

B I P T

**BELGISCH INSTITUUT VOOR POSTDIENSTEN
EN TELECOMMUNICATIE**

**MEDEDELING VAN DE RAAD VAN HET BIPT
VAN 22 JANUARI 2013
MET BETREKKING TOT
HET OBSERVATORIUM VAN DE MARKT VAN DE BELGISCHE
POSTACTIVITEITEN VOOR 2010 EN 2011**

INHOUDSOPGAVE

1. Inleiding	3
2. Toepassingsgebied van het observatorium en structuur van de Belgische postmarkt.....	4
3. Beschrijving van de Belgische markt voor de levering van postdiensten voor de jaren 2010 en 2011	7
3.1. OVERZICHT VAN DE POSTMARKT.....	7
3.2. FOCUS OP DE MARKT VOOR PAKKETTEN EN SNELPOST	13
4. Investerings en tewerkstelling in de postsector	14
4.1. INVESTERINGEN IN DE POSTSECTOR.....	14
4.2. TEWERKSTELLING IN DE POSTSECTOR.....	14
5. Kwaliteit van de dienstverlening.....	16
5.1. TOEGANKELIJKHEID VAN DE POSTALE SERVICEPUNTEN	16
5.2. TEVREDENHEID VAN DE GEBRUIKERS VAN POSTDIENSTEN	18
5.3. CONTINUÏTEIT VAN DE POSTDIENSTEN	19
5.4. TERMIJNEN VOOR POSTVERZENDING	20
5.5. INNOVERENDE DIENSTEN	21
6. Bronnen voor de realisatie van het observatorium.....	22

1. Inleiding

Het Belgisch Instituut voor postdiensten en telecommunicatie wil een permanent observatorium van de markt van de Belgische postactiviteiten opzetten in het kader van de functies die aan het BIPT werden toegekend door de wet van 21 maart 1991, in het bijzonder door artikel 134, "*voor duidelijk omschreven statistische doeleinden, voor marktanalyses en voor alle maatregelen die tot de transparantie kunnen bijdragen*".

Net als in negen andere Europese landen (Bulgarije, Denemarken, Frankrijk, Ierland, Italië, Oostenrijk, Portugal, Slovenië en Spanje) kende ook de Belgische postsector een keerpunt in 2011 door de afschaffing van de voorbehouden dienstverlening inzake briefwisseling van minder dan 50g aan de postoperator die belast is met de universele postdienst (bpost).

De opheffing van dit monopolie houdt in dat iedere operator die voldoet aan de wettelijke vereisten voortaan, naast de niet-universele postdiensten, ook alle universele postdiensten mag aanbieden.

In deze context van liberalisering vormt de oprichting van een observatorium van de postactiviteiten een belangrijk instrument om de ontwikkeling van de postmarkt op te volgen. De informatie uit een dergelijke 'monitoring' kan namelijk bijdragen tot meer inzicht in de mechanismen van concurrentieontwikkeling.

Bovendien laat een dergelijk observatorium toe om – in een wereldwijde context van dalende volumes en omzetcijfers voor de postsector (tussen 2006 en 2011 daalden de volumes voor brievenpost wereldwijd gemiddeld met 3,1% per jaar¹ en tussen 2004 en 2010 daalden de omzetcijfers met 37% in de 27 EU-landen² en met 12% in de VS³) – te benadrukken hoe goed de Belgische postsector standhoudt en om tegelijk ook de inspanningen te onderstrepen op het vlak van kwaliteit van de dienstverlening en tevredenheid van de consument.

De indicatoren in dit observatorium moeten alle actoren in de postsector (afzenders, geadresseerden, operatoren, diverse bemiddelaars ...) een beeld geven van de structuur van de markt. Ze bieden inzicht in de markt wat betreft het aanbod, de evolutie van de activiteit van de universeledienstleverancier en zijn concurrenten, en de resultaten van de postactiviteit in België op het vlak van kwaliteit van de dienstverlening en innovatie voor de gebruikers van deze diensten.

¹ Bron: UPU – Postal Statistics 2011

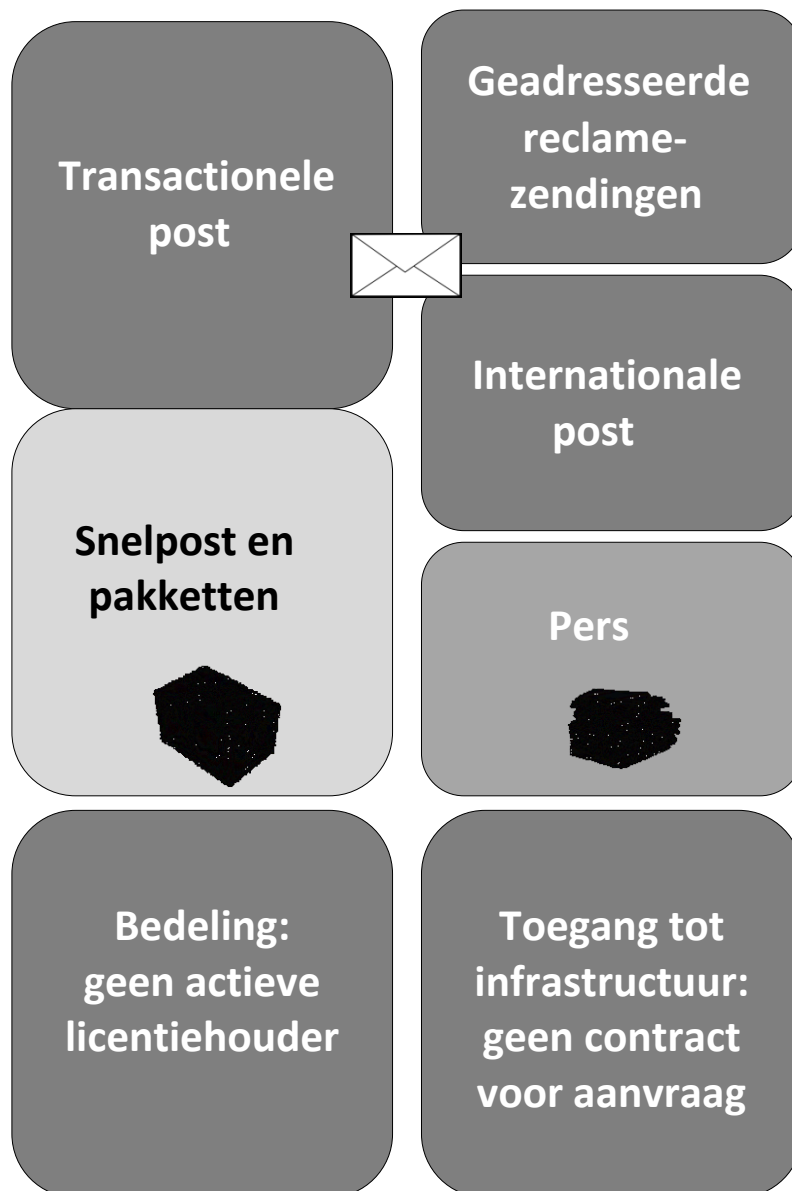
² Bron: Eurostat – Statistieken 2011

³ Bron: USPS – Postal Facts 2011

2. Toepassingsgebied van het observatorium en structuur van de Belgische postmarkt

Het toepassingsgebied van de postactiviteiten die het voorwerp uitmaken van dit observatorium kan worden onderverdeeld in zes categorieën, zoals weergegeven in de onderstaande figuur:

Figuur 1 – Segmentering van de postactiviteiten in het observatorium



Activiteiten inzake voorsortering en bedeling van niet-geadresseerde reclame vallen niet onder dit observatorium.

