

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

I B P T

**COMMUNICATION DU CONSEIL DE L'IBPT
DU 22 JANVIER 2013
CONCERNANT
L'OBSERVATOIRE DU MARCHÉ DES ACTIVITÉS POSTALES EN BELGIQUE
POUR 2010 ET 2011**

TABLE DES MATIÈRES

1. Introduction.....	3
2. Périmètre de l'observatoire et structure du marché postal en Belgique.....	4
3. Description du marché belge de la fourniture de services postaux pour les années 2010 et 2011.....	7
3.1. PANORAMA DU MARCHÉ POSTAL.....	7
3.2. FOCUS SUR LE MARCHÉ DES COLIS ET DES ENVOIS EXPRESS.....	12
4. Investissement et emploi des activités postales	14
4.1. INVESTISSEMENT DANS LE SECTEUR POSTAL.....	14
4.2. EMPLOIS DANS LE SECTEUR POSTAL.....	14
5. Qualité de service	16
5.1. ACCESSIBILITE DES POINTS DE SERVICE POSTAL	16
5.2. SATISFACTION DES UTILISATEURS DE SERVICES POSTAUX.....	18
5.3. CONTINUITÉ DES SERVICES POSTAUX.....	19
5.4. DELAIS D'ACHEMINEMENT DU COURRIER.....	20
5.5. SERVICES INNOVANTS.....	21
6. Sources utilisées pour la réalisation de l'observatoire.....	22

1. Introduction

L'Institut Belge des services Postaux et des Télécommunications souhaite mettre en place de manière pérenne un observatoire du marché des activités postales en Belgique, dans le cadre des fonctions qui lui sont attribuées par la loi du 21 mars 1991, notamment à l'article 134, afin de « *poursuivre des objectifs statistiques précis, pour les analyses de marché et pour toutes les mesures qui peuvent contribuer à la transparence* ».

Comme dans neuf autres pays européens (Autriche, Bulgarie, Danemark, Espagne, France, Irlande, Italie, Portugal, Slovénie), l'année 2011 a été marquée par un tournant important pour le secteur postal en Belgique, avec la disparition du service réservé à l'opérateur postal en charge du service universel, bpost, sur le segment des envois de correspondance de moins de 50g.

Cette fin du monopole implique que tout opérateur satisfaisant aux exigences légales pourra désormais prêter la totalité du service postal universel, en plus des services postaux non universels.

Dans ce contexte d'ouverture à la concurrence, l'établissement d'un observatoire des activités postales constitue un élément important de mesure du développement du marché postal. Un monitoring du marché permet en effet d'apporter des éléments d'information susceptibles de faciliter la compréhension des mécanismes de développement de la concurrence.

En outre, dans un contexte mondial de décroissance des volumes et des revenus postaux (-3,1% de baisse de volumes de la poste aux lettres en moyenne annuelle entre 2006 et 2011 à l'échelle mondiale¹, -37% de baisse des revenus entre 2004 et 2010 pour l'UE 27², -12% de baisse des revenus pour les Etats Unis³ sur la même période), un tel observatoire permet de mettre en lumière la bonne tenue actuelle du secteur postal en Belgique, tout en soulignant les efforts réalisés en matière de qualité de service et de satisfaction du consommateur.

Les indicateurs présents dans cet observatoire ont pour objectif d'offrir une représentation de la structure du marché à destination de l'ensemble des parties prenantes du secteur postal (expéditeurs, destinataires, opérateurs, acteurs intermédiaires divers, etc.). Ces indicateurs permettent d'appréhender le marché du point de vue de l'offre, l'évolution de l'activité du fournisseur de service universel et de ses concurrents, ainsi que les résultats de l'activité postale en Belgique en termes de qualité de service et d'innovation pour les utilisateurs de ces services.

¹ Source : UPU – Statistiques 2011

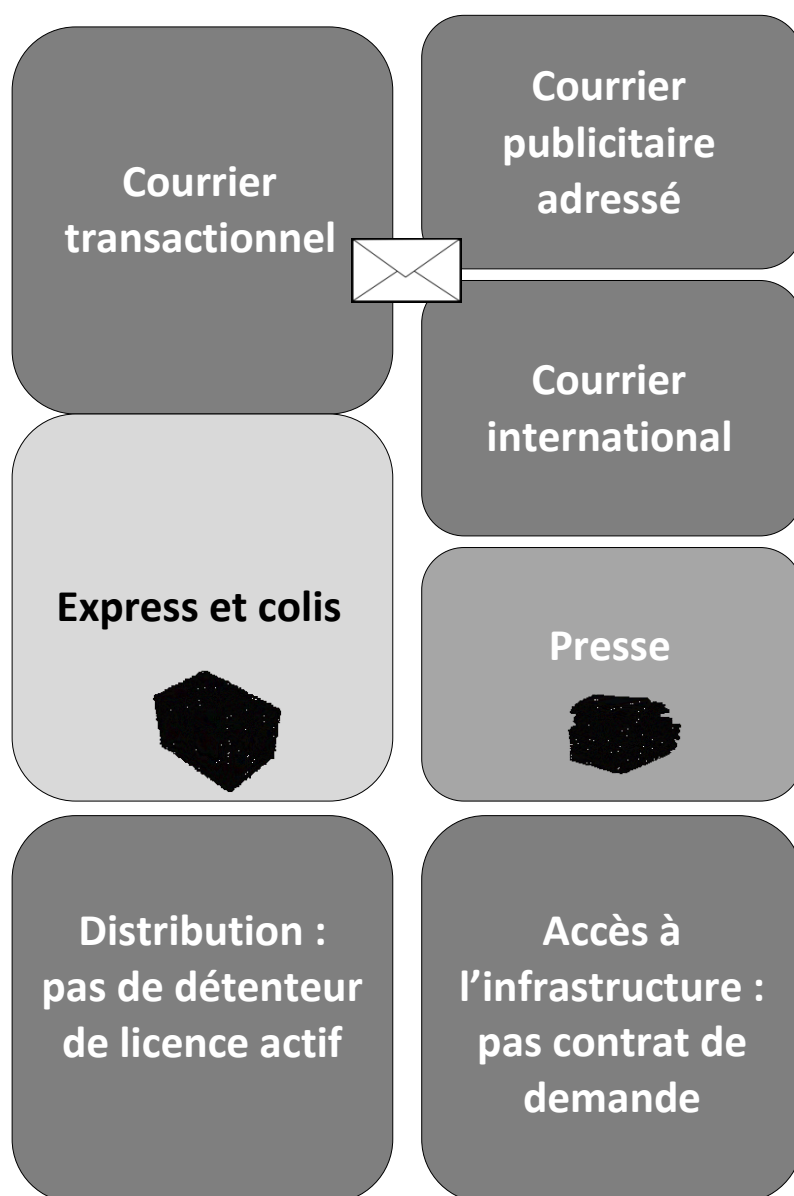
² Source : Eurostat – Statistiques 2011

³ Source : USPS – Postal Facts 2011

2. Périmètre de l'observatoire et structure du marché postal en Belgique

Le périmètre des activités postales prises en compte dans le cadre de cet observatoire peut être segmenté en six catégories, comme représenté sur la figure ci-après :

Figure 1 - Segmentation des activités postales retenue dans le cadre de l'observatoire



Les activités de routage ainsi que les activités relatives à la distribution de courrier publicitaire non adressé ne sont pas considérées dans le périmètre du présent observatoire

En première approche, le marché postal belge est caractérisé par la présence d'un très grand nombre d'acteurs, réputés fournir des services postaux : l'Office National de Sécurité Sociale

(ONSS) recense en effet plus de 500 acteurs sur ce marché, tandis que certains annuaires (par exemple les Pages d'Or) en recensent plus de 700.

