



**BELGISCH INSTITUUT VOOR POSTDIENSTEN
EN TELECOMMUNICATIE**

**SAMENVATTING VAN DE REACTIES OP DE OPENBARE
RAADPLEGING VAN 12 NOVEMBER 2009 BETREFFENDE
SPECIALE TARIEVEN VAN DE POST VOOR DIENSTEN VOOR
ZAKELIJKE GEBRUIKERS, AANBIEDERS VAN GROTE
PARTIJEN POST OF TUSSENPERSONEN**

INHOUDSOPGAVE

I. Inleiding.....	3
II. Samenvatting van de bijdragen.....	3
1. Inzake het huidige tariferingsplan 2009.....	3
1.1. Hoedanigheid	3
1.2. Behoeften.....	4
1.3. Informatie.....	4
1.4. Praktische toepassing.....	5
1.5. Overige.....	6
2. Inzake het voorgestelde tariferingsplan voor 2010.....	6
2.1. Behoeften.....	6
2.2. Informatie.....	7
2.3. Praktische toepassing.....	7
2.4. Impact.....	8
2.5. Overige.....	8
III. Commentaar.....	10

I. INLEIDING

De Post wenst de contracten met haar directe klanten en tussenpersonen voor de afgifte van direct mail en administratieve zendingen te herzien voor het jaar 2010.

Het Instituut organiseerde op 12 november 2009 een raadpleging om inzicht te krijgen in de visie van de sector over de tarifiering van de toegang tot de betrokken tarieven.

In totaal ontving het Instituut 15 reacties van diverse belanghebbenden waarvan 14 effectieve reacties:

1. Zakelijke klant 1
2. Zakelijke klant 2 (vertrouwelijk)
3. Belangenvereniging (wees op de verscheidenheid in de sector en wenst de probleemstelling per type belanghebbende te bespreken. Een dergelijke analyse werd niet verschaft binnen de looptijd van de raadpleging)
4. Zakelijke klant 3
5. Zakelijke klant 4
6. Zakelijke klant 5 (vertrouwelijk)
7. Zakelijke klant 6
8. Zakelijke klant 7
9. Zakelijke klant 8
10. Zakelijke klant 9
11. Zakelijke klant 10
12. Zakelijke klant 11
13. Zakelijke klant 12 (vertrouwelijk)
14. Zakelijke klant 13

II. SAMENVATTING VAN DE BIJDRAGEN

1. Inzake het huidige tariferingsplan 2009

Zakelijke klant 8 wijst vooreerst op de voorgeschiedenis van dit dossier: reeds in 2005 bracht het Instituut een eerste keer advies uit waarin werd aangegeven dat de tarieven aan tussenpersonen en directe klanten in lijn moeten zijn met het non-discriminatiebeginsel. Er wordt overigens opgemerkt dat De Post gedurende al die tijd vaag communiceerde zodanig dat tussenpersonen weinig inzicht kregen in het "committed revenue contract" en niet tijdig een oordeelkundige keuze konden maken.

1.1. Hoedanigheid

Zakelijke klant 1 maakt gebruik van de conventionele tarieven als routeur.

Zakelijke klant 4 ondertekende een contract als directe klant in 2009.

Zakelijke klant 6 werkt met een deferred rebate contract.

Zakelijke klant 7 maakt enerzijds gebruik van de publieke tarieven, anderzijds wordt een beroep gedaan op een routeur die conventionele tarieven geniet.

Zakelijke klant 8 heeft sinds mei 2009 een committed revenue contract en wijst op de demarches die De Post ondernomen heeft om haar eerder in de richting van een contract genre "deferred rebate" te sturen.

Zakelijke klant 9 heeft een contract als directe klant.

Zakelijke klant 10 maakt als routeur gebruik van de conventionele tarieven van de klant.

Zakelijke klant 11 heeft momenteel een "committed revenue" contract.

1.2. Behoeften

Zakelijke klant 1 stelt dat het plan 2009 aan haar behoeften beantwoordt:

- een routeur wordt behandeld als een eindklant;
- geen discriminatie op grond van soort “klant”;
- een routeur kan een eigen bedrijfsvoering aanhouden;
- sluit aan bij het doel van liberalisering.

