

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

I B P T

**COMMUNICATION DU CONSEIL DE L'IBPT
DU 23 NOVEMBRE 2018
CONCERNANT
L'OBSERVATOIRE DU MARCHÉ DES ACTIVITÉS POSTALES EN BELGIQUE
POUR 2017**

TABLE DES MATIÈRES

Table des matières

1. Synthèse.....	5
2. Portée de l'observatoire et structure du marché postal en Belgique.....	7
2.1 STRUCTURE DU MARCHÉ POSTAL BELGE.....	7
2.2 OPÉRATEURS INTERROGÉS DANS LE CADRE DE L'OBSERVATOIRE.....	8
3. Description du marché belge pour la fourniture de services postaux de 2010 à 2017.....	12
3.1 APERÇU GÉNÉRAL DU MARCHÉ POSTAL.....	12
3.1.1 Revenus.....	12
3.1.2 Concentration du marché.....	14
3.1.3 Importance des segments.....	16
3.2 FOCUS SUR LE SEGMENT DE LA POSTE AUX LETTRES.....	17
3.2.1 Aperçu général.....	17
3.2.2 Courrier transactionnel.....	19
3.2.3 Courrier publicitaire adressé.....	28
3.2.4 Courrier international.....	29
3.3 FOCUS SUR LE SEGMENT DES COLIS ET DES ENVOIS EXPRESS ET SUR L'E-COMMERCE.....	32
3.3.1 Volume.....	32
3.3.2 Revenus.....	34
3.3.4 Tarifs petits utilisateurs du prestataire du service universel.....	37
3.4 FOCUS SUR LE SEGMENT DE LA DISTRIBUTION DE LA PRESSE AUX ABONNÉS.....	38
3.4.1 Volume.....	38
3.4.2 Revenus.....	39
4. Investissements et emploi dans les activités postales.....	40
4.1 INVESTISSEMENTS DANS LE SECTEUR POSTAL.....	40
4.2 EMPLOI DANS LE SECTEUR POSTAL.....	42
5. Accès aux services postaux.....	44
5.1 APERÇU SECTORIEL.....	44
5.1.1 Boîtes aux lettres pour l'envoi.....	44
5.1.2 Points pourvus en personnel.....	45
5.1.3 Distributeurs automatiques de colis.....	46
5.2 PRESTATAIRE DU SERVICE UNIVERSEL POSTAL (PSUP).....	47
5.2.1 Points d'accès aux services postaux.....	47
5.2.2 Points de service postal.....	49
6. Qualité de service.....	51
6.1 SATISFACTION DES UTILISATEURS DE SERVICES POSTAUX.....	51
6.2 DÉLAIS D'ACHEMINEMENT DU COURRIER.....	52

Liste des figures

Figure 1 : Segmentation des activités postales considérées dans le cadre de l'observatoire	7
Figure 2 : Les principaux acteurs sur le marché belge pour la fourniture de services postaux (en 2017).....	11
Figure 3 : Évolution des revenus du secteur postal sur la période 2000-2017 (en millions d'euros).....	13
Figure 4 : Part de l'activité postale dans le PIB de la Belgique (%)	13
Figure 5 : Part de marché sur la base du chiffre d'affaires dans le secteur postal belge en 2017 (%).....	14
Figure 6 : Taux de concentration horizontale sur la base du chiffre d'affaires au moyen des indices HH et C4... 15	
Figure 7 : Taux de concentration horizontale sur la base du volume au moyen des indices HH et C4	15
Figure 8 : Part des différents segments dans le chiffre d'affaires du secteur postal global en 2010 par rapport à 2017 (%).....	16
Figure 9 : Volume de courrier par habitant (N).....	17
Figure 10 : Volume de la poste aux lettres (évolution 2010-2017)	18
Figure 11 : Revenus du segment de la poste aux lettres (millions d'euros)	19
Figure 12 : Évolution des volumes de courrier transactionnel (2010-2017)	20
Figure 13 : Répartition des volumes de courrier transactionnel (2017).....	21
Figure 14 : Évolution des volumes d'envois recommandés depuis 2010 (croissance cumulée).....	21
Figure 15 : Évolution des volumes de courrier administratif et social depuis 2010 (croissance cumulée).....	22
Figure 16 : Répartition des volumes de courrier transactionnel entre envois égrenés et envois en nombre (2010 par rapport à 2017)	22
Figure 17 : Évolution des revenus pour le courrier transactionnel depuis 2010 (croissance cumulée).....	23
Figure 18 : Répartition des revenus pour le courrier transactionnel (2010 par rapport à 2016).....	24
Figure 19 : Prix du service lettre domestique standard < 50g (€)	25
Figure 20 : Prix du service lettre domestique standard en Europe (€)	26
Figure 21 : Prix 2017 exprimés en parité de pouvoir d'achat (PPA) du service lettre domestique standard en Europe (€)	27
Figure 22 : Évolution des volumes de publicité (2010-2017)	28
Figure 23 : Évolution des revenus de publicité (2010-2017) (millions d'euros)	29
Figure 24 : Évolution des volumes de courrier international	30
Figure 25 : Évolution des revenus pour le courrier international (millions d'euros)	30
Figure 26 : Prix du service lettre standard intra-européen en Europe (en valeur nominale) (€).....	31
Figure 27 : Évolution du volume de services express et de colis au total (en millions d'unités) et par habitant (en unités) par année	33
Figure 28 : Répartition du volume de services express et de colis : envois domestiques, internationaux sortants et internationaux entrants en 2017.....	33
Figure 29 : Évolution des revenus dans le segment des services express et de colis au total (en millions d'euros) et par habitant (en euros) par année.....	34
Figure 30 : Part de marché sur la base du chiffre d'affaires dans le segment des envois express et des colis 2017 (%).....	35
Figure 31 : Part de marché sur la base du volume dans le segment des envois express et des colis 2017 (%) ...	36
Figure 32 : Tarif implicite dans le segment des envois express et des colis 2010-2017 (EUR).....	36
Figure 33 : Évolution des prix d'un colis jusqu'à 2 kg envoyé par le prestataire du service universel à destination de la Belgique ou d'un pays voisin.....	37
Figure 34 : Évolution des volumes sur le segment de la distribution de la presse aux abonnés (en millions d'unités).....	39

<i>Figure 35 : Évolution des revenus sur le segment de la distribution de la presse aux abonnés (en millions d'euros).....</i>	<i>40</i>
<i>Figure 36 : Investissements dans le secteur postal (en millions d'euros).....</i>	<i>41</i>
<i>Figure 37 : Investissements par rapport au chiffre d'affaires dans le secteur postal (%)</i>	<i>41</i>
<i>Figure 38 : Emploi dans le secteur postal (N, ETP).....</i>	<i>43</i>
<i>Figure 39 : Part du secteur postal dans l'emploi total (%)</i>	<i>43</i>
<i>Figure 40 : Nombre moyen d'articles postaux par jour civil par ETP dans le secteur postal (N).....</i>	<i>44</i>
<i>Figure 41 : Densité du réseau de boîtes aux lettres (de bpost et de TBC) pour l'envoi (2017).....</i>	<i>45</i>
<i>Figure 42 : Densité du réseau de points pourvus en personnel (2017) Source : IBPT.....</i>	<i>46</i>
<i>Figure 43 : Densité du réseau de distributeurs automatiques de colis (tant Cubee que DHL Express) (2017).....</i>	<i>47</i>
<i>Figure 44 : Nombre de points d'accès dans le cadre du service universel</i>	<i>49</i>
<i>Figure 45 : Nombre de points de service postal (PSUP uniquement).....</i>	<i>50</i>
<i>Figure 46 : Population moyenne (N) et superficie moyenne (km²) desservies par point de service postal (PSUP uniquement)</i>	<i>50</i>
<i>Figure 47 : Distribution de points de service postal en 2017 (PSUP uniquement)</i>	<i>51</i>
<i>Figure 48 : Nombre de plaintes recevables introduites au service de médiation par objet (2017).....</i>	<i>52</i>
<i>Figure 49 : Pourcentage de lettres Prior et d'envois recommandés délivrés en J+1 (PSUP uniquement).....</i>	<i>53</i>

1. Synthèse

Depuis le début de l'année 2012, l'Institut belge des services postaux et des télécommunications (IBPT) tient à jour un observatoire du marché des activités postales en Belgique, désormais dans le cadre des fonctions qui lui sont attribuées par la loi du 26 janvier 2018 relative aux services postaux. Plus précisément, l'IBPT peut, en vertu de l'article 26 b), demander de manière motivée et proportionnelle aux prestataires de services postaux toutes les informations nécessaires « pour poursuivre des objectifs statistiques précis, pour les analyses de marché et pour toutes les mesures qui peuvent contribuer à la transparence ».

Les indicateurs présents dans cet observatoire ont pour objectif de représenter 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 prestataire du 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.

Cette édition, qui se base entre-temps sur une série chronologique allant de 2010 à 2017, reprend les indicateurs publiés dans l'édition précédente en y ajoutant de nouveaux. Elle accorde ainsi encore plus d'attention au segment des colis et des envois express, ainsi qu'aux points d'accès aux services postaux.

