

**BELGISCH INSTITUUT VOOR POSTDIENSTEN
EN TELECOMMUNICATIE**

B I P T

**MEDEDELING VAN DE RAAD VAN HET BIPT
VAN 19 JANUARI 2016
BETREFFENDE
HET OBSERVATORIUM VAN DE MARKT VOOR POSTACTIVITEITEN IN
BELGIË VOOR DE JAREN 2010 TOT 2014**

INHOUDSOPGAVE

Inhoud

0.	Nota aan de lezers	4
1.	Voorwoord inzake de werkwijze	4
2.	Inleiding.....	5
3.	Bestek van het observatorium en structuur van de postmarkt in België.....	6
4.	Beschrijving van de Belgische markt voor de verstrekking van postdiensten voor de jaren 2010 tot 2014.....	9
4.1	ALGEMEEN OVERZICHT VAN DE POSTMARKT	9
4.1.1	<i>Inkomsten</i>	9
4.1.2	<i>Marktconcentratie</i>	11
4.1.3	<i>Belang van de segmenten</i>	11
4.2	FOCUS OP HET BRIEVENPOSTSEGMENT.....	13
4.2.1	<i>Algemeen overzicht</i>	13
4.2.2	<i>Transactionele post</i>	15
4.2.3	<i>Geadresseerde reclamezendingen</i>	22
4.2.4	<i>Internationale post</i>	23
4.3	FOCUS OP HET SEGMENT VAN DE PAKJES EN SNELPOSTZENDINGEN EN OP E-COMMERCE	26
4.3.1	<i>Inkomsten</i>	26
4.3.2	<i>Volumes</i>	27
4.4	FOCUS OP HET SEGMENT VAN DE PERSDISTRIBUTIE AAN DE ABONNEES	28
4.4.1	<i>Inkomsten</i>	28
4.4.2	<i>Volumes</i>	29
5.	Investeringen en tewerkstelling in postactiviteiten	30
5.1	INVESTERINGEN IN DE POSTSECTOR.....	30
5.2	TWERKSTELLING IN DE POSTSECTOR.....	31
6.	Dienstkwaliteit.....	33
6.1	TOEGANKELIJKHEID VAN DE POSTDIENSTEN.....	33
6.1.1	<i>Toegangspunten tot de postdiensten</i>	33
6.1.2	<i>Postale-servicepunten</i>	34
6.2	TEVREDENHEID VAN DE GEBRUIKERS VAN POSTDIENSTEN.....	35
6.3	VERZENDINGSTERMIJNEN VAN DE POST	36

Lijst van de figuren

<i>Figuur 1: Segmentering van de postactiviteiten beschouwd in het kader van het observatorium</i>	6
<i>Figuur 2: De voornaamste spelers op de Belgische markt voor de verstrekking van postdiensten (in 2014)</i>	8
<i>Figuur 3: Evolutie van de inkomsten van de postsector over de periode 2010-2014 volgens gegevens NBB en enquête BIPT (in miljoen EUR)</i>	9
<i>Figuur 4: Aandeel van de postactiviteit in het bbp van België (%)</i>	10
<i>Figuur 5: Marktaandeel op basis van omzet in de Belgische postale sector 2014 (%)</i>	10
<i>Figuur 6: Mate van horizontale concentratie aan de hand van HHI- en C4-index</i>	11
<i>Figuur 7: Aandeel van de diverse segmenten in omzet globale postsector (%)</i>	12
<i>Figuur 8: Inkomsten in het brievenpostsegment (miljoen EUR)</i>	13
<i>Figuur 9: Volume post per inwoner (N)</i>	14
<i>Figuur 10: Volume van de brievenpost (evolutie 2010-2014)</i>	14
<i>Figuur 11: Evolutie van de inkomsten uit transactionele post sedert 2010</i>	16
<i>Figuur 12: Verdeling van de inkomsten uit transactionele post (2014)</i>	16
<i>Figuur 13: Evolutie van de volumes van transactionele post (2010-2014)</i>	17
<i>Figuur 14: Verdeling van de volumes van transactionele post (2014)</i>	17
<i>Figuur 15: Evolutie van de volumes van aangetekende zendingen sedert 2010 (CAGR)</i>	18
<i>Figuur 16: Evolutie van de volumes van administratieve en sociale post sedert 2010 (CAGR)</i>	18
<i>Figuur 17: Verdeling van de volumes van transactionele post tussen stukpost en grote partijen post (2014)</i>	19
<i>Figuur 18: Prijs van de dienst voor binnenlandse standaardbrief < 50 g (€)</i>	19
<i>Figuur 19: Prijs van de dienst voor een binnenlandse standaardbrief in Europa (€)</i>	20
<i>Figuur 20: Prijs 2014 uitgedrukt in koopkrachtpariteit (KKP) van de dienst voor binnenlandse standaardbrieven in Europa (€)</i>	21
<i>Figuur 21: Evolutie van de inkomsten uit reclame (2010-2014) (miljoen €)</i>	22
<i>Figuur 22: Evolutie van de volumes reclame (2010-2014)</i>	23
<i>Figuur 23: Evolutie van de inkomsten voor internationale post (miljoen €)</i>	24
<i>Figuur 24: Evolutie van de volumes van internationale post</i>	24
<i>Figuur 25: Prijs van de dienst voor een intra-Europese standaardbrief in Europa (in nominale waarde) (€)</i>	25
<i>Figuur 26 : Evolutie van de inkomsten binnen het segment van de pakket- en expressdiensten (in miljoen EUR)</i>	26
<i>Figuur 27: Evolutie van het volume aan pakket- en expressdiensten in totaal (in miljoen eenheden) en per capita (in eenheden) per jaar</i>	27
<i>Figuur 28: Evolutie van de inkomsten in het segment van de persdistributie aan abonnees (miljoen EUR)</i>	29
<i>Figuur 29: Evolutie van de volumes in het segment van de persdistributie aan abonnees (miljoen eenheden)</i> ... 29	
<i>Figuur 30: Investerings in de postsector (miljoen EUR)</i>	30
<i>Figuur 31: Investerings ten overstaande van omzet in de postsector (%)</i>	30
<i>Figuur 32: Tewerkstelling in de postsector (N, vte)</i>	31
<i>Figuur 33: Aandeel van de postsector in de tewerkstelling van tertiaire sector en totale tewerkstelling (%)</i>	32
<i>Figuur 34: Aantal postale items per dag per vte in de postale sector (N)</i>	32
<i>Figuur 35: Aantal toegangspunten tot de postdiensten</i>	33
<i>Figuur 36: Aantal postale-servicepunten (enkel AUPD)</i>	34
<i>Figuur 37: Gemiddelde bevolking bediend per postvestiging (enkel AUPD)</i>	34
<i>Figuur 38: Gedekte oppervlakte per postvestiging (km²) (enkel AUPD)</i>	35
<i>Figuur 39: Aantal klachten ingediend bij de Ombudsdienst</i>	35
<i>Figuur 40: Percentage Prior-brieven en aangetekende brieven afgegeven op D+1 (enkel AUPD)</i>	36

0. Nota aan de lezers

Deze versie van het observatorium vervangt de versie van 9 december 2015 waarin een dubbeltelling zat van de geadresseerde reclamezendingen. De punten 4.1.3, 4.2.1 en 4.2.2 alsook de figuren 7 tot 14 en 16 tot 17 werden dienovereenkomstig gewijzigd.

1. Voorwoord inzake de werkwijze

De perimeter van de spelers die in aanmerking zijn genomen voor deze editie van het observatorium van de postactiviteiten in België verschilt ietwat van de perimeter die in aanmerking is genomen voor de vorige editie, doordat meer spelers meegeteld zijn; het aantal postoperatoren die opgenomen zijn in deze versie van 2014 bedraagt nu immers 17 tegenover slechts 10 in de versie van 2013. Deze perimeter is uitgebreid om statistische gegevens te kunnen publiceren die zo representatief mogelijk zijn voor de Belgische postmarkt in zijn geheel, omdat de in aanmerking genomen operatoren een beduidende rol hebben op de postale markt in zijn geheel of binnen een specifiek segment ervan.

De gegevens over brievenpostvolumes voor de jaren 2010 tot 2013 die gepubliceerd zijn in de vorige edities van het observatorium verschillen dus lichtjes van diegene die in deze editie worden gepubliceerd: dat verschil heeft te maken met een recente wijziging door bpost waarbij sommige postproducten zijn ingedeeld bij transactionele post, maar ook met het feit dat rekening wordt gehouden met gegevens die afkomstig zijn van andere operatoren die tot nu toe niet beschikbaar waren.

Op dezelfde manier verschillen de inkomstgegevens van de postmarkt in zijn geheel, alsook van de brievenpost van diegene die vroeger zijn gepubliceerd doordat het aantal in aanmerking genomen operatoren is gewijzigd. In deze editie worden ook de inkomsten in verband met de compensaties die de Belgische Staat aan bpost betaalt voor de verstrekking van bepaalde DAEB's¹ buiten beschouwing gelaten en dit om enkel rekening te houden met de waarde die rechtstreeks wordt gecreëerd door de verstrekking van postdiensten.

Wat de investeringen in de postsector betreft, omvat de perimeter van de operatoren die in deze editie in aanmerking worden genomen, alle spelers die vermeld zijn in deel 3 (figuur 2).

Bovendien zijn een reeks nieuwe indicatoren opgenomen om een uitvoeriger overzicht te geven van de verschillende componenten van het brievenpostsegment. Zo zijn in deel 4.2 de subdelen "transactionele post", "geadresseerde reclamezendingen" en "internationale post" toegevoegd.

Ook het deel in verband met het segment van de pakjes en snelpost is aangevuld met geaggregeerde volumegegevens die tot nu toe niet beschikbaar waren.

¹ Diensten van algemeen economisch belang

2. Inleiding

Sinds het begin van 2012 houdt het Belgisch Instituut voor postdiensten en telecommunicatie (BIPT) langdurig een observatorium van de markt voor postactiviteiten in België bij, in het kader van de functies die eraan zijn toegekend krachtens de wet van 21 maart 1991, meer bepaald in artikel 134 "voor duidelijk omschreven statistische doeleinden, voor marktanalyses en voor alle maatregelen die tot de transparantie kunnen bijdragen".

De indicatoren in dit observatorium hebben als doel de structuur van de markt voor alle belanghebbenden van de postsector weer te geven (afzenders, geadresseerden, operatoren, diverse tussenpersonen, enz.). Deze indicatoren bieden een inzicht in de markt vanuit de aanbodzijde, in de ontwikkeling van de activiteit van de aanbieder van de universele dienst en van zijn concurrenten, alsook in de resultaten van de postactiviteit in België in termen van dienstkwaliteit en innovatie voor de gebruikers van deze diensten.

In deze editie worden de indicatoren overgenomen die gepubliceerd zijn in de vorige editie, maar worden er ook nieuwe toegevoegd. Hierin wordt ook een uitvoeriger overzicht geboden van de verschillende componenten van het brievenpostsegment en van het segment van de pakjes en snelpost.

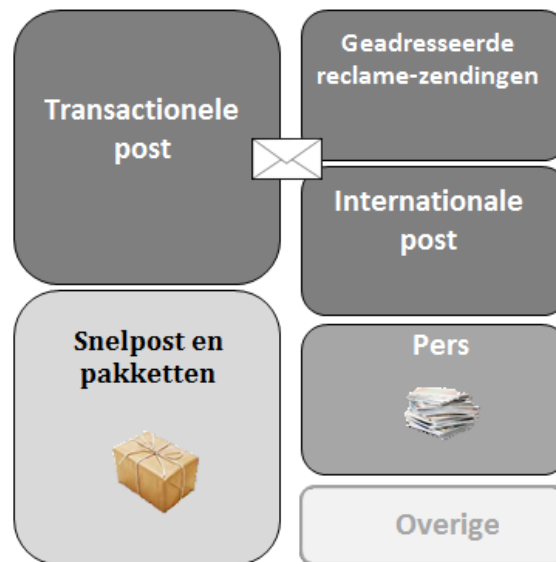
Algemeen bekeken groeit de postale markt lichtjes in waarde ten opzichte van 2013, en dit grotendeels doordat het segment van de pakjes en de snelpostzendingen blijft groeien.

Bpost behoudt een groot marktaandeel, dat echter sedert 2010 licht afneemt: deze afname is verbonden aan de groei van de pakjesmarkt, waarop de concurrentie veel meer ontwikkeld is, met name doordat daar grote internationale snelkoeriers aanwezig zijn.

3. Bestek van het observatorium en structuur van de postmarkt in België

Het bestek van de postale activiteiten die in beschouwing worden genomen in het kader van dit observatorium kan worden opgedeeld in zes categorieën, zoals weergegeven in de figuur hieronder:

Figuur 1: Segmentering van de postactiviteiten beschouwd in het kader van het observatorium



De categorie "overige" omvat de diensten zoals het tijdelijk bewaren van post, nazending, frankering voor de klant, verkoop van adressen, enz., die niet rechtstreeks bij de andere categorieën kunnen worden ondergebracht.

De routeringsactiviteiten vallen buiten het bestek van dit observatorium. De activiteiten in verband met de distributie van niet-geadresseerd reclamedrukwerk komen aan bod in deel 4.2.3. om een algemeen overzicht te geven over de hoeveel reclame die rechtstreeks in de brievenbus wordt gestoken. Omdat niet-geadresseerde zendingen evenwel niet als postzendingen worden beschouwd, worden die dus niet meegeteld in de inkomsten of volumes die vermeld worden in de rest van dit observatorium.

Allereerst wordt de Belgische postmarkt gekenmerkt door de aanwezigheid van een erg groot aantal spelers, die worden geacht postdiensten te verstrekken: in 2014 hebben meer dan 700 spelers hun jaarrekening ingediend bij de Balanscentrale van de Nationale Bank van België onder de NACE-codes 53 100 (postdiensten in het kader van de universele dienstverplichting) en 53 200 (overige postdiensten en koeriers).

In deze context diende voor het opzetten van dit observatorium eerst de perimeter te worden bepaald van de spelers waar daadwerkelijk rekening mee moest worden gehouden voor de observaties.

Naast de historische postoperator, **bpost**, die de universele dienst moet verzorgen tot 31 december 2018, en aanwezig is in alle segmenten, zijn ook de vier grote internationale

integratoren (**DHL, FEDEX, TNT, UPS**) aanwezig en actief in de sector van de pakjes en snelpostdiensten in België.

Overigens zijn ook de concurrerende postbedrijven in de buurlanden actief op de Belgische markt. We stellen aldus vast dat er actief gespecialiseerde postbedrijven worden ontwikkeld afkomstig van grote Europese postconcerns in bepaalde segmenten van de postale markt.

Zo is **DPD**, een dochter van de Franse groep La Poste, die 500 eigen depots in meer dan 30 landen heeft en dagelijks wereldwijd 2 miljoen zendingen aflevert, aanwezig in België met een levering van meer dan 7200 zendingen per dag.

GLS, dochteronderneming van de Britse historische operator Royal Mail, die gespecialiseerd is in de distributie van pakjes (GLS verdeelt ongeveer 436 miljoen pakjes per jaar, hoofdzakelijk in Europa) en van snelpost in 37 landen over de hele wereld, beschikt over 2 hubs en 300 afhaalpunten in België.