Op het eerste gezicht zijn er in de Belgische postmarkt een zeer groot aantal spelers actief die geacht worden postdiensten te leveren: de Rijksdienst voor Sociale Zekerheid (RSZ) telt er meer dan 500, terwijl sommige gidsen (zoals de Gouden Gids) er meer dan 700 bevatten.

Bij de oprichting van dit observatorium was het dan ook noodzakelijk om vooraf te bepalen welke spelers effectief moeten worden opgevolgd.

Naast de historische postoperator bpost (die belast is met de universele dienstverlening tot 31 december 2018 en actief is in alle segmenten) zijn nog vier grote internationale integratoren (DHL, FEDEX, TNT, UPS) actief in de Belgische snelpostsector.

Bovendien zijn ook de concurrerende posters uit de buurlanden actief op de Belgische markt. Zo zien we in bepaalde segmenten van de postmarkt een actieve ontwikkeling van gespecialiseerde koerierbedrijven die deel uitmaken van grote Europese postgroepen.

DPD bijvoorbeeld, een filiaal van de Franse groep La Poste, is in België aanwezig met een levering van meer dan 7.200 verzendingen per dag, heeft 500 eigen depots in meer dan 30 landen en levert 2 miljoen verzendingen af per dag.

Ook G3 Worldwide is via zijn dochteronderneming Spring Globalmail zeer sterk aanwezig in het segment van de internationale post voor bedrijven en levert dagelijks allerlei soorten commerciële briefwisseling, catalogi en facturen af in alle uithoeken van de wereld.

Binnen het perssegment verzorgt bpost de openbare dienst van de vervroegde krantenbedeling (vóór 7u30). Deze bedeling betreft uitsluitend de bedeling van dagbladen aan abonnees (ongeveer 130 miljoen exemplaren per jaar). Belgische Distributiedienst (BD) bezit een marktaandeel van 13% voor de bedeling van dagbladen, voornamelijk in Brussel en Antwerpen.

Deltamedia is een dochteronderneming van bpost die instaat voor de bedeling van dagbladen aan de abonnees van bepaalde persgroepen, zoals VUMedia en Uitgeversbedrijf De Tijd.

Belgische Distributiedienst (BD) domineert ook de markt van de niet-geadresseerde zendingen met een marktaandeel van meer dan 75%. Bij de geadresseerde reclamezendingen ligt het aantal concurrenten veel hoger, maar toch blijft dit segment gedomineerd door bpost. De andere spelers (Publmail, Evadix DMS, de groep Joos, Arvato Print & Mail Services, Link 2 Biz ...) beschikken hier niet over een aanzienlijk activiteitsniveau.

Ondanks deze schijnbare versnippering van de Belgische postmarkt blijft de markt voor de levering van postdiensten zeer geconcentreerd: meer dan 99% van de omzet op die markt wordt gegenereerd door de negen spelers in de onderstaande tabel⁴. Enkel deze laatste vallen onder het onderzoeksgebied van dit observatorium.

⁴ Voor de bepaling van de marktspelers die onder het observatorium vallen werden de omzetcijfers gebruikt uit de analyse van 2011 van de Balanscentrale van de Nationale Bank van België.

**Figuur 2 – Belangrijkste spelers op de Belgische markt
voor de levering van postdiensten**

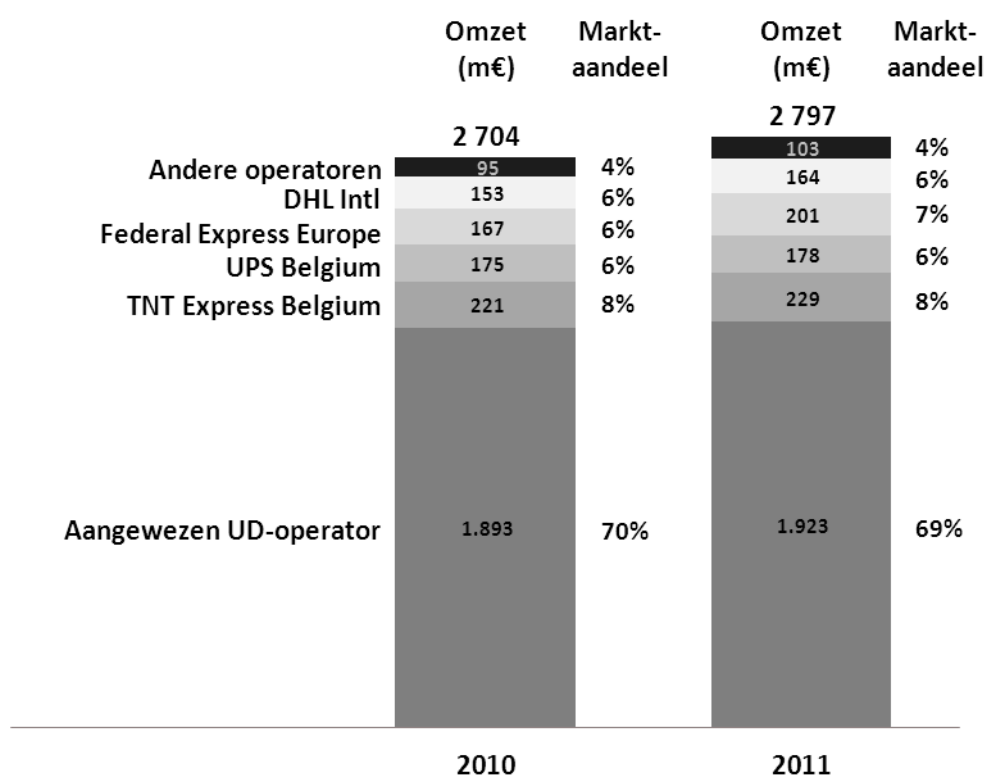
Operatoren	Gedr. post	Pakketten / Snelpost	Reclame- zendingen	Pers	Intern. post	Andere
bpost						
BD (Belgische Distributiedienst)						
DHL Intl						
DPD Belgium						
Federal Express Europe						
G3 Worldwide						
Geodis-Ciblex Belgium						
TNT Express Belgium						
UPS Belgium						

3. Beschrijving van de Belgische markt voor de levering van postdiensten voor de jaren 2010 en 2011

3.1. Overzicht van de postmarkt

De totale omzet uit de levering van postdiensten bedraagt 2,77 miljard euro voor 2011⁵, een lichte daling met 3,7% tegenover 2010. Het aandeel van bpost in de totale omzet op de postmarkt bedraagt ongeveer 70% in 2011, een daling met 1,3% tegenover 2010.