Les tendances annoncées les années précédentes sur le marché postal belge se confirment en 2017. Alors que le segment de la distribution de la presse se contracte de manière limitée et que la diminution de la poste aux lettres se poursuit, le segment des colis et de l'express continue de prospérer. Le segment florissant des colis et des envois express permet de faire plus que contrebalancer la contraction des segments de la presse et de la poste aux lettres. Le marché postal a ainsi enregistré une croissance de pas moins de 4,3 %, pour atteindre un chiffre d'affaires global de 2,6 milliards d'euros.

Malgré une diminution de la concentration, le marché postal belge reste fortement concentré en 2017. Ainsi, les quatre prestataires principaux (bpost, UPS, DHL Express et DPD) ont, en termes de chiffre d'affaires, encore une part de marché commune très élevée de 83,5 %. Celle-ci était de 91,4 % en 2010. Active dans tous les segments postaux, bpost détient à elle seule une part de marché considérable de plus de 60 %, une position sur le marché qui diminue toutefois légèrement depuis 2010, lorsque la part de marché était encore de plus de 70 %.

Le segment des colis et des envois express a représenté exactement la moitié du chiffre d'affaires du secteur en 2017. Il s'agit ici d'un tournant historique : pour la première fois dans l'histoire du secteur postal belge, ce n'est pas le segment des envois de correspondance, mais bien celui des colis et des envois express qui est le plus important en termes de revenus. Les envois de correspondance, y compris les courriers publicitaires adressés, représentaient toutefois encore 45 % du chiffre d'affaires total au sein du secteur postal en 2017. Le segment de la distribution de la presse aux domiciles des abonnés a généré 5 % des revenus. Par rapport à 2010, le segment de la distribution de la presse a provisoirement résisté, tandis que la poste

aux lettres a connu une diminution de 17 points de pourcentage en faveur du segment des colis et de l'express.

Entre 2016 et 2017, le volume d'envois de correspondance par habitant a encore diminué de 6,5 %, pour atteindre 143 articles par habitant sur une base annuelle. Le courrier transactionnel en représente encore la grande majorité (59 % en 2017). Les envois publicitaires adressés, qui ont étonnamment connu une petite croissance en termes de chiffres d'affaires, et les envois de correspondance internationaux représentent en 2017 respectivement 30 % et 11 % du volume total des envois de correspondance. Les revenus des envois de correspondance diminuent également : ceux-ci s'élèvent désormais à 1 144 milliards d'euros, contre 1 194 milliards d'euros en 2016, soit une diminution de 4,2 %.

En ce qui concerne le segment des colis et de l'express, le nombre d'envois a plus que doublé entre 2010 et 2017. Depuis quelques années, nous notons même une accélération de la croissance. En 2017 aussi, une croissance de pas moins de 19,1 % a été enregistrée, pour atteindre 205 millions d'articles contre 88 millions en 2010. Par habitant, un colis est désormais envoyé en moyenne tous les 20 jours. En 2017, 35 % du nombre total de services express et de colis concernaient des envois domestiques. Dans 35 % des cas également, il s'agissait d'envois internationaux sortants. Les 30 % restants étaient des envois internationaux entrants. Entre 2016 et 2017, les revenus dans ce segment ont augmenté de 13,7 % pour atteindre un total de 1 294 milliards d'euros.

Le volume de la presse distribuée a de nouveau diminué en 2017, de 3,2 %. Parallèlement, les revenus ont diminué de 2 %. La distribution de la presse aux abonnés représente encore toutefois un chiffre d'affaires global de 123 millions d'euros en Belgique, soit un niveau qui demeure plus élevé qu'en 2010 où le chiffre d'affaires atteignait 118 millions d'euros. La compensation payée par l'État à bpost pour la prestation de la distribution de la presse aux abonnés n'est pas comprise dans les revenus considérés.

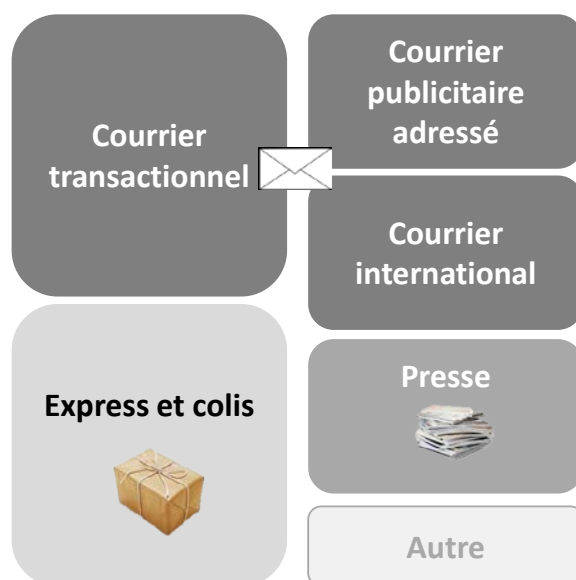
En 2017, les investissements dans le secteur postal ont augmenté pour atteindre un montant record de 132 millions d'euros, soit pas moins de 41 millions d'euros de plus qu'en 2016. De nombreux opérateurs sont en effet en train d'étendre leur capacité concernant le tri et la distribution des colis. De même, le segment florissant des colis et des envois express se fait également sentir en termes d'emplois : pour la première fois depuis 2000, nous avons constaté une augmentation de l'emploi dans le secteur postal, + 2 %, en équivalent temps plein.

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

2.1 Structure du marché postal belge

Le périmètre des activités postales prises en considération dans le cadre de cet observatoire peut être segmenté en six catégories, comme l'illustre la figure ci-dessous :

Figure 1 : Segmentation des activités postales considérées dans le cadre de l'observatoire¹



La catégorie « autres » regroupe les services tels que la conservation temporaire de courrier, la réexpédition, l'affranchissement pour le client, la vente d'adresses, etc. qui ne peuvent pas directement être classés dans les autres catégories.

Si elles ne sont pas proposées par des opérateurs postaux, les activités de routage ne sont pas considérées dans le périmètre du présent observatoire. Les activités relatives à la distribution de courrier publicitaire non adressé sont quant à elles reprises à la section 4.2.3. afin de fournir un aperçu global des volumes de publicité déposés directement dans les boîtes aux lettres. Les envois non adressés n'étant cependant pas considérés comme des envois postaux, ceux-ci ne sont pas pris en compte dans les revenus ou volumes mentionnés dans la suite du présent observatoire.

Le marché postal belge est avant tout caractérisé par la présence d'un très grand nombre d'acteurs, réputés fournir des services postaux : en 2017, environ 700 acteurs ont déposé leurs comptes annuels auprès de la Centrale des bilans de la Banque Nationale belge sous les codes NACE 53 100 (activités de poste dans le cadre d'une obligation de service universel) et 53 200 (autres activités de poste et de courrier).²

¹ Le contenu de la catégorie « courrier transactionnel » est décrit au point 4.2.2.

² Il convient de remarquer à cet égard que quelques opérateurs postaux sont apparemment classés erronément sous le code NACE 49 410 (transports routiers de fret, sauf services de déménagement).

2.2 Opérateurs interrogés dans le cadre de l'observatoire

Dans ce contexte, l'on s'est efforcé de donner l'image la plus précise possible du secteur à l'aide d'un ensemble le plus représentatif possible d'opérateurs. Au total, 23 entreprises ont été interrogées.

Outre l'opérateur postal historique, **bpost**, en charge de la prestation du service universel, et présent sur l'ensemble des segments, les quatre grands intégrateurs internationaux (**DHL**, **FEDEX**, **TNT**³, **UPS**) sont également présents et actifs dans le secteur des colis et de l'express en Belgique. Pour DHL, tant **DHL Express** que **DHL Parcel**⁴, qui est actif sur le marché belge depuis 2014 et vise les clients de l'e-commerce, font partie du présent observatoire. À compter de la présente édition, **UPS Access Point** est regroupé avec UPS sous une bannière unique (UPS/UPS Access Point). Depuis mi-2016, l'intégration complète de l'ancien Kiala a également été réalisée par UPS.

Par ailleurs, les postes plus importantes des pays limitrophes sont également actives sur le marché belge. L'on constate ainsi le développement actif de sociétés de courrier spécialisées, issues de grands groupes postaux européens, sur certains segments du marché postal.

Ainsi, **DPD** fait partie de DPDgroup, une filiale du groupe français La Poste, avec le deuxième plus grand réseau pour les distributions de colis en Europe. DPD opère depuis quatre dépôts en Belgique.

GLS, filiale de l'opérateur historique britannique Royal Mail, est spécialisée dans la distribution de colis. GLS distribue environ 436 millions de colis par an en Europe, pour plus de 220 000 clients. Pour ce faire, elle s'appuie sur 39 hubs, 688 dépôts et plus de 14 000 travailleurs. En Belgique, GLS dispose de 2 hubs et de plus de 300 points relais.

PostNL, l'opérateur historique et le prestataire du service universel aux Pays-Bas, propose également des services de colis et des envois pharmaceutiques en Belgique. Grâce à sa collaboration avec Kariboo!, PostNL met à la disposition de ses utilisateurs un large réseau de points colis.