Dans ce contexte, la mise en place de cet observatoire a nécessité d'identifier au préalable le périmètre des acteurs à prendre effectivement en compte dans le champ des observations.

Outre l'opérateur postal historique, bpost, en charge de la prestation du service universel jusqu'au 31 décembre 2018, et présent sur l'ensemble des segments, quatre grands intégrateurs internationaux (DHL, FEDEX, TNT, UPS) sont également présents et actifs dans le secteur du courrier express en Belgique.

Par ailleurs, les postes concurrentes des pays limitrophes sont également actives sur le marché belge. On observe ainsi le développement actif de sociétés de courrier spécialisées, issues de grands groupes postaux européens, sur certains segments du marché postal.

Ainsi, DPD, filiale du groupe français La Poste, est présente en Belgique avec une livraison de plus de 7 200 envois par jour, 500 dépôts propres dans plus de 30 pays et livraison de 2 millions d'envois par jour.

G3 Worldwide, à travers sa filiale Spring Globalmail, est également très présent sur le segment du courrier international pour les entreprises : elle distribue quotidiennement à l'international de la correspondance commerciale, des catalogues et des factures.

Pour ce qui concerne le segment de la presse, bpost assure le service public de la distribution avancée des journaux (avant 7h30). Cette distribution concerne exclusivement la distribution des quotidiens aux abonnés (environ 130 millions d'exemplaires par an). Belgique Diffusion BD détient 13% des parts de marché de la distribution de journaux, essentiellement à Bruxelles et à Anvers.

Deltamédia est une filiale de La Poste, elle assure la distribution des quotidiens aux abonnés de certains groupes de presse, à savoir VUMedia et Uitgeversbedrijf De Tijd.

Belgique Diffusion BD domine également le marché des envois non adressés avec plus de 75% des parts de marché. Pour ce qui concerne le courrier publicitaire adressé, le nombre de concurrents est plus important, mais le marché reste dominé par bpost. Les autres acteurs (Publimail, Evadix DMS, le groupe Joos, Arvato Print & Mail Services, Link 2 Biz, etc) ne disposent pas d'un niveau d'activité significatif.

Ce morcèlement apparent du marché postal en Belgique ne doit donc pas occulter le caractère concentré du marché de la fourniture de services postaux : plus de 99% du chiffre d'affaires réalisé sur le marché de la fourniture de services postaux est réalisé par les neufs acteurs identifiés dans le tableau ci-dessous⁴. Seuls ces acteurs ont été retenus dans le périmètre d'étude pour le présent observatoire.

Figure 2 - Les principaux acteurs sur le marché belge de la fourniture de services postaux

Opérateurs	Courrier adressé	Colis / Express	Courrier publicitaire	Presse	Courrier Intl	Autre
bpost						
BD (Belgique Diffusion)						
DHL Intl						
DPD Belgium						
Federal Express Europe						
G3 Worldwide						
Geodis-Ciblex Belgium						
TNT Express Belgium						
UPS Belgium						

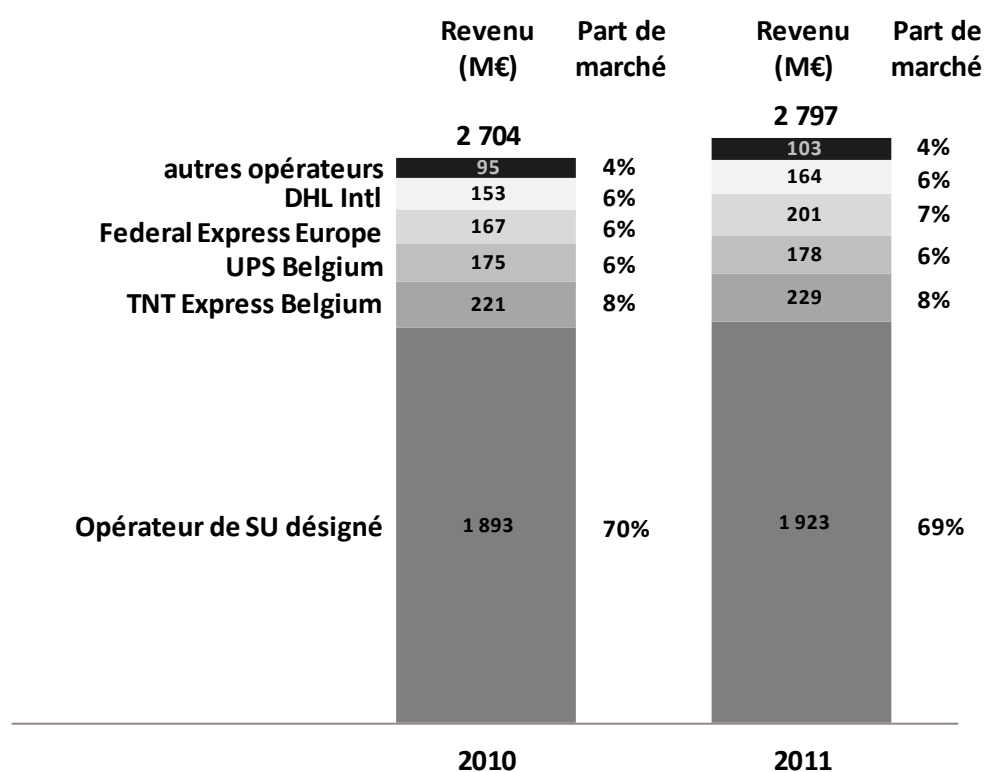
⁴ Les chiffres d'affaires pour le détournement des acteurs retenus dans le champ de l'observatoire sont issus de l'analyse de la centrale des bilans 2011 de la Banque Nationale de Belgique.

3. Description du marché belge de la fourniture de services postaux pour les années 2010 et 2011

3.1. Panorama du marché postal

Le revenu total afférent à la fourniture de services postaux s'élève à 2,77 milliards d'euros en 2011⁵, en légère augmentation de 3,7% par rapport à 2010. La part de bpost dans le revenu total sur le marché postal s'élève à près de 70% en 2011, en baisse de 1,3% par rapport à 2010.