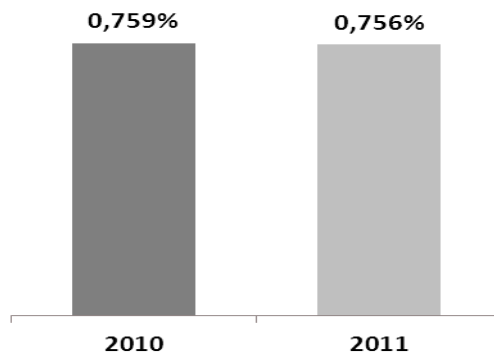
Figuur 3 – Omzetcijfers en marktaandelen van de postsector voor de jaren 2010 en 2011



Het aandeel van de omzet uit de levering van postdiensten in het Belgisch bruto binnenlands product bleef in 2011 met bijna 0,75% van het bbp onveranderd ten opzichte van 2010.

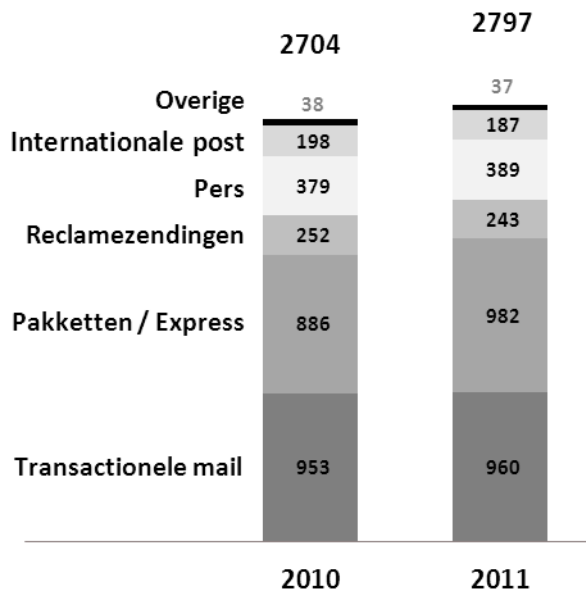
⁵ Dit betreft de omzetcijfers in de eerder bepaalde segmenten. Ze omvatten dus geen inkomsten uit activiteiten inzake voorsortering en bedeling van niet-geadresseerde reclame. Voor bpost zijn de financiële diensten en de producten/diensten van derden (buiten post, pakketten en snelpost) niet opgenomen in deze omzetcijfers.

Figuur 4 – Aandeel van de postactiviteit in het bbp van België



Met 1,75 miljard euro bleef de omzet uit brievenpost zo goed als constant ten opzichte van vorig jaar (-0,1%). In absolute cijfers vertegenwoordigde deze omzet twee derden van de totale markt, een daling met ongeveer 2% tegenover 2010. De stijging van de omzet voor de totale markt is dan ook toe te schrijven aan de stijging van de omzet uit pakketten en snelpost met bijna 11% (cf. Focus op de snelpostmarkt).

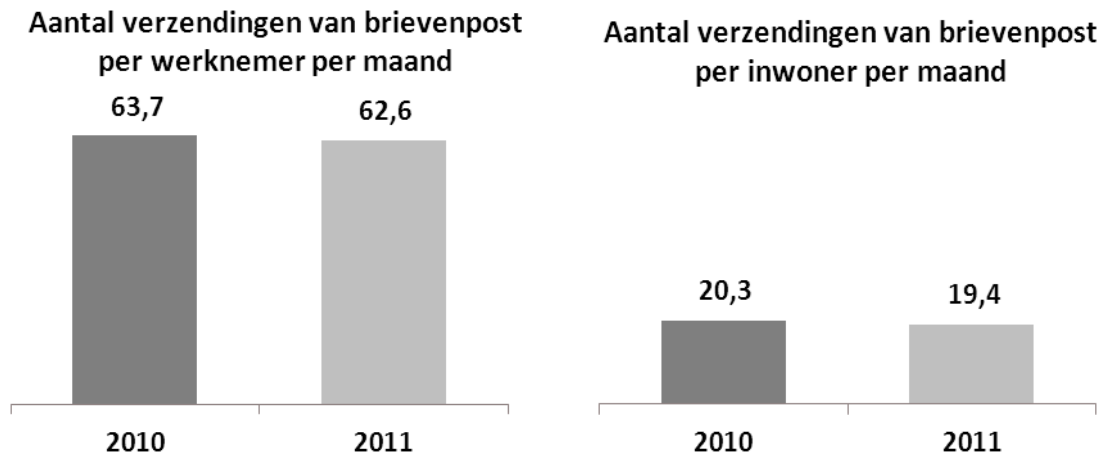
Figuur 5 – Omzet uit de levering van postdiensten (in miljoen euro)



Ondanks deze stabiliteit in termen van omzet, daalden de volumes op de markt van de brievenpost met 2,9%, al is die daling nog meer uitgesproken in onze buurlanden.

In 2011 vertegenwoordigde de brievenpost 19,4 verzendingen per inwoner per maand (ofwel 0,9 verzendingen minder per maand dan in 2010) en 62,6 verzendingen per werknemer van de sector per maand (ofwel 1,1 verzendingen minder per maand dan in 2010).

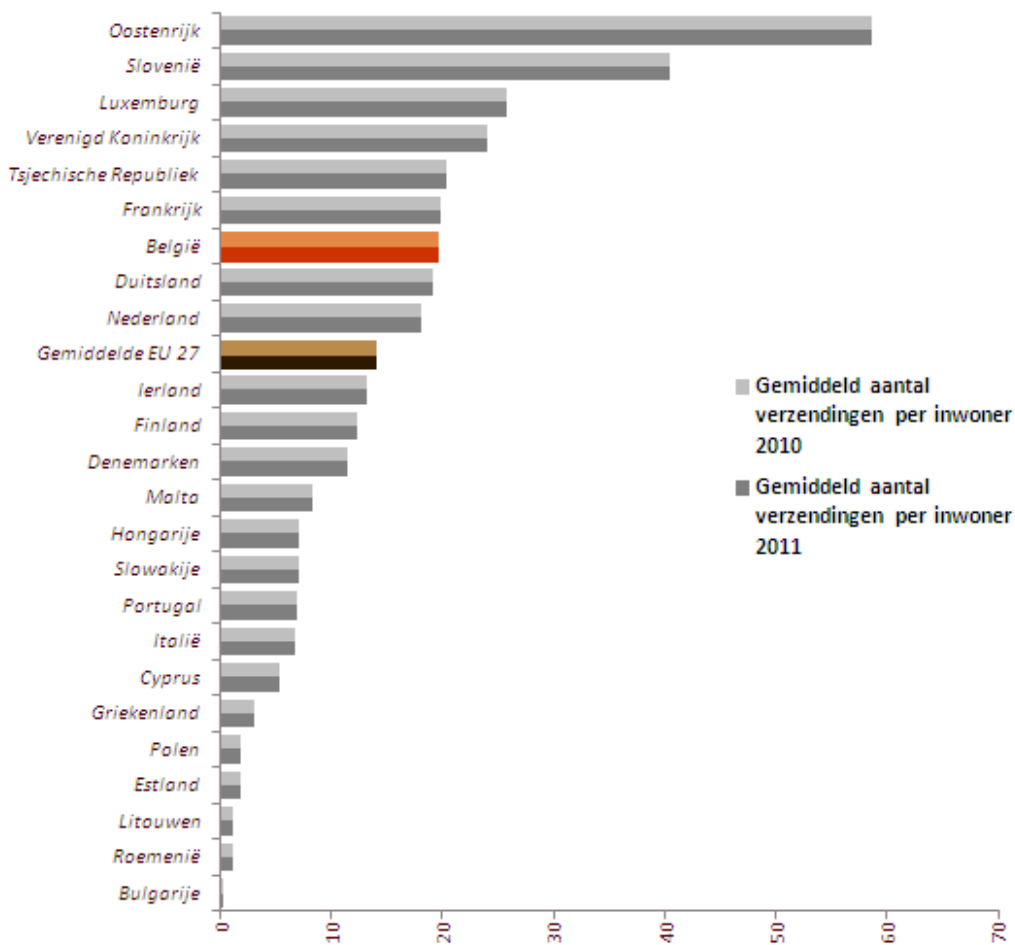
Figuur 6 – Volume brievenpost per werknemer in de postsector en per inwoner van België