PostNL est également présente en Belgique via sa filiale **Mikropakket**, spécialisée dans le traitement de colis (de grande valeur) pesant jusqu'à 15kg livrés dans les 24h, et qui propose des services B2B et B2C dans le Benelux.

G3 Worldwide, qui appartient également à PostNL, est, à travers sa filiale Spring Globalmail, quant à elle très présente sur le segment du courrier international pour les

³ Le rachat de TNT par FedEx a été finalisé en 2016, l'intégration est toutefois encore en cours : http://www.fedex.com/be_francais/enews/2017/february/tnt.html

⁴ DHL Parcel a conclu un accord de coopération avec bpost concernant la livraison de colis et l'utilisation de bureaux de poste et de Points Poste de bpost. Voir De Standaard du 1er décembre 2016 :

http://www.standaard.be/cnt/dmf20161201_02602980 et <https://www.dhlparcel.be/fr/particuliers/points-denlevement>

En plus, dès que 2018 bpost et DHL vont collaborer dans le domaine de la livraison e-commerce au Benelux : http://corporate.bpost.be/media/press-releases/2018_2/2018-05-30?sc_lang=fr-FR

entreprises : elle distribue quotidiennement à l'international de la correspondance commerciale, des catalogues et des factures.

Mondial Relay, qui assure la distribution aux particuliers d'environ 42 millions de colis par an, allant de 0 à 130 kg, et qui possède un réseau de 36 000 points relais en Europe, dispose en Belgique d'un réseau de 700 points relais répartis sur le territoire.

Ciblex, un autre opérateur actif sur le segment des colis et de l'express, achemine environ 10 000 colis par jour aux Pays-Bas et en Belgique. L'entreprise, spécialisée dans la livraison rapide (le lendemain avant midi), six jours sur sept, est également présente en France.

L'activité principale de **Belgium Parcels Service** consiste également en la livraison de colis et d'envois express en Belgique et au Luxembourg dans les 24h et en France, en Allemagne et aux Pays-Bas dans les 48h.

Plusieurs entreprises ont été l'objet d'un rachat par bpost :

Kariboo! a été fondée en 2014 par LS Distribution Logistics⁵. Elle possède un centre de distribution à Malines et dispose, tout comme UPS Access Point, d'un large réseau de points de retour et d'enlèvement. Kariboo ! se concentre sur les services « e-commerce » et « supply chain » et collabore avec le Relais Colis français, PostNL et DHL Express.

Bubble Post⁶ est spécialisée dans la distribution urbaine efficace et durable, au moyen de dépôts situés à l'entrée des villes et les distributions groupées au moyen de véhicules écologiques dans les centres urbains. La société est désormais déjà active dans treize villes belges et trois villes néerlandaises.

CityDepot vise également une distribution durable de marchandises vers et depuis le cœur des villes, par la route ou le fluvial, au départ de dix implantations belges.

Dynalogic⁷ est une entreprise spécialisée dans les livraisons flexibles et personnalisées de tout format, ce dernier pouvant aller de très petit, comme un passeport ou des médicaments, à un format 2XL, comme une machine à laver ou un canapé. Il est en outre possible de combiner une distribution avec un montage et une installation à domicile ou de reprendre en retour les matériaux d'emballage et d'anciens produits. Dynalogic propose ses services aux Pays-Bas, en Belgique et au Luxembourg au départ de cinq hubs centraux.

⁵ Le Collège de la concurrence de l'Autorité belge de la concurrence a approuvé, sous certaines conditions, la reprise par bpost d'AMP et de LS Distribution Benelux (selon Trends/Tendances, le 10 novembre 2016 : <http://trends.knack.be/economie/bedrijven/bpost-krijgt-voorwaardelijk-groen-licht-voor-overname-amp-en-krantenwinkels/article-normal-775165.html>).

⁶ Le 7 août 2017, l'on a appris que bpost rachèterait Bubble Post. http://www.standaard.be/cnt/dmf20170807_03008045

⁷ Le 12 décembre 2016, bpost et DynaGroup ont signé un accord concernant le rachat, par bpost, de 100 % des parts de DynaGroup.

Le rachat a pour but de renforcer la division colis de bpost avec de nouvelles connaissances logistiques complémentaires et de développer plus rapidement encore la plate-forme de croissance de DynaGroup (au niveau international). <http://www.dynalogic.eu/nl/company/nieuws/bpost-en-dynagroup-bundelen-hun-krachten-en-logistieke-exper>

Un autre acteur pris en compte pour le segment des colis et de l'express dans le cadre de cet observatoire est **Euro Sprinters**, filiale de bpost, spécialisée dans l'express et la logistique.

En ce qui concerne le segment de la presse, bpost assure encore jusqu'au 31 décembre 2020 le service public de distribution avancée des journaux (avant 7h30 ou 10h le samedi). Cette distribution avancée concerne uniquement la distribution de quotidiens aux abonnés. Dans le cadre de ce même service public, bpost distribue également des périodiques aux abonnés, mais via les tournées classiques. Malgré ce service de dernier recours, bpost connaît encore une série de concurrents dans le segment de la distribution de la presse.

Le deuxième acteur après bpost dans le segment de la distribution de la presse est **PPP**. Cette entreprise, qui a quitté l'ancienne société-mère Belgique Diffusion (BD) via un rachat de l'entreprise par les cadres en 2015, est surtout active dans la distribution de quotidiens à Bruxelles, Anvers et les deux Brabants.

Belgique Diffusion (BD) est quant à elle le leader du marché dans la communication toutes-boîtes (envois non adressés) et les expériences de promotion numérique avec l'application et le site Internet MyShopi.

Au nord du pays, **Vlaamse Post** est également active dans la distribution de courrier non adressé.

Enfin, cet observatoire intègre aussi l'opérateur **TBC post**, le premier acteur sous licence à opérer sur le segment des envois de correspondance auparavant réservé à bpost.

Par rapport à l'observatoire de l'année passée, notre échantillon du marché postal belge compte deux acteurs de moins : Sprintpack et Asendia Belgium. Asendia a cessé ses activités belges au 1^{er} juillet 2016 et Sprintpack passe par d'autres opérateurs pour la livraison.

Seuls les acteurs énumérés ici ont été retenus dans le périmètre d'étude pour le présent observatoire. Il reste encore quelques acteurs intéressants et importants sur le marché, comme ASX-IBECO, par exemple, qui offrent une solution globale comprenant aussi bien des missions urbaines, le traitement du courrier, des envois express que des acheminements vers les quais. Toutefois, dans ces cas, des « sous-traitants » sont couramment utilisés, ce qui entraînerait des doubles comptages.

Figure 2 : Les principaux acteurs sur le marché belge pour la fourniture de services postaux (en 2017)

	Courrier adressé	Colis/Express	Courrier publicitaire	Presse	Courrier international	Autres
Belgique Diffusion*						
Belgium Parcels Service						
bpost						
Bubble Post						
Ciblex						
CityDepot						
DHL Express						
DHL Parcel						
DPD (Belgium) SA						
Dynalogic						
Euro Sprinters						
FedEx Belgium						
G3 Worldwide (Belgium) NV						
GLS Belgium SA						
Kariboo						
Mikropakket						
Mondial Relay						
Post NL						
PPP						
TBC-Post						
TNT Belgique						
UPS/UPS Access Point						
Vlaamse Post*						

*Dans le cas de Belgique Diffusion et de Vlaamse Post, ce qui est hachuré représente la publicité non adressée, dont le chiffre d'affaires n'est donc pas pris en compte dans le chiffre d'affaires postal total

3. Description du marché belge pour la fourniture de services postaux de 2010 à 2017

3.1 Aperçu général du marché postal

3.1.1 Revenus

L'évolution des revenus⁸ générés par le secteur postal belge est représentée à la figure 3. Entre 2010 et 2017, celle-ci se base sur les résultats de l'enquête. Les colonnes hachurées concernant les années 2000 et 2005 sont des rétroprojections réalisées sur la base des données du secteur de la Banque Nationale de Belgique.⁹

Les entreprises considérées représentaient, en 2017, un total de 2,6 milliards d'euros de chiffre d'affaires dans le secteur postal. Cela représente une hausse de 4,3 % par rapport à l'année précédente. Par rapport à l'année 2000, le chiffre d'affaires du secteur a augmenté de moitié.

Depuis le début de notre enquête en 2010, nous avons observé une hausse du chiffre d'affaires de 17,3 % au total, soit un taux de croissance annuel composé (CAGR¹⁰) de 2,3 %. La croissance du chiffre d'affaires de 2017 est donc exceptionnellement élevée d'un point de vue historique et, comme le montrera la suite du présent rapport, est entièrement attribuée au segment des colis et des services express.