PostNL, de historische operator en aanbieder van de universele dienst in Nederland, biedt eveneens pakjesdiensten, huis-aan-huisbladen en farmaceutische zendingen aan in België. Dankzij zijn medewerking met Kariboo (AMP) stelt PostNL aan de gebruikers zo'n 650 PostNL-pakketpunten ter beschikking.

PostNL is in België ook aanwezig via haar dochteronderneming die gespecialiseerd is in de behandeling van pakketten tot 15 kg, **Mikropakket**, die in de Benelux B2B- en B2C-diensten aanbiedt.

Nog een belangrijke speler in het pakjessegment, die welbekend is bij privégebruikers, **Kiala**, dat begin 2012 overgenomen is door UPS, is aanwezig in 9 Europese landen² via 13000 Kialapunten of UPS Access Points, waarvan er meer dan 900 verspreid zijn over het Belgische en Luxemburgse grondgebied.

Mondial Relay, dat voor particulieren ongeveer 42 miljoen pakjes per jaar verdeelt, van 0 tot 130 kg, en dat een netwerk bezit van 23000 afhaalpunten in Europa, beschikt in België over een netwerk van 600 afhaalpunten verspreid over het grondgebied.

Ciblex, nog een operator die actief is in het segment van de pakjes en snelpostzendingen, vervoert ongeveer 10000 pakjes per dag in Nederland en België. Het bedrijf, dat gespecialiseerd is in de snelle levering (binnen een dag), zes dagen op zeven, is ook aanwezig in Frankrijk.

De laatste speler waarmee rekening wordt gehouden voor het segment van de pakjes en snelpostzendingen in het kader van dit observatorium is **Euro Sprinters**, dochteronderneming van bpost, met als specialisatie snelpost en logistiek.

G3 Worldwide is via dochteronderneming Spring Globalmail dan weer sterk aanwezig in het segment van de internationale post voor ondernemingen: het verdeelt dagelijks internationaal commerciële post, catalogi en facturen.

Wat het perssegment betreft verzorgt bpost tot 31 december 2020 de openbare dienst van vervoer van krantenbedeling (voor 7.30 u). Deze vervoerde bedeling betreft uitsluitend de

² Frankrijk, België, Luxemburg, Nederland, Italië, het Verenigd Koninkrijk, Polen, Spanje en Duitsland.

distributie van dagbladen aan de abonnees. In het kader van diezelfde openbare dienst bezorgt bpost ook tijdschriften aan de abonnees, maar dan via de klassieke rondes.

Deltamedia is een dochteronderneming van bpost. Het verzorgt de bedeling van de dagbladen aan de abonnees van de persgroep Mediahuis.

Belgische Distributiedienst (BD) heeft iets minder dan 10% marktaandeel in de bedeling van dagbladen, voornamelijk in Brussel en in Antwerpen. Bovendien heeft BD op de markt van de niet-geadresseerde zendingen om en bij de 60% marktaandeel.

Voor het geadresseerde reclamedrukwerk zijn er meer concurrenten maar bpost blijft de voornaamste speler op deze markt. De overige spelers hebben geen beduidend niveau van activiteit. Op de markt van niet-geadresseerde post, is er behalve BD en bpost, nog een andere operator actief in het noorden van het land: **Vlaamse Post**.

Ten slotte wordt de operator **TBC** in dit observatorium opgenomen, de eerste speler met vergunning om te werken binnen het segment dat vroeger voorbehouden was aan bpost.

Deze duidelijke versnippering van de postmarkt in België mag dus niet verhullen dat de markt voor verstrekking van postdiensten geconcentreerd is: meer dan 90% van de omzet op de markt voor verstrekking van postdiensten wordt uitgevoerd door 17 spelers die in de onderstaande tabel worden geïdentificeerd.

Enkel deze spelers werden opgenomen in het bestek van de studie voor dit observatorium.

Figuur 2: De voornaamste spelers op de Belgische markt voor de verstrekking van postdiensten (in 2014)

	Geadresseerde post	Pakket / Express	Reclamepost	Pers	Internationale Post	Overige
bpost						
TBC-Post						
DHL Express						
FedEx Belgium						
United Parcel Service						
GLS Belgium NV						
TNT België						
Ciblex						
DPD (Belgium) NV						
Kiala*						
Vlaamse Post						
Belgische Distributiedienst						
G3 Worldwide (Belgium) NV						
Post NL						
Euro Sprinters						
Mondial Relay						
Mikropakket						

*Vanaf 2016 wordt de benaming UPS Access Point in plaats van Kiala gebruikt, op dit ogenblik vindt er een co-branding overgangsperiode plaats

4. Beschrijving van de Belgische markt voor de verstrekking van postdiensten voor de jaren 2010 tot 2014

4.1 Algemeen overzicht van de postmarkt

4.1.1 Inkomsten

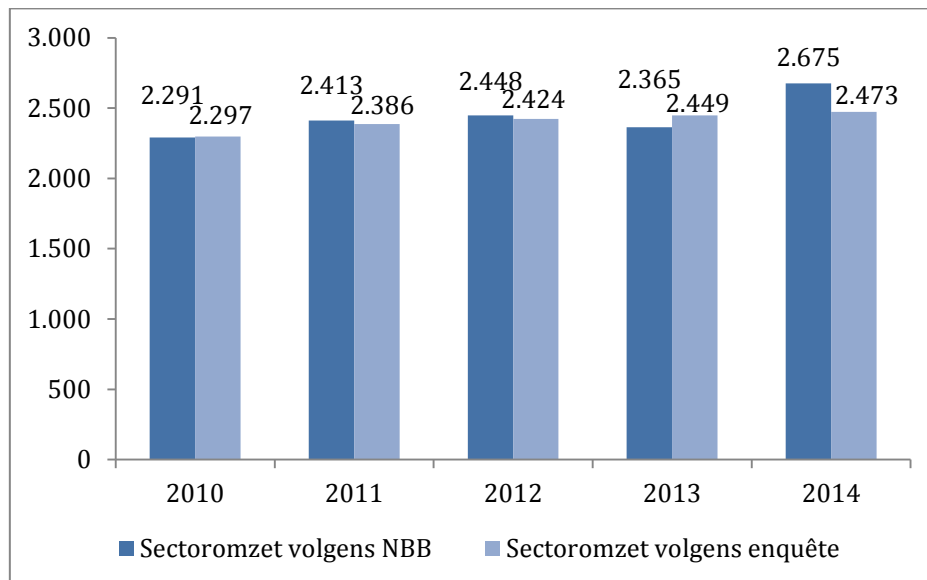
De evolutie van de inkomsten die werden gegenereerd door de Belgische postale sector bekijken we in figuur 3 aan de hand van twee verschillende bronnen. Naast de resultaten van onze eigen enquête worden ook de cijfers geregistreerd door de Nationale Bank van België weergegeven.³

Volgens de gegevens van de Nationale Bank bedroegen de totale inkomsten van de postsector in 2014 2.675 miljoen euro. De 17 ondernemingen uit onze enquête zijn anno 2014 goed voor 92,5%, oftewel 2.473 miljoen euro, van de sectoromzet die werd geregistreerd door de Belgische Nationale Bank.

Alhoewel de volledigheid van de weergegeven data van de Nationale Bank jaar op jaar kan verschillen afhankelijk van het moment waarop de gegevens werden opgevraagd⁴, toont de evolutie van de omzet een stijgende trend die tevens wordt bevestigd door onze eigen enquête.

De omzet van alle bedrijven uit onze steekproef lag anno 2014 7,7% hoger dan in 2010. In het verdere verloop van dit rapport worden de omzetcijfers uit onze enquête gehanteerd.

Figuur 3: Evolutie van de inkomsten van de postsector over de periode 2010-2014 volgens gegevens NBB en enquête BIPT (in miljoen EUR)



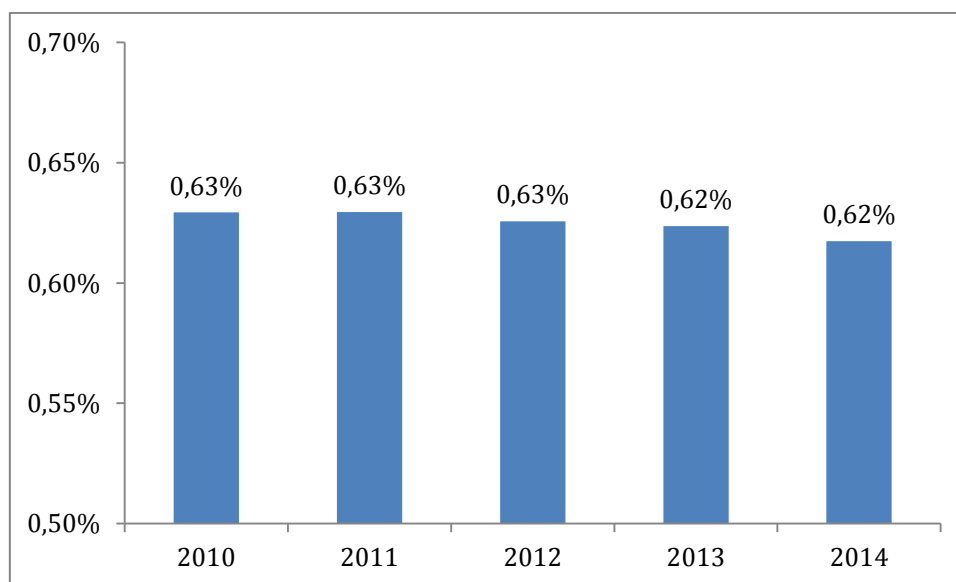
Bron: NBB en BIPT

³ In beide gevallen werd voor bpost alleen de omzet aangaande postale activiteiten, met uitzondering van de compensatie voor diensten van algemeen economisch belang, in rekening gebracht.

⁴ In functie van het aantal bedrijven dat hun jaarrekening reeds heeft neergelegd.

Dankzij graduele omzetsstijgingen blijft de postale sector een stabiel belang binnen de Belgische economie behouden. Het aandeel van de omzet van de postale sector in het Belgische bruto binnenlands product (bbp) schommelt al enkele jaren rond de 0,6%.

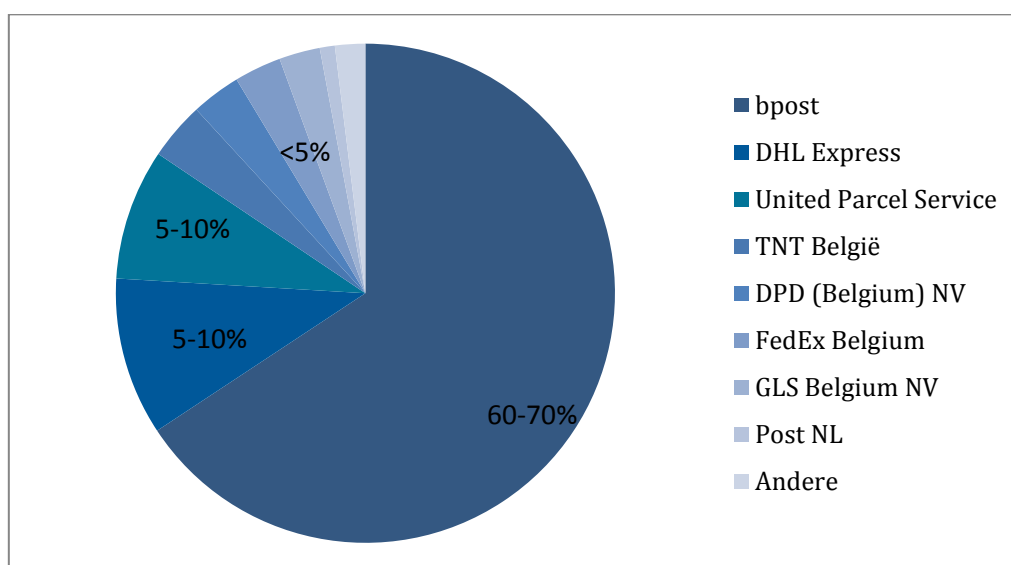
Figuur 4: Aandeel van de postactiviteit in het bbp van België (%)



Bron: NBB en BIPT

Op de hedendaagse, postale markt zijn een variëteit aan spelers aanwezig. In figuur 5 worden de aanbieders van postale diensten weergegeven die minstens 1% marktaandeel hadden in 2014. Bpost kent veruit het grootste marktaandeel, maar er zijn met name op de markt van postpakketten en expressdiensten tal van uitdagers.

Figuur 5: Marktaandeel op basis van omzet in de Belgische postale sector 2014 (%)



Bron: BIPT

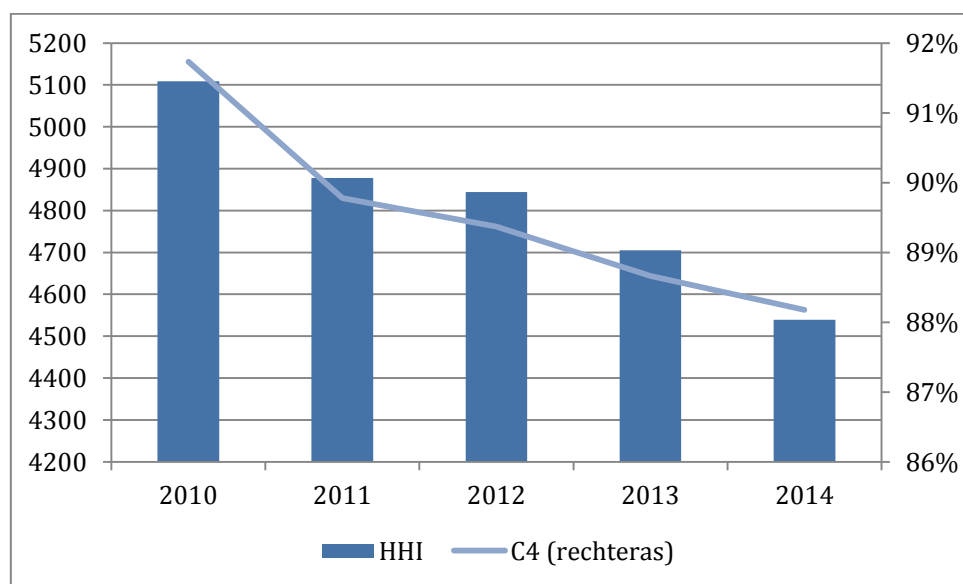
4.1.2 Marktconcentratie

Uit figuur 5 werd reeds duidelijk dat de Belgische postale markt, net als zijn Europese tegenhangers, een sterke mate van horizontale concentratie kent. De markt wordt met andere woorden gedomineerd door enkele grote spelers.

Figuur 6 gaat hier dieper op in, en geeft de evolutie van de horizontale concentratie aan door middel van de indexen C4 en Herfindahl-Hirschman (HHI). De C4-index geeft het samengestelde marktaandeel van de vier grootste aanbieders weer. De HHI-index is gebaseerd op de som van de gekwadeerde marktaandelen, en houdt zodoende met meer aanbieders rekening dan enkel de vier grootste. De HHI-index is gelijk aan 10.000 bij een monopolie en tendeert naar kleinere waarden naarmate de variantie in de marktaandelen kleiner wordt.