Het aantal verzendingen van brievenpost per inwoner van België per maand ligt onder het EU-gemiddelde⁶, zoals blijkt uit Figuur 7.

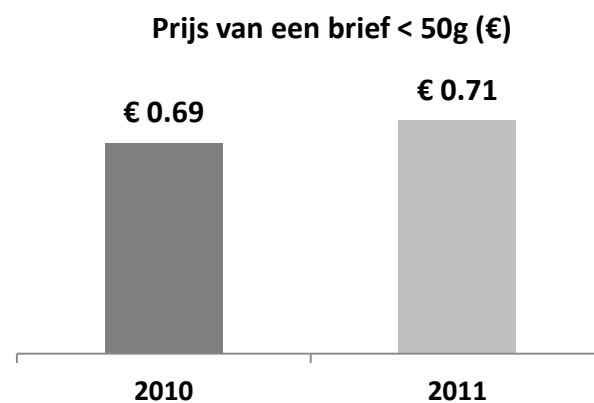
⁶ 27 EU-landen, met uitzondering van Denemarken, Estland en Spanje.

Figuur 7 – Aantal verzendingen van brievenpost per inwoner per maand in Europa



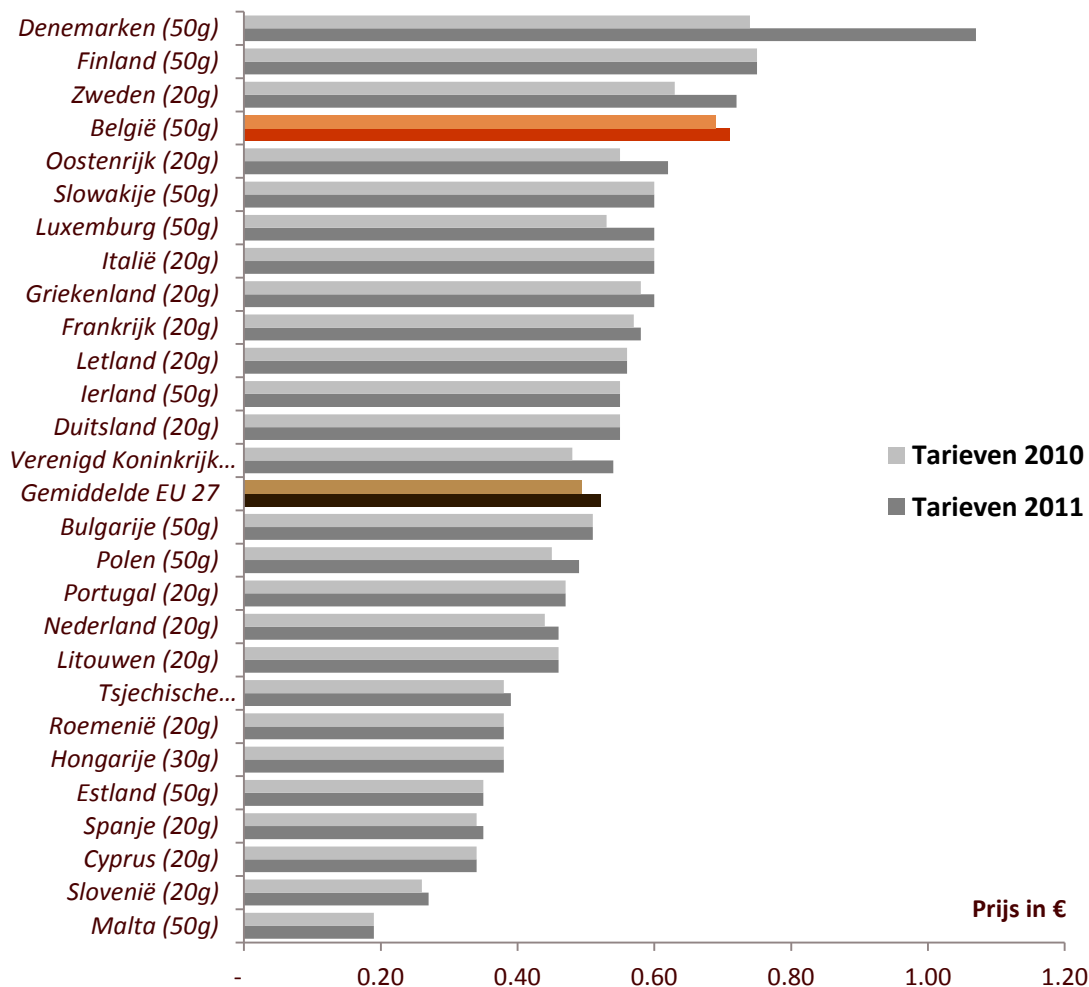
De lichte daling van de volumes in zowel België als de hele Europese Unie werd echter gecompenseerd door een stijging van de tarieven: de nominale waarde van het Prior-tarief in België steeg van € 0,69 in 2010 tot € 0,71 in 2011, ofwel een stijging met 2,9% van de verkoopprijs van de dienst voor verzending en bedeling. Dit verklaart dan ook de stabiliteit van de markt in termen van omzetcijfers.

Figuur 8 – Tarief voor Prior-zendingen < 50g



Het tarief voor verzending en bedeling van genormaliseerde brieven in België behoort tot de hoogste in Europa, zoals blijkt uit de onderstaande figuur.