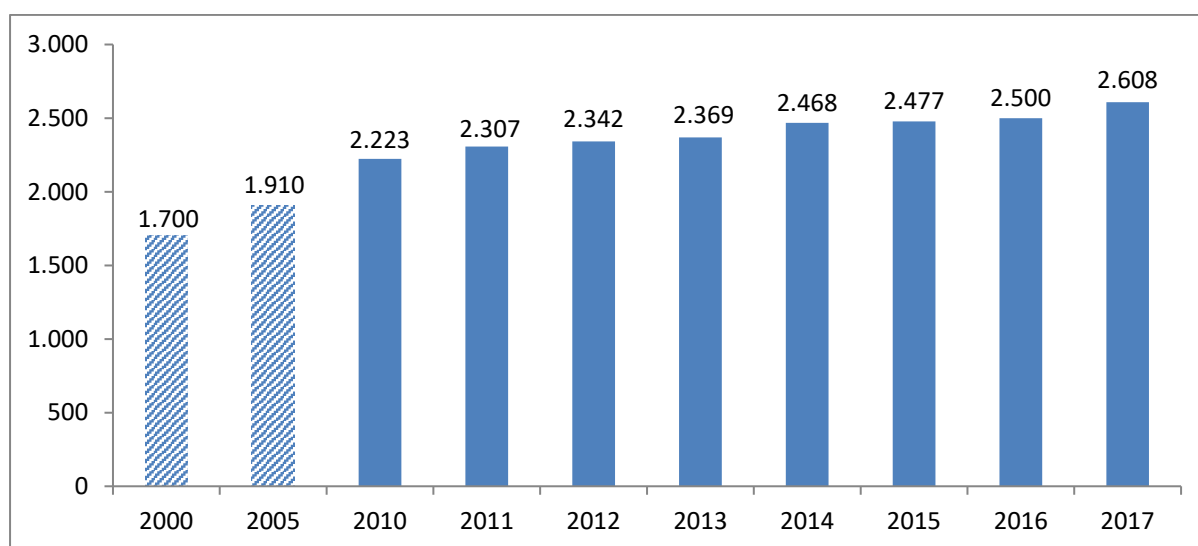
La suite du présent rapport aborde plus en détail les chiffres d'affaires des différents sous-segments, à savoir la poste aux lettres, les envois express, les colis et la distribution de la presse.

⁸ Y compris les services à valeur ajoutée comme la levée à domicile, l'affranchissement pour le client, la conservation temporaire du courrier, la vente d'adresses, etc. Les services proposés spécifiquement par les routeurs et les consolidateurs ne sont pas repris dans le présent observatoire. Seul le chiffre d'affaires concernant les activités postales, à l'exception de la compensation pour les services d'intérêt économique général, a ainsi été pris en compte pour bpost.

⁹ Le rapport moyen sur la période 2010-2017 entre le chiffre d'affaires du secteur concernant les activités postales obtenu via l'enquête réalisée par l'IBPT et le chiffre d'affaires du secteur enregistré auprès de la BNB a été appliqué sur le chiffre d'affaires du secteur donné par la BNB pour les années 2000 et 2005. L'objectif était d'obtenir des ordres de grandeur comparables.

¹⁰ Compound annual growth rate

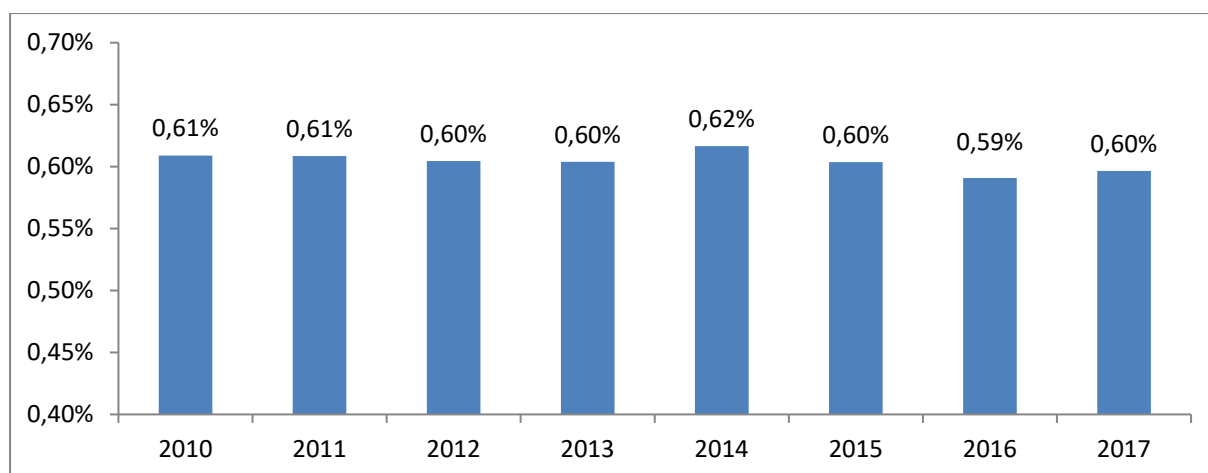
Figure 3 : Évolution des revenus du secteur postal sur la période 2000-2017 (en millions d'euros)



Source : BNB et IBPT

L'importance du secteur postal au sein de l'économie belge reste relativement stable. La part du chiffre d'affaires du secteur postal dans le produit intérieur brut (PIB) belge à prix courants tourne autour des 0,6 % depuis déjà quelques années. Le secteur postal suit à peu près la même évolution que l'économie belge globale.

Figure 4 : Part de l'activité postale dans le PIB de la Belgique (%)



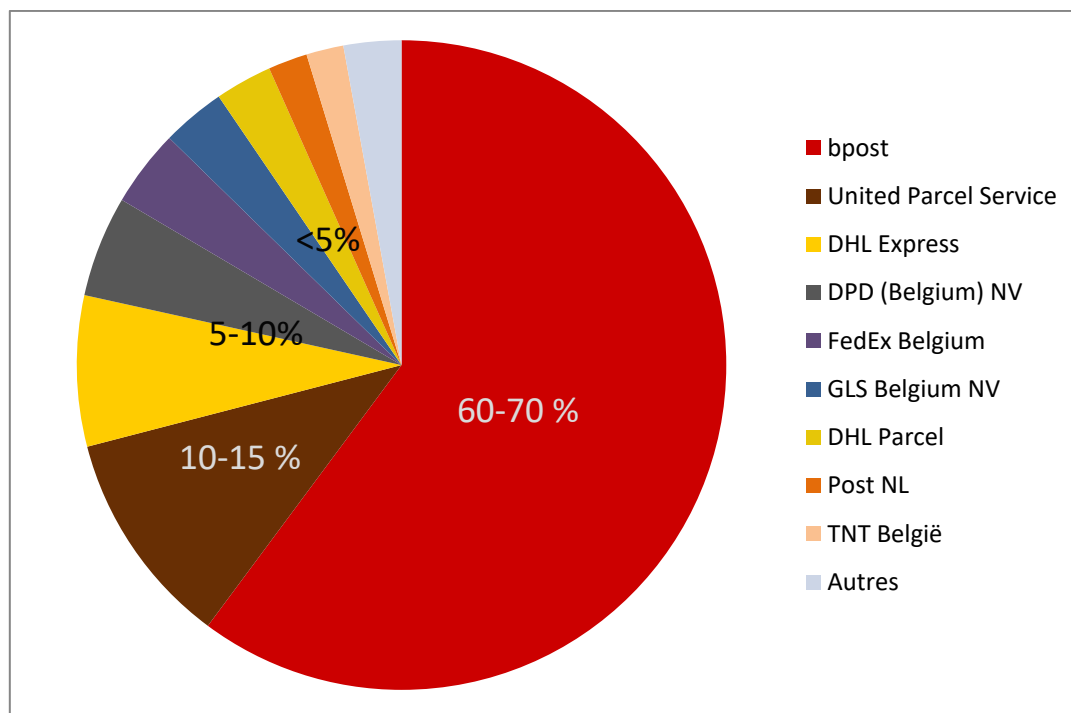
Source : BNB et IBPT

Divers acteurs sont présents à l'heure actuelle sur le marché postal. La figure 5 représente les prestataires de services postaux qui possédaient au moins 1 % de part de marché en 2017. La plus grande part de marché est détenue de loin par bpost, mais il existe des concurrents, principalement sur le marché des colis postaux et des services express ou des sous-segments peuvent être différenciés¹¹ B2B, B2C et C2X. Ainsi, en 2010, il n'y avait que six concurrents détenant au moins 1 % de part de marché, alors qu'ils sont 9 depuis quelques années. En 2017,

¹¹ À savoir « business to business », « business to consumer » et « consumer to any other party ».

nous observons toutefois pour la première fois un opérateur alternatif, en l'occurrence UPS, ayant plus de 10 % de part du marché postal belge global. DPD est également passé à la catégorie supérieure et détient désormais, tout comme DHL Express, entre 5 et 10 % de part de marché.