Ondanks een duidelijk afnemende mate van concentratie, zowel in termen van HHI- als C4-index, blijft de Belgische postale markt anno 2014 sterk geconcentreerd. De vier grootste aanbieders hebben bijvoorbeeld nog steeds een erg hoog gezamenlijk marktaandeel van 88,2%. In 2010 bedroeg dit 91,7%.

Figuur 6: Mate van horizontale concentratie aan de hand van HHI- en C4-index



Bron: BIPT

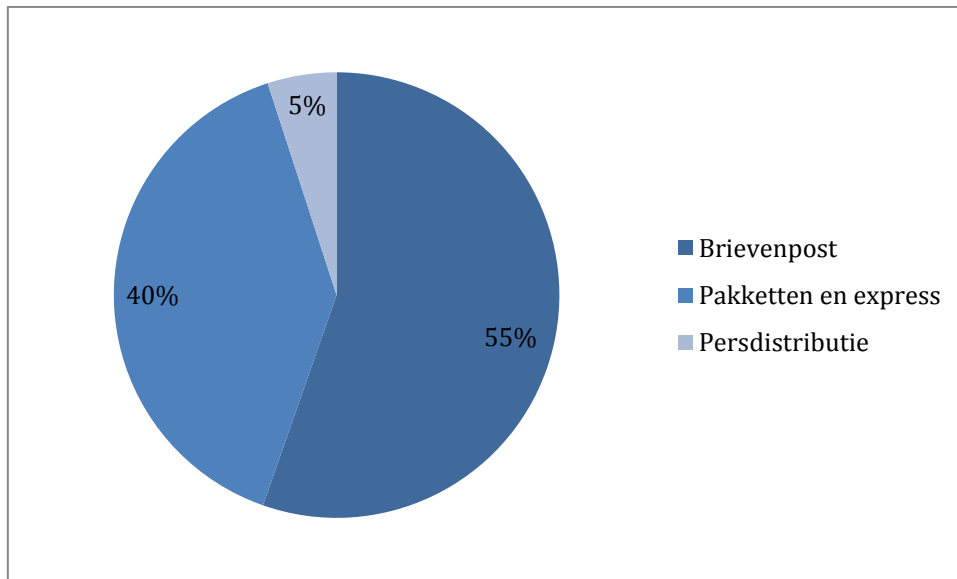
4.1.3 Belang van de segmenten

De postale sector laat zich opdelen in de segmenten brievenpost, pakketten en snelpostzendingen en persdistributie aan abonnees.

Brievenpost, inclusief geadresseerde reclamezendingen, was anno 2014 nog steeds goed voor 55% van de totale omzet binnen de postale sector. Het segment van de pakketten en express zorgde inmiddels reeds voor 40% van de gerealiseerde inkomsten. Het segment van de distributie van pers aan abonnees thuis, genereerde 5% van de inkomsten.

Al deze segmenten van de postale markt worden in het verdere verloop van dit rapport in detail besproken.

Figuur 7: Aandeel van de diverse segmenten in omzet globale postsector (%)



Bron: BIPT

4.2 Focus op het brievenpostsegment

4.2.1 Algemeen overzicht

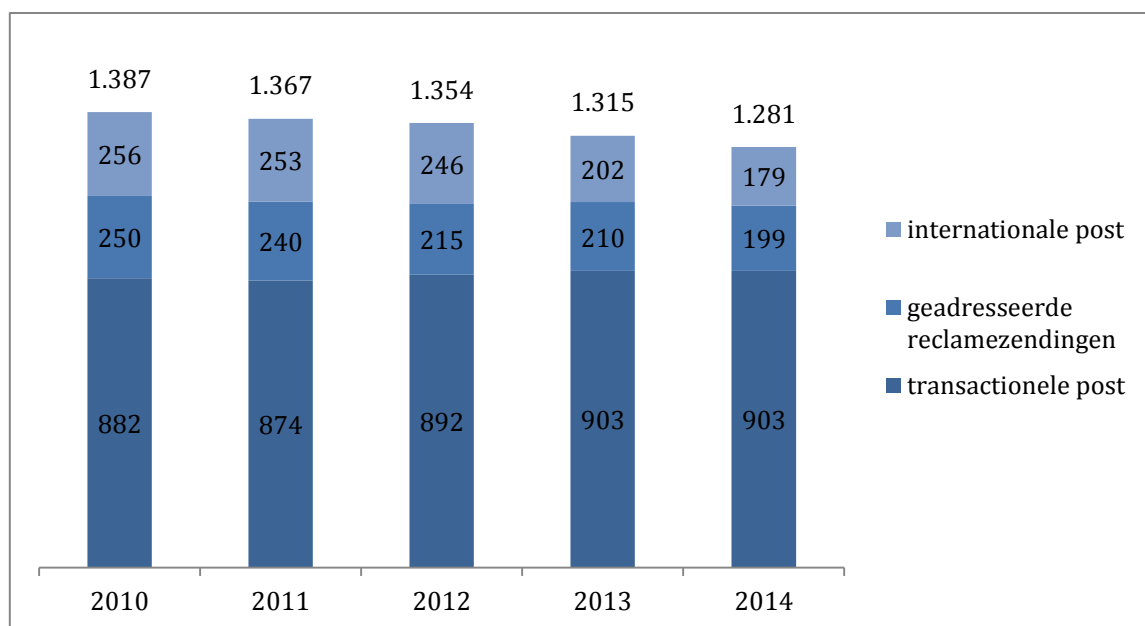
In het kader van dit observatorium omvat het brievenpostsegment transactionele post, geadresseerde reclamezendingen en internationale post. Kortom, brievenpost verwijst naar allerlei brievenpostzendingen, terwijl pakjes en pers niet als brievenpost worden aangemerkt. Deze komen aan bod in aparte rubrieken die speciaal daaraan gewijd zijn (zie 4.3 en 4.4).

4.2.1.1 Inkomsten

In 2014 blijven de inkomsten uit de brievenpost krimpen, een tendens die al begonnen was in 2010; nu bedragen ze nog maar 1,281 miljard euro tegenover 1,315 miljard euro in 2013, d.i. een daling met 2,6%.

Zoals geïllustreerd wordt in figuur 8 hieronder komt de grote meerderheid van de waarde van dit segment nog altijd voort van de transactionele post, die op zichzelf goed is voor meer dan 70% van de totale inkomsten binnen het segment.

Figuur 8: Inkomsten in het brievenpostsegment (miljoen EUR)

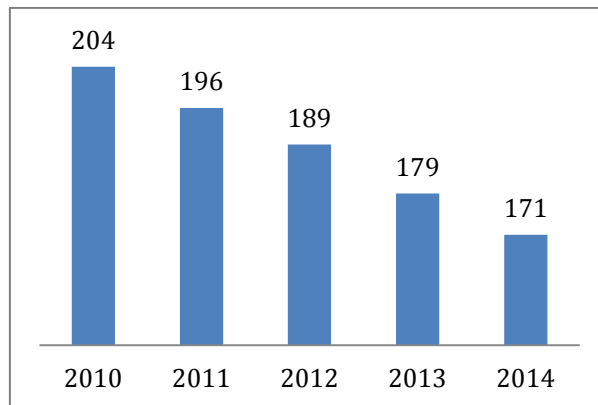


Bron: BIPT

4.2.1.2 Volumes

De achteruitgang die vastgesteld is op de markt van de brievenpost wat waarde betreft, vindt men ook terug in de evolutie van de markt qua volume. Tussen 2013 en 2014 is het volume post per inwoner met 4,47% gedaald en komt nu, in 2014, op 171 postitems per inwoner.

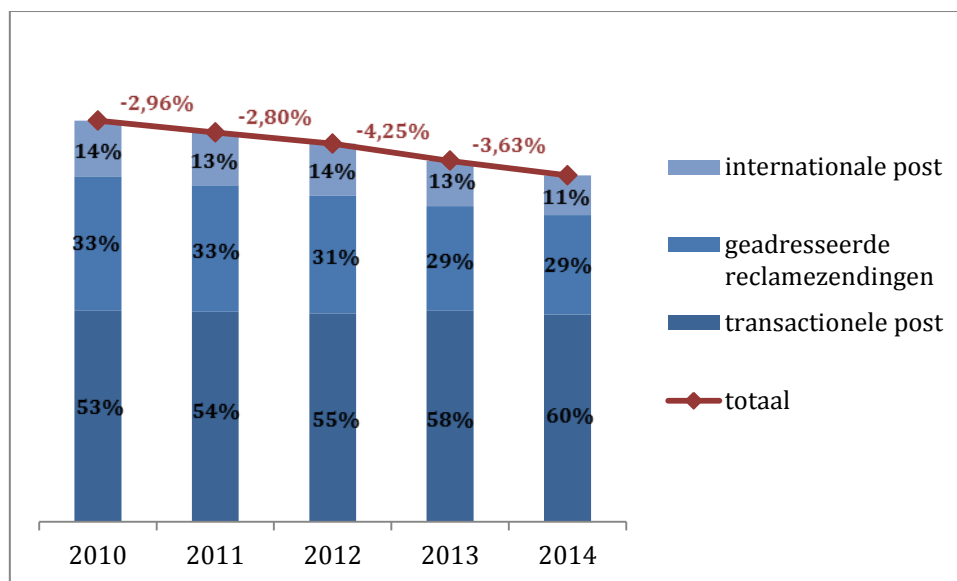
Figuur 9: Volume post per inwoner (N)



Bron: BIPT

Wanneer we de samenstelling van het volume brievenpostzendingen nader bekijken, zien we dat de transactionele post nog altijd goed is voor de grote meerderheid ervan (60% in 2014). Geadresseerde reclamezendingen en internationale brievenpost nemen in 2014 respectievelijk 29% en 11% van het totale volume brievenpost voor hun rekening.

Figuur 10: Volume van de brievenpost (evolutie 2010-2014)



Bron: BIPT

Terwijl de volumes per inwoner tussen 2013 en 2014 gedaald zijn met 4,47%, zijn de totale volumes algemeen verminderd met 3,63% over dezelfde periode, wat een voortzetting is van de daling die wordt vastgesteld sinds 2010. Toch is de erosie van de volumes in 2014 lichtjes vertraagd in vergelijking met de daling in 2013 (-4,25%).

4.2.2 Transactionele post

Het begrip transactionele post dat wordt gebruikt in het kader van dit observatorium verwijst naar post die wordt verzonden in de vorm van een brief en die een persoonlijke mededeling bevat. Deze brievenpost kan van administratieve aard zijn (bijv. facturen, loonfiches, enz.), of van meer "sociale" aard (bijv. wenskaarten, prentbriefkaarten, privébrievenpost, enz.).

Ingeschreven zendingen (aangetekende zendingen en zendingen met aangegeven waarde) worden ook beschouwd als deel van de transactionele post, wat daarentegen niet het geval is voor direct mail (geadresseerde reclame).

Ook internationale brievenpost valt buiten het bestek van dit subdeel, omdat die aan bod komt in een apart punt (zie 4.2.4).

Transactionele post kan worden verzonden per stuk (via de rode brievenbussen, de postkantoren of de postwinkels), en in dat geval spreekt men van stukpost, ofwel worden gebundeld wanneer die wordt gedeponereerd bij de postoperator voor verzending; in dat geval spreekt men van een grote partij post.

4.2.2.1 Inkomsten

Zoals geïllustreerd wordt in figuur 11 hierna zijn de totale inkomsten voor transactionele post met 2,65% toegenomen tussen 2010 en 2014. De inkomsten zijn stabiel gebleven tussen 2013 en 2014.

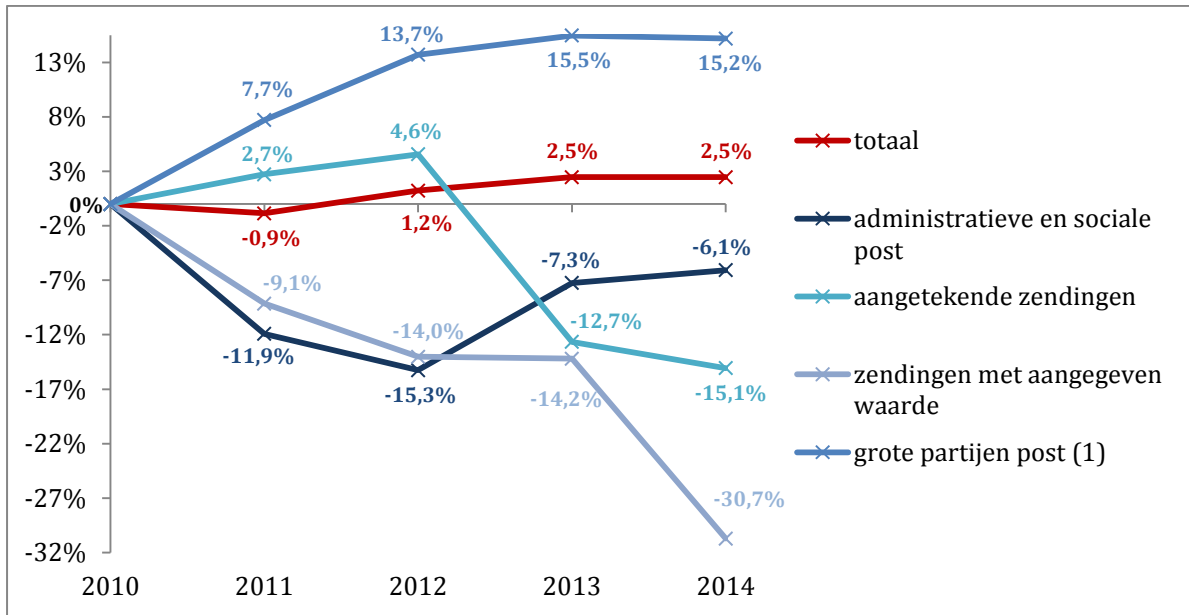
Onder de verschillende producten die samen de transactionele post vormen, zijn de inkomsten over de periode 2010-2014 het sterkst gedaald, met -30,7% in waarde, voor zendingen met aangegeven waarde.

Terwijl de inkomsten in verband met de stukpostproducten⁵ algemeen gedaald zijn, is er over dezelfde periode 15,2% groei in de inkomsten uit grote partijen post⁶. Er moet echter worden opgemerkt dat er voor de eerste keer sedert 2010 een lichte daling van deze laatste is geweest in 2014 (-0,3% ten opzichte van 2013).

⁵ Zie de tendensen voor administratieve en sociale post, aangetekende zendingen en zendingen met aangegeven waarde in figuur 11, die enkel betrekking hebben op stukpost.

⁶ Grote partijen post omvatten zowel administratieve post als ingeschreven zendingen.

Figuur 11: Evolutie van de inkomsten uit transactionele post sedert 2010



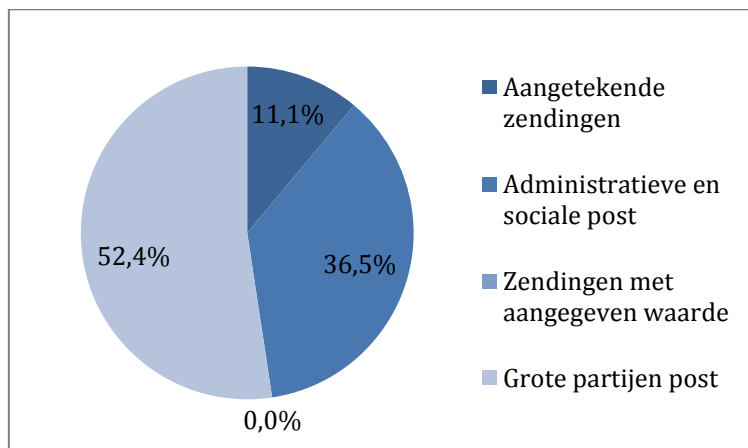
Bron: BIPT

(1) grote partijen post omvatten de gegroepeerde afgifte van de 3 categorieën van transactionele post, namelijk administratieve en sociale post, aangetekende zendingen en zendingen met aangegeven waarde. De variabelen administratieve en sociale post, aangetekende zendingen en zendingen met aangegeven waarde die in de bovenstaande figuur zijn opgenomen, slaan enkel op stukpostzendingen.