Het tariefschema 2009 beantwoordt slechts deels aan de behoeften van **zakelijke klant 4**: voor bepaalde klanten kon zakelijke klant 4 een contract aangaan voor DM+50. Tijdens het jaar werd echter een aanvraag ingediend voor andere gelijkaardige contracten maar dit werd geweigerd door De Post omdat er maar 1 instapdatum is. Zakelijke klant 4 concludeert dat er hierdoor nog steeds prijsonderscheid is.

Zakelijke klant 6 is van mening dat het systeem 2009 voldoet aan de behoeften van zowel directe klanten als tussenpersonen.

Zakelijke klant 7 stelt dat het plan van 2009 aan haar behoeften voldeed: de operator zorgt met zijn klant ervoor dat de zendingen aan de technische vereisten beantwoorden en gaat een engagement aan met de Belgische Post op het vlak van jaarlijks volume wat toelaat kortingen te bekomen op basis van gerealiseerde omzet.

Voor wat betreft de behoeften van directe klanten, wijst **zakelijke klant 8** erop dat de dienstverlening van De Post dezelfde is aan de directe klanten als aan de tussenpersonen en discriminatie dus niet gerechtvaardigd is. Volgens zakelijke klant 8 worden de tarieven van de directe klanten langzaam geharmoniseerd, maar zou De Post filialen of bedrijfsafdelingen inzetten om “one stop shopping” te introduceren tegen “onderhandelde” voorwaarden die in de realiteit deloyaal en mededingingsvervalsend zijn. Het tariefsysteem 2009 is volgens zakelijke klant 8 voor tussenpersonen logisch, beantwoordt aan de behoeften: ze kunnen kiezen tussen 2 contracten in functie van hun commerciële strategie. Het systeem “committed revenue” stelt de tussenpersoon ook beter in staat om vergoed te worden voor het bancaire risico dat hij loopt voor de eindklant.

Zakelijke klant 9 is niet tevreden over het plan van 2009: niet flexibel genoeg (gemengd aanleveren moet mogelijk zijn met een specifiek tarief).

Zakelijke klant 10 antwoordde dat het tariefschema 2009 minder aan haar behoeften tegemoet komt: als kleine speler zouden ze op termijn moeten aansluiten bij een consolidatiegroep.

Het plan 2009 voldoet aan de behoeften van de **zakelijke klant 11**. Er is geen onderscheid tussen de gewaarborgde omzet van een eindklant en routeur.

1.3. Informatie

Zakelijke klant 1 werd voldoende geïnformeerd door de accountmanager.

Zakelijke klant 4 stelde voldoende geïnformeerd te zijn.

Zakelijke klant 6 stelt dat het tariferingsplan van 2009 de tariefverschillen tussen directe klanten en tussenpersonen dichterbij elkaar brengt, het is een stap in de goede richting.

Zakelijke klant 7 werd onvoldoende geïnformeerd, pas in het eerste kwartaal van 2009 via andere marktspelers. Toen inlichtingen werden ingewonnen bij De Post bleek dat het te laat was om toe te treden tot de contracten, waardoor zakelijke klant 7 aan haar klanten niet dezelfde voorwaarden voor toegang tot de Belgische markt kon voorstellen als haar concurrenten. Uiteindelijk werd dan gekozen voor een tussenpersoon. Zakelijke klant 7 wenst niet-discriminerende en transparante toegang.

Zakelijke klant 8 klaagt de gebrekkige informatieverstrekking van De Post aan: het principe was bekend, maar niet de details om de commerciële strategie te kunnen bepalen. Zo geeft De Post niet de tarieven die corresponderen aan alle klassen, enkel een paar maxima. Zakelijke klant 8 werd door De Post in de richting van een deferred rebate contract geduwd. Het uiteindelijk afsluiten van een committed revenue contract gebeurde laat doordat informatie van De Post laattijdig werd doorgegeven. Dit wordt door zakelijke klant 8 beschouwd als een commerciële zet van De Post: contracten met directe klanten worden aangegaan in het begin van het jaar. Zakelijke klant 8 maakt tevens melding van de pogingen van De Post om het committed revenue contract met zakelijke klant 8 op te zeggen en van agressieve benaderingen door De Post van klanten van zakelijke klant 8.