Figure 5 : Part de marché sur la base du chiffre d'affaires dans le secteur postal belge en 2017 (%)



Source : IBPT

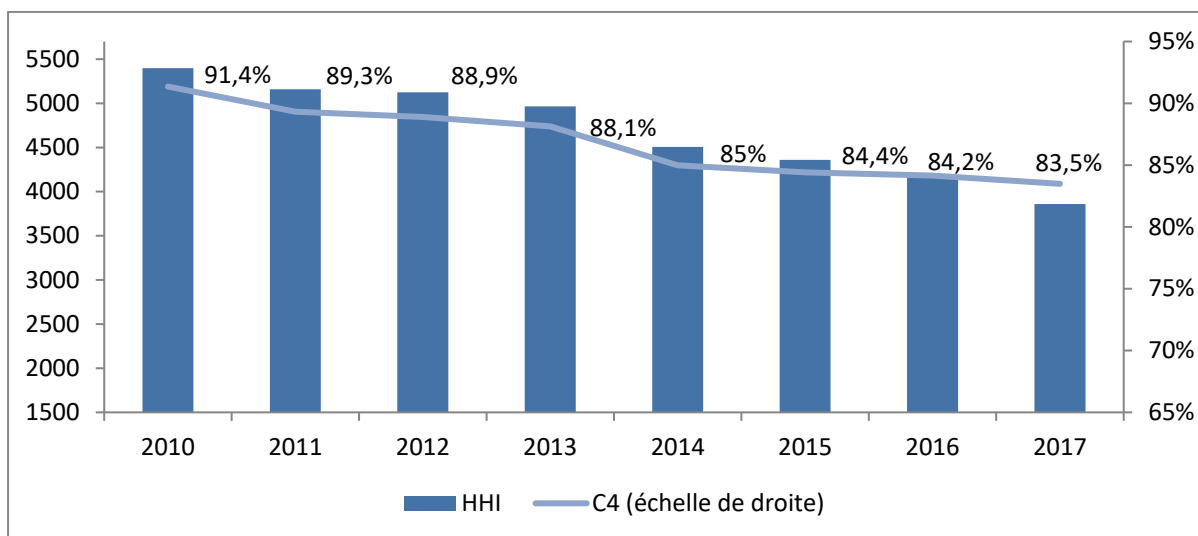
3.1.2 Concentration du marché

Il ressortait déjà clairement de la figure 5 que le marché postal belge, tout comme celui de ses homologues d'Europe occidentale, connaît une forte concentration. En d'autres termes, le marché est dominé par quelques grands acteurs.

La figure 6 approfondit ce point et représente l'évolution de la concentration horizontale à l'aide des indices C4 et Herfindahl-Hirschman (HHI). L'indice C4 représente la part de marché composée en termes de chiffre d'affaires des quatre principaux prestataires. L'indice HH se base sur la somme des carrés des parts de marché et prend ainsi en compte plus de prestataires que les quatre principaux uniquement. L'indice HH est égal à 10 000 dans un monopole et tend vers des valeurs inférieures à mesure que la variance dans les parts de marché diminue.

Malgré une diminution de la concentration, tant en termes d'indice HH que d'indice C4, le marché postal belge reste fortement concentré en 2017. Les quatre prestataires principaux (bpost, UPS, DHL Express, DPD) détiennent par exemple toujours une part de marché commune très importante de 83,5 %. Elle était de 91,4 % en 2010.

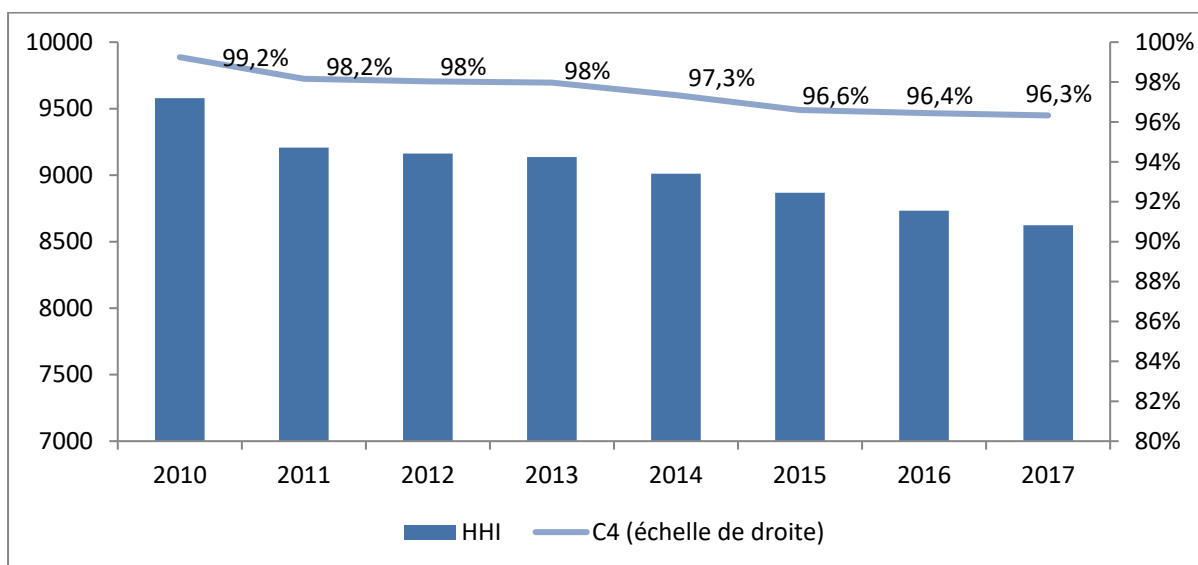
Figure 6 : Taux de concentration horizontale sur la base du chiffre d'affaires au moyen des indices HH et C4



Source : IBPT

En examinant la situation sur la base du volume, celle-ci semble encore plus critique. En 2010, les quatre principaux opérateurs ont traité pas moins de 99,2 % de tous les envois. La concentration a également baissé au fil des années, même si cette baisse reste très limitée, pour atteindre une part de 96,3 % pour les quatre principaux en 2017. Il faut en chercher la cause dans la part de marché très élevée de bpost sur les segments aux prix unitaires plus faibles, la poste aux lettres et (dans une moindre mesure) la distribution de la presse, des segments qui représentent l'essentiel des volumes. En considérant les volumes, aucun concurrent de bpost ne dispose de plus d'1 % de part de marché en Belgique¹².

Figure 7 : Taux de concentration horizontale sur la base du volume au moyen des indices HH et C4



Source : IBPT

¹² Soit arrondi minimum 2 %.

3.1.3 Importance des segments

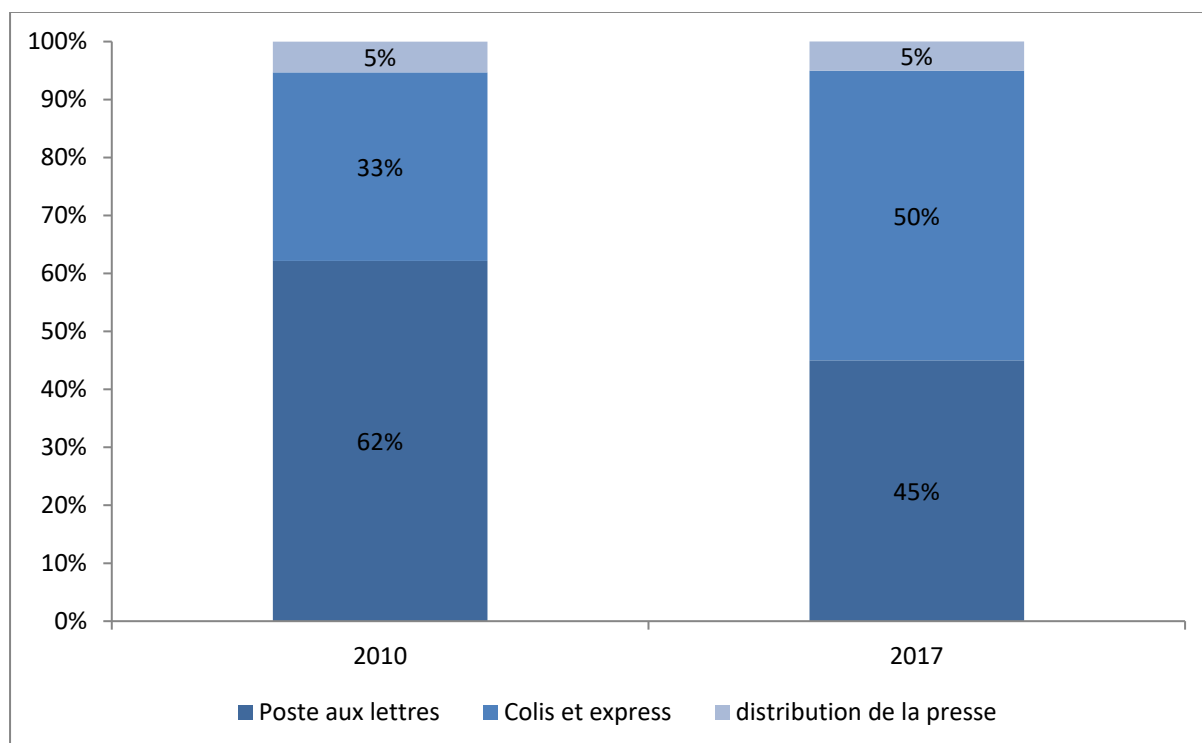
Le secteur postal se divise en différents segments : poste aux lettres, colis et envois express et distribution de la presse aux abonnés.

