contrat de gestion. »

³ L'article 24 du cinquième contrat de gestion stipule : « Temps d'attente : le temps d'attente de 80% à 90% de la clientèle devra être inférieur à cinq minutes »

⁴ L'article 19 du cinquième contrat de gestion stipule: "bpost s'engage à améliorer l'accès aux bureaux de poste pour les moins valides. bpost établira, en parallèle, une nouvelle approche de l'accessibilité des bureaux de poste pour les bureaux faisant l'objet de travaux importants. Dans ce cadre, bpost s'efforcera de rendre ceux-ci parfaitement accessibles aux différents types de handicaps, en tenant compte de la réglementation urbanistique, sur la base de normes définies après concertation avec le Conseil supérieur national des personnes handicapées (« Conseil supérieur national »). bpost désignera une personne qui assurera le contact avec le Conseil supérieur national. Après cette concertation, bpost fixera les normes d'accessibilité qui seront utilisées lors des travaux importants en 2013. Au plus tard en 2014, bpost présentera au Ministre dont relève bpost un plan pour l'application de ces critères dans les bureaux dans lesquels de grands travaux seront exécutés.

bpost communiquera de manière adéquate les facilités d'accès de chaque bureau de poste.

Concernant les magasins postaux, il est demandé à bpost que l'accessibilité des personnes à mobilité réduite soit un critère important de la sélection de partenaires pour l'exploitation d'un magasin postal.

Afin d'augmenter l'accessibilité des magasins postaux pour les moins valides, bpost cofinancera les travaux liés à l'amélioration de l'accessibilité de ces derniers. Ce cofinancement est limité à un montant de maximum 50 % du coût total des travaux par magasin postal et à 10.000 EUR par magasin postal. Afin de garantir la continuité de la prestation des services, le financement ne sera octroyé qu'à condition que le magasin postal s'engage à continuer à offrir les services bpost pour une période de cinq ans à partir de la réception des travaux d'amélioration financés par bpost. Le montant maximum que bpost investira dans ces travaux est de 500.000 EUR pour la durée de ce Contrat. ».

⁵ L'article 17.2 du cinquième contrat de gestion stipule: « bpost s'assurera que les bureaux de poste sont ouverts au moins quelques heures par semaine en dehors des heures de bureau. Les besoins des clients en termes d'heures d'ouverture feront partie de la mesure de la satisfaction du client prévue à l'article 52. ».

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

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

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

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

L'enquête de satisfaction a les caractéristiques suivantes :

- les interviews sont réalisées par un bureau d'étude indépendant (Ipsos-Synovate) ;
- il s'agit d'une mesure continue (environ 530 interviews par mois pour les clients résidentiels et les small business à savoir les indépendants, les professions libérales et les entreprises de moins de cinq employés) ;
- à partir d'un échantillon aléatoire ;
- basée sur des interviews téléphoniques par des professionnels selon la méthode « CATI » (Computer Assisted Telephone Interview).

3.2. Organisation de l'enquête

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

3.3. Échelle de mesure de la satisfaction

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

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

Dans le calcul de satisfaction de bpost, les clients donnant 5, 6 ou 7 comme score sont considérés comme « clients satisfaits ». Donc, les clients qui étaient « plutôt satisfaits » sont également considérés comme « clients satisfaits » dans le calcul. Le même raisonnement s'applique aux « clients insatisfaits » puisque le calcul considère les clients qui étaient « plutôt insatisfaits » comme des « clients insatisfaits ». Cet élément doit être pris en considération pour l'interprétation des résultats.

4. LES RESULTATS DE LA MESURE DE SATISFACTION DE LA CLIENTELE EN 2013

4.1. Satisfaction générale de la clientèle

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

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

TABLEAU 1 : ENQUÊTE DE SATISFACTION GÉNÉRALE

	Particuliers											Entreprises			
	2003*	2004*	2005*	2006*	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2010***	2011***	2012***	2013***
% satisfaction (score 5-7)															
Satisfaction globale	71	74	75	76	75	82	81	83	78	83	86	78	76	82	84
Envoi du courrier en Belgique					84	86	87	88	86	90	91	82	81	90	91
Le facteur					93	90	92	91	88	90	92	85	83	88	90
Envoi de paquets en Belgique				86	83	93	85	84	87	93	93	86	88	88	92
Envoi de paquets à l'étranger					76	77	79	72	81	87	84	82	77	81	81
Livraison du journal à temps	87	92	96	95	94	89	93	92	90	92	95	89	88	92	93
L'information					80	79	83	84	86	86	88	78	80	81	87
Le bureau de poste	86	87	87	91	88	84	84	87	87	90	94	80	79	87	89
Le Point Poste	-	-	-	-	90	86	87	89	90	94	94	88	86	90	91
eShop**	-	-	-	-		93	85	88	93	86	96	88	90	92	94
Service clientèle**	-	-	-	-	73	71	69	73	67	76	80	60	65	69	78