Zakelijke klant 10 vindt dat hij voldoende geïnformeerd is.

Zakelijke klant 11 werd voldoende geïnformeerd.

1.4. Praktische toepassing

Zakelijke klant 1 stelt dat de duur van 1 jaar De Post de ruimte geeft om elk jaar een volledig ander plan voor te stellen, een langeretermijnbedrijfsvoering voor een routeur wordt onmogelijk gemaakt. Geen noemenswaardige commentaren bij de modaliteiten – gelijke behandeling, wel wordt gewezen op contracten uit het verleden volgens een ander model.

Zakelijke klant 4 heeft geen problemen met de looptijd van 1 jaar maar ervaart de verschillende, niet-flexibele instapdata als problematisch. De contractuele modaliteiten werden door De Post eenzijdig opgelegd en zijn onbespreekbaar volgens zakelijke klant 4 (vb. weinig commerciële boeteclausule). Zakelijke klant 4 heeft geen problemen met de operationele voorwaarden. Zakelijke klant 4 stelt dat men de keuze had aangaande de vorm van het contract, sommigen kozen voor deferred rebate om geen btw-verplichtingen te hebben op de distributiekosten, anderen hadden deze nood niet.

Zakelijke klant 6 is voorstander van de contractduur van 12 maand. De doorlooptijd laat evenwel dikwijls op zich wachten maar dit wordt niet als kwaadwilligheid beschouwd. Committed revenue behoort voor deze onderneming niet tot de mogelijkheden door de afhankelijkheid van de klanten. Er wordt gesuggereerd dat voor grote “committed revenue” klanten uitzonderingen gelden.

Zakelijke klant 7 stipt aan dat de duurtijd van één jaar met ingang van 1 februari niet steeds overeenstemt met de noden en gewoonten van internationale klanten. Het afsluiten van een gepast contract (committed revenue) was problematisch: geen voorafgaandelijke informatie aangaande de condities, korte periode waarbinnen een contract kan afgesloten worden, geen info aangaande de verschillende tarieven in functie van engagementen. Geen verschillen werden opgemerkt tussen de 2 contracttypes op het vlak van operationele voorwaarden. De aandacht wordt gevestigd op de grote verscheidenheid aan toegangsvoorwaarden tot de Belgische postmarkt, wat pleit voor een reële transparantie.

Zakelijke klant 8 vindt dat de duur van een contract minstens 2 jaar moet bedragen, temeer omdat het contract afgesloten in 2009 ook in boetes voorzag voor 2010. Tevens wordt aangeklaagd dat het contract voorziet in een penaliteit bij voortijdige opzegging en dat enkel De Post de prorata indeelt wanneer haar dit uitkomt. Tevens wordt gewezen op het feitelijke en wettelijke monopolie van de Post. De operationele voorwaarden worden door zakelijke klant 8 als acceptabel beschouwd, maar de toegang tot mail-ID is niet gemakkelijk (wijzigende voorwaarden).

Zakelijke klant 9 stelt vast dat gemengd aanleveren met specifiek tarief nog steeds niet mogelijk is.

Zakelijke klant 10 heeft geen problemen met de contractduur en ook het hernieuwen van de contracten met De Post liep steeds vlot. Zakelijke klant 10 is echter gekant tegen de consolidatiemogelijkheid waarbij kortingen (deels) worden doorgerekend aan eindklanten omdat kleinere spelers dan eigenlijk verplicht worden aan te sluiten bij een consolidatiegroep.

Zakelijke klant 11 wijst op de verschillende looptijden van een committed revenue contract van een directe klant van De Post (1/1/2009 tot 1/1/2010) en van een routeur (1/2/2009 tot 1/2/2010). Voor januari kan de klant niet bij de routeur terecht voor een committed revenue contract en moet hij zelf een committed revenue contract afsluiten met De Post. De modaliteiten zijn duidelijk, de contracten zijn toegankelijk voor rechtstreekse klanten en routeurs.

1.5. Overige

Zakelijke klant 1 achtte het plan voor 2009 duidelijk, niet-discriminerend, met oog voor de liberalisering.