La poste aux lettres, y compris le courrier publicitaire adressé, a représenté en 2017 encore 45 % du chiffre d'affaires total au sein du secteur postal. Le segment des colis et de l'express quant à lui a assuré 50 % des revenus réalisés. L'année 2017 a dès lors représenté un tournant historique pour le secteur postal belge. Pour la première fois, le segment des colis et de l'express a généré des revenus supérieurs à celui des envois de correspondance. Le troisième segment, celui de la distribution de la presse aux domiciles des abonnés, a généré 5 % des revenus. La compensation payée par l'État à bpost pour la prestation de la distribution de la presse aux abonnés n'est pas comprise dans les revenus considérés.

Par rapport à 2010, le segment de la distribution de la presse s'est maintenu, tandis que les envois de correspondance ont connu une diminution de 17 points de pourcentage en faveur du segment des colis et de l'express. Il ne faut toutefois pas banaliser l'importance du segment de la poste aux lettres, qui, en dépit des évolutions récentes, représente encore un peu moins de la moitié du chiffre d'affaires postal global réalisé en Belgique.

Tous ces segments du marché postal sont détaillés dans la suite du présent rapport.

Figure 8 : Part des différents segments dans le chiffre d'affaires du secteur postal global en 2010 par rapport à 2017 (%)



Source : IBPT

3.2 Focus sur le segment de la poste aux lettres

3.2.1 Aperçu général

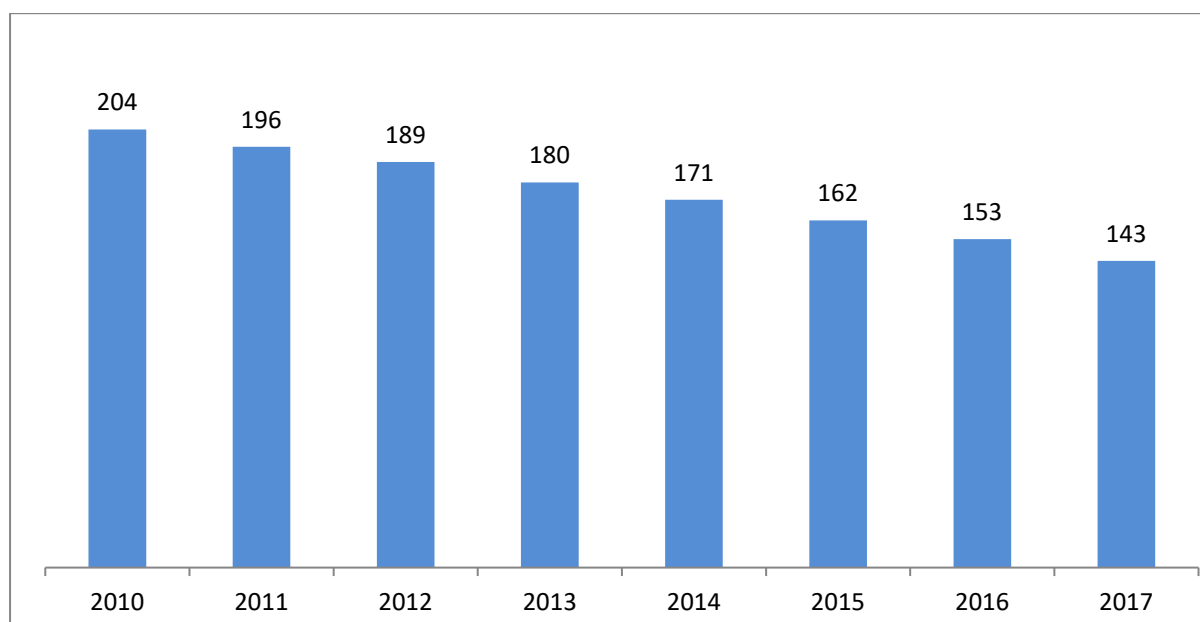
Dans le cadre du présent observatoire, le segment de la poste aux lettres inclut le courrier transactionnel, le courrier publicitaire adressé et le courrier international. En résumé, la poste aux lettres fait référence aux envois de correspondance de tout type, les colis et la presse n'étant pas considérés comme des envois de correspondance. Ceux-ci font l'objet de sections séparées qui leur sont spécialement consacrées (voir 4.3 et 4.4).

3.2.1.1 Volumes

Depuis 2010, nous constatons un recul sur le marché de la poste aux lettres. Entre 2010 et 2017, le volume de courrier par habitant a diminué de 5 % en moyenne par an (CAGR), pour atteindre désormais, en 2017, 143 articles postaux par habitant sur une base annuelle. En 2010, le nombre d'articles par habitant s'élevait encore à 204 unités.

Nous observons une accélération de l'érosion des volumes depuis 2013. En 2017, les volumes par habitant ont diminué d'approximativement 6,6 % contre 5,4 % en 2016. Les volumes totaux ont quant à eux enregistré une baisse globale de 5,9 % sur la même période, poursuivant ainsi la décroissance constatée depuis 2010.

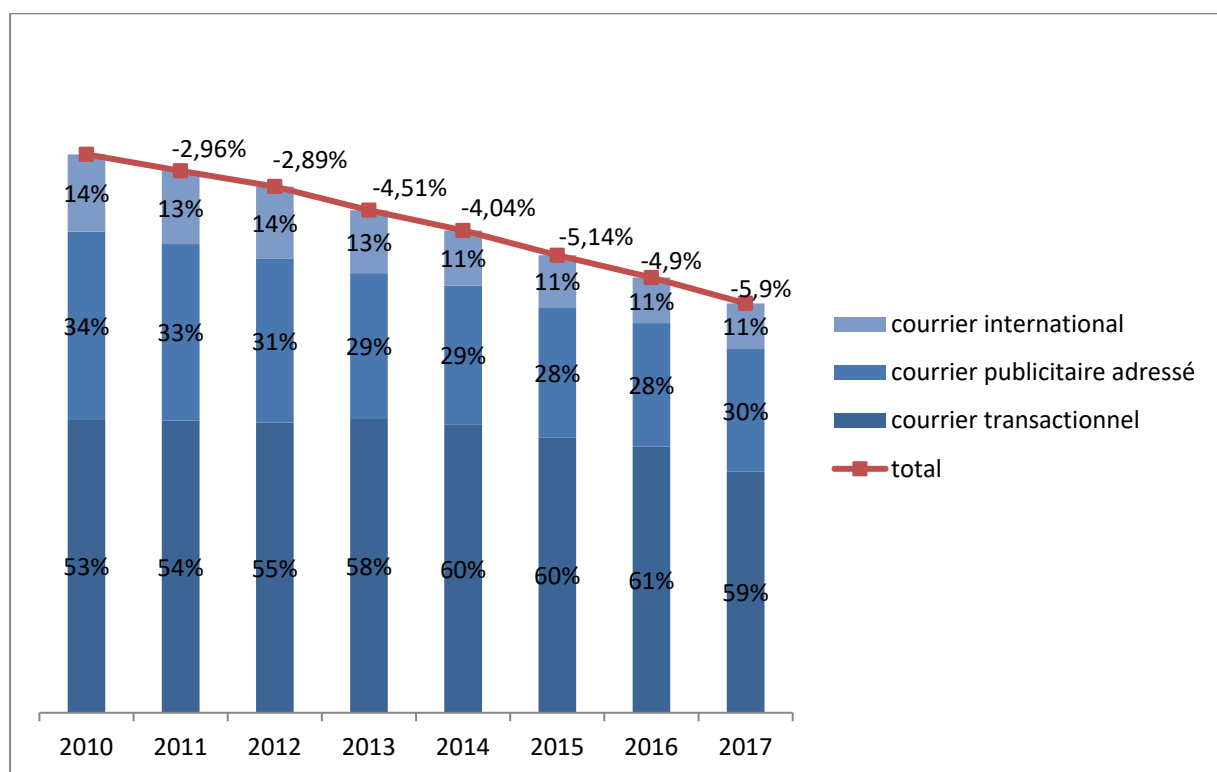
Figure 9 : Volume de courrier par habitant (N)



Source : IBPT

Si l'on observe de plus près la composition du volume d'envois de correspondance, l'on constate que le courrier transactionnel représente toujours la grande majorité de ceux-ci (58,9 % en 2017). Les envois publicitaires adressés et les envois de correspondance internationaux représentent en 2017 respectivement 30 % et 11,2 % du volume total des envois de correspondance.