Figuur 9 – Tarief voor genormaliseerde nationale zendingen in Europa⁷

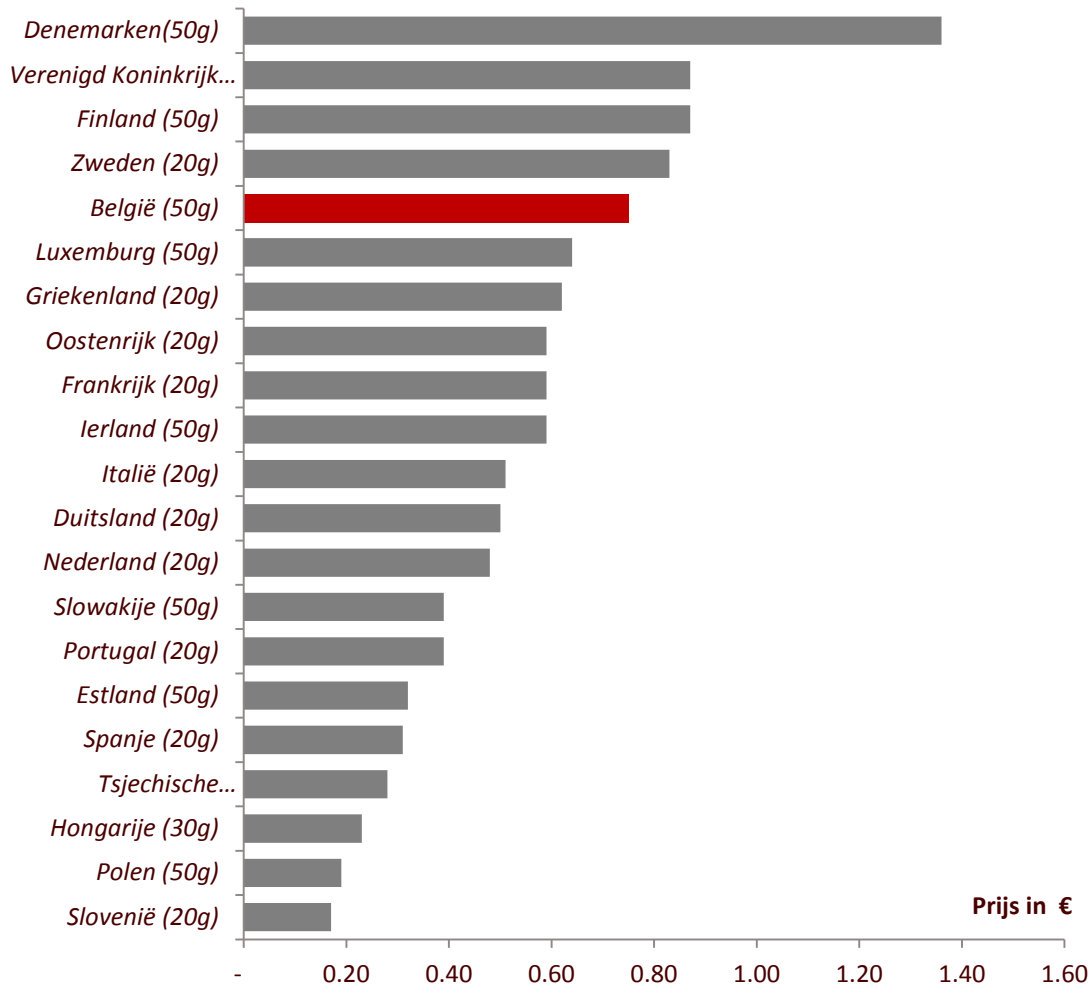


Dezelfde vergelijking van de prijs van de verrichting inzake vervoer en bedeling van een genormaliseerde brief kan worden gedaan door de tarieven van 21 Europese landen uit te drukken in koopkrachtpariteit (KKP), waardoor een rechtstreekse vergelijking mogelijk wordt waarbij de verschillen in levensniveau tussen landen worden geneutraliseerd.

Volgens deze aanpak zit België nog steeds bij de Europese landen waar de prijs van de verrichting inzake vervoer en bedeling van een genormaliseerde brief het hoogst blijft.

⁷ Opmerking: het maximumgewicht van een standaardbrief ligt volgens het land tussen 20 en 50 gr., zoals tussen haakjes vermeld achter de naam van het land.

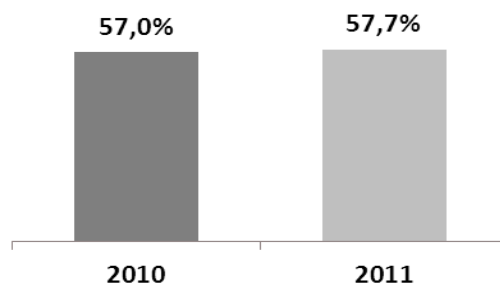
Figuur 10 - Prijs 2012 uitgedrukt in koopkrachtpariteit (KKP) van de binnenlandse dienst voor standaardbrieven in Europa



Voor de brievenpostmarkt vertoont het aandeel van de verzendingen van minder dan 50g (de sector die tot 2011 voorbehouden was voor bpost) een lichte stijging met 0,7%.

Figuur 11 – Aandeel van de verzendingen < 50g in het volume aan brievenpost

**Aandeel van de verzendingen < 50g
in het volume aan brievenpost**



3.2. Focus op de markt voor pakketten en snelpost

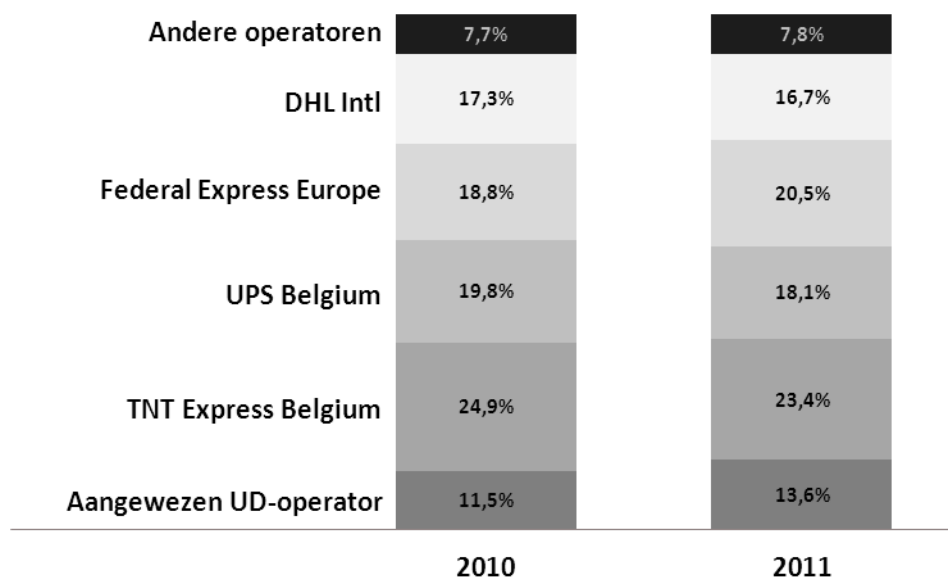
Het blijft moeilijk om duidelijk de grens aan te geven tussen pakketten en snelpost. De verzending van pakketten omvat steeds meer diensten die ook snelpost kenmerken (tracking, verzekering van de inhoud, levertermijnen ...).

De alternatieve privéoperatoren zijn in België bijzonder actief in het segment van pakketten en snelpost, net als de nationale universeledienstoperatoren uit de buurlanden, die via hun dochterondernemingen ook buiten hun binnenlandse markt actief zijn.

De concurrentie wordt dus steeds groter in dit segment, dat een dynamische ontwikkeling kent: de omzetgroei met 11% komt ten goede aan de alternatieve operatoren, die meer dan 2% marktaandeel winnen in dit segment.