Zakelijke klant 6 wijst erop dat operationele kortingen prestaties en knowhow van tussenpersonen vergoeden. Er worden vragen gesteld bij de werkwijze om deze operationele kortingen nu voor te stellen als commerciële kortingen aan directe klanten om het volume te stimuleren.

Zakelijke klant 13 verklaart dat het voor routeurs en andere postale ondernemingen buiten De Post niet alleen nadelig is om geen voordelige afspraken te kunnen maken voor grote partijen post maar dat ook geen mogelijkheid wordt geboden om zakelijke post te consolideren terwijl het vroegere Exbo dit volgens zakelijke klant 13 wel doet.

2. Inzake het voorgestelde tariferingsplan voor 2010

Zakelijke klant 8 merkt vooreerst op dat in de presentatie die zij gekregen heeft van De Post enkel de klasse 1 tot 6 nog toegankelijk zal zijn voor tussenpersonen.

2.1. Behoeften

Voor **zakelijke klant 1** voldoet het voorstel niet aan de behoeften: discriminatie op grond van het soort klant – een routeur moet een door De Post opgelegde bedrijfsvoering aanhouden – sluit niet aan bij het doel van de liberalisering en de tariferingsplannen van andere Europese postdiensten.

Zakelijke klant 4 stelt dat dit niet voldoet aan haar behoeften: de gevraagde toegang tot hogere klassen werd geweigerd door De Post. Zakelijke klant 4 is van oordeel dat wie aan dezelfde voorwaarden kan voldoen eenzelfde toegang moet krijgen. Hoewel de 2 types van contracten voor routeurs als gunstig wordt beschouwd, wordt gewezen op een cashflowprobleem gezien de routeurs de korting pas krijgen op het einde van het jaar.

Zakelijke klant 6 vindt het voorstel een kaakslag voor de trouwe partners van De Post.

Zakelijke klant 7 vindt dat het voorstel niet tegemoetkomt aan haar behoeften. Ze heeft geen principieel bezwaar tegen de tariefstructuur, maar wil zich ervan verzekeren dat er billijke concurrentievoorwaarden bestaan: de dermate belangrijke verschillen in korting kunnen aanleiding geven tot concurrentievervalsing en lijken disproportioneel in vergelijking met vermeden kosten. Tevens wordt opgemerkt dat bij een contract “directe klant” de korting onmiddellijk wordt toegekend.

Zakelijke klant 8 stelt dat het voorstel 2010 louter beantwoordt aan de behoefte van De Post om zich te beschermen in het licht van de liberalisering. In principe wijzigt er niets voor de directe klanten, maar zij zullen niet meer de soms lagere tarieven die door consolidatoren aangeboden worden, kunnen genieten. Voor wat betreft de tussenpersonen stelt zakelijke klant 8 dat dit enkel de kleine tussenpersonen bevoordeelt maar haar activiteiten in gevaar brengt.

Zakelijke klant 10 stelt dat dit beantwoordt aan haar behoeften als routeur omdat het voorstel verhindert dat ze op lange termijn toch een consolidatie moet aangaan om concurrentiële tarieven aan te bieden en ze haar onafhankelijkheid kan behouden. Zij beschouwt het beperken van kortingen en de prijsstijgingen die daardoor veroorzaakt worden als positief voor de sector omdat deze sterk onder druk staat en haar inkomsten eerder uit eigen activiteiten dient te halen dan in plaats van bij een externe partij.

Zakelijke klant 11 klaagt aan dat het voorstel niet meer toelaat een “committed revenue” contract af te sluiten. De Post maakt een onderscheid tussen een “klant” en een “routeur”, ze biedt beiden verschillende porttarieven aan.

Zakelijke klant 13 klaagt het gebrek aan consolidatiemogelijkheden aan en wijst erop dat dit uitsluit dat een postale ondernemer een contract voor lokale post kan afsluiten met als doel betere tarieven te bekomen.

2.2. Informatie

Zakelijke klant 1 stelde onvoldoende en laat geïnformeerd te zijn, de informatie werd via de BIPT-site en collega's bekomen.

Zakelijke klant 4 vond de verstrekte informatie duidelijk, zij het niet conform de verwachtingen en eenzijdig (niet mogelijk om te bespreken).