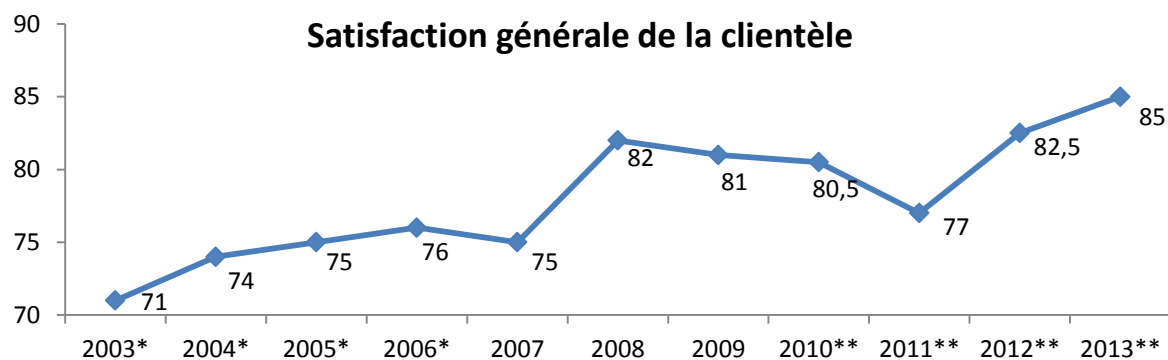
* La mesure de la satisfaction de la clientèle est basée sur la méthode appliquée de 2007 à 2011 (voir point 3 de l'avis)

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

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

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

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



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

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

Pour la deuxième année consécutive, bpost enregistre une augmentation de la satisfaction générale de sa clientèle (+2,5%). Avec 85% de particuliers et de professionnels globalement satisfaits en 2013, bpost enregistre le plus haut niveau de satisfaction jamais atteint en 10 ans d'enquêtes.

La satisfaction générale des clients a augmenté tant sur le marché résidentiel (+3%) que sur le marché des petits clients professionnels (+2%).

A noter qu'entre 2003 et 2009, l'indice de satisfaction correspondait uniquement à l'indice de satisfaction des clients résidentiels, la mesure n'étant pas disponible pour les entreprises. Depuis 2010, l'indice de satisfaction correspond à la moyenne (50/50) de l'indice de satisfaction des clients résidentiels et de celui des clients professionnels faisant l'objet du présent rapport à savoir les indépendants, les professions libérales et les entreprises de moins de cinq salariés.

4.2. Satisfaction de la clientèle sur des points spécifiques

Pour les points spécifiques (les heures d'ouverture des bureaux de poste, l'accessibilité aux personnes handicapées et le temps d'attente aux guichets) indiqués aux articles 17, 19 et 24 du cinquième contrat de gestion, cette enquête générale a mesuré les éléments suivants :

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

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

Concernant le temps d'attente aux guichets postaux dans les bureaux de poste, le taux de satisfaction des particuliers est en très légère régression depuis l'année 2012 puisqu'il est passé de 83% à 81%. Par contre, pour les entreprises, il continue à augmenter légèrement puisqu'il

passé de 68% à 72%. Il importe toutefois de noter que 90% des particuliers et 84% des entreprises étaient satisfaits de la rapidité du service au guichet même.

En ce qui concerne le temps d'attente dans les Points Poste, 89% des particuliers et 84% des entreprises étaient satisfaits. Par ailleurs, 91% des particuliers et 90% des entreprises sont satisfaits de la rapidité du service dans les Points Poste.

D'une manière générale, les clients particuliers restent relativement plus satisfaits par les temps d'attente que les clients professionnels. D'autre part, la rapidité et le temps d'attente offerts par les Points Poste semblent plus appréciés que ceux proposés par les bureaux de poste et ce aussi bien par les particuliers que par les entreprises.