Deze concurrentie stimuleert de innovatie binnen de sector: er ontstaan alternatieve netwerken voor ophaling, bedeling en afhaling van verzendingen, bijvoorbeeld via de dienst 'bpack 24/7' van bpost, de automaten voor het versturen en ophalen van pakketten.

Figuur 12 – Marktaandelen in omzetcijfers voor het segment voor pakketten en snelpost



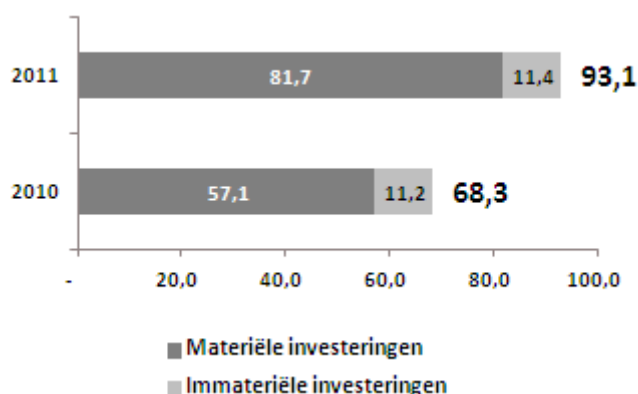
4. Investerings en tewerkstelling in de postsector

4.1. Investerings in de postsector

In 2011 werd door de operatoren 93,1 miljoen euro geïnvesteerd in de postsector⁸, ofwel een stijging met meer dan 36% tegenover 2010. Deze toename is vooral toe te schrijven aan de stijging van de materiële investeringen, d.w.z. in infrastructuur, uitrusting, sorteermachines en gebouwen. Deze investeringen waren goed voor 81,7 miljoen euro in 2011, ofwel een stijging met 43% tegenover 2010.

De investeringen in immateriële activa blijven met 11,4 miljoen euro in 2011 stabiel ten opzichte van 2010.

Figuur 103 – Investerings in de postsector (in miljoen euro)



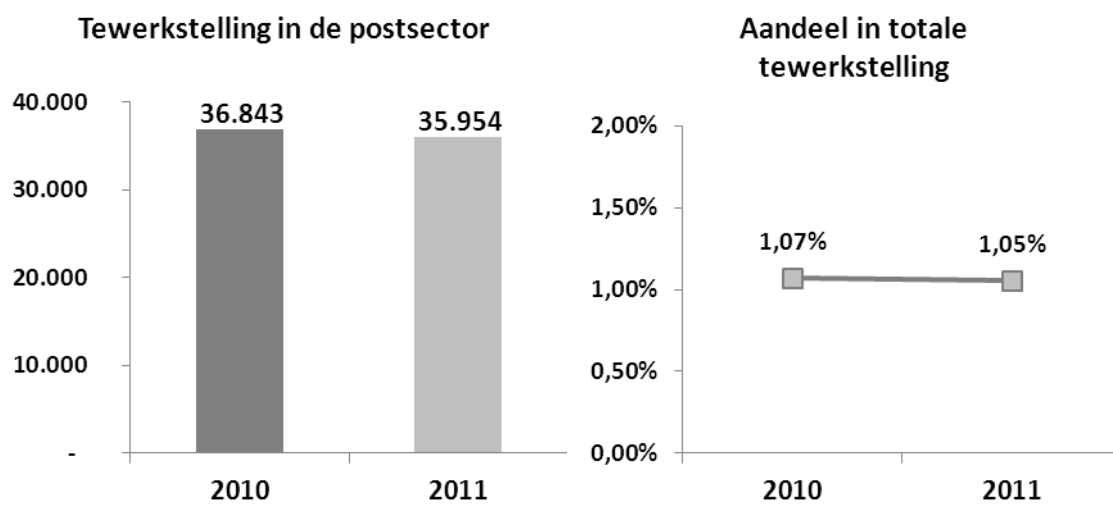
4.2. Tewerkstelling in de postsector

Met ongeveer 1.000 arbeidsplaatsen minder dan in 2010 zette de neerwaartse trend van de voorbije jaren zich door in de tewerkstelling die rechtstreeks gekoppeld is aan de Belgische postsector, hoewel de daling minder sterk wordt.

De postsector was goed voor 1,05% van de totale tewerkstelling in België in 2011, met bijna 36.000 directe arbeidsplaatsen. Het aantal werknemers van de alternatieve operatoren vertegenwoordigt ongeveer 15% van deze tewerkstelling.

⁸ Behalve voor bpost stemt het investeringsbedrag overeen met de netto evolutie van de vaste activa in 2010 en 2011. Het gaat dus om netto-investeringen in vaste activa.

Figuur 114 – Indicatoren voor tewerkstelling gekoppeld aan postactiviteiten in België