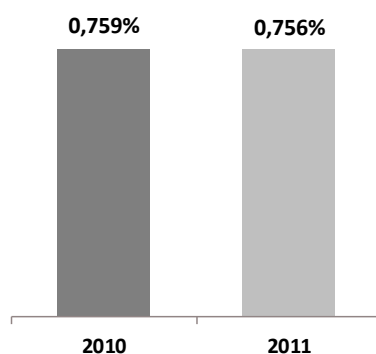
Figure 3 - Revenus et parts de marché du secteur postal pour les années 2010 et 2011



⁵ Les revenus considérés ici sont les revenus afférents aux segments définis précédemment. Ils n'incluent donc pas les revenus des activités de routage et des activités de distribution de la publicité non adressée. Pour ce qui concerne bpost, les revenus considérés n'incluent pas les services financiers et les produits/services tiers (hors du périmètre courrier, colis et express)

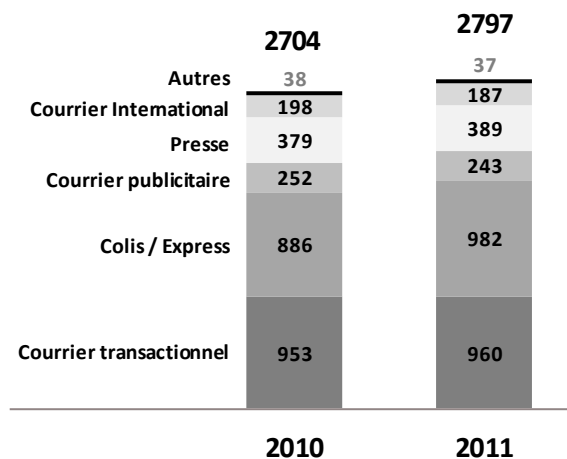
La part des revenus afférents à la fourniture de services postaux dans le PIB belge est restée stable entre 2010 et 2011, à près de 0,75% du PIB.

Figure 4 - Part de l'activité postale dans le PIB de la Belgique



Avec 1,75 milliard d'euros, le revenu de la poste aux lettres est quasiment constant par rapport à l'année précédente (-0,1%). Il représente en valeur près des deux tiers du marché total, en recul d'environ 2% par rapport à 2010. L'augmentation du revenu total s'explique donc par l'augmentation des revenus de près de 11% sur le segment des colis et de l'express (cf. Focus sur le marché de l'express).

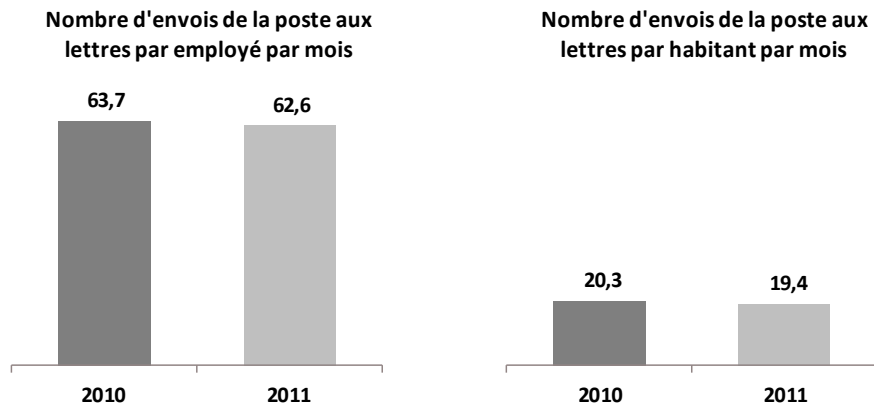
Figure 5 - Revenus de la fourniture de services postaux (en M€)



Si le marché de la poste aux lettres est stable en valeur, il connaît cependant une baisse en volume de 2,9%, inférieure aux diminutions d'activité remarquées dans les pays voisins.

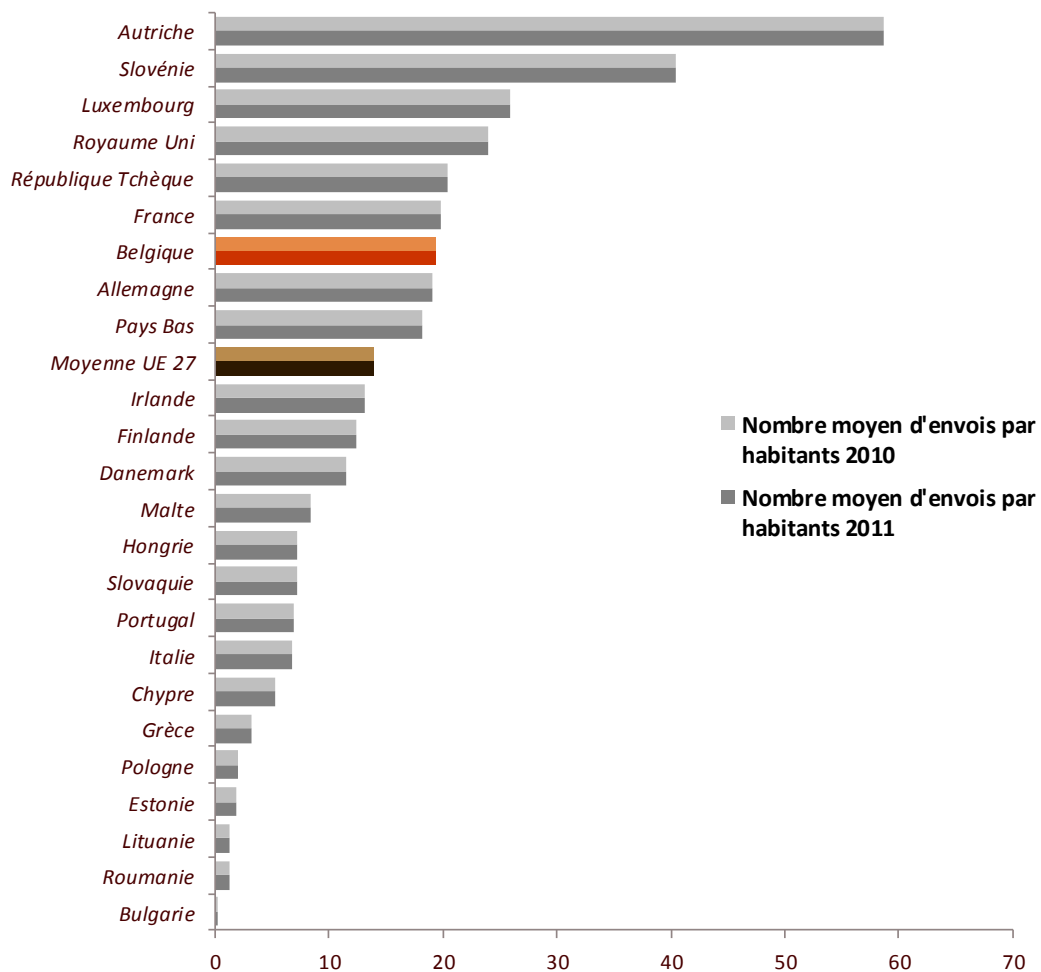
En 2011, le nombre d'envois de la poste aux lettres représente 19,4 envois par mois par habitant, soit 0,9 de moins par mois qu'en 2010, et 62,6 envois par mois par employé du secteur, soit 1,1 de moins par mois qu'en 2011.