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

% satisfaction (score 5-7) ⁶	Particuliers											Entreprises			
	2003*	2004*	2005*	2006*	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2010**	2011**	2012**	2013**
Attente avant d'être servi au bureau de poste	63	66	61	69	66	62	65	71	72	83	81	62	61	68	72
Rapidité du service au guichet postal	72	76	76	81	78	78	78	83	82	88	90	75	75	83	84
Attente avant d'être servi au Point Poste	-	-	-	-	72	76	75	78	78	86	89	75	75	79	84
Rapidité du service au Point Poste	-	-	-	-	85	79	80	83	82	91	91	82	82	84	90

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

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

Afin de diminuer le temps d'attente aux guichets, bpost a introduit en 2011 un système de mesure spécifique appelé « Waiting Queue » qui lui permet de mesurer les temps d'attente via un système de tickets. [Confidentiel]. Les résultats de bpost indiquent que dans 84,4% des cas, les clients doivent attendre moins de 5 minutes tandis que dans 5,3% des cas, les clients doivent attendre plus de 10 minutes. Le tableau ci-dessous reprend les résultats des mesures internes de bpost ; [Confidentiel].

TABLEAU 3 : TEMPS D'ATTENTE AUX GUICHETS POSTAUX⁷

	Délai d'attente moyen dans le bureau de poste				
	2009	2010	2011	2012	2013
Le délai d'attente est inférieur à 5 minutes	77%	82%	84,3%	83,5%	84,4 %
Le délai d'attente se situe entre 5 et 10 minutes	13%	12%	10,3%	10,7%	10,3%
Le délai d'attente est supérieur à 10 minutes	10%	6%	5,4%	5,9%	5,3%

Néanmoins, le temps d'attente au bureau de poste s'est amélioré en 2013 puisqu'avec 84,4% de clients servis en moins de 5 min, il atteint son meilleur score depuis 2009.

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

⁷ Source bpost (données non vérifiées)

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

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

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

% satisfaction (score 5-7) ⁸	Particuliers										Entreprises				
	2003*	2004*	2005*	2006*	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2010**	2011**	2012**	2013**
Heures d'ouverture des bureaux de poste	63	59	63	66	68	76	76	78	76	79	79	75	70	76	75
Heures d'ouverture des Points Poste	-	-	-	-	95	90	88	87	90	90	92	88	92	90	94

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

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

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

TABLEAU 5 : NOMBRE TOTAL DE POINTS DE VENTE ET HEURES D'OUVERTURE⁹

Nombre de points de service postal et heures d'ouverture de ceux-ci									
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	% Δ depuis 2012
Nombre total de points de service postal	1361	1363	1351	1403	1394	1375	1340	1353	+1%
Heures d'ouverture par semaine (total)	47569	58286	64367	70482	69102	67500	65295	65417	+3%
Nombre moyen d'heures d'ouverture par semaine	35	42,8	47,6	50,2	49,6	49,1	48,8	48,4	-1%
Nombre de points de service postal ouverts après 17h	891	906	941	981	985	899	869	901	+4%
Nombre de points de service postal ouverts le samedi	722	976	1094	1212	1189	1162	1134	1143	0%

Le réseau Retail de bpost est constitué de « Points de Service Postal » qui peuvent être soit un bureau de poste, une halte postale ou un magasin postal. Sur la base du tableau ci-dessus, on peut constater que le nombre de Points de Service Postal a légèrement diminué depuis 2006. De plus, il faut noter que si la plupart des Points de Service Postal étaient des bureaux de poste en 2006, il s'agit désormais pour la moitié de bureaux de poste et pour l'autre moitié de Points Poste. En 2013, 67% des points de service postal étaient ouverts après 17h et 84% étaient ouverts le samedi.

⁸ X-0%: était très satisfait, satisfait ou plutôt satisfait sur une échelle de 7 points

⁹ Source bpost (données non vérifiées)

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

La satisfaction en matière d'accessibilité des bureaux de poste, entre autres aux personnes handicapées, a augmenté en 2013.

La satisfaction des particuliers et des entreprises concernant la proximité des bureaux de poste et des Points Poste a augmenté en 2013. Les clients sont davantage satisfaits de la proximité des Points Poste que de celle des bureaux de poste.