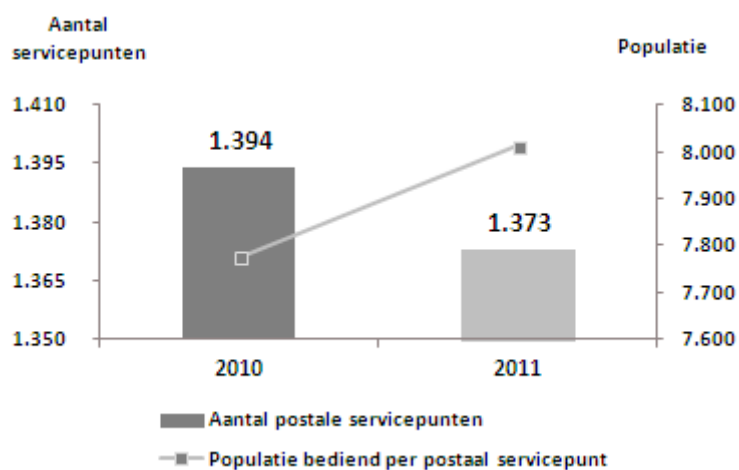
5. Kwaliteit van de dienstverlening

5.1. Toegankelijkheid van de postale servicepunten

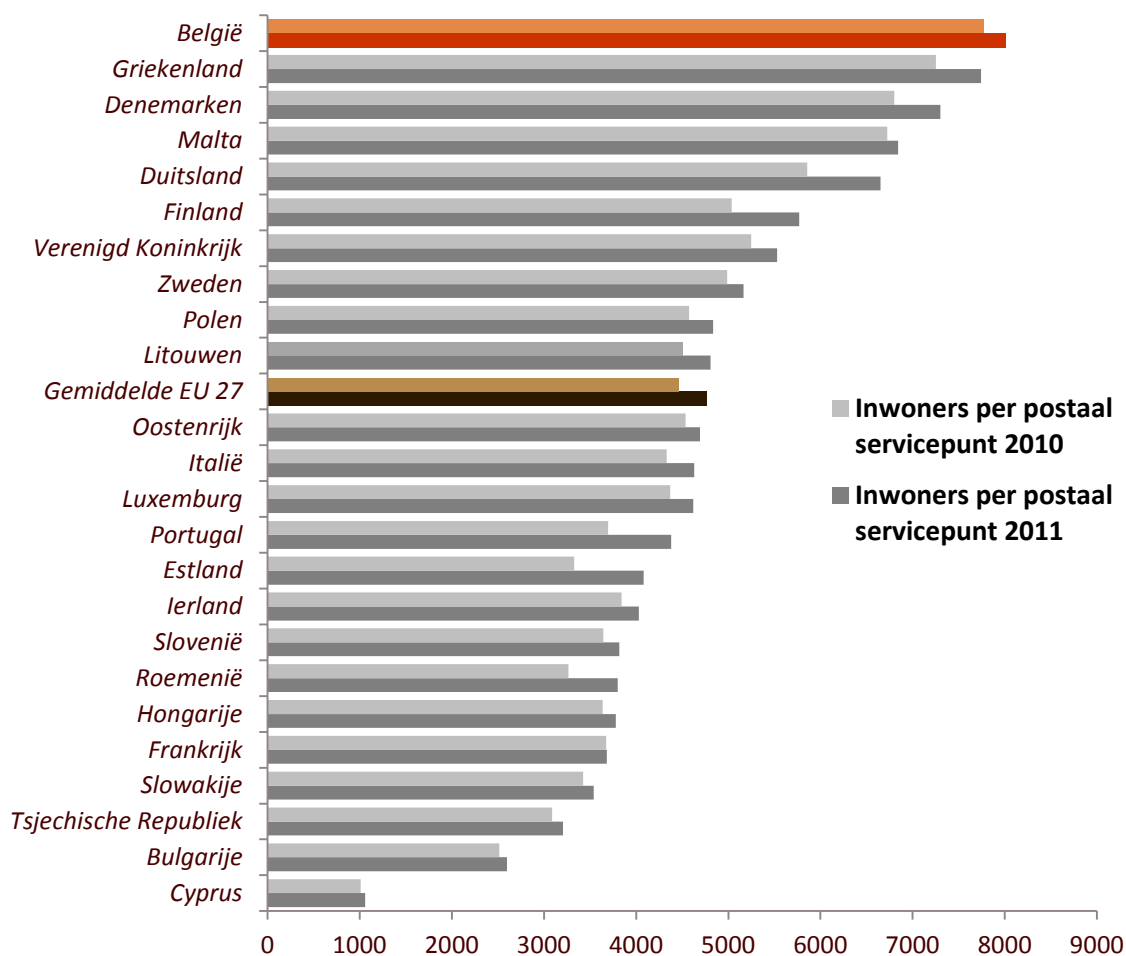
In 2011 leverden 1.373 servicepunten (postkantoren of PostPunten) postdiensten voor het hele Belgische grondgebied, ofwel een daling met 1,5% tegenover 2010.

Eén enkel postaal servicepunt bediende dus gemiddeld 8.012 personen in 2011, ofwel 3% meer dan in 2010.

Figuur 15 – Aantal postale servicepunten in België en gemiddelde populatie bediend per servicepunt

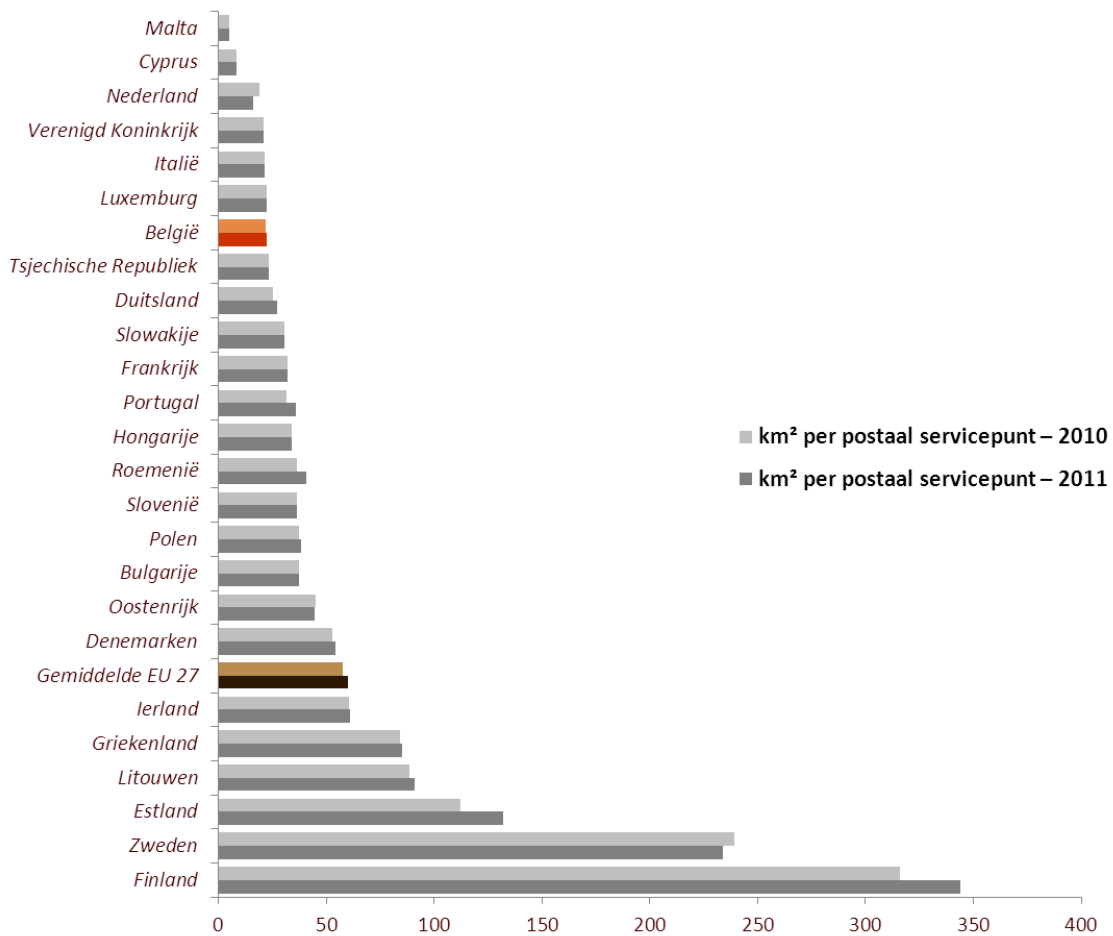


Figuur 16 – Gemiddelde populatie bediend per postaal servicepunt in Europa



Het aantal km² bediend door een postaal servicepunt is stabiel tussen 2010 en 2011 en dat is 22 km².

Figuur 17 – Gemiddelde oppervlakte bediend per postaal servicepunt in Europa

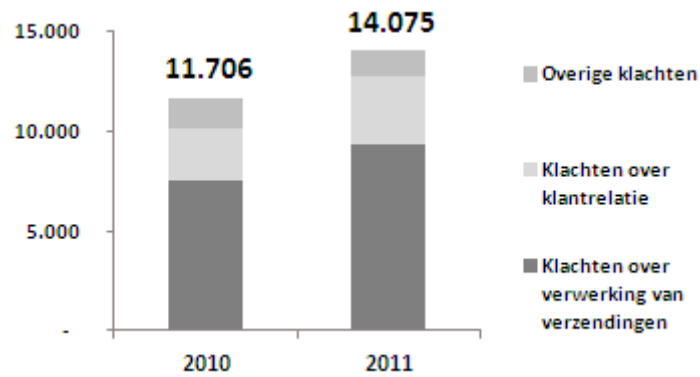


5.2. Tevredenheid van de gebruikers van postdiensten

In 2011 werden ongeveer 14.000 klachten ingediend bij de ombudsdienst voor de postsector, ofwel een stijging met 20% tegenover 2010.