**Figure 6 - Volume de courrier de la poste aux lettres
par employé du secteur postal et par habitant en Belgique**



Le volume d'envois de la poste aux lettres par mois par habitant en Belgique se situe au-dessus de la moyenne des pays de l'union européenne⁶, comme l'indique la Figure 7.

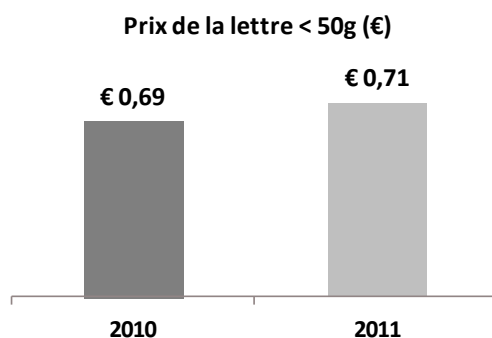
Figure 7 - Nombre d'envois de la poste aux lettres par habitant par mois en Europe



⁶ UE 27 hors Danemark, Espagne, Estonie.

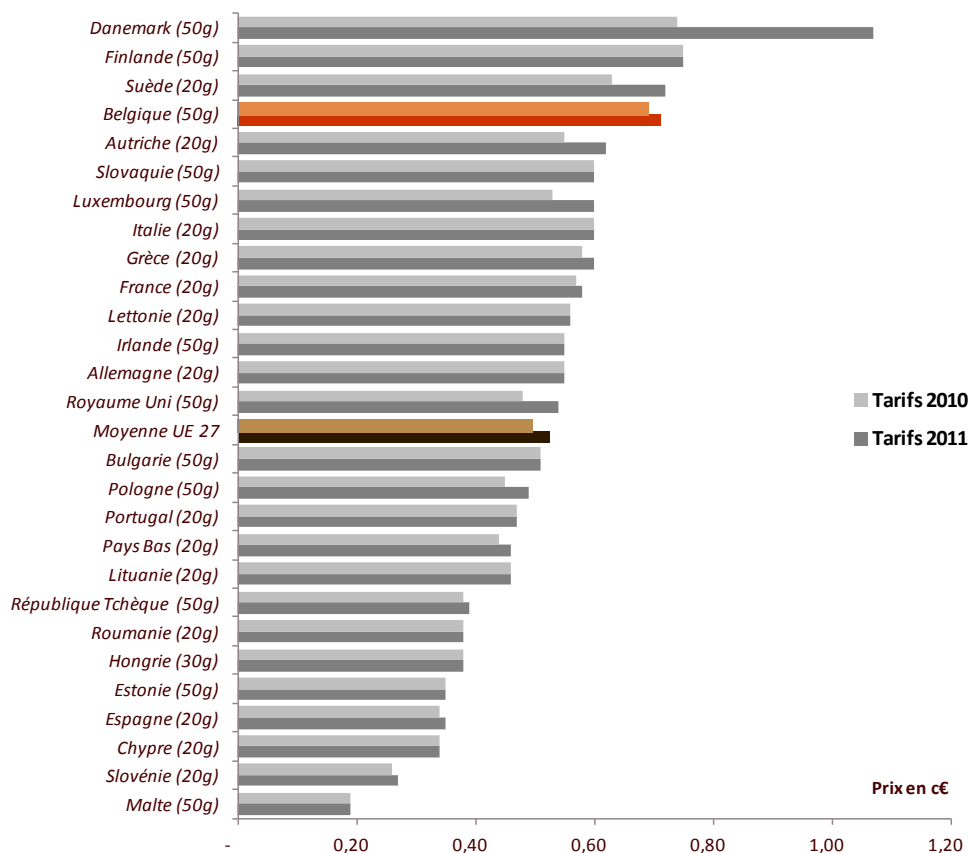
Le léger repli des volumes constaté en Belgique comme dans l'ensemble de l'Union Européenne est toutefois compensé par une augmentation des tarifs : le tarif facial de la lettre Prior en Belgique est passé de 0,69€ en 2010 à 0,71€ en 2011, ce qui représente une augmentation de 2,9% du prix de vente de la prestation d'acheminement et de distribution, et explique la stabilité du marché en revenu.

Figure 8 - Prix du service lettre Prior < 50g (€)



Le prix de la prestation d'acheminement et de distribution de la lettre au format standard en Belgique se situe parmi les plus élevés en Europe, comme l'indique la figure ci-après.