Figure 10 : Volume de la poste aux lettres (évolution 2010-2017)



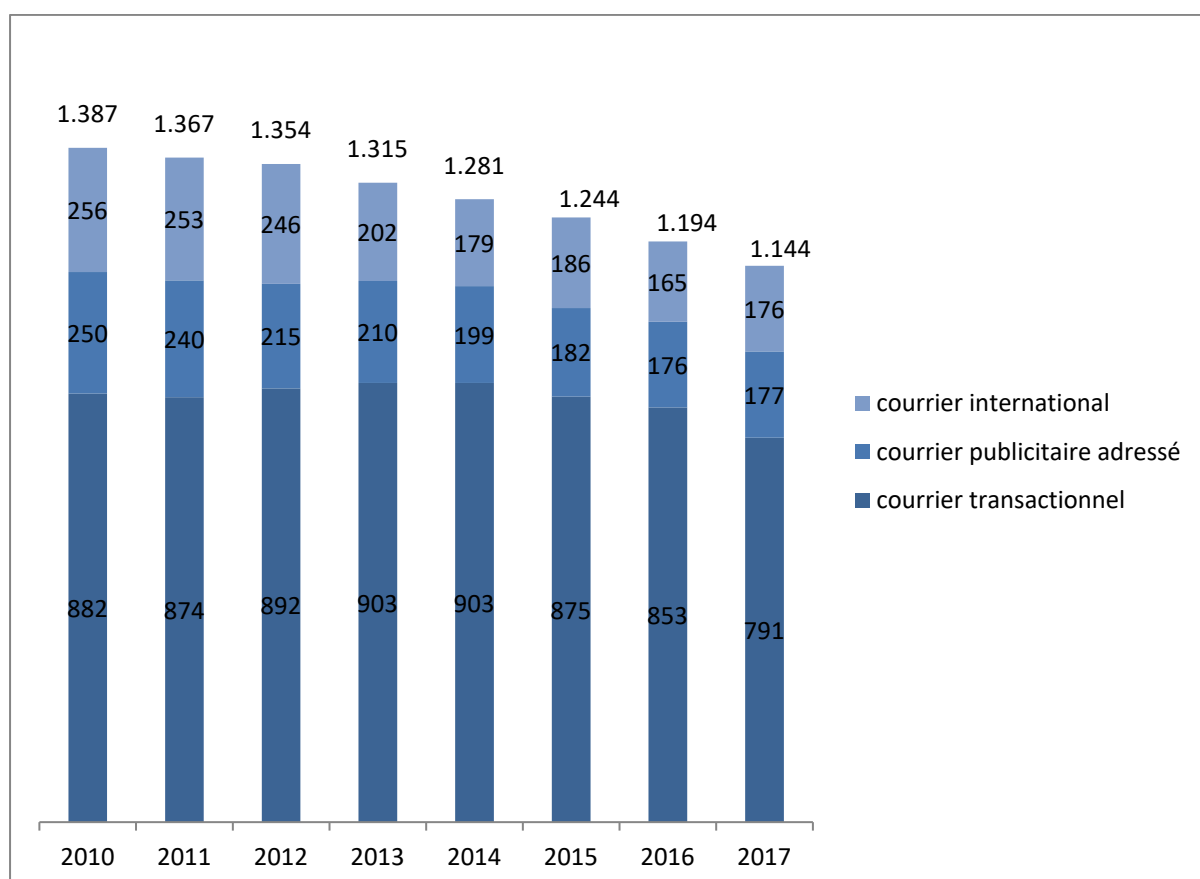
Source : IBPT

3.2.1.2 Revenus

En 2017, les revenus issus de la poste aux lettres continuent leur contraction déjà entamée en 2010, et ne s'élèvent désormais plus qu'à 1 144 milliards d'euros en 2017 contre 1 194 milliards d'euros en 2016, soit une baisse de 4,2 %.

Comme l'illustre la figure 11 ci-dessous, la grande majorité de la valeur de ce segment est toujours issue du courrier transactionnel, qui représente à lui seul plus de 69 % des revenus totaux du segment, mais qui est aussi le seul qui contribue à la baisse des revenus de la poste aux lettres. Les deux autres segments sont eux en augmentation, ce qui est la première fois depuis 2010.

Figure 11 : Revenus du segment de la poste aux lettres (millions d'euros)



Source : IBPT

3.2.2 Courrier transactionnel

La notion de courrier transactionnel utilisée dans le cadre de cet observatoire désigne les envois de correspondance expédiés sous la forme de lettre et contenant une communication personnelle. Ces envois de correspondance peuvent être aussi bien de nature administrative (par ex. factures, fiches de paie, etc.) que de nature plus « sociale » (par ex. cartes de vœux, cartes postales, correspondance privée, etc.).

Les envois enregistrés (recommandés et à valeur déclarée) sont également considérés comme faisant partie du courrier transactionnel, ce qui n'est en revanche pas le cas des envois de publipostage (publicité adressée).

Les correspondances internationales ne sont pas non plus reprises dans cette sous-section, car elles font l'objet d'un point séparé (voir 4.2.4).

Le courrier transactionnel peut faire l'objet soit d'une expédition à l'unité (via les boîtes aux lettres rouges¹³ ou bleues¹⁴, les bureaux de poste ou les magasins postaux), dans ce cas il est qualifié d'égrené, soit d'une massification des volumes lors du dépôt auprès de l'opérateur postal pour expédition, dans ce cas on parlera d'envois en nombre.

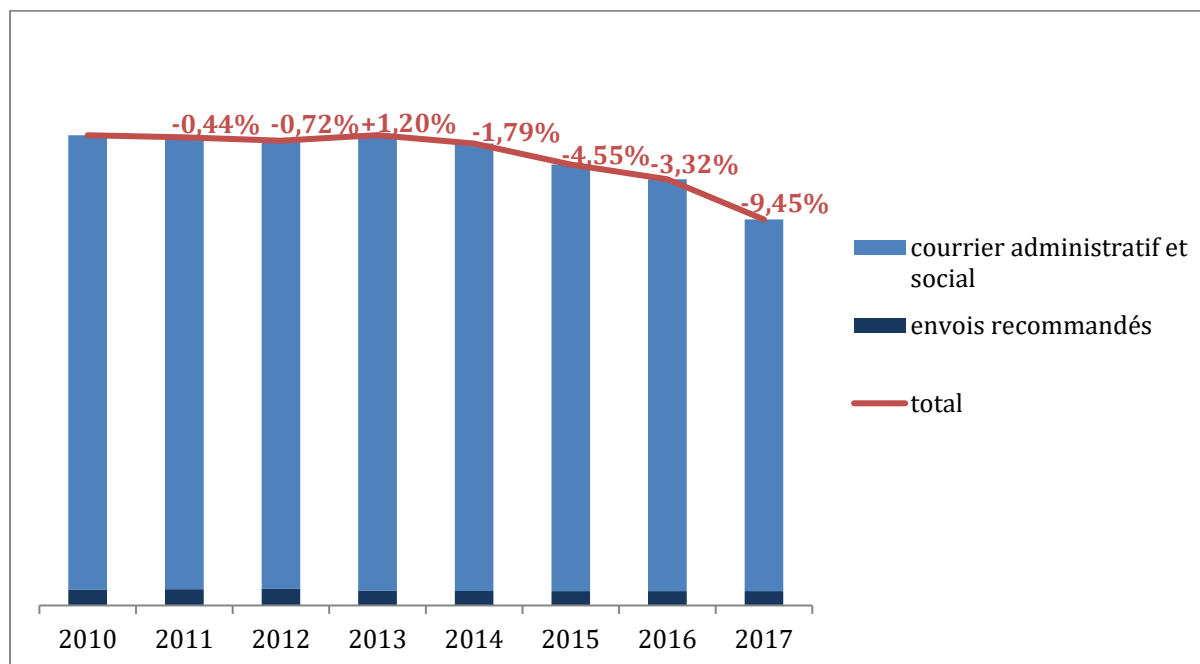
¹³ De bpost

¹⁴ De TBC Post

3.2.2.1 Volumes

Les volumes continuent de baisser depuis 2013 et on observe une forte accélération de la chute en 2017, -9,45 % contre -3,32 % en 2016. Cette tendance à la baisse indique une e-substitution de plus en plus généralisée (par les télécommunications mobiles et des alternatives électroniques au courrier transactionnel).

Figure 12 : Évolution des volumes de courrier transactionnel (2010-2017)¹⁵

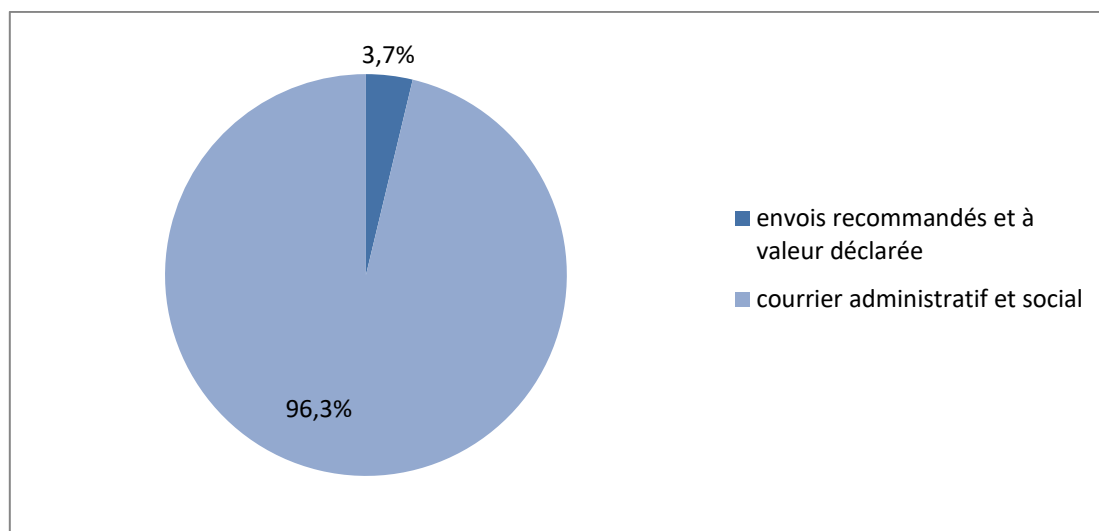


Source : IBPT

Au niveau de la composition du volume de courrier transactionnel en 2017, celui-ci était en grande majorité composé de courrier administratif et social (96,6 %), les envois recommandés et à valeur déclarée ne représentant que 3,4 % du volume total. Cette répartition des volumes entre envois administratifs et sociaux et envois enregistrés reste stable sur la période 2010-2017.