TABLEAU 6 : ACCESSIBILITÉ DES BUREAUX DE POSTE/POINTS POSTE

	Particuliers										Entreprises				
	2003*	2004*	2005*	2006*	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2010**	2011**	2012**	2013**
% satisfaction (score 5-7) ¹⁰															
Accessibilité (entre autres aux personnes handicapées)					72	73	70	77	75	76	79	74	70	74	82
La proximité d'un bureau de poste					76	78	76	79	80	83	83	74	75	80	84
La proximité d'un Point Poste	-	-	-	-	67	82	82	83	84	88	89	85	81	89	95

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

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

Le détail concernant le nombre de « points de service postal » ainsi que la répartition en nombre de bureaux de poste et de Points Poste figure dans le tableau ci-après. En 2013, neuf bureaux de poste et quatre Points Poste ont été ouverts.

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

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	% Δ depuis 2012
Bureaux de poste	1.264	1.014	796	716	690	676	670	679	+1%
Points Poste	97	349	555	687	704	699	670	674	+1%

4.3. Récapitulatif et conclusion de l'IBPT

Les différents indices de satisfaction repris ci-dessus peuvent être synthétisés dans les tableaux suivants qui les comparent aux meilleurs résultats des six dernières années (de 2008 à 2013) en ce qui concerne les particuliers et des quatre dernières années (de 2010 à 2013) en ce qui concerne les entreprises.

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

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

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

4.3.1. Satisfaction globale

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

% de satisfaction	Particuliers		Entreprises	
	2013	Meilleur résultat de 2008 à 2012	2013	Meilleur résultat depuis 2010
Satisfaction globale	86	83 (2010)	84	82 (2012)
Envoi du courrier Belgique	91	90 (2012)	91	90 (2012)
Le facteur	92	92 (2009)	90	88 (2012)
Envoi de paquets en Belgique	93	93 (2008 et 2012)	92	88 (2011 et 2012)
Envoi de paquets à l'étranger	84	87 (2012)	81	81 (2012)
Livraison du journal à temps	95	93 (2009)	93	92 (2012)
L'information	88	86 (2011 et 2012)	87	81 (2012)
Le bureau de poste	94	90 (2012)	89	87 (2012)
Le Point Poste	94	94 (2012)	91	90 (2012)
eShop	96	94 (2012)	94	92 (2012)
Service clientèle	80	76 (2012)	78	69 (2012)

Pour ce qui est de la satisfaction des particuliers en 2013, on constate que l'indice global s'est légèrement amélioré depuis 2012 (+3%) pour atteindre son meilleur score depuis 10 ans.

Seul un indice, l'envoi des paquets à l'étranger (-3%), est en régression par rapport au plus haut score qui a pu être observé dans le passé.

Trois indices (facteur, envoi des paquets en Belgique et Point Poste) sont au même score que le meilleur indice observé pendant ces cinq dernières années.

Outre l'indice de satisfaction globale (+3%), six indices concernant les particuliers [envoi du courrier en Belgique, (+1%), livraison du journal à temps (+3%), information (+2%), le bureau de poste (+4%), e-shop (+10%) et le service à la clientèle (+4%)] réalisent en 2013 leur meilleure performance de ces 5 dernières années.

Pour ce qui est de l'indice de satisfaction globale mesuré auprès des entreprises, celui-ci s'améliore (+2%) par rapport à la meilleure notation de ces dernières années (82% en 2012).

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

A l'instar de la satisfaction globale, tous les autres indices concernant les entreprises sont en progression [envoi du courrier en Belgique (+ 1%), le facteur (+ 2%), l' envoi des paquets en Belgique (+ 4%), la livraison du journal à temps (+ 1%), l'information (+ 6%), le bureau de poste (+ 2%), le Point Poste (+ 1%), l'eshop (+ 2%), et le service à la clientèle (+ 9%)].

On peut dès lors observer que les indices généraux de satisfaction concernant les particuliers et les entreprises sont globalement au même niveau. Pour les particuliers cependant, un indice en 2013 est moins bon que ce qu'il avait été dans le passé : l'envoi des paquets à l'étranger. Par contre pour les entreprises, les indices sont en progression, excepté pour l'envoi des paquets à l'étranger qui reste stable.

4.3.2. Délais d'attente

Le tableau repris ci-dessous compare les indices de 2013 avec les meilleurs indices enregistrés dans le passé.