Zakelijke klant 6 klaagt aan dat zij louter geïnformeerd werd, zonder inspraak of raadpleging.

Zakelijke klant 7 beschikte op het moment van de raadpleging niet over voldoende informatie van De Post om de nodige aanpassingen te maken voor haar klanten (bv. geen gedetailleerde en schriftelijke definitie van "afzender", geen precieze contractvoorwaarden) en om de beste optie te kiezen.

Zakelijke klant 8 verwijst naar de presentatie die zij van De Post dienaangaande ontvangen heeft, maar klaagt aan dat dit wordt voorgesteld in een "ontwerpfase" en zij niet beschikt over enig concreet element op basis waarvan duidelijkheid kan gegeven worden ten opzichte van de klanten van zakelijke klant 8. Ondertussen sluit De Post al contracten af met directe klanten die voorzien zijn van een opzeggingsvergoeding. Zakelijke klant 8 beschikt op datum van de afsluiting van de raadpleging niet over gedetailleerde tarieven of ontwerpconventies.

Zakelijke klant 10 acht zich voldoende geïnformeerd.

Zakelijke klant 11 werd wel geïnformeerd maar er zijn nog onduidelijkheden (noties "klant" en "intermediary").

Zakelijke klant 13 stelt niet voldoende geïnformeerd te zijn over het voorstel van De Post voor het jaar 2010.

2.3. Praktische toepassing

Zakelijke klant 1 wijst op de moeilijkheid een bedrijfsvoering op langere termijn te plannen met een contract van 1 jaar – op het moment van de raadpleging had zij nog steeds geen volledig contractvoorstel – de voorwaarden voor het bijhouden van de klantgegevens zijn arbeidsintensief en kostenverhogend voor de routeur - discriminerend.

Zakelijke klant 4 heeft geen problemen met de contractduur van 1 jaar maar stelt dat de startdata dezelfde zouden moeten zijn. Voor wat betreft het contract "directe klant" wordt aangeklaagd dat de toegang hiertoe wordt beperkt en dit zonder raadpleging van de markt. In het driepartijencontract wordt het feit dat volmachtgever en -houder onvoorwaardelijk verantwoordelijk zijn, aangeklaagd. De vraag wordt gesteld wat in 2011 zal gebeuren. Zakelijke klant 4 stipt aan dat de mogelijkheden beschikbaar in 2009 nu niet meer openstaan en wijst op de financiële gevolgen daarvan voor de onderneming en geeft ook aan dat dit het marketingbudget van de eindklanten impacteert, wat het aantal verstuurde hoeveelheden zal beïnvloeden.

Zakelijke klant 6 heeft geen problemen met de duur van het contract. De modaliteiten voor afsluiten en opzeggen liggen in de lijn met voorgaande jaren. Het tarifieringsplan 2010 zal volgens zakelijke klant 6 de tariefverschillen vergroten.

Zakelijke klant 7 heeft op het moment van de raadpleging nog geen contractvoorstel gekregen, hoewel haar gevraagd was tegen 31/12/2009 een keuze te maken. Duur van het contract en operationele modaliteiten lijken onveranderd in vergelijking met 2009 maar de voorwaarden waaronder de kortingen worden uitbetaald lijken zeer verschillend in een contract "routeur" (storting a posteriori) en een contract "directe klant" (directe korting) wat aanleiding geeft voor de zakelijke klant 7 en haar klanten tot een discrepantie op vlak van liquide middelen ten gunste van De Post.

Zakelijke klant 8 klaagt aan dat zij nog niet beschikt over een concreet contractueel voorstel. Ze wijst erop dat dit de vijfde grote strategische wijziging is op 8 jaar tijd. Zakelijke klant 8 kan niet zeggen wat de duur van het contract zal zijn of wat de overige modaliteiten zullen inhouden. Voor wat betreft de operationele condities wordt de garantie van betrouwbaarheid van De Post betreffende de door de tussenpersonen verstrekte informatie in vraag gesteld en wordt gewezen op de onduidelijkheid

aangaande o.m. de vergoeding die de tussenpersoon ontvangt voor het beheer van de klantenportefeuille.