Wanneer we de samenstelling van de inkomsten uit de behandeling van de transactionele post van naderbij bekijken, stellen we vast dat de grote partijen post in 2014 goed waren voor 52% van deze inkomsten tegenover 48% voor stukpostzendingen.

Van deze 48% stukpost was administratieve en sociale post goed voor om en bij de 37% en aangetekende zendingen voor de overige 11%. Het aandeel van de inkomsten dat wordt gegenereerd door zendingen met aangegeven waarde is dan weer tamelijk onbelangrijk, aangezien dit niet eens 1% vertegenwoordigde van de totale inkomsten in 2014.

Figuur 12: Verdeling van de inkomsten uit transactionele post (2014)

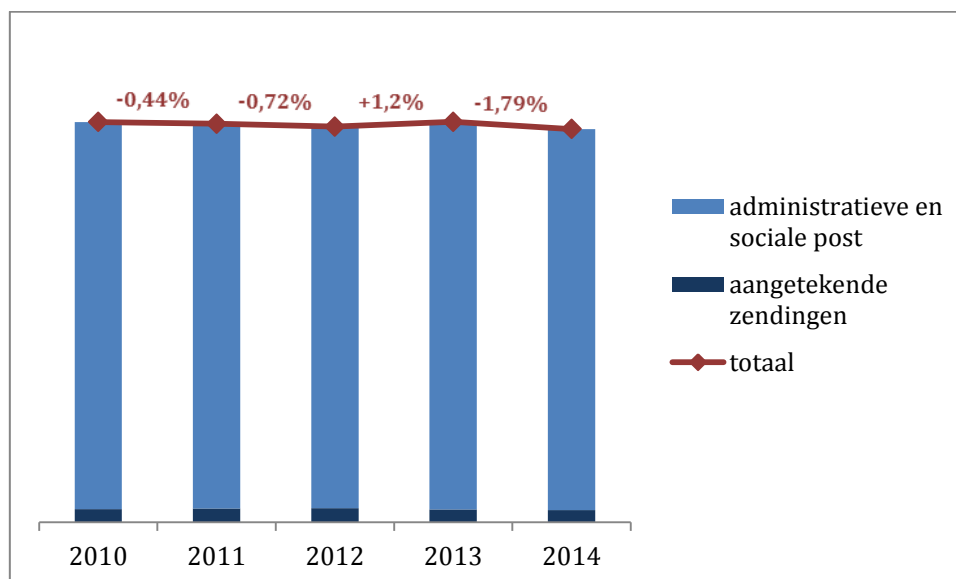


Bron: BIPT

4.2.2.2 Volumes

De inkomsten zijn dan wel stabiel gebleven maar de volumes van transactionele post behandeld door de postoperatoren zijn licht afgenomen. In 2014 werd hiervoor een daling van 1,79% opgetekend ten opzichte van 2013 terwijl ze licht waren toegenomen het jaar ervoor (+1,2%).

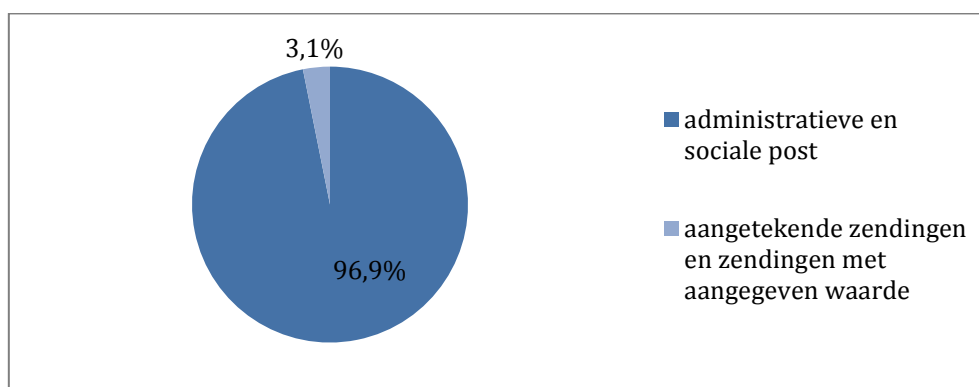
Figuur 13: Evolutie van de volumes van transactionele post (2010-2014)⁷



Bron: BIPT

Op het niveau van de samenstelling van het volume van transactionele post in 2014, bestond deze in de grote meerderheid uit administratieve en sociale post (96,9%), terwijl aangetekende zendingen en zendingen met aangegeven waarde slechts 3,1% van het totale volume uitmaakten. Deze verdeling van de volumes tussen administratieve en sociale zendingen en ingeschreven zendingen blijft stabiel over de periode 2010-2014.

Figuur 14: Verdeling van de volumes van transactionele post (2014)

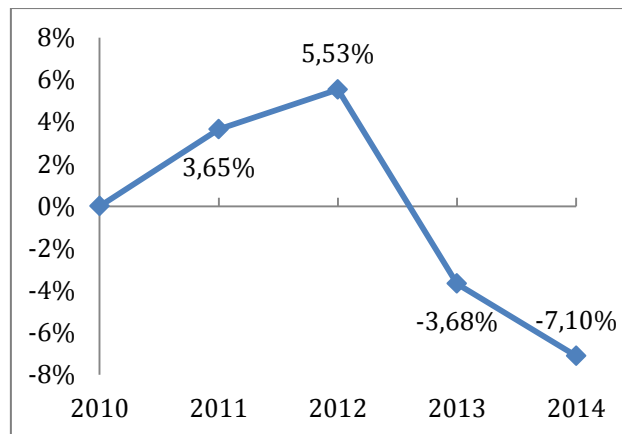


Bron: BIPT

⁷ In de figuren 13 tot 16 wordt geen onderscheid gemaakt tussen stukpost of grote partijen post en dus gaat het daarin om alle volumes transactionele post zonder onderscheid.

Terwijl het volume aangetekende zendingen tussen 2010 en 2012 nog steeg, is het in 2013 sterk gekrompen (-9,21%). Deze afkalving van de volumes is wat vertraagd in 2014, maar evengoed zijn de volumes van aangetekende zendingen over de periode 2010-2014 met 7,1% gezakt.

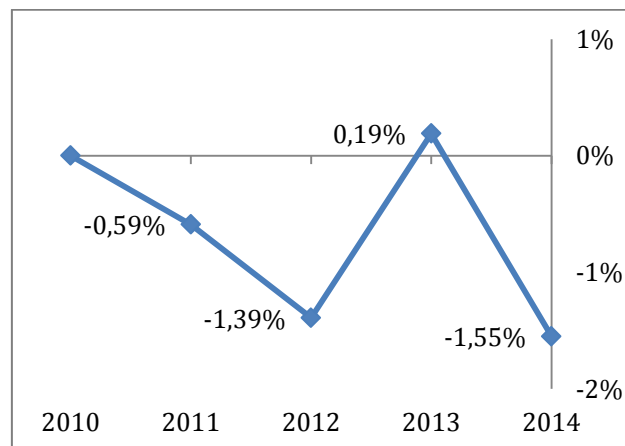
Figuur 15: Evolutie van de volumes van aangetekende zendingen sedert 2010 (CAGR)



Bron: BIPT

De volumes van administratieve en sociale post zijn uitgehold met 1,55% over de periode van 2010 tot 2014.

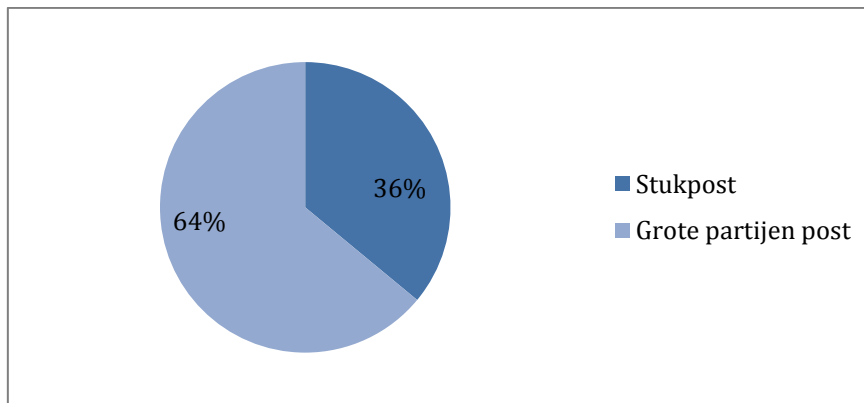
Figuur 16: Evolutie van de volumes van administratieve en sociale post sedert 2010 (CAGR)



Bron: BIPT

Net als bij de inkomsten bestonden de volumes transactionele post in 2014 in meerderheid uit grote partijen post. De verdeling voor de inkomsten tussen de stukpostzendingen en de bulkzendingen was billijk, voor de volumes bedroeg de verhouding 1/3 - 2/3. Dat verschil is alles tezamen genomen logisch aangezien de grote partijen post in de meerderheid van de gevallen de afzenders in staat stellen om verlaagde tarieven te krijgen, terwijl stukpost wordt verzonden tegen het standaardtarief.

Figuur 17: Verdeling van de volumes van transactionele post tussen stukpost en grote partijen post (2014)



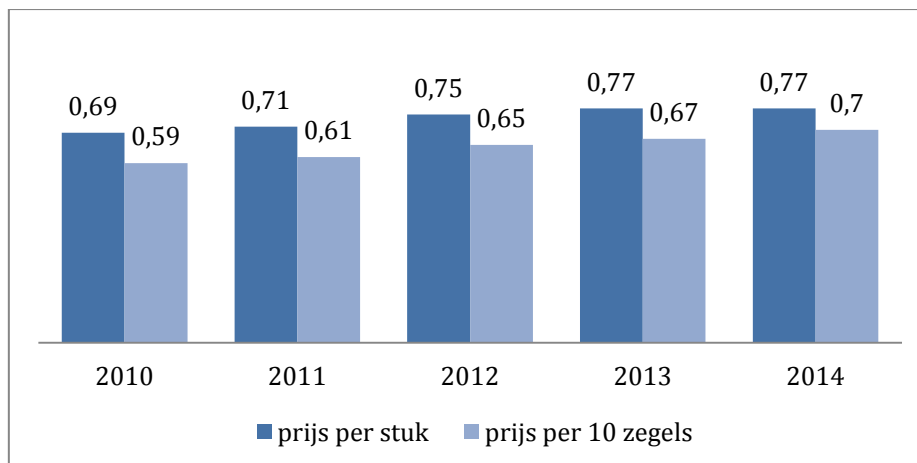
Bron: BIPT

4.2.2.3 Prijs

Het nominale tarief van een binnenlandse standaardbrief in België is in vergelijking met 2013 stabiel gebleven in 2014; de kostprijs van een postzegel komt op € 0,77. Hoewel het eenheidstarief niet is gestegen, is de kostprijs van een postzegel die verkocht wordt per 10 stuks over dezelfde periode met 4,48% gestegen en bedraagt nu € 0,70.

Als we de trend bekijken sedert 2010, zien we dat de prijs van een postzegel gestegen is met 11,6%. Deze prijsstijging is des te meer uitgesproken als we de prijs per 10 stuks bekijken. In dat geval loopt de sedert 2010 opgetekende gecumuleerde stijging immers op tot 18,6%.

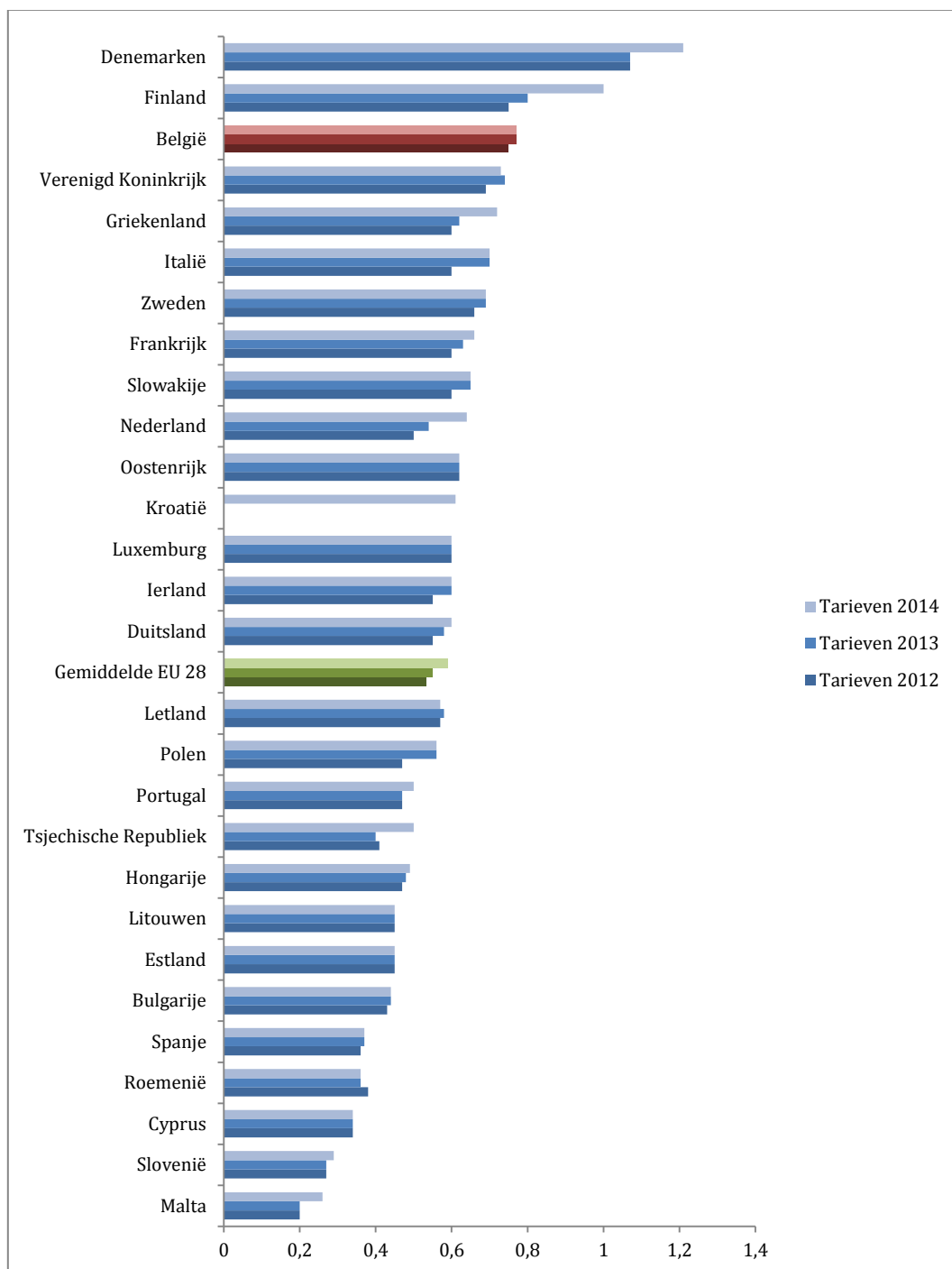
Figuur 18: Prijs van de dienst voor binnenlandse standaardbrief < 50 g (€)



Bron: bpost

Op het niveau van de Europese Unie behoort de prijs in nominale waarde voor het vervoer en de distributie van een genormaliseerde brief in België tot de duurste van de 28 lidstaten, zoals blijkt uit figuur 19 hierna. In 2014 bedroeg het Europese gemiddelde voor de frankering van een binnenlandse standaardbrief € 0,59, waarbij het duurste land Denemarken was (€ 1,21) en het goedkoopste Malta (€ 0,26).