Figure 9 - Prix du service lettre standard domestique en Europe ⁷

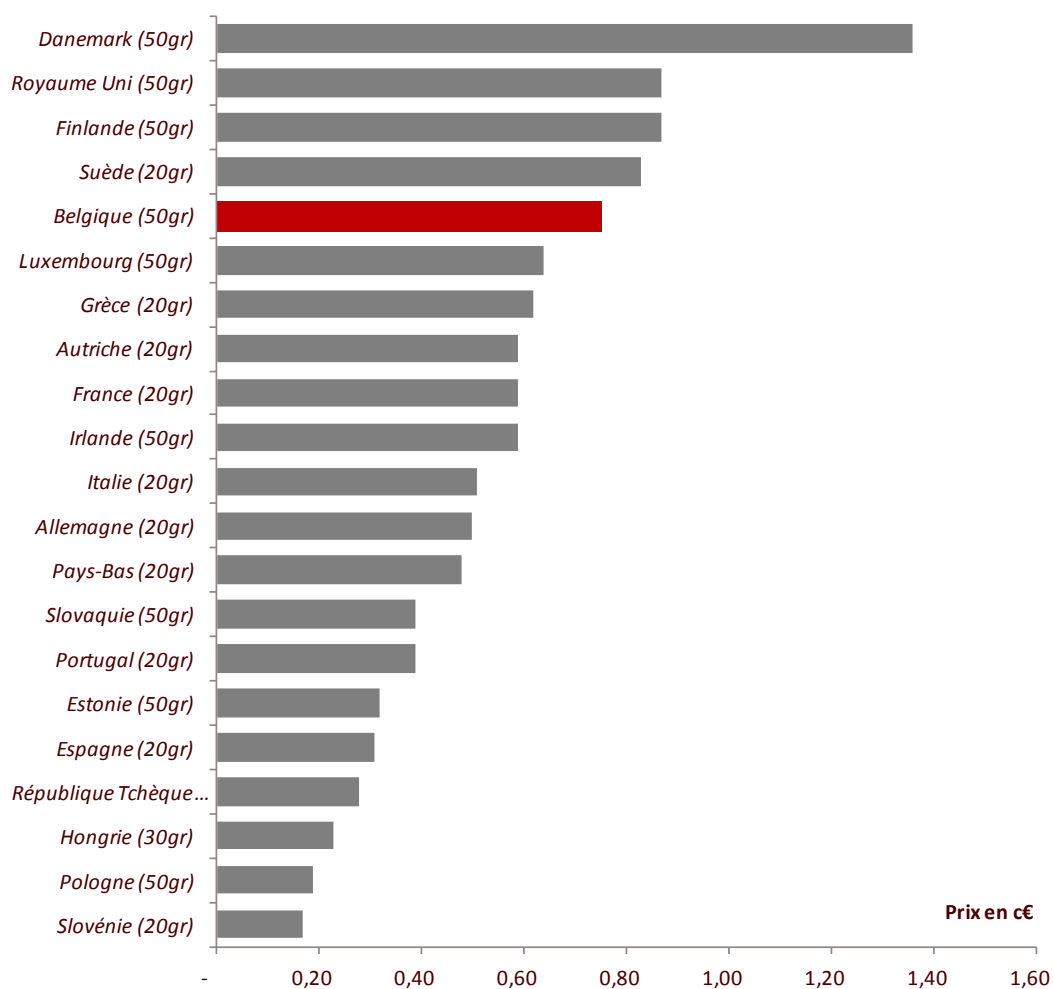


⁷ Nota : Le poids maximal de la lettre standard varie suivant les pays de 20g à 50g, comme précisé entre parenthèses après le nom du pays.

La même comparaison du prix de la prestation d'acheminement et de distribution de la lettre au format standard peut être réalisée en exprimant les tarifs de 21 pays européens en parité de pouvoir d'achat (PPA), permettant ainsi une comparaison directe, neutralisant les écarts de niveaux de vie entre pays.

Selon cette approche, la Belgique se situe toujours parmi les pays européens où le prix de la prestation d'acheminement et de distribution de la lettre au format standard demeure le plus élevé.

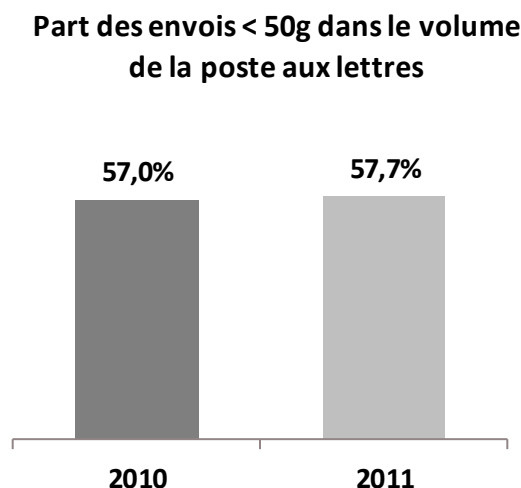
Figure 10 - Prix 2012 exprimé en parité de pouvoir d'achat (PPA) du service lettre standard domestique en Europe⁸



⁸ UE 27 hors Malte, Lituanie, Bulgarie, Chypre, Roumanie, Lettonie.

Pour ce qui concerne le marché des envois de la poste aux lettres, la part des envois inférieurs à 50g, qui constituait jusqu'à 2011 le secteur réservé à bpost est en légère hausse de 0,7%.

Figure 11 - Part des envois < 50g dans le volume de la poste aux lettres



3.2. Focus sur le marché des colis et des envois express

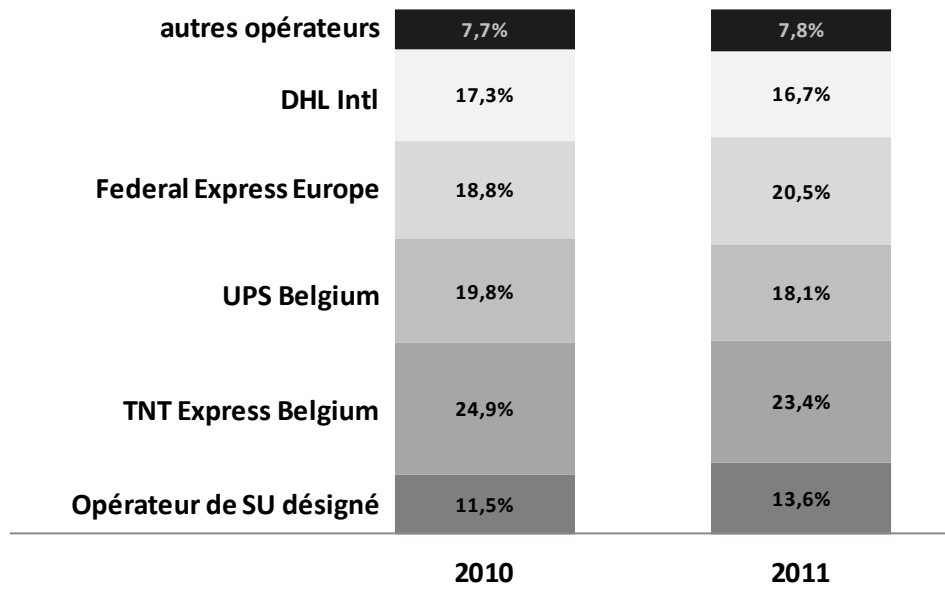
La frontière entre la nature des colis et celle des envois express demeure difficile à délimiter clairement. La prestation d'acheminement des colis incorpore de plus en plus de services qui la rapprochent d'un envoi express (service de traçage des envois, assurance du contenu de l'envoi, délais de livraison, etc.).

Les opérateurs privés alternatifs sont très actifs en Belgique sur le segment des colis et de l'express, de même que les opérateurs de service universel nationaux des pays voisins, qui sont présents en dehors de leur marché national, à travers leurs filiales.

La concurrence s'intensifie donc sur ce segment qui connaît un développement dynamique : la croissance de 11% des revenus du segment profite aux opérateurs alternatifs, qui gagnent plus de 2% de part de marché sur ce segment.

Cette concurrence favorise l'innovation dans le secteur : des réseaux alternatifs de collecte, de distribution et de retrait des envois voient le jour, par exemple à travers le service bpack 24/7 de bpost, qui marque l'émergence de l'automatisation dans la collecte et le retrait des envois.