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

% de satisfaction	Particuliers		Entreprises	
	2013	Meilleur résultat depuis 2008	2013	Meilleur résultat depuis 2010
Attente avant d'être servi au bureau de poste	81	83 (2012)	72	68 (2012)
Rapidité du service au guichet postal	90	88 (2012)	84	83 (2012)
Attente avant d'être servi au Point Poste	89	86 (2012)	84	79 (2012)
Rapidité du service au Point Poste	91	91 (2012)	90	84 (2012)

Pour ce qui concerne la satisfaction quant aux délais d'attente, en 2013, tous les indices pour les entreprises sont meilleurs que ce qui avait pu être observé par le passé. Les indices pour les particuliers sont plus nuancés. Ils sont en progression pour la rapidité du service au guichet postal et l'attente avant d'être servi au Point poste. La rapidité de service au Point poste reste stable tandis que l'attente pour être servi au bureau de poste est en régression. Tous ces indices se situent, à une exception près, dans une fourchette allant de 81% à 91%. L'indice de satisfaction pour les entreprises quant à l'attente dans les bureaux de poste est moins bon, se situant seulement à 72%.

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

4.3.3. Satisfaction quant aux heures d'ouverture

On trouvera ci-dessous une comparaison entre les indices de 2013 et les meilleurs indices enregistrés précédemment.

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

% de satisfaction	Particuliers		Entreprises	
	2013	Meilleur résultat depuis 2008	2013	Meilleur résultat depuis 2010
Satisfaction quant à l'ouverture des bureaux de poste	79	79 (2012)	75	76 (2012)
Satisfaction quant à l'ouverture des Points Postes	92	90 (2011 et 2012)	94	90 (2012)

Tant auprès des particuliers que des entreprises, la satisfaction quant à l'ouverture des bureaux et des Points Poste est à son plus haut niveau en 2013.

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

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

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

TABEAU 11 : ACCESSIBILITÉ : COMPARAISON AVEC LES MEILLEURS RÉSULTATS PRÉCÉDENTS

% de satisfaction	Particuliers		Entreprises	
	2013	Meilleur résultat depuis 2008	2013	Meilleur résultat depuis 2010
Accessibilité (entre autres aux personnes handicapées)	79	76 (2012)	82	74 (2010 et 2012)
La proximité d'un bureau de poste	83	83 (2012)	84	80 (2012)
La proximité d'un Point Poste	89	88 (2012)	95	89 (2012)

Ces différents indices de satisfaction sont en légère progression. Il est cependant à noter que l'accessibilité aux personnes handicapées progresse sensiblement, surtout en ce qui concerne les entreprises. Par ailleurs, les indices concernant les Points Postes sont meilleurs que ceux concernant les bureaux de poste.

4.3.5. Conclusion de l'IBPT

En application des dispositions de l'article 52, et des articles 17.2, 19 et 24 du cinquième contrat de gestion, l'IBPT constate que bpost a bien procédé en 2013 à la mesure de quatre indices de satisfaction à savoir un indice de satisfaction globale, un indice concernant le temps d'attente aux guichets, un indice quant à l'ouverture des bureaux et des Points Poste et un indice quant à l'accessibilité des bureaux et Points Poste pour les personnes handicapées.

5. LE RAPPORT CONCERNANT L'EXECUTION DU PLAN D'AMELIORATION 2013

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

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

L'évaluation de l'IBPT relative à l'exécution du plan d'amélioration 2013 est reprise ci-après.

5.1. La voix du client

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

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

bpost a effectivement revu l'approche adoptée pour l'enquête de satisfaction.

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

Les premiers résultats montrent une amélioration de la satisfaction globale de la clientèle en 2013 qui passe de 82% à 84% pour les entreprises et de 83% à 86% pour les particuliers.

5.2. Produits et processus

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

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

5.2.1. Distribution correcte du courrier

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

TABEAU 12 : SATISFACTION EN MATIÈRE DE QUALITÉ DE LA DISTRIBUTION

% satisfaction (score 5-7) ¹¹	Particuliers											Entreprises			
	2003*	2004*	2005*	2006*	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2010**	2011**	2012**	2013
Distribution correcte par le facteur	85	77	80	81	82	82	84	86	82	81	83	82	78	80	76
Respect des délais de livraison	53	62	72	78	81	84	83	85	81	86	86	80	79	81	77
Réception des journaux et magazines	87	92	96	95	94	89	93	92	90	92	95	89	88	92	93
Soin apporté au courrier	88	84	85	85	85	88	89	88	86	89	92	87	85	89	93
Heure de distribution du courrier	-	-	-	-	85	82	81	82	80			74	74		
Services en cas de perte ou d'endommagement des envois ordinaires						70	69	69	66	69	69	63	59	67	64

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

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

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

Le tableau repris ci-dessous compare les indices 2013 avec les meilleures réalisations du passé.