Figuur 19: Prijs van de dienst voor een binnenlandse standaardbrief in Europa (€)

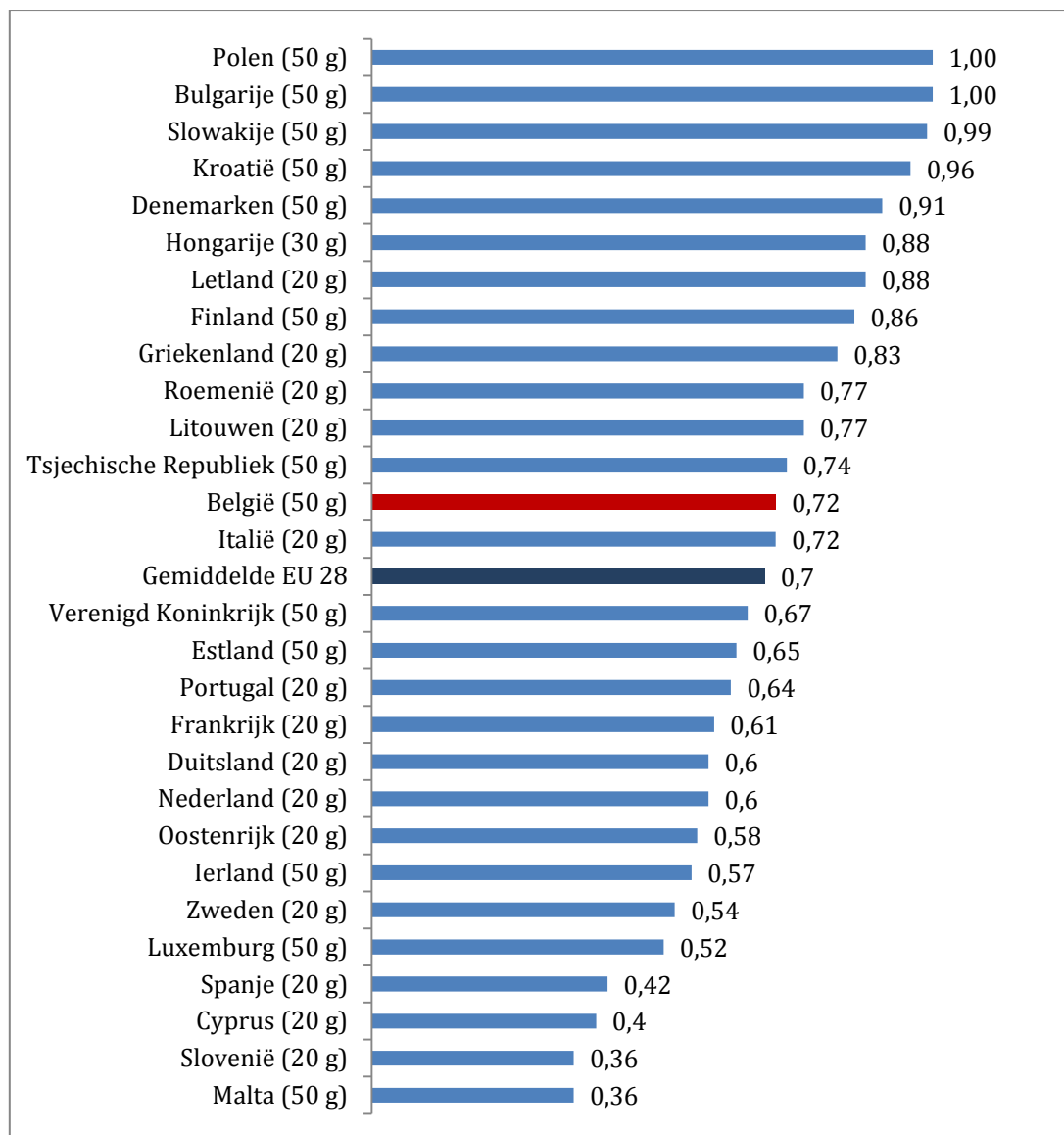


Bron: Deutsche Post, Letter Price Survey (2012, 2013 en 2014)

Dezelfde vergelijking van de prijs van de verrichting inzake vervoer en bedeling van een genormaliseerde brief kan worden gemaakt door de tarieven van de 28 Europese landen uit te drukken in koopkrachtpariteit (KKP), waardoor een rechtstreekse vergelijking mogelijk wordt waarbij de verschillen in levensstandaard tussen landen worden geneutraliseerd.

Volgens deze benadering ligt België net boven het gemiddelde van de landen van de Europese Unie.

Figuur 20: Prijs 2014 uitgedrukt in koopkrachtpariteit (KKP) van de dienst voor binnenlandse standaardbrieven in Europa (€)



Bron: Deutsche Post, Letter Price Survey (2014)

4.2.3 Geadresseerde reclamezendingen

Geadresseerde reclamezendingen maken net als transactionele post deel uit van het segment van de brievenpost. Niet-geadresseerd reclamedrukwerk maakt er daarentegen geen deel van uit omdat de distributie van niet-geadresseerde zendingen geen postdienst is. Toch wordt dit in het kader van dit observatorium meegeteld en dit om een algemene beeld te vormen, omdat papieren reclame (geadresseerd of huis-aan-huisbladen) deel uitmaakt van het dagelijkse leven van elke burger, die deze geregeld in zijn brievenbus vindt.

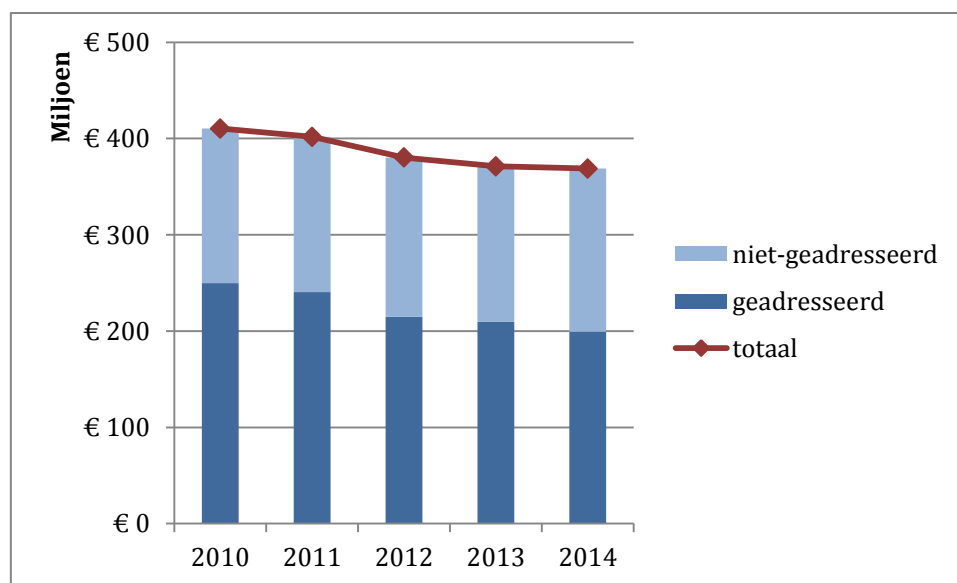
4.2.3.1 Inkomsten

In het algemeen dalen de inkomsten uit geadresseerde reclame en huis-aan-huisbladen sedert 2010, ook al stelt men vast dat dit marktsegment sedert 2012 lijkt te zijn gestabiliseerd.

De totale inkomsten uit papieren reclame (geadresseerd of huis-aan-huisbladen) zijn gegaan van meer dan 410 miljoen euro in 2010 naar iets meer dan 368 miljoen euro in 2014, wat overeenkomt met een inkomstenverlaging van zo'n 10%.

Deze inkomstenverlaging is hoofdzakelijk toe te schrijven aan de geadresseerde reclamezendingen, waarvan de inkomsten verhoudingsgewijs sterker gedaald zijn dan die van de niet-geadresseerde zendingen.

Figuur 21: Evolutie van de inkomsten uit reclame (2010-2014) (miljoen €)



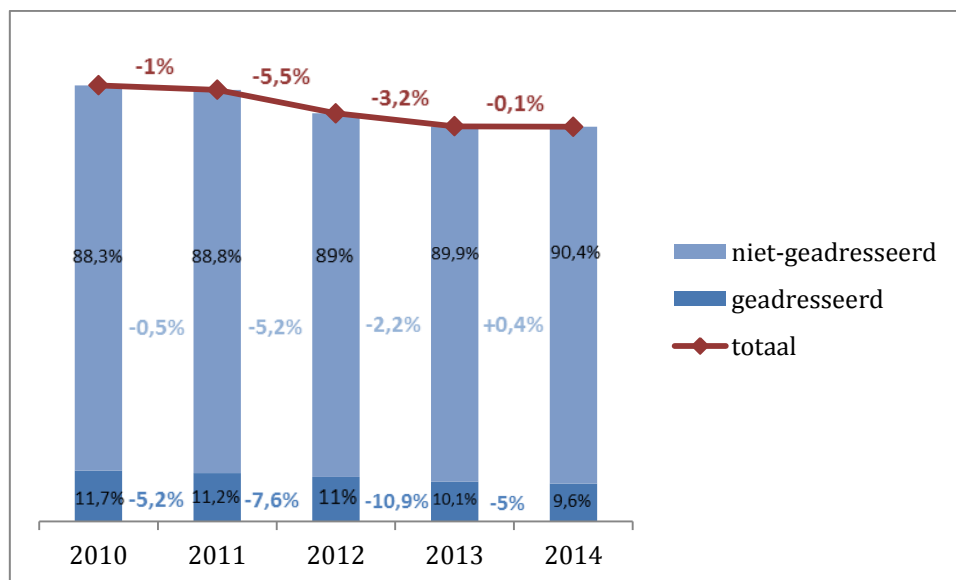
Bron: BIPT

4.2.3.2 Volumes

Dezelfde tendens is merkbaar op het niveau van de volumes, die sedert 2010 continu dalen. Er moet echter worden opgemerkt dat in 2014 de volumes relatief stabiel zijn gebleven in vergelijking met 2013 (-0,1%) en dit dankzij een stijging van de volumes van niet-geadresseerde zendingen (+0,4%), terwijl de volumes geadresseerde reclame een daling met 5% lieten optekenen.

Qua inkomsten genereren de geadresseerde reclamezendingen de meeste waarde, maar qua volume vertegenwoordigen ze maar iets meer dan 10% van het totaal; de grote meerderheid van reclamezendingen is immers niet geadresseerd.

Figuur 22: Evolutie van de volumes reclame (2010-2014)



Bron: BIPT

4.2.4 Internationale post

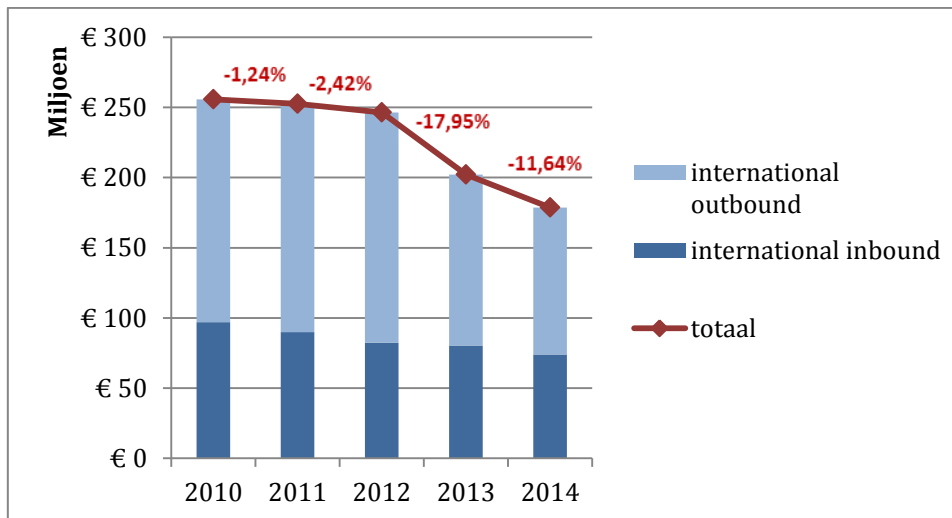
Naast transactionele postzendingen en geadresseerde reclamezendingen, bestaat de brievenpost ook uit een derde en laatste categorie van post, namelijk de internationale post.

Internationale post verwijst naar de stromen van postzendingen van minder dan 2 kg die uitgewisseld worden tussen België en het buitenland. Het kan daarbij gaan om binnenkomende stromen - de post in kwestie moet in België worden bezorgd - alsook om uitgaande stromen - in dat geval gaat het om post die vanuit België verzonden wordt naar andere landen -.

4.2.4.1 Inkomsten

De inkomsten uit brievenpost afkomstig van of met als bestemming het buitenland, zijn, net als de totale inkomsten uit het brievenpostsegment, aan het dalen sedert 2010. De afkalving is sedert 2013 zelfs meer uitgesproken met een krimp van de inkomsten in de buurt van 18% tussen 2012 en 2013.

Figuur 23: Evolutie van de inkomsten voor internationale post (miljoen €)

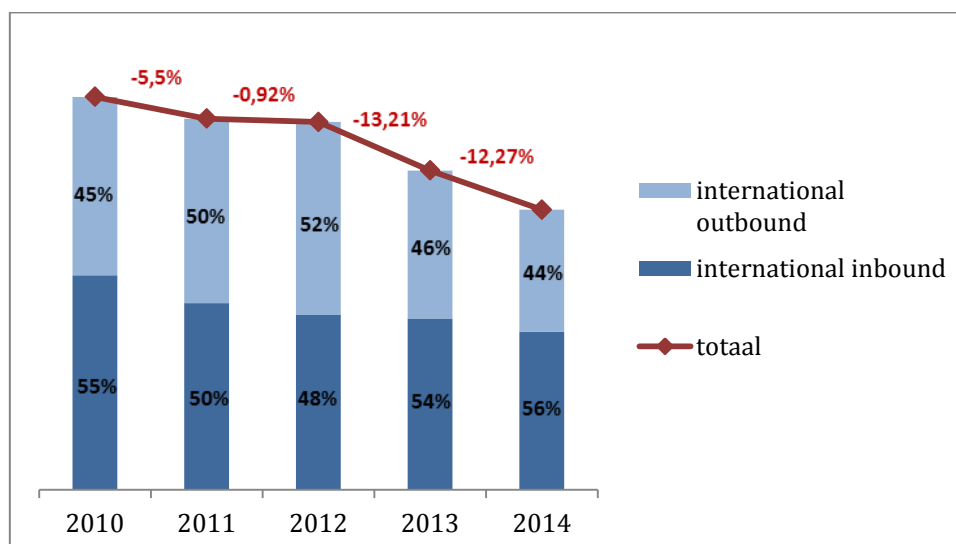


Bron: BIPT

4.2.4.2 Volumens

Een van de verklaringen voor de sterke afname van de inkomsten in verband met de internationale post die de jongste jaren is vastgesteld, heeft zeker te maken met de daling van de binnenkomende en uitgaande volumes. Zoals bij de inkomsten is de krimp van de volumes sterker geworden sedert 2013, gaande van een daling om en bij één percent in 2012 ten opzichte van 2011 tot meer dan 13% in 2013 ten opzichte van het jaar daarvoor. Deze sterke daling van de volumes heeft zich voortgezet in 2014.