Zakelijke klant 10 is tevreden met de duur van het contract en de modaliteiten ervan maar kaart aan dat De Post elk jaar de tarifiering en commissies kan wijzigen. De operationele voorwaarden worden goed bevonden. Als kleine tot middelgrote speler wordt het tarifieringsplan 2010 als positief ervaren.

Zakelijke klant 11 wijst op de verschillende starttijden van de contracten. De modaliteiten zijn nog niet doorgegeven en de operationele voorwaarden zijn onduidelijk – het feit dat geen committed revenue contract meer kan afgesloten worden ligt niet in lijn met de bestaande situatie.

Zakelijke klant 13 heeft geen problemen met de duur van het contract maar wijst erop dat consolidatoren en kmo's de dupe zullen zijn van het voorstel omdat deze geen ruimte krijgen om betere tarieven te genieten.

2.4. Impact

Zakelijke klant 1 vreest voor een grote impact op de sector van de tussenpersonen.

Zakelijke klant 4 wijst op de financiële gevolgen voor de onderneming zelf en op een directe impact op de markt door verminderde DM-activiteiten van klanten, gevolgen voor tewerkstelling in de sector qua operationele activiteiten en een omzetzerving in de sector.

Zakelijke klant 6 vreest dat dit zal leiden tot onder meer remailing en dat het voorstel ten koste van routeurs zal gaan.

Zakelijke klant 7 wijst erop dat dit de derde radicale ommezwaai is op 3 jaar.

Zakelijke klant 8 stelt dat sommige tussenpersonen tevreden zullen zijn en anderen niet; specifiek voor wat zakelijke klant 8 betreft zal dit de stopzetting van hun activiteiten teweegbrengen.

Zakelijke klant 10 wijst op het positief effect op lange termijn voor de sector en het negatief effect op korte termijn voor enkele grote routeurs en stelt een overgangperiode voor. Er worden vragen gesteld bij de rol van tussenpersonen als "reclameagentschappen of productiecoördinerende bedrijven".

Zakelijke klant 11 stelt dat de impact groot zal zijn: inkomensderving voor de routeur en hogere tarieven voor de eindklant die zijn mailings zal verminderen naar het beschikbare budget.

Zakelijke klant 13 stelt dat de impact afhankelijk is van de door de tussenpersonen gevoerde politiek.

2.5. Overige

Zakelijke klant 1 vindt het voorstel monopoliserend en discriminerend, zonder oog voor de liberalisering en transparantie van de Europese postmarkt.

Zakelijke klant 3 heeft geen conventie maar kaart volgende punten aan:

- er wordt verwezen naar de uitspraak van het Hof van Justitie van 6 maart 2008 die stelt dat de aangewezen leverancier van de universele dienst de tarieven voor zakelijke klanten niet mag weigeren voor consolidatoren;
- het terugdraaien van de consolidatiemogelijkheid ligt niet in lijn met de Postrichtlijn en de Belgische uitgangspunten (er wordt verwezen naar het persbericht van minister Van Quickenborne);
- kostengeoriënteerdheid en doorzichtigheid: van belang voor kortingen en sancties;
- andere poststromen/grote zakelijke gebruikers: er wordt gewezen op andere, "gesubsidieerde" poststromen zoals kranten, tijdschriften ... In het kader van doorzichtigheid en non-discriminatie zouden die tariefplannen ook moeten bekendgemaakt worden.

Zakelijke klant 4 vestigt de aandacht op volgende punten:

- Goedkeuring - marktnieuws: De Post zou aan de markt gemeld hebben dat het voorstel is goedgekeurd door het BIPT en dat zakelijke klant 4 geen offertes meer kan maken;