% de satisfaction	Particuliers		Entreprises	
	2013	Meilleur résultat depuis 2008	2013	Meilleur résultat depuis 2010
Distribution correcte par le facteur	83	86 (2010)	76	82 (2010)
Respect des délais de livraison	86	86 (2012)	77	81 (2012)
Réception des journaux et magazines	95	93 (2009)	93	92 (2012)
Soin apporté au courrier	92	89 (2009 et 2012)	93	89 (2012)
Services en cas de perte ou endommagement des envois ordinaires	69	70 (2008)	64	67 (2012)

Sur les 10 indices observés, quatre sont en progrès, un identique et cinq en recul. L'IBPT constate que la satisfaction de la clientèle quant à la livraison correcte du courrier par le facteur n'a pas encore retrouvé le niveau de 2010 (86%) puisqu'elle est de 83% en 2013 (81% en 2012). Depuis 2012, bpost ne communique plus d'information sur le respect des délais en matière de livraison des journaux. L'IBPT note que la satisfaction de la clientèle quant aux services en cas de perte ou de d'endommagement des envois ordinaires diminue encore par rapport aux résultats de 2012. Des efforts doivent donc impérativement être faits et, si nécessaire, les processus devront être ajustés.

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

5.2.2. Distribution correcte des paquets

Pour ce qui est de la distribution des paquets, l'objectif était de réduire le nombre de plaintes.

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

	Particuliers										Entreprises				
	2003*	2004*	2005*	2006*	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2010**	2011**	2012	2013
% satisfaction (score 5-7) ¹⁰															
Exactitude de la livraison (au destinataire désigné)				97	95	92	94	93	89	92	95	87	90	88	90
Livraison soignée, non endommagée des paquets				84	86	89	89	84	87	90	95	86	88	90	92

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

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

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

% de satisfaction	Particuliers		Entreprises	
	2013	Meilleur résultat depuis 2008	2013	Meilleur résultat depuis 2010
Exactitude de la livraison au destinataire désigné	95	94 (2009)	90	90 (2011)
Livraison soignée, non endommagée de paquets	95	90 (2012)	92	90 (2012)

L'indice de satisfaction concernant l'exactitude de la livraison de paquets au destinataire désigné, est meilleur en 2013 que par le passé, même s'il n'atteint pas le score de 2006. L'indice quant à la livraison soignée non endommagée de paquets est en progression. Cette tendance positive devra se confirmer dans le futur.

5.2.3. Courrier recommandé

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

TABEAU 16 : SATISFACTION CONCERNANT LE COURRIER RECOMMANDÉ

	Particuliers										Entreprises				
	2003*	2004*	2005*	2006*	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2010**	2011**	2012	2013
% satisfaction (score 5-7) ¹⁰															
La facilité à recevoir des recommandés	70	64	65	71	68	69	69	70	68	69	72	59	60	60	64
La facilité à envoyer des recommandés	85	78	82	86	79	80	81	83	83	84	85	76	78	79	82

TABEAU 17 : RECOMMANDÉS : COMPARAISON AVEC LES MEILLEURS RÉSULTATS PRÉCÉDENTS

% de satisfaction	Particuliers		Entreprises	
	2013	Meilleur résultat depuis 2008	2013	Meilleur résultat depuis 2010
La facilité à recevoir des recommandés	72	70 (2010)	64	60 (2011 et 2012)
La facilité à envoyer des recommandés	85	84 (2012)	82	79 (2012)

On constate ainsi que l'indice relatif à la facilité de recevoir des recommandés reste bas même s'il s'améliore puisqu'il atteint son meilleur score en 2013. Manifestement les efforts entrepris par bpost en ce domaine commencent à porter leurs fruits. L'IBPT attend encore des améliorations plus significatives en ce domaine.

L'indicateur quant à la facilité d'envoyer des recommandés est bon.

5.2.4. Le programme « DoMyMove »

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

[Confidentiel].