Figuur 24: Evolutie van de volumes van internationale post



Bron: BIPT

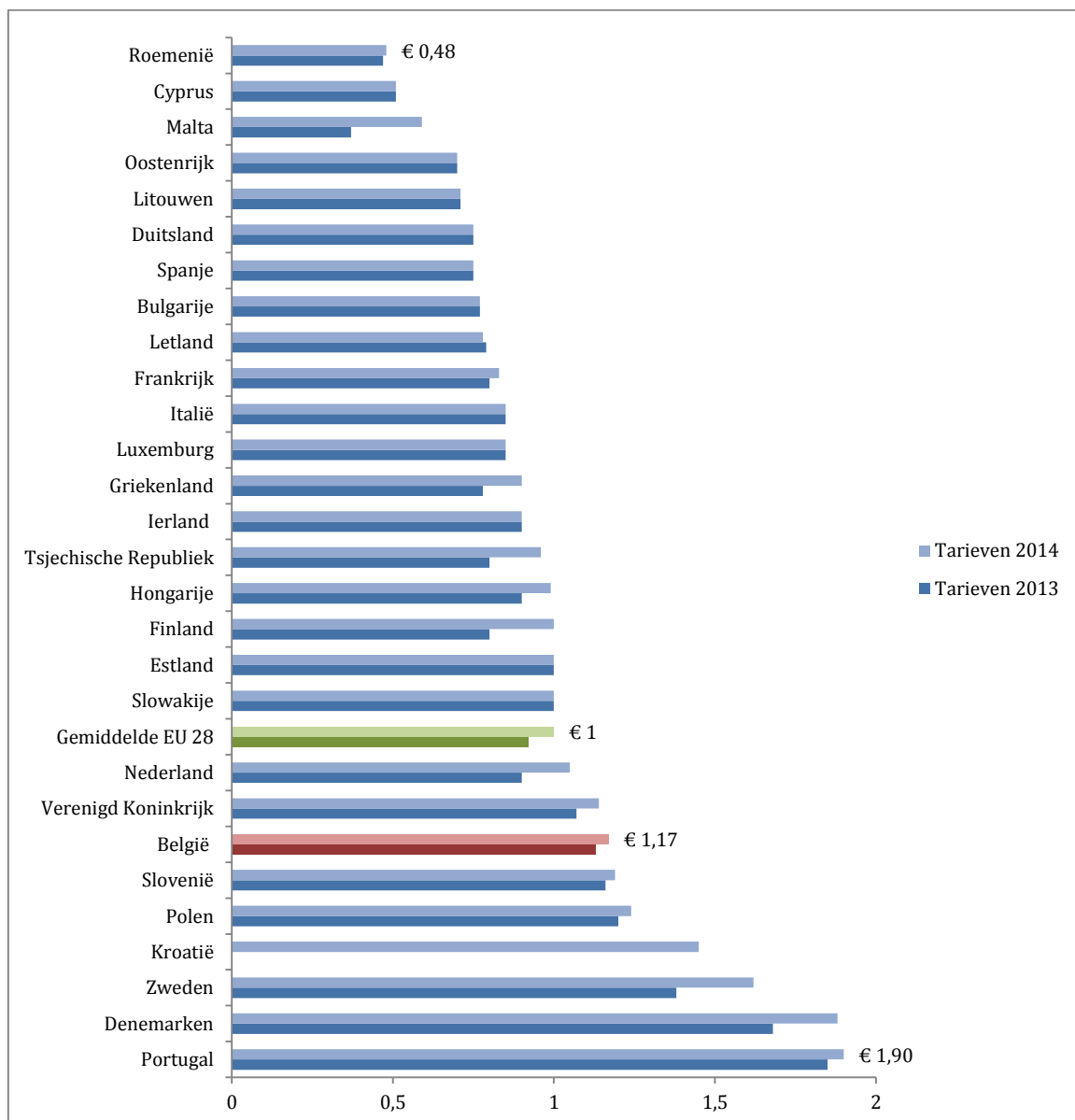
In 2014 is de verdeling tussen de volumes binnenkomende en uitgaande internationale post vergelijkbaar met de verdeling die vastgesteld is in 2010 met ongeveer 55% van het totaal dat bestaat uit binnenkomende stromen tegenover 45% uitgaande stromen. Er moet evenwel

worden opgemerkt dat in 2012 de uitgaande stromen de meerderheid van de volumes van internationale post vormden.

4.2.4.3 Prijs

Een vergelijking van de prijs, in nominale waarde, van de dienst voor standaardbrieven binnen de EU in de 28 lidstaten leert ons dat België, met een dienst voor brieven binnen de EU die neerkomt op € 1,17, in 2014 boven het Europese gemiddelde zat (€ 1). Daarmee zit België in de hoge middenmoot van de EU-landen, waarbij de eerste plaats in de rangschikking naar Portugal gaat, waar een brief met een andere lidstaat als bestemming in 2014 neerkwam op € 1,90. In vergelijking daarmee kostte een brief die verzonden werd vanuit Roemenië € 0,48.

Figuur 25: Prijs van de dienst voor een intra-Europese standaardbrief in Europa (in nominale waarde) (€)



Bron: Deutsche Post, Letter Price Survey (2013 en 2014)

4.3 Focus op het segment van de pakjes en snelpostzendingen en op e-commerce

Gedreven door het groeiend belang van e-commerce, neemt de pakjesmarkt een steeds belangrijker wordende positie in binnen de postale markt. In dit hoofdstuk wordt de recente evolutie binnen het segment van de pakketdiensten en expressdiensten besproken.

4.3.1 Inkomsten

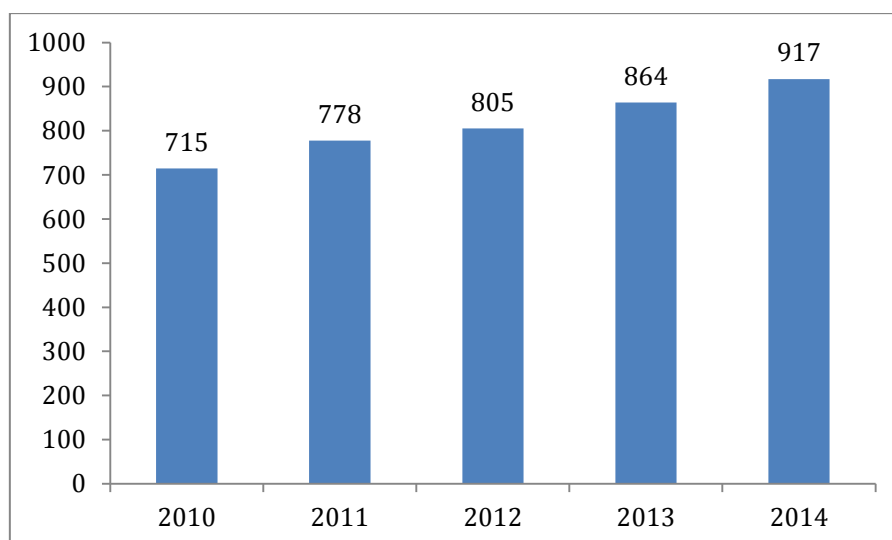
Het segment van pakketten en expressdiensten ontwikkelt zich sterk: tussen 2013 en 2014 zijn de inkomsten met 6,2% gestegen. Sinds 2010 kunnen we zelfs spreken van een stijging met 28,3%. Het gaat hier dan ook om dé groeimarkt binnen de postale sector, die veel aanbieders aantrekt en zorgt voor stevige concurrentie.

De grens tussen de pakjes en de snelpostzendingen is moeilijk af te bakenen. Het vervoer van pakjes houdt steeds vaker diensten in waardoor deze steeds dichter aanleunt bij een snelpostzending (traceerdienst van de zendingen, verzekering van de inhoud van de zending, verzendingstermijnen, enz.). Bovendien bieden heel wat spelers beide soorten diensten aan hun klanten aan.

Naast bpost zijn ook de alternatieve privéoperators duidelijk erg actief in het segment van de pakjes en de snelpostzendingen, alsook de universeledienstaanbieders van de buurlanden, die vaak via een dochteronderneming aanwezig zijn op onze markt.

De vier belangrijke internationale spelers, DHL, Fedex, UPS en TNT vertegenwoordigen samen met bpost meer dan 80% van deze markt in termen van omzet.

Figuur 26 : Evolutie van de inkomsten binnen het segment van de pakket- en expressdiensten (in miljoen EUR)



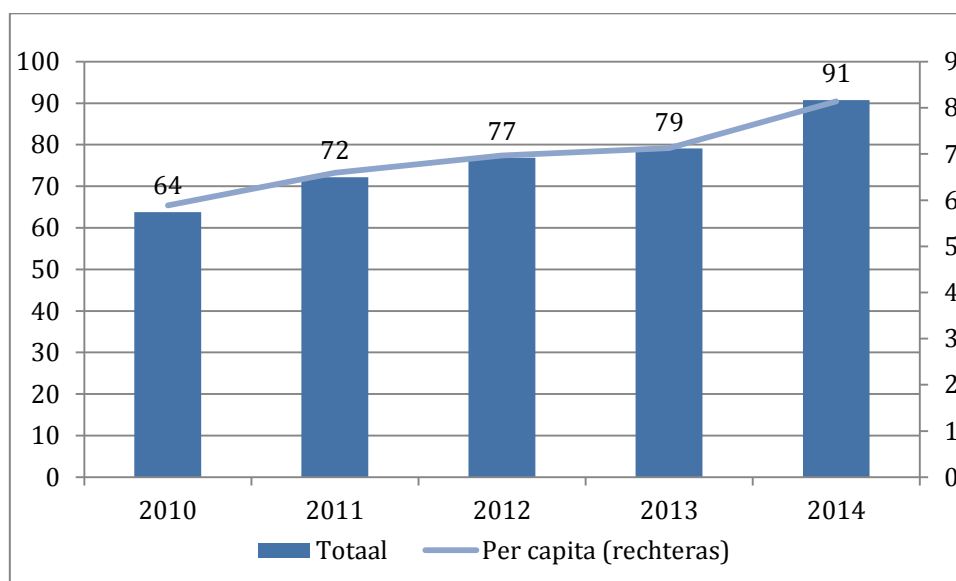
Bron: BIPT

4.3.2 Volumes

Het totale volume aan expressdiensten en verzonden pakketten is tussen 2013 en 2014 met 14,7% gestegen, tot 91 miljoen stuks. Vergeleken met 2010, is het volume zelfs toegenomen met 42,2%.

Bekeken per inwoner is het aantal geleverde pakketten en expressdiensten per jaar gestegen van gemiddeld 5,9 anno 2010 tot 8,1 in 2014. Per capita wordt er zodoende gemiddeld elke anderhalfve maand een pakket verzonden of wordt er gebruikgemaakt van een expressdienst.

Figuur 27: Evolutie van het volume aan pakket- en expressdiensten in totaal (in miljoen eenheden) en per capita (in eenheden) per jaar



Bron: BIPT

4.4 Focus op het segment van de persdistributie aan de abonnees

De distributie van de erkende pers, waarbij de items worden afgeleverd bij de abonnee thuis, is een dienst van algemeen economisch belang (DAEB). Deze dienst, waarop de uitgevers naar eigen wens een beroep kunnen doen, wordt momenteel door bpost uitgevoerd. De huidige DAEB, die nog loopt tot 31 december 2015⁸, bestaat uit:

- de vervroegde thuisbezorging van kranten aan de abonnees via specifiek ingelegde rondes voor 7.30 u 's morgens van maandag tot vrijdag en voor 10 u op zaterdag;
- de thuisbezorging van tijdschriften aan de abonnees via de klassieke verdeelrondes, van maandag tot vrijdag.

Als aanbieder die belast is met de DAEB distributie van de erkende pers aan de abonnees, is bpost de belangrijkste operator in het segment van thuislevering van persartikelen. Er zijn momenteel nog twee andere spelers actief in dit segment: Belgische Distributiedienst en Deltamedia, een dochteronderneming van bpost die uitsluitend pers van de groep Mediahuis verdeelt⁹.

4.4.1 Inkomsten

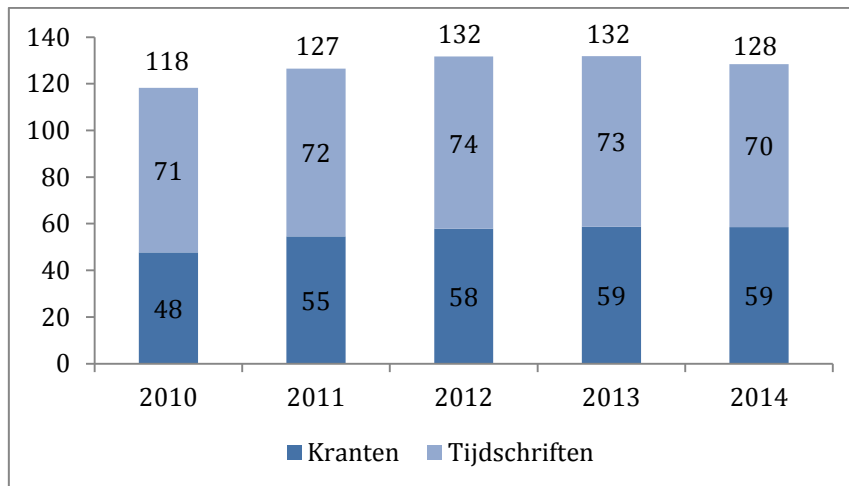
In 2012 kenden de inkomsten aangaande de persdistributie aan abonnees een hoogtepunt; sindsdien nemen we een kleine terugval waar. Tussen 2013 en 2014 krompen de inkomsten met 2,6%. Deze daling is meer uitgesproken bij de tijdschriften dan bij de kranten, -4,5% ten opzichte van -0,3%. 54,4% van de inkomsten zijn nog steeds toe te schrijven aan de bedeling van tijdschriften, tegenover 45,6% aan de bedeling van kranten.

Er moet worden opgemerkt dat de compensatie die door de overheid wordt betaald aan bpost, voor het verrichten van de DAEB inzake persdistributie aan de abonnees, niet vervat zit in de beschouwde inkomsten.