De meeste klachten hadden te maken met de verwerking van de verzendingen (brieven, pakketten) en met de klantrelatie.

Figuur 18 – Aantal klachten ingediend bij de ombudsdienst



De klachten over de verwerking van de verzendingen, de grootste categorie van klachten, gingen vooral over foutieve bedeling en een algemene achteruitgang van de dienstverlening (afstand tot het postkantoor voor het ophalen van een verzending, variabel tijdstip van bezorging ...). Deze klachten hadden voornamelijk betrekking op bpost, door zijn sterke relatieve aanwezigheid in de 5 segmenten die het voorwerp uitmaken van dit observatorium.

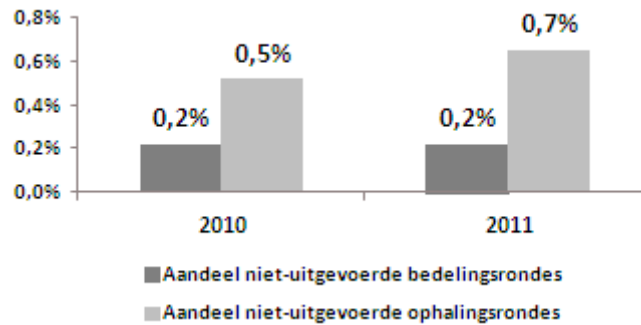
De klachten over de klantrelatie hadden betrekking op alle bedrijven die actief zijn in de postmarkt. Ze hielden vaak verband met het verstrekken van foutieve informatie, onbereikbaarheid, te lange wachttijden bij de callcenters ...

We wijzen erop dat bpost in 2012 een 'charter voor klantvriendelijkheid' heeft ondertekend, dat in een aantal tools voorziet om de kwaliteit van de dienstverlening te meten.

5.3. Continuïteit van de postdiensten

De continuïteit van de diensten voor ophaling en bedeling bleef in 2011 stabiel ten opzichte van 2010: slechts 0,2% van de voorziene ophaalrondes en 0,7% van de voorziene bedelingsrondes werden in 2011 niet verzekerd door bpost.

Figuur 19 – Continuïteit van de diensten voor ophaling en bedeling van de post in België

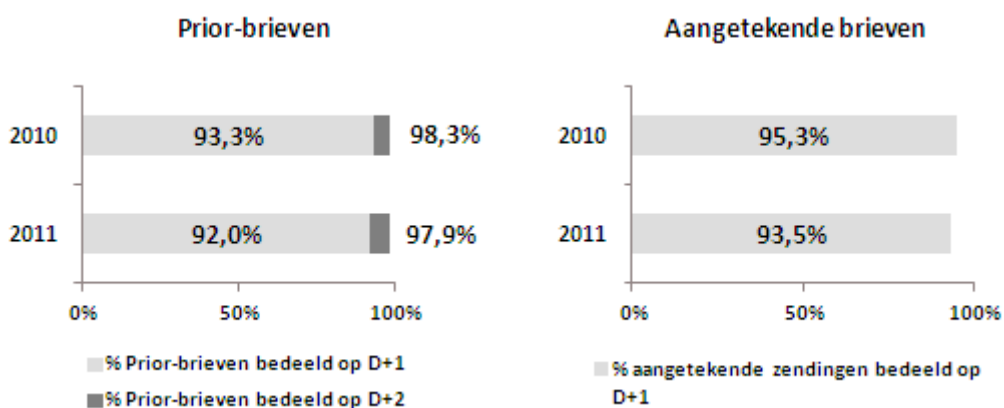


5.4. Termijnen voor postverzending

De naleving van de verzendingstermijnen zoals bepaald in de beheerovereenkomst tussen bpost en de federale overheid wordt jaarlijks door de regulator gecontroleerd door een specifiek onderzoek naar de kwaliteit van de dienstverlening. Dit onderzoek (het BELEX-onderzoek) werd in 2002 gelanceerd op vraag en onder toezicht van het BIPT. Het meet de effectieve snelheid waarmee bpost brieven verzendt en bedelt aan de hand van testzendingen. Enkel bpost wordt aan deze controle onderworpen, omdat de concurrenten geen voorgeschreven doelstellingen hebben inzake kwaliteit van de dienstverlening.

In 2011 werd 92% van de binnenlandse stukpostzendingen gefrankeerd aan Prior-tarief afgeleverd op D+1 en 98% op D+2. Bij de aangetekende brieven werd 93,5% van de zendingen afgeleverd op D+1.

Figuur 20 – Termijnen voor verzending van Prior-brieven en aangetekende zendingen



5.5. Innoverende diensten

De kwaliteit van de dienstverlening en de tevredenheid van de gebruikers kunnen ook worden verbeterd door het ter beschikking stellen van nieuwe diensten aan de gebruikers. In 2011 lanceerde bpost een aantal nieuwe diensten, die vooral de toegankelijkheid tot zijn producten en diensten moeten ontwikkelen: 'Selfpost' is een dienst voor het frankeren en verzenden via automaten buiten de openingsuren van de traditionele servicepunten, en ook via 'bpack 24/7' kunnen pakketten worden verstuurd en opgehaald via een automaat. Ten slotte focust bpost op het informeren van de klant door de kosten voor verzending van e-commerce-aankopen meer transparant te maken door middel van de 'Globify'-dienst, door het bestaande trackingsysteem 'track & trace' voor pakketten uit te breiden naar aangetekende zendingen, en door industriële klanten te informeren over de ecologische voetafdruk van een reclamecampagne.

Figuur 21 – Niet-volledige lijst van innoverende diensten voor gebruikers

Innoverende diensten	Beschrijving van de dienst
Globify	E-commercedienst die zorgt voor een volledige transparantie van de verschillende kosten voor grensoverschrijdende e-shopping (taksen, transportkosten ...)
Selfpost	Oplossing voor frankering en verzending van post
Mobile postcard	Smartphone-applicatie voor het creëren en verzenden van postkaarten
Bpack 24/7	Automaat voor het versturen en ophalen van pakketten
Mail ID	Systeem met unieke barcodes
Track & Trace	Optie 'track & trace' voor aangetekende zendingen van particulieren
DM Carbon Meter	Tool voor klanten die hun CO2-impact op de volledige levenscyclus van een reclamecampagne met geadresseerde mailings willen meten

6. Bronnen voor de realisatie van het observatorium

De gegevens zijn afkomstig van een onderzoek bij de betrokken operatoren, die verplicht waren hieraan deel te nemen zoals bepaald in artikel 134 van de wet van 21 maart 1991.

Daarnaast werden ook andere openbare informatiebronnen gebruikt voor de realisatie van dit observatorium:

- bpost: jaarverslag 2011
- Nationale Bank van België: Balanscentrale
- RSZ: loontrekkende tewerkstelling in België
- Statbel
- OMPS: jaarverslag 2011
- UPU: Postal Statistics 2011
- Deutsche Post: International Letter Prices Survey, 2011