5.3. Clients

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

5.3.1. Bureaux de poste

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

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

% satisfaction (score 5-7) ¹²	Particuliers											Entreprises			
	2003*	2004*	2005*	2006*	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2010**	2011**	2012**	2013**
Satisfaction générale du bureau de poste	86	87	87	91	88	84	84	87	87	90	94	80	79	87	89
La connaissance de l'offre de services	91	89	88	91	88	87	88	91	89	92	94	82	84	90	88
La serviabilité du personnel	82	86	85	89	87	86	84	89	87	91	93	81	81	88	88
L'amabilité du personnel	76	83	80	85	84	84	84	88	87	92	92	79	81	88	87
Satisfaction générale du Point Poste	-	-	-	-	90	86	87	89	90	94	94	88	86	90	91
La serviabilité du personnel des Points Poste	-	-	-	-	90	88	85	87	90	93	94	88	89	89	94
L'amabilité du personnel des Points Poste	-	-	-	-	82	87	87	88	89	93	93	87	90	90	94

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

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

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

% de satisfaction	Particuliers		Entreprises	
	2013	Meilleur résultat depuis 2008	2013	Meilleur résultat depuis 2010
Satisfaction générale du bureau de poste	94	90 (2012)	89	87 (2012)
La connaissance de l'offre de services	94	92 (2012)	88	90 (2012)
La serviabilité du personnel	93	91 (2012)	88	88 (2012)
L'amabilité du personnel	92	92 (2012)	87	88 (2012)
Satisfaction générale du Points Poste	94	94 (2012)	91	90 (2012)
La serviabilité du personnel des Points Poste	94	93 (2012)	94	89 (2011 et 2012)
L'amabilité du personnel des Points Poste	93	93 (2012)	94	90 (2011 et 2012)

Tous les indices à propos de la satisfaction du client dans sa relation avec le bureau ou le Point Poste se trouvent à un niveau très élevé. Pourtant, pour une majorité d'entre eux, on note encore une progression par rapport aux années précédentes.

Quatre indices restent stables : l'amabilité du personnel tant des bureaux de poste que des Points poste ainsi que la satisfaction générale du Point poste en ce qui concerne les particuliers et la serviabilité du personnel des bureaux de poste selon les entreprises.

Deux indices régressent pour les entreprises : la connaissance de l'offre de services et l'amabilité du personnel des bureaux de poste.

A noter que les indices sont légèrement meilleurs dans les Points Poste que dans les bureaux de poste en ce qui concerne les entreprises .

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

5.3.2. Services clients

bpost a développé des stratégies pour améliorer la rapidité du temps de réponse des centres de contact téléphonique ainsi que la qualité des réponses fournies. Elle a également tenté d'améliorer le traitement et le suivi des plaintes en accordant une attention particulière aux plaintes récurrentes.

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

5.4. Personnel et changements

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

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

5.5. Avis de l'IBPT sur le Plan d'action 2013

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

6. PLAN D'ACTION 2014

Pour 2014, bpost estime que les axes d'action établis en 2012 doivent rester prioritaires. Pour rappel, il s'agit de la voix du client, les produits et processus, les clients, le personnel et changement. bpost entend consolider et renforcer les résultats obtenus ces dernières années.

6.1. La voix du client

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

6.2. Produits et processus

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

6.3. Clients

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

6.4. Personnel et changement

bpost souhaite continuer à travailler à l'amélioration de la communication interne et du comportement général de l'agent des postes en axant cette communication sur l'importance d'une orientation tournée à 100 % vers ses clients.

6.5. Nouvelles priorités

À côté de la poursuite des objectifs établis depuis 2012, bpost entend améliorer le domaine de l'envoi et de la distribution des paquets par la mise en place du programme « bpack » et améliorer l'information du public en renforçant la communication sur les produits et les services. Le projet KLARA sera élargi à l'entièreté des plaintes. bpost envisage aussi de simplifier et d'actualiser le contenu informatif sur son site Web et de rendre les informations accessibles aux clients via des applications pour smartphones et tablettes.

6.6. Avis de l'IBPT

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

7. CONCLUSION GENERALE

Sur la base des informations dont il dispose, l'IBPT constate que des mesures ont été effectuées par bpost pour apprécier le niveau de satisfaction de sa clientèle en 2013 et émet un avis favorable, quant à la réalisation du plan d'amélioration 2013 et aux mesures d'amélioration envisagées pour 2014.