⁸ Op 16 oktober 2015 heeft de Ministerraad, na een openbare, transparante en niet-discriminerende procedure, beslist om de concessies voor de bezorging van erkende kranten en erkende tijdschriften voor de periode 2016 tot 2020 toe te wijzen aan bpost.

⁹ Nog tot april 2016 (volgens Trends op 11 november 2015: <http://trends.knack.be/economie/bedrijven/persbedelingscontract-is-motor-voor-tewerkstelling-bij-bpost/article-normal-624689.html>)

Figuur 28: Evolutie van de inkomsten in het segment van de persdistributie aan abonnees (miljoen EUR)

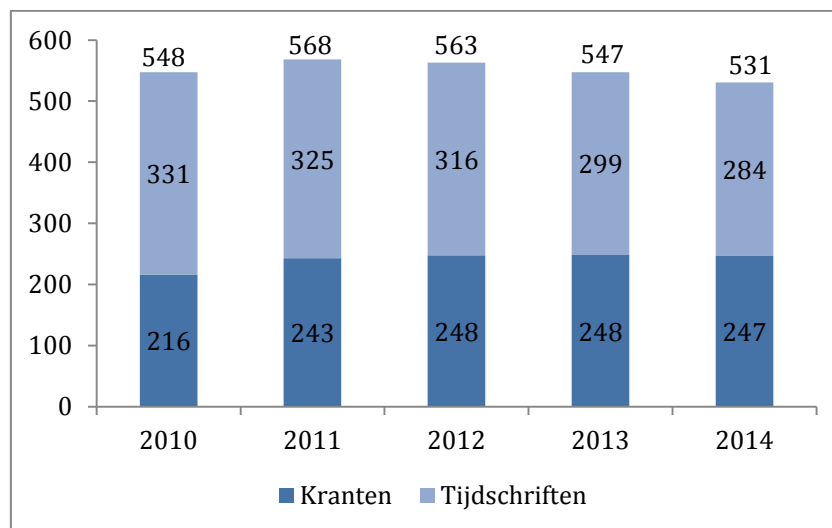


Bron: BIPT

4.4.2 Volumes

Sinds 2012 daalt het totale volume van bedeelde pers, na gepiekt te hebben op 568 miljoen bedeelde exemplaren op jaarbasis in 2011. Tussen 2013 en 2014 nam het globale volume met 3% af. Bij de tijdschriften is de daling al langer aan de gang en zijn de recente dalingen dan ook scherper, met name -5,2% tussen 2013 en 2014. Het volume aan bedeelde kranten stagneerde tussen 2012 en 2013, en kende recent een zéér lichte terugval (-0,6% anno 2014). 53,5% van de bedeelde pers omvat tijdschriften, de rest bestaat uit kranten (46,5%).

Figuur 29: Evolutie van de volumes in het segment van de persdistributie aan abonnees (miljoen eenheden)



Bron: BIPT

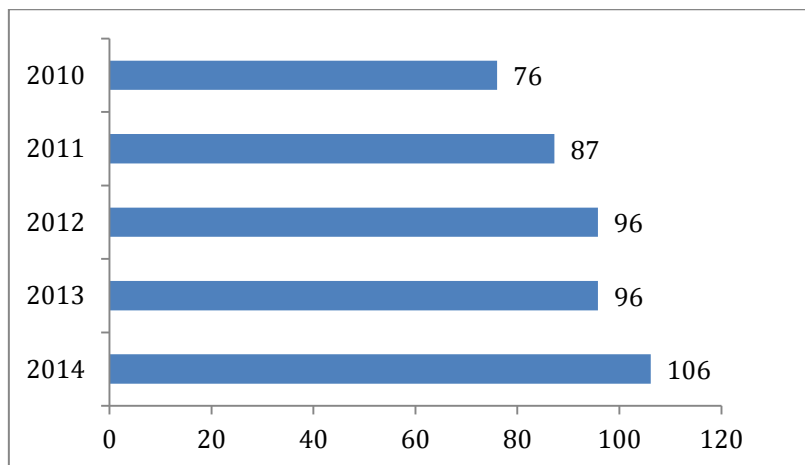
Voor de volledigheid vermelden we dat AMP eveneens actief is op de markt voor de distributie van pers aan abonnees, AMP levert echter niet aan huis maar in de (kranten)winkel. Daarnaast voorzien zij ook in de distributie van pers voor losse nummerverkoop in de winkel. De inkomsten en volumes van dit bedrijf zijn niet opgenomen in de bovenstaande overzichten.

5. Investerings en tewerkstelling in postactiviteiten

5.1 Investerings in de postsector

In 2014 werd voor in totaal aan 106 miljoen euro geïnvesteerd in de postsector door de operatoren uit onze steekproef¹⁰, een stijging van 10,8% ten opzichte van 2013. Sinds 2010 stellen we jaarlijks, met uitzondering van een tijdelijke stagnatie in 2013, een sterke stijging vast.

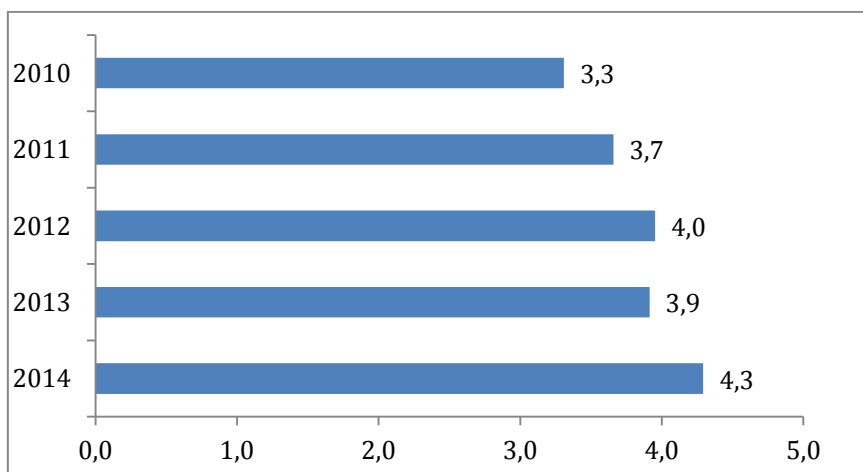
Figuur 30: Investerings in de postsector (miljoen EUR)



Bron: BIPT

De uitgevoerde investeringen in de postsector liepen anno 2014 op tot 4,3% van de gerealiseerde omzet. Een steeds groter deel van de gerealiseerde omzet wordt opnieuw in de sector geïnvesteerd.

Figuur 31: Investerings ten overstaande van omzet in de postsector (%)



Bron: BIPT

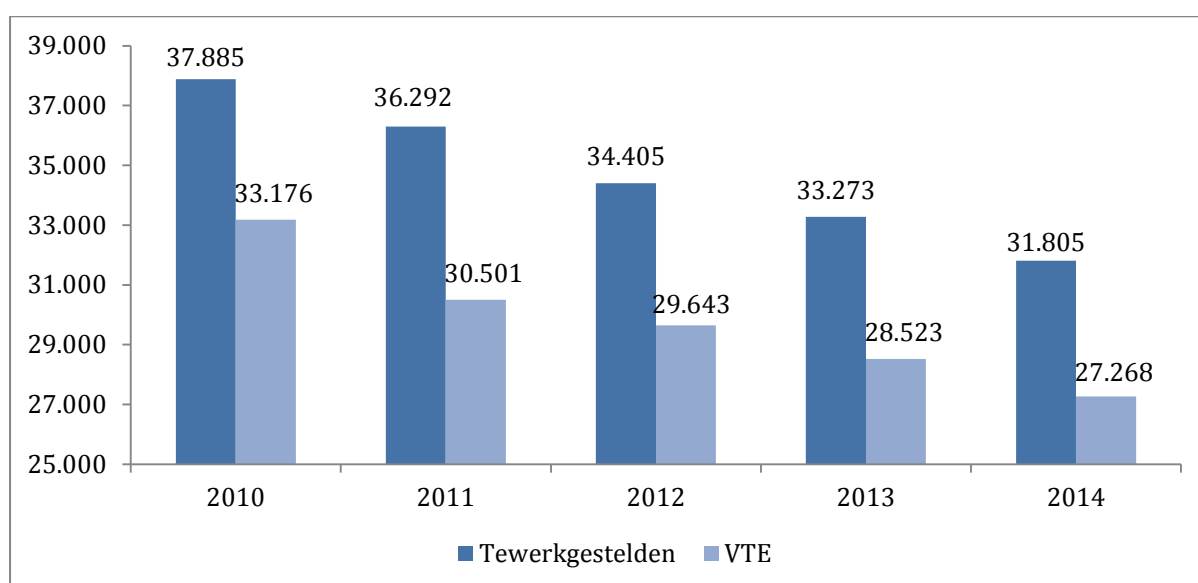
¹⁰ De in figuur 30 gebruikte werkwijze verschilt van de methode die in voorgaande edities van het observatorium werd gebruikt; alhoewel de resultaten dezelfde stijgende evolutie weergeven, zijn ze niet geheel vergelijkbaar.

5.2 Tewerkstelling in de postsector

De postale sector zorgde in 2014 op directe wijze voor de tewerkstelling van 31.805 personen¹¹. Niettemin stellen we wederom een daling vast in de tewerkstelling tussen 2013 en 2014, ten belope van 4,4%. Sinds 2010 verdwenen meer dan één op de tien werknemers uit de postale sector. Bekeken in voltijdse equivalenten¹² (vte's) zien we een nog sterkere daling sinds 2010, wat aanleiding geeft tot een totaal van 27.268 voltijdse equivalenten in 2014.

Het aantal loontrekkenden bij alternatieve operatoren vertegenwoordigt 13,6% van de gehele tewerkstelling in de postale sector.

Figuur 32: Tewerkstelling in de postsector (N, vte)



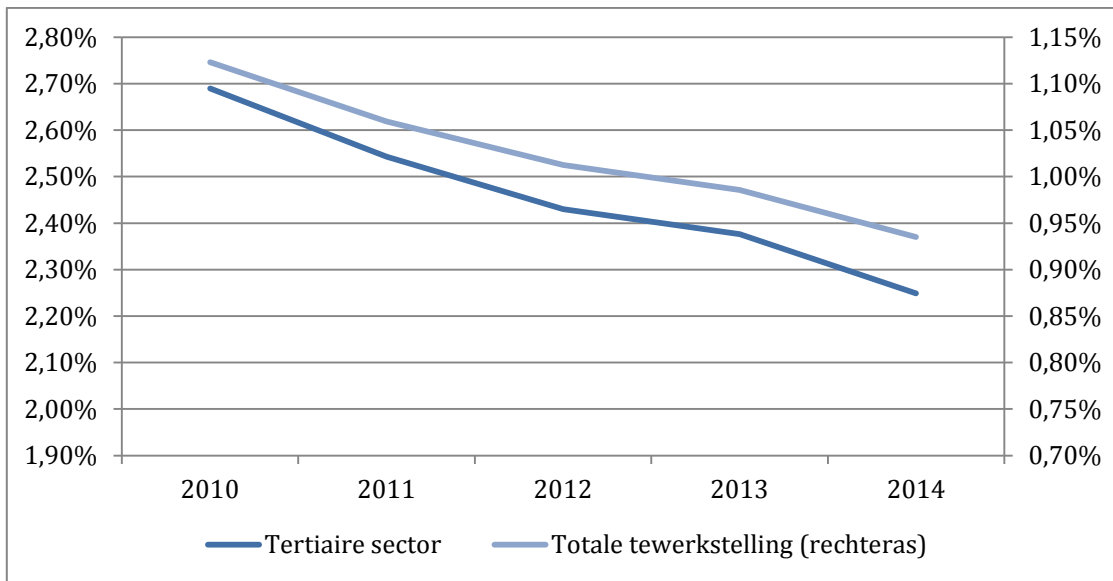
Bron: RSZ

De neerwaartse trend in tewerkstelling in de postsector laat zich opnieuw duidelijk zien wanneer vergeleken wordt met de tertiaire sector enerzijds en de totale tewerkstelling anderzijds. De postale sector behoort tot de tertiaire sector, ook wel dienstensector genaamd, maar het aandeel tewerkstelling van de postsector binnen deze hoofdsector neemt steeds verder af. Bekeken ten opzichte van de totale tewerkstelling, zien we dat minder dan 1% van alle werkenden vandaag de dag tewerkgesteld zijn in de postale sector.

¹¹ We bekijken telkens de situatie op 30 juni, zodoende einde tweede kwartaal, van het betreffende jaar, omdat de tewerkstelling op dat tijdstip typisch het minst gevoelig is voor seizoensschommelingen.

¹² Om de effectief gepresteerde arbeid zo goed mogelijk weer te geven, gaat het hierbij om voltijdse equivalenten exclusief gelijkgestelde dagen. Gelijkgestelde dagen zijn periodes, zoals onvrijwillige werkloosheid, arbeidsongeschiktheid, bevallingsrust en brugpensioen, waarin niet werd gewerkt maar die toch meetellen in de berekening van de pensioenloopbaan.

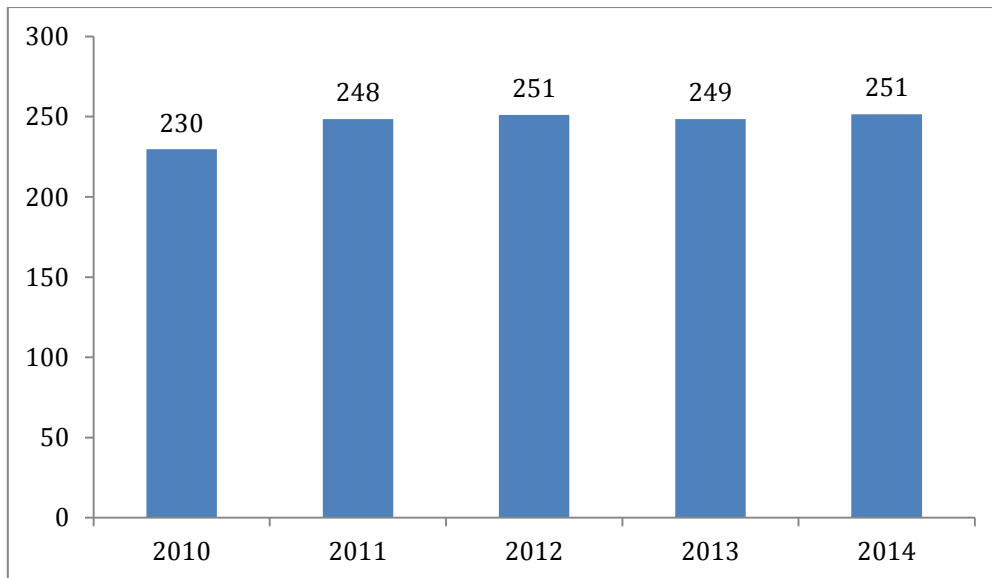
Figuur 33: Aandeel van de postsector in de tewerkstelling van tertiaire sector en totale tewerkstelling (%)



Bron: RSZ en KSZ

Terwijl de tewerkstelling in de postale sector daalt, blijft het aantal postale items per voltijds equivalent in de postsector de laatste jaren stabiel. Anno 2014 werden er gemiddeld 251 items, gaande van brieven tot pakjes, expresszendingen, kranten of magazines, verwerkt per postale werknemer per dag, en dit uitgedrukt in termen van voltijdse werkdagen (vte).

