



**I B P T**

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

*COMMUNIQUÉ DE PRESSE*

### **L'IBPT publie une étude relative au marché belge de la livraison de colis dans le cadre d'activités d'e-commerce**

**Bruxelles, le 14 juin 2017 - Au vu de l'importance croissante de l'e-commerce, l'IBPT souhaite obtenir une vision détaillée de la situation sur le marché des colis dans le cadre de l'e-commerce. KPMG a répertorié, à la demande de l'IBPT, les obstacles entravant le développement du secteur de l'e-commerce. L'étude, qui a été présentée aux parties prenantes, formule une série de recommandations en vue, d'une part, d'améliorer le fonctionnement du marché et, d'autre part, d'optimiser la position concurrentielle de la Belgique dans le secteur de l'e-commerce.**

Une forte croissance a pu être observée ces dernières années en Belgique en termes de chiffre d'affaires et de volumes, tant sur le segment des colis que de l'express. Le marché belge de l'e-commerce se caractérise par un volume national relativement faible, bien que la Belgique ait connu en 2015 la troisième plus forte croissance de l'e-commerce B2C parmi les pays européens. Malgré cette forte croissance, des pays voisins tels que la France, l'Allemagne et les Pays-Bas ont une plus grande maturité.

Bien que la Belgique dispose de fortes compétences logistiques et que diverses possibilités innovantes en matière de livraison sont disponibles sur le marché belge, il ressort de l'enquête de KPMG que les développements en matière d'e-commerce sont plus importants dans les pays voisins. Ces pays ont développé l'e-commerce plus rapidement et ont ainsi pu prendre de l'avance. La Belgique n'étant pas un pays pionnier en matière d'e-commerce, les entreprises belges de livraison de colis peuvent par conséquent rencontrer un éventuel désavantage concurrentiel sur leur propre marché par rapport aux acteurs internationaux en mesure de travailler et de proposer des services dans des conditions plus avantageuses.

En raison de la taille relativement réduite du marché national, le marché international revêt une importance cruciale pour les entreprises de livraison de colis et les détaillants en ligne belges. Ceux-ci doivent pouvoir suffisamment se profiler sur le marché international de l'e-commerce, afin d'obtenir des économies d'échelle et des synergies.

L'étude de KPMG souligne 3 principaux obstacles à la poursuite du développement du marché belge de l'e-commerce, malgré les nombreuses initiatives belges : 1) un manque d'harmonisation entre l'offre et la demande, 2) un manque de transparence au niveau des tarifs, de l'offre et des formalités et 3) un manque d'uniformité.

Pour y remédier, KPMG formule une série de recommandations à l'échelle internationale, nationale et régionale.

À l'échelle européenne et internationale, l'étude plaide pour une augmentation de la transparence dans le secteur international de l'e-commerce par la collecte et la publication de

données non sensibles du marché par les autorités publiques, telles que par ex. le chiffre d'affaires, les volumes, l'offre et les tarifs, les frais de douane et formalités douanières. En vue d'une meilleure uniformisation des obligations administratives, il faudrait travailler à la standardisation des codes-barres des entreprises de livraison de colis, la lettre de voiture électronique et une procédure simplifiée de déclaration des envois postaux à la douane. Enfin, il est recommandé d'introduire un système tarifaire plus équitable et contraignant pour le plus grand nombre possible d'opérateurs postaux.

À l'échelle nationale, KPMG recommande de mieux faire concorder les besoins et les attentes des entreprises de livraison de colis, des détaillants en ligne et des consommateurs finals en ce qui concerne les options et les préférences de livraison. Ainsi, l'on a souvent l'impression, du côté de l'offre, que les consommateurs souhaitent une livraison toujours plus rapide (ce qui se manifeste par conséquent aussi par les nouvelles tendances sur le marché, dont la « same day delivery » ou même la livraison dans les heures qui suivent la commande), mais l'enquête indique qu'une livraison rapide ne prime en général pas pour les consommateurs finals. Ceux-ci souhaitent principalement un tarif de livraison peu élevé et le confort (livraison à domicile). En outre, les entreprises de livraison de colis ont l'impression qu'il y a une demande limitée pour les livraisons en soirée et le dimanche, bien que l'étude des préférences des consommateurs finals révèle que c'est pourtant ce que souhaite une partie significative des consommateurs en ligne. L'étude de KPMG plaide par conséquent pour une collaboration plus étroite entre les différentes parties prenantes (détaillants en ligne, régulateur, opérateurs postaux, associations de clients) au sein d'un groupe de travail suivant les tendances dans le secteur de l'e-commerce de manière proactive. Afin d'améliorer la position concurrentielle des entreprises belges dans le secteur de l'e-commerce à l'échelle internationale, l'étude de KPMG recommande également d'adapter la législation du travail, plus spécifiquement au niveau du travail de nuit, des charges salariales et des heures de travail flexibles.

À l'échelle régionale, l'étude de KPMG plaide enfin pour des directives claires en matière d'obligation de reprise des déchets d'équipements électriques et électroniques, relativement méconnue et difficile à mettre en pratique. L'étude souligne également que le regroupement de colis, par exemple pour les envois non urgents, permettrait de stimuler la livraison de colis durable. Limiter le nombre de trajets permet de réaliser des économies, de préserver l'environnement et de réduire la densité de la circulation.

Pour de plus amples informations (à l'attention des journalistes), prière de contacter :

Dirk Appelmans  
Porte-parole

Pour de plus amples informations: [www.ibpt.be](http://www.ibpt.be)  
IBPT  
Ellipse Building - Bâtiment C - Boulevard du Roi Albert II 35  
1030 Bruxelles  
Tél. 02 226 88 88  
Fax 02 226 88 77  
[info@ibpt.be](mailto:info@ibpt.be)