L'IBPT constate que le programme d'amélioration engagé en 2012 et poursuivi en 2013 produit des effets encourageants en matière de satisfaction de la clientèle. Celle-ci progresse et atteint, pour certains indices, des scores très élevés.

Ainsi, sur les 72 indices de satisfaction enregistrés aussi bien auprès des particuliers que des entreprises, si on considère les six dernières années pour les indices « particuliers » et les quatre dernières années pour les indices « entreprises » :

- 49 indices sont à la hausse (68%) ;
- 13 indices sont stationnaires (18%) ;
- 10 indices sont à la baisse (14 %).

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

L'IBPT note que la satisfaction de la clientèle des entreprises s'améliore peu à peu.

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

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

- L'indice de satisfaction globale en 2013 s'est encore amélioré par rapport aux chiffres enregistrés en 2012. S'il atteint cette année un score record tant pour les particuliers que pour les entreprises, il peut toutefois encore s'améliorer nettement. En effet, en y regardant de plus près, certains indices régressent par rapport aux années précédentes et d'autres obtiennent des scores qui posent question.
- Une attention toute particulière doit être apportée au « service en cas de perte ou endommagement des envois ordinaires » et à la « facilité de recevoir des recommandés » qui obtiennent un score inférieur à 70%.
- D'une manière générale, l'IBPT suggère à bpost de s'attacher prioritairement à améliorer les indices affichant une valeur inférieure à 80%, à savoir :
 - Le service à la clientèle pour les entreprises (78%) ;
 - L'attente avant d'être servi au bureau de poste pour les entreprises (72%) ;
 - La satisfaction quant à l'ouverture des bureaux de poste pour les particuliers (79%) ;
 - La satisfaction quant à l'ouverture des bureaux de poste pour les entreprises (75%) ;
 - L'accessibilité (entre autres aux personnes handicapées) (79%) ;
 - La distribution correcte par le facteur pour les entreprises (76%) ;
 - Le respect des délais de livraison pour les entreprises (77%) ;
 - Le service en cas de perte ou endommagement des envois ordinaires pour les particuliers (69%) ;
 - Le service en cas de perte ou endommagement des envois ordinaires pour les entreprises (64%) ;
 - La facilité de recevoir des recommandés pour les particuliers (72%) ;
 - La facilité de recevoir des recommandés pour les entreprises (64%).

- L'IBPT propose aussi de veiller à rétablir le niveau de satisfaction en ce qui concerne les indices en régression, à savoir :
 - L'envoi de paquets à l'étranger pour les particuliers (84%) contre 87 % en 2012 (-3%) ;
 - L'attente avant d'être servi au bureau de poste pour les particuliers (81%) contre 83 % en 2012 (-2%) ;
 - La satisfaction quant à l'ouverture des bureaux de poste pour les entreprises (75%) contre 76% en 2012 (-1%) ;
 - La distribution correcte par le facteur pour les particuliers (83%) contre 86% en 2012(-3%) ;
 - La distribution correcte par le facteur pour les entreprises (76%) contre 82% en 2010 (-6%) ;
 - Le respect des délais de livraison pour les entreprises (77%) contre 81% en 2012 (-4%) ;
 - Le service en cas de perte ou endommagement des envois ordinaires pour les particuliers (69%) contre 70% en 2008 (-1%) ;
 - Le service en cas de perte ou endommagement des envois ordinaires pour les entreprises (64%) contre 67% en 2012 (-3%) ;
 - La connaissance de l'offre de services pour les entreprises (88%) contre 90% en 2012 (-2%) ;
 - L'amabilité du personnel pour les entreprises (87%) contre 88% en 2012 (-1%).

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

Néanmoins, de cette liste, il ressort que les indices qui sont en recul semblent principalement concerner la distribution du courrier.

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

Afin d'optimiser l'évaluation de la satisfaction de sa clientèle, l'IBPT souhaite mener avec bpost une réflexion relative à la méthodologie appliquée dans le cadre de l'enquête de satisfaction. Une meilleure prise en compte des différents niveaux de l'échelle de satisfaction permettrait d'affiner les résultats.

Charles Cuvelliez
Membre du Conseil

Axel Desmedt
Membre du Conseil

Luc Vanfleteren
Membre du Conseil

Jack Hamande
Président du Conseil