Figuur 34: Aantal postale items per dag per vte in de postale sector (N)



Bron: RSZ en BIPT

6. Dienstkwaliteit

6.1 Toegankelijkheid van de postdiensten

6.1.1 Toegangspunten tot de postdiensten

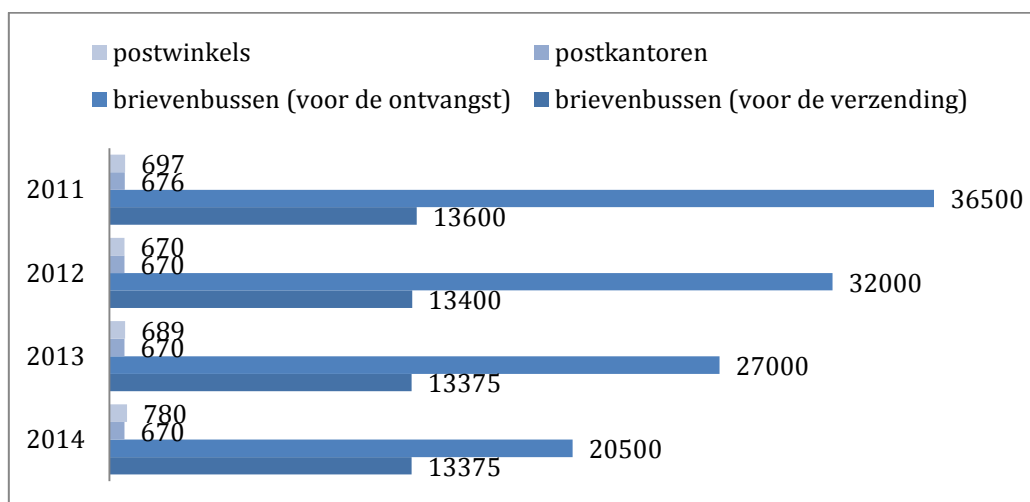
Wanneer men spreekt van een toegangspunt tot de postdiensten bedoelt men fysieke installaties die beschikbaar worden gesteld aan het publiek, hetzij op de openbare weg, hetzij in de lokalen van een aanbieder van postdiensten en via welke de postzendingen door de afzenders toevertrouwd kunnen worden aan het netwerk van de postoperator.

Brievenbussen die door de postoperatoren beschikbaar worden gesteld aan de gebruikers zijn een voorbeeld van een toegangspunt.

Ook postkantoren en postwinkels vormen toegangspunten tot de postdiensten. In dit geval is er meer bepaald sprake van postale-servicepunten, waarbij het voornaamste verschil tussen postkantoren en postwinkels in het feit ligt dat de eerstgenoemde door een postoperator zelf worden beheerd, terwijl de laatstgenoemde geëxploiteerd worden door derden voor rekening van een postoperator.

Buiten de brievenbussen en de postale-servicepunten die bestemd zijn om postzendingen te injecteren in het netwerk van een postoperator vallen binnen het bestek van dit observatorium ook de postbussen die gelegen zijn in de installaties van de aanbieder van postdiensten ofwel op openbare plaatsen, en die - tegen betaling van huur - beschikbaar worden gesteld van de gebruikers die dat wensen voor de ontvangst van hun post.

Figuur 35: Aantal toegangspunten tot de postdiensten¹³



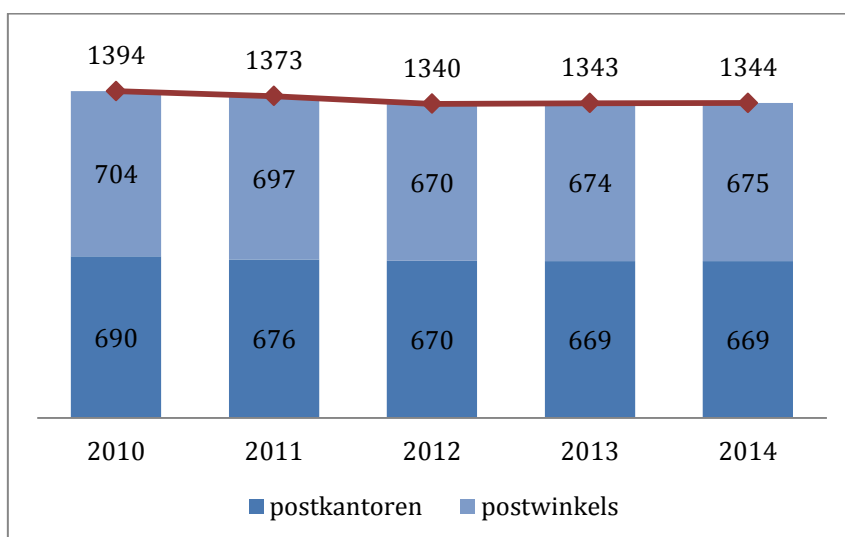
Bron: BIPT

¹³ Het gaat hier enkel om de toegangspunten van de aanbieder van de universele dienst en om die van de aanbieder die een postvergunning heeft voor de distributie van brievenpost die onder de universele dienst valt.

6.1.2 Postale-servicepunten¹⁴

In 2014 verstrekt de aanbieder van de universele postdienst (AUPD) postdiensten via 1344 vestigingen (postkantoren of postwinkels¹⁵) die gespreid zijn over het hele Belgische grondgebied, d.i. 1 servicepunt meer in vergelijking met 2013. Dit wordt bevestigd in de onderbreking van de constante daling van het aantal postale-servicepunten die waargenomen is tot in 2012.

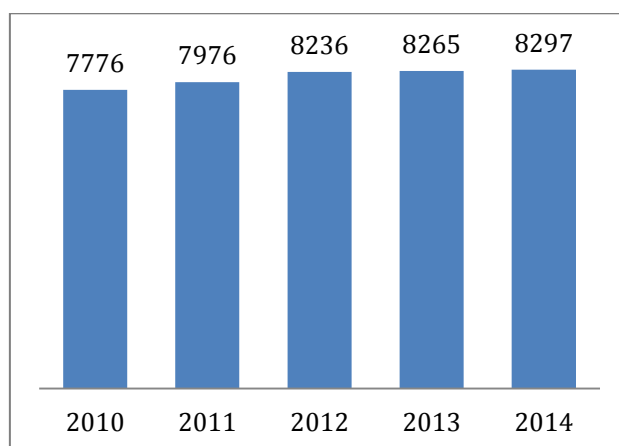
Figuur 36: Aantal postale-servicepunten (enkel AUPD)



Bron: BIPT

In 2014 bedient één postvestiging gemiddeld 8297 personen, namelijk 0,39% meer dan in het jaar ervoor.

Figuur 37: Gemiddelde bevolking bediend per postvestiging (enkel AUPD)



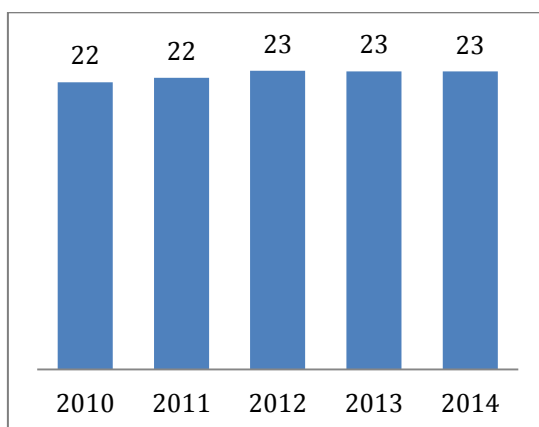
Bron: BIPT

¹⁴ In dit subdeel wordt enkel rekening gehouden met de toegangspunten van de aanbieder van de universele dienst omdat alleen hij een verplichting tot territoriale aanwezigheid heeft die met name erop gericht is de sociale en territoriale cohesie te garanderen, en die wordt gedefinieerd door een minimumaantal postale-servicepunten die op het gehele nationale grondgebied in stand moeten worden gehouden.

¹⁵ Bpost geeft de naam "PostPunten" aan zijn postwinkels.

Het aantal km² bediend door een postvestiging blijft dan weer stabiel in 2014 ten opzichte van 2013 en dat is 23 km².

Figuur 38: Gedekte oppervlakte per postvestiging (km²) (enkel AUPD)



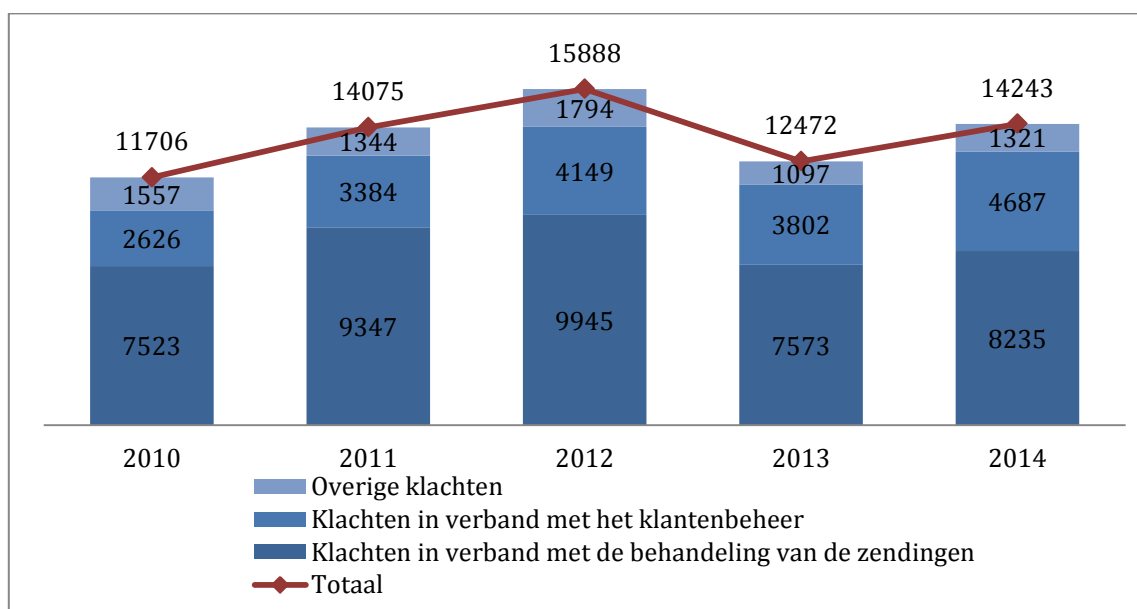
Bron: BIPT

6.2 Tevredenheid van de gebruikers van postdiensten

In 2014 werden niet minder dan 14243 klachten ingediend bij de Ombudsdienst voor de postsector. Deze hoeveelheid klachten was sterk verminderd in 2013 (bij de 20% in vergelijking met 2012), maar begint in 2014 opnieuw te stijgen (+14,2%).

Van de ingediende klachten houdt de meerderheid verband met de behandeling van de zendingen (brieven, pakjes, pakketten) en het klantenbeheer.

Figuur 39: Aantal klachten ingediend bij de Ombudsdienst



Bron: OMPS

De klachten over de behandeling van de zendingen, die de voornaamste klachtencategorie uitmaken, betreffen grotendeels fouten bij de distributie en een algemene beperking van de dienstverlening (afstand tot een postkantoor waar de zending wacht, variabele distributietijden, enz.). Deze klachten betreffen in hoofdzaak bpost door zijn relatief grote aanwezigheid in de 5 segmenten van postale activiteiten die worden beschouwd in dit observatorium.

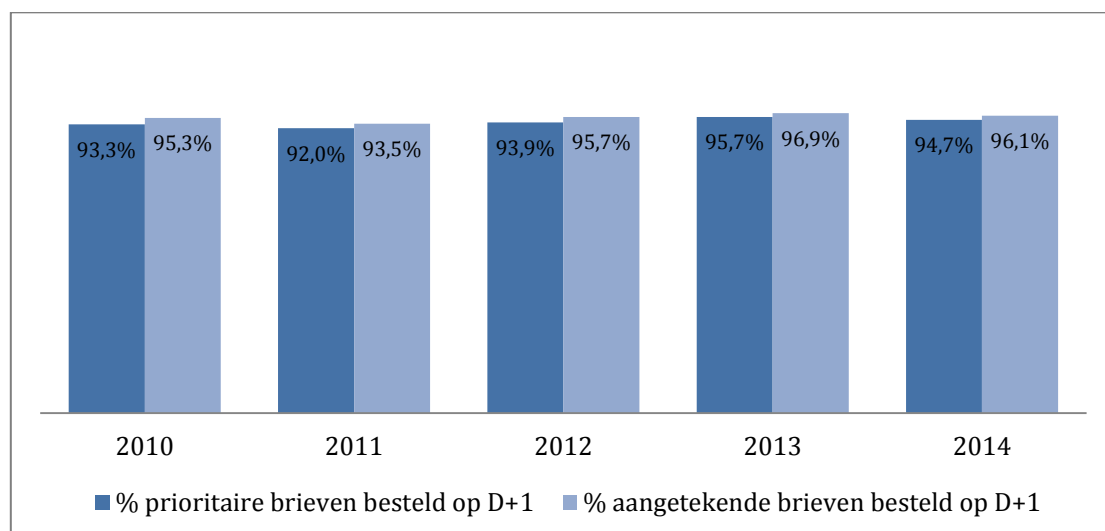
De klachten over het klantenbeheer betreffen alle ondernemingen op de postmarkt. Ze houden vaak verband met de verstrekking van verkeerde informatie, de onbereikbaarheid, de te lange wachttijden bij de callcenters, enz.

6.3 Verzendingstermijnen van de post

De naleving van de verzendingstermijnen die zijn vastgelegd in het beheerscontract tussen bpost en de Staat wordt jaarlijks gecontroleerd door de regulator aan de hand van een specifieke studie over de dienstkwaliteit¹⁶. Deze studie (BELEX-studie) werd gelanceerd in 2002 op verzoek en onder toezicht van het BIPT. Ze bestaat in de meting van de werkelijk door bpost gehanteerde termijnen voor verzending en distributie dankzij de verzending van testbrieven. Er dient te worden opgemerkt dat enkel bpost wordt onderworpen aan deze controle. Zijn concurrenten hebben geen reglementaire doelstellingen inzake dienstkwaliteit.

Voor het jaar 2014 werd 94,7% van de binnenlandse stukpostbriefwisseling gefrankeerd tegen het "Prior"-tarief afgeleverd op D+1 tegenover 95,7% in 2013. Het gaat dus om de eerste daling van het percentage stukpost dat wordt afgegeven binnen de termijnen, die opgetekend is sedert 2011. Wat de aangetekende zendingen betreft, is 96,1% van het volume aangetekende zendingen afgegeven op D+1, wat in vergelijking met 2013 (96,9%) eveneens overeenstemt met een lichte daling van het percentage zendingen die binnen de termijnen worden afgegeven.

Figuur 40: Percentage Prior-brieven en aangetekende brieven afgegeven op D+1 (enkel AUPD)



Bron: BIPT

¹⁶<http://www.bipt.be/public/files/nl/21403/Besluit%20mbt%20controle%20verzendingstermijnen%202013.pdf>

Charles Cuvelliez
Lid van de Raad

Axel Desmedt
Lid van de Raad

Luc Vanfleteren
Lid van de Raad

Jack Hamande
Voorzitter van de Raad