Figure 112 - Parts de marché en revenus sur le segment du colis et de l'express



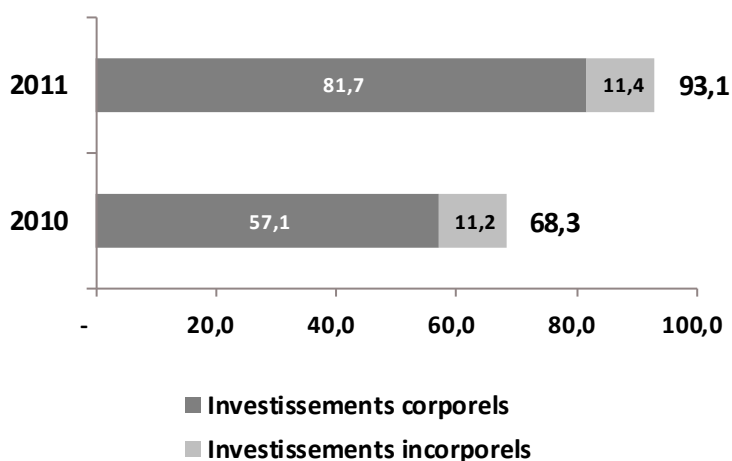
4. Investissement et emploi des activités postales

4.1. Investissement dans le secteur postal

En 2011, 93,1 millions d'euros ont été investis dans le secteur postal par les opérateurs⁹, soit une hausse de plus de 36% par rapport à 2010. Cette hausse des investissements est essentiellement liée à la croissance des investissements corporels, c'est-à-dire les investissements en infrastructures, équipements, machines de tri, bâtiments. Ils représentent 81,7 millions d'euros en 2011, soit 43% de plus qu'en 2010.

Les investissements incorporels sont stables entre 2010 et 2011, et s'élèvent à 11,4 millions d'euros en 2011.

Figure 123 - Investissement dans le secteur postal (M€)



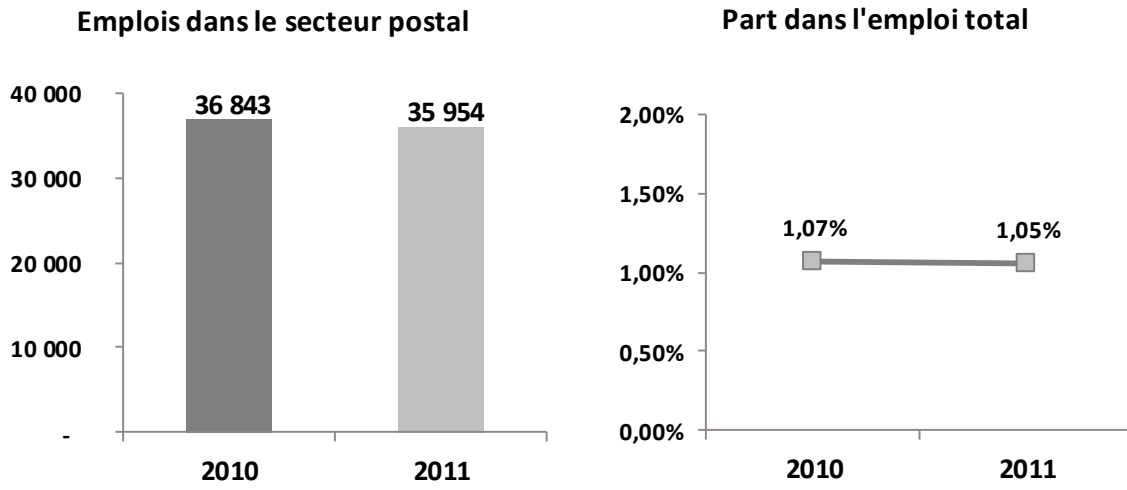
4.2. Emplois dans le secteur postal

Avec environ 1 000 emplois en moins par rapport à 2010, le nombre d'emplois directement liés au secteur postal en Belgique suit la tendance à la baisse observée les années précédente, tout en présentant une atténuation.

Le secteur postal représente 1,05% de l'emploi total en Belgique en 2011, avec près de 36 000 emplois directs. Le nombre de salariés des opérateurs alternatifs représente environ 15% de ces emplois.

⁹ Sauf pour ce qui concerne bpost, le montant des investissements correspond aux évolutions nettes des immobilisations sur 2010 et sur 2011. Il s'agit donc de la formation nette de capital fixe.

Figure 134 - Indicateurs relatifs aux emplois liés à des activités postales en Belgique



5. Qualité de service

5.1. Accessibilité des points de service postal

En 2011, 1 373 établissements (bureaux de poste ou points poste) délivrent des services postaux sur l'ensemble du territoire belge. Ce nombre est en diminution de 1,5% par rapport à 2010.

Un unique établissement postal dessert ainsi en moyenne 8 012 personnes en 2011, soit 3% de plus qu'en 2010.

Figure 15 - Nombre d'établissements postaux en Belgique et population moyenne desservie par établissement