- Steun: De Post zou tevens verklaren dat het nieuwe concept volledig is onderschreven door de spelers in de markt en dan vooral de routeurs. Zakelijke klant 4 stelt zich hier vragen bij en stipt aan dat er ook rechtstreekse klanten zijn die graag een consolidatieopzet zouden willen zien. Zakelijke klant 4 is echter niet gekant tegen contract optie 3. Hij begrijpt dat sommige routeurs er de voorkeur voor hebben omdat ze dan de btw-vrijstelling kunnen genieten;
- Consolidatie: Zakelijke klant 4 wijst op de aanpassing van de Postrichtlijn in 2009: er is geen discriminatie meer toegelaten tussen consolidatoren en rechtstreekse klanten. Daarop gaf een aantal klanten hun rechtstreeks contract met De Post op om via een consolidator te opereren. Sommige klanten gebruiken de uitgespaarde bedragen voor nieuwe of grotere DM-acties. Tevens zijn er ook een aantal routeurs die van deze optie wilden gebruikmaken tijdens het jaar, maar dit werd afgeblokt doordat men enkel bij de start van het jaar kon instappen. Tevens wordt gewezen op de gevolgen voor de postale vrijmaking: omdat geen direct contract kan aangegaan worden, limiteert dit de mogelijkheden voor een opstartend distributiebedrijf om haar residue post te laten bedelen via De Post;
- Aanmelding: daardoor krijgt De Post een volledige kennis van wie, wat, waar verstuurt en tegen welke tarieven of kortingen. Dit geeft haar in voorbereiding van de liberalisatie een zeer sterke positie;
- Klant: Zakelijke klant 4, met een Belgische zetel, wordt niet beschouwd als klant van De Post. Alhoewel zakelijke klant 4 alle verantwoordelijkheden op zich neemt gebruikt De Post een andere regel om een bedrijf als klant te beschouwen;
- Proxy: Voor het proxycontract is er een duidelijke vereiste om met de 3 partijen te tekenen, wat inhoudt dat zowel de proxygever als de proxyhouder beiden en onverdeeld verantwoordelijk zijn. Zakelijke klant 4 beschouwt dit als onaanvaardbaar in de huidige economische wereld;
- Informatie: Zakelijke klant 4 stelt dat – doordat ze geen direct contract krijgt - ze geen verdere informatie en details over de prijzen en de contractvereisten kent. Het is ook niet mogelijk om de gelijkheid van prijzen na te gaan. De openheid van prijsstructuren voor het publiek is er niet;
- Half jaar: aangezien de kortingen worden berekend per individuele klant per routeur is de klant niet vrij om tijdens het jaar van routeur/contract te wijzigen zonder hiervoor een financiële boete te krijgen;
- Instap: instappen tijdens het jaar kan niet. Zakelijke klant 4 stelt een pro-ratacalculatie voor;
- Boetes: onduidelijk in het contractvoorstel van 2010;
- Klanten: Zakelijke klant 4 heeft momenteel een aantal klanten voor wie zij o.a. als makelaar optreedt. Deze klanten willen niet meer rechtstreeks met De Post onderhandelen. Voor deze klanten is er geen oplossing tenzij de optie dat zakelijke klant 4 als directe klant beschouwd kan worden;
- Tijd: contracten met de directe klanten moeten in de komende weken afgesloten worden want de startdatum is 01.01.2010. Zakelijke klant 4 moet dus snel kunnen ageren. Hij vreest dat anders de klanten verplicht zullen zijn om voor de andere optie (directe klant van De Post) te kiezen.

Zakelijke klant 7 merkt op dat het voorstel zich lijkt te inspireren op modellen die bestaan bij andere Europese operatoren, maar de hoogte en het progressief karakter van de kortingen op basis van het omzetcijfer (enig criterium) en uitgaande van eenzelfde voorbereidingsniveau (zelfde niveau van vermeden kosten), zijn eigen aan het voorstel van De Post en kunnen leiden tot concurrentievervalsing.

Zakelijke klant 8 spreekt van misbruik van machtspositie en stelt zich vragen bij de toepassing van deze tarieven in geval van grensoverschrijdende post en de hoedanigheid van Belgian Post International hierin.

III. COMMENTAAR

Op verzoek van bepaalde ondernemingen uit de sector denkt het BIPT momenteel na over de gevolgen die deze nieuwe tariefbenadering van De Post heeft op haar klanten. Er werd bijkomende informatie gevraagd aan De Post.

Het Instituut zal in zijn eventuele besluit nauwgezet rekening houden met de door de sector geformuleerde opmerkingen.

A. Desmedt
Lid van de Raad

C. Cuvelliez
Lid van de Raad

C. Rutten
Lid van de Raad

L. Hindryckx
Voorzitter van de Raad