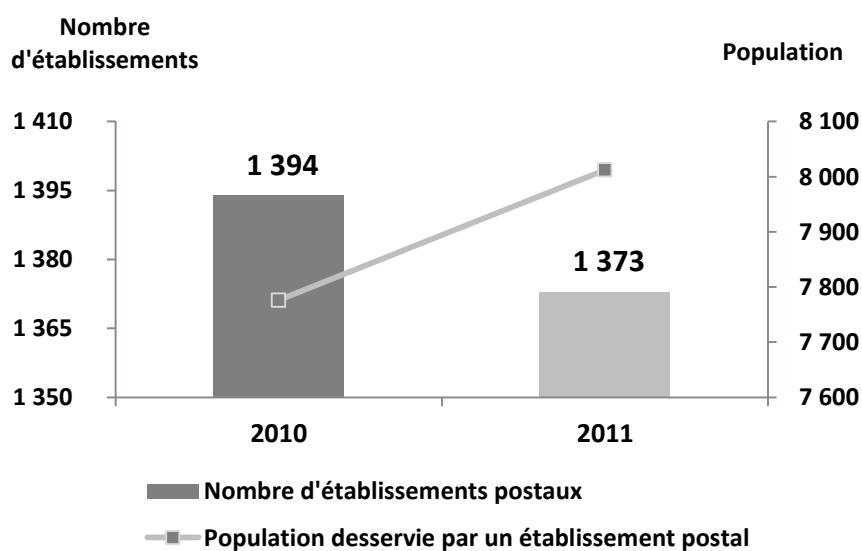
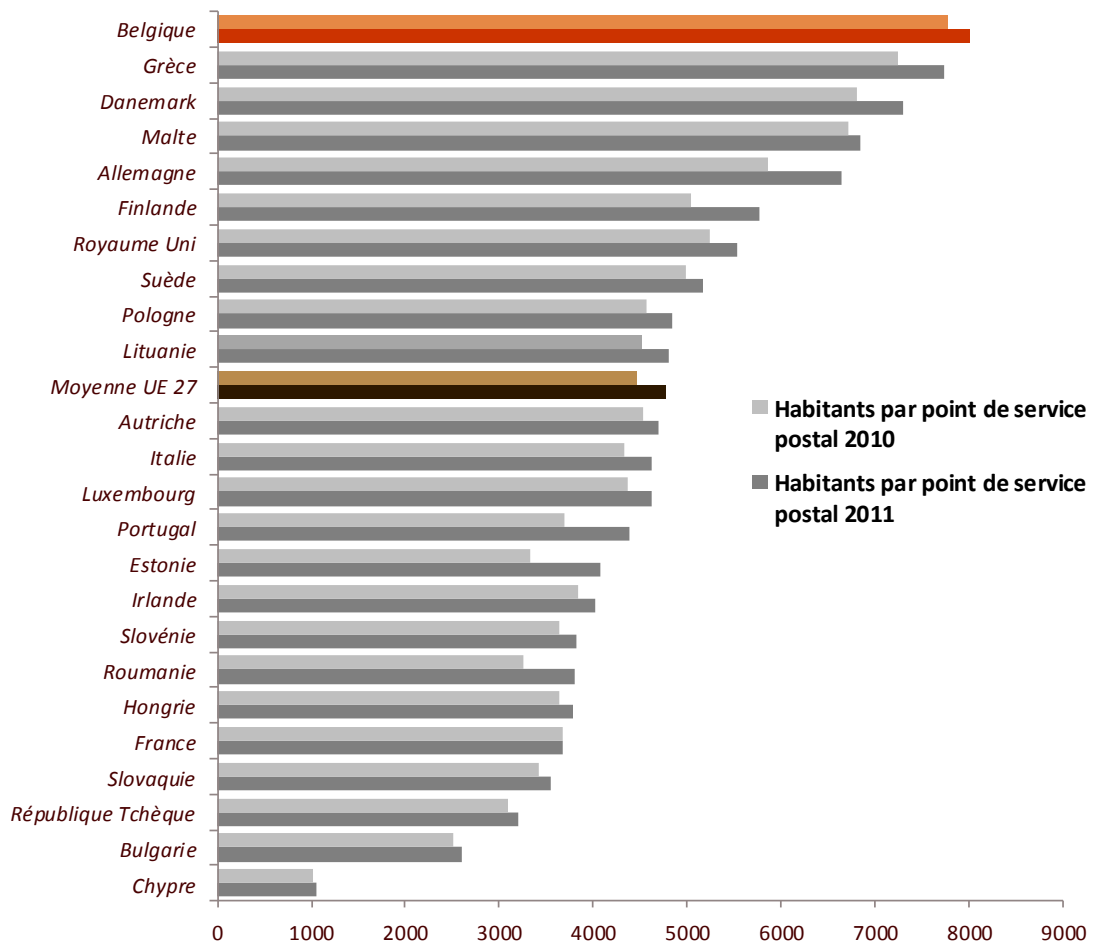
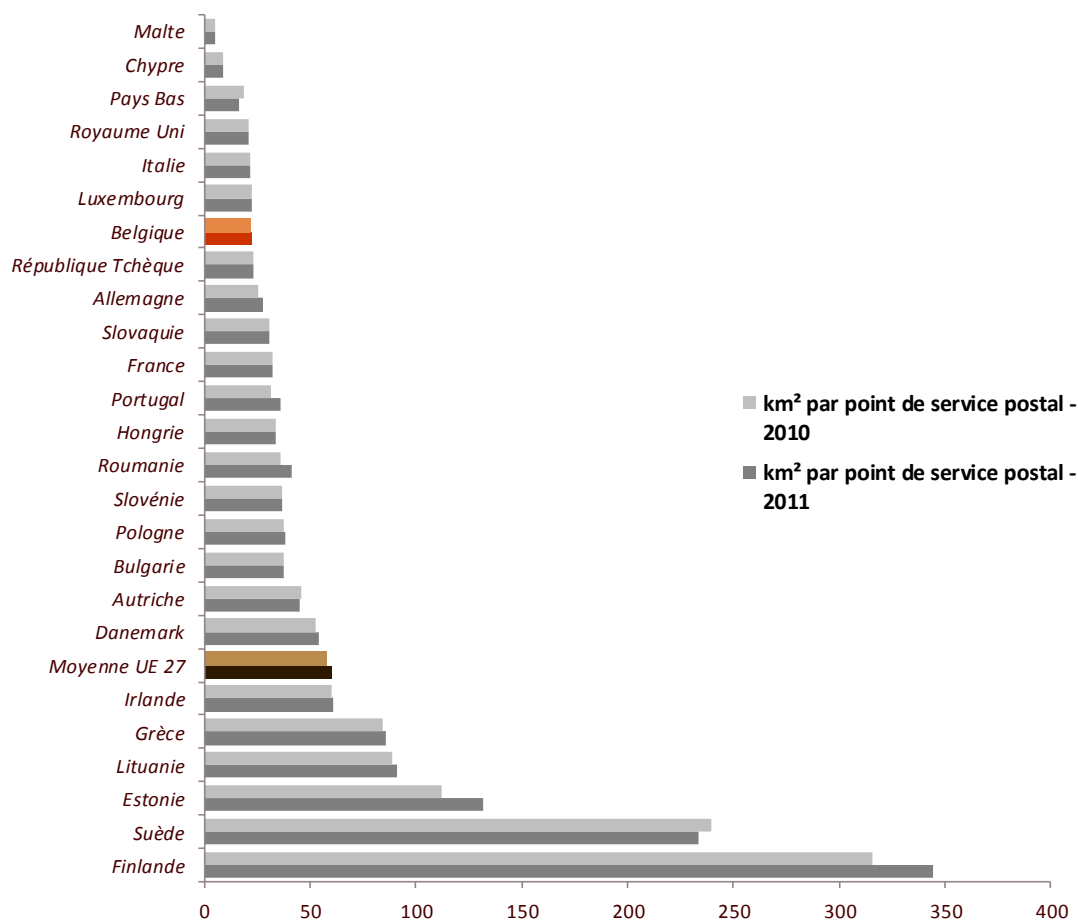


Figure 146 - Population moyenne desservie par établissement postal en Europe



Le nombre de km² desservi par un établissement postal est stable entre 2010 et 2011 et s'établit à 22 km².

Figure 157 : surface moyenne desservie par établissement postal en Europe

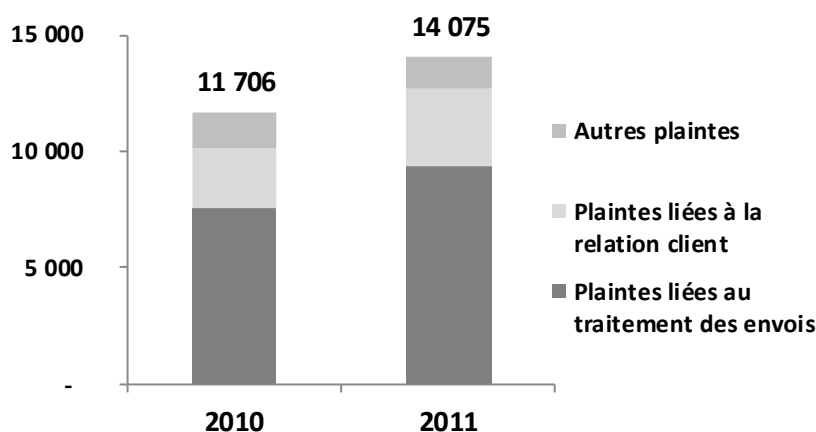


5.2. Satisfaction des utilisateurs de services postaux

En 2011, environ 14 000 plaintes ont été déposées auprès du médiateur pour le secteur postal. Ce volume de plaintes est en augmentation de 20% par rapport à 2010.

Il correspond en majorité à des plaintes relatives au traitement des envois (lettres, paquets, colis) et à la relation client.

Figure 168 - Nombre de plaintes déposées auprès du médiateur



Les plaintes relatives au traitement des envois, qui représente la catégorie principale de plaintes, concernent majoritairement des erreurs de distribution et la réduction générale du service (distance à parcourir pour rejoindre un bureau de poste ou l'envoi est avisé, heure de distribution variable, etc.). Ces plaintes concernent majoritairement bpost, du fait de sa présence relative importante sur les 5 segments d'activités postales pris en compte dans le présent observatoire.

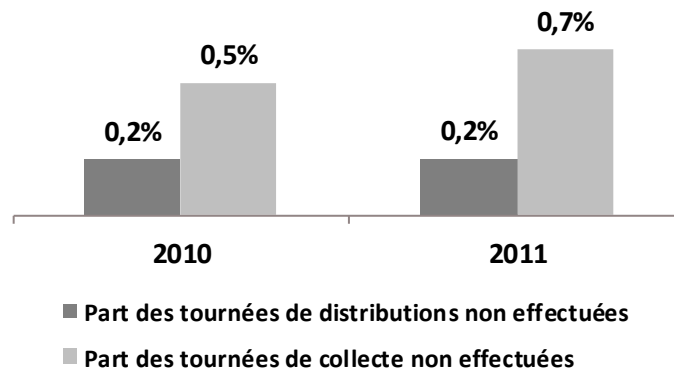
Les plaintes relatives à la relation client concernent l'ensemble des entreprises présentes sur le marché postal. Elles sont souvent liées à la fourniture d'informations erronées, à l'injoignabilité, aux délais d'attente trop longs auprès des callcenters, etc.

Il convient de noter que bpost a signé en 2012 une « charte en faveur de la clientèle », destinée à mettre en place des outils de mesure de la qualité de prise en charge des clients.

5.3. Continuité des services postaux

La continuité des services de collecte et de distribution reste stable entre 2010 et 2011 : seules 0,2% des tournées de collecte et 0,7% des tournées de distribution prévues ne sont pas assurées par bpost en 2011.

Figure 19 - Continuité des services de collecte et de distribution du courrier en Belgique

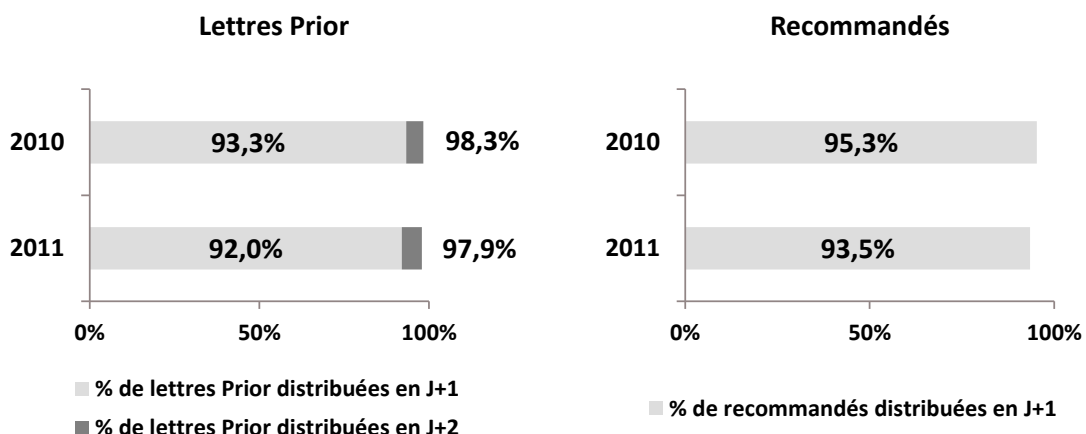


5.4. Délais d'acheminement du courrier

Le respect des délais d'acheminement fixés par le contrat de gestion entre bpost et l'état fait l'objet d'un contrôle annuel du régulateur, à travers une étude spécifique sur la qualité de service. Cette étude (étude BELEX) a été lancée en 2002 à la demande et sous la supervision de l'IBPT. Elle consiste à mesurer les délais d'acheminement et de distribution effectivement assurés par bpost grâce à l'envoi de lettres test. Il convient de noter que seul bpost est soumis à ce contrôle, ses concurrents n'ayant pas d'objectifs réglementaires de qualité de service.

Pour l'année 2011, 92% du volume de courrier égrené intérieur affranchi au tarif Prior a été délivré en J+1, et 98% du courrier a été délivré en J+2. Pour ce qui concerne les recommandés, 93,5% du volume d'envois recommandés a été délivré en J+1.

Figure 20 - Délais d'acheminement des lettres Prior et des recommandés



5.5. Services innovants

L'amélioration de la qualité de service et de la satisfaction des usagers passe par la mise à disposition de nouveaux services aux utilisateurs. En 2011, bpost a lancé plusieurs nouveaux services, afin notamment de développer l'accessibilité à ses produits et services : « Selfpost » permet d'affranchir et d'envoyer son courrier à travers des automates hors des horaires d'ouverture des points de service traditionnels, et « bpack 24/7 » permet de déposer et de retirer ses colis en automate également. Enfin, bpost a mis l'accent sur l'information apportée au client, en apportant plus de transparence sur les coûts d'acheminement des achats en e-commerce à travers son service « Globify », en rendant disponible le système de tracage « track & trace » pour les recommandés en plus des colis, ou en informant les clients industriels de l'empreinte écologique d'une campagne publicitaire.

Figure 21 - Liste non exhaustive des services innovants proposés aux usagers

Services innovants	Description du service
Globify	Service e-commerce qui permet de donner une transparence totale sur les différents coûts de cross border e-shopping (taxes, coût de transport,..)
Selfpost	Solution pour l'affranchissement et l'expédition du courrier
Mobile postcard	Une application smartphone pour la création et l'expédition de cartes postales
Bpack 24/7	Automate pour le dépôt et le retrait de paquets
Mail ID	un système de code-barres unique
Track & Trace	Option "track & trace" pour les envois recommandés des clients résidentiels
DM Carbon Meter	Un instrument pour les clients visant à mesurer l'impact en CO2 dans le cycle de vie complet d'une campagne publicitaire recourant aux mailings adressés

6. Sources utilisées pour la réalisation de l'observatoire

Les données sont issues d'une enquête auprès des opérateurs concernés, dont la participation revêt un caractère obligatoire, comme le prévoient les dispositions de l'article 34 de la loi du 21 mars 1991.

D'autres sources de données publiques ont été utilisées dans la réalisation de cet observatoire :

- bpost, rapport annuel 2011
- La Banque Nationale de Belgique : centrale des bilans
- ONSS : emploi salarié en Belgique
- Statbel
- SMSPO, rapport annuel 2011
- UPU, postal statistics 2011
- Deutsche Post, international letter prices survey, 2011