¹⁵ Les figures 11 à 14 ne font pas de distinction entre envois égrenés ou en nombre et reprennent donc tous les volumes de courrier transactionnel sans distinction.

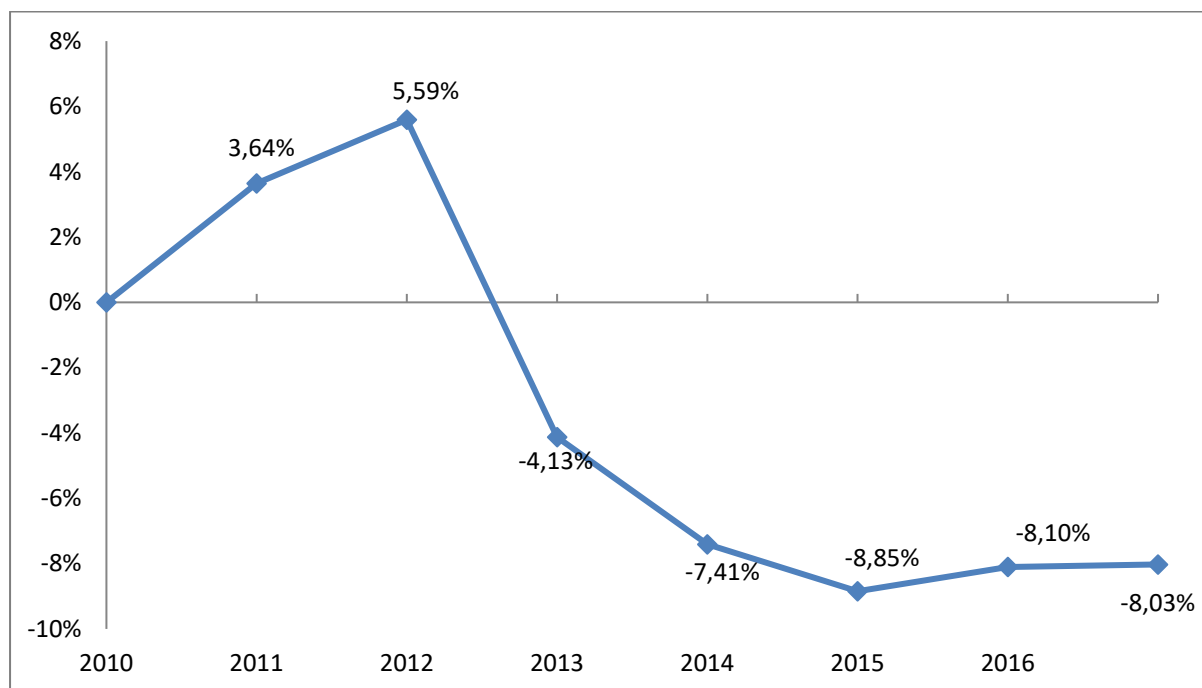
Figure 13 : Répartition des volumes de courrier transactionnel (2017)



Source : IBPT

Si le volume d'envois recommandés était encore en croissance entre 2010 et 2012, il s'est fortement contracté en 2013. Cette érosion des volumes s'est quelque peu ralentie en 2014 et 2015. En 2016 et 2017, l'on constate de nouveau une augmentation prudente en termes de volumes pour atteindre un niveau de volume en 2017 qui est de 8% plus faible qu'en 2010.

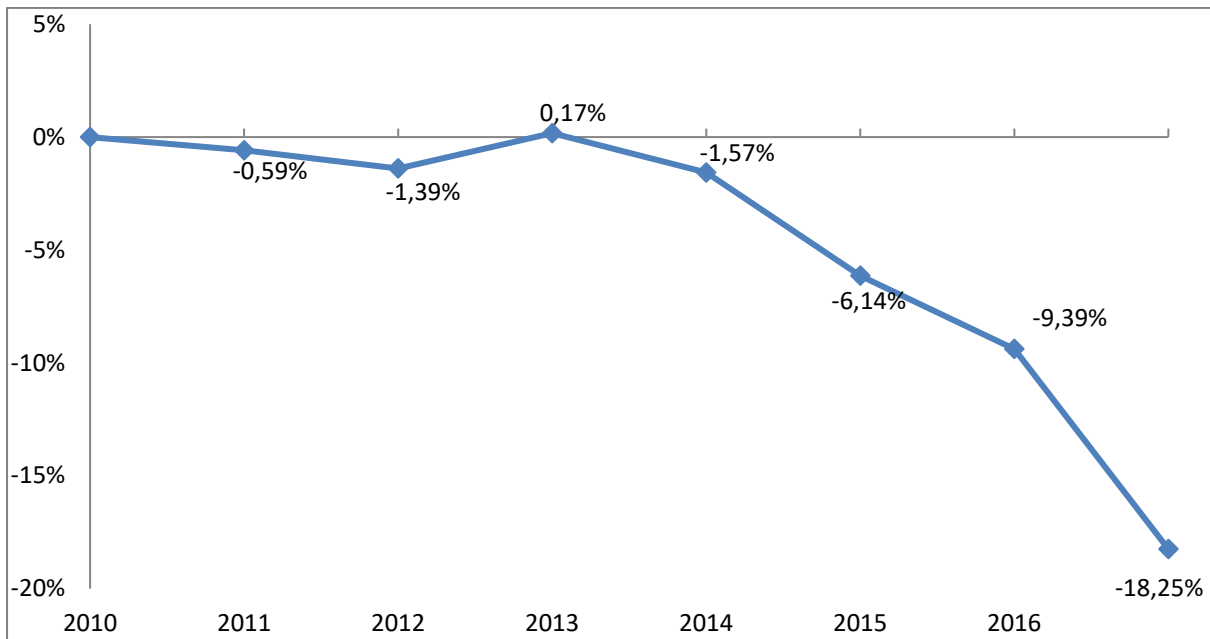
Figure 14 : Évolution des volumes d'envois recommandés depuis 2010 (croissance cumulée)



Source : IBPT

Les volumes de courrier administratif et social se sont érodés de 18,3% sur la période 2010-2017.

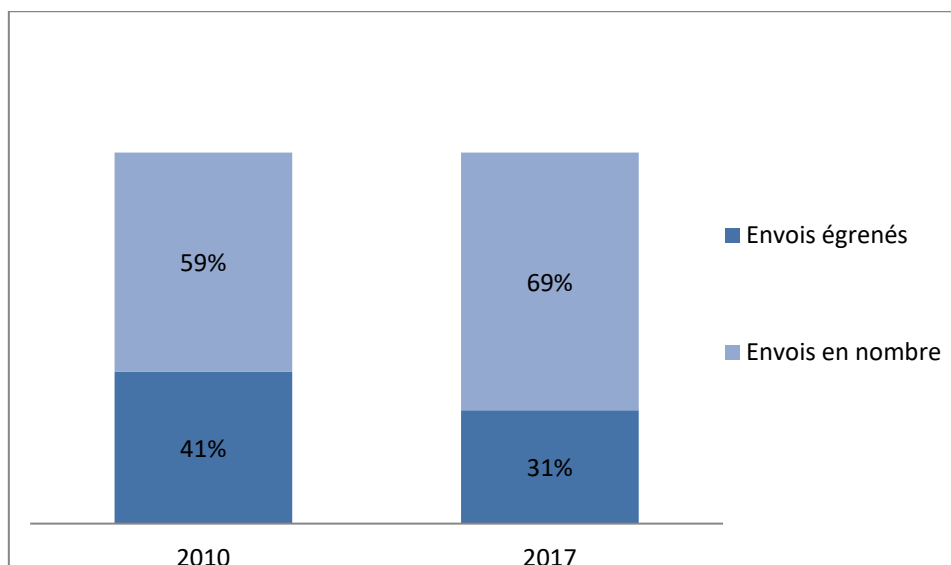
Figure 15 : Évolution des volumes de courrier administratif et social depuis 2010 (croissance cumulée)



Source : IBPT

Les volumes de courrier transactionnel étaient, en 2017, majoritairement composés d'envois en nombre les parts respectives des envois en nombre et des courriers égrenés sont de 69% contre 31 %. La part du courrier égrené continue de baisser depuis 2010.

Figure 16 : Répartition des volumes de courrier transactionnel entre envois égrenés et envois en nombre (2010 par rapport à 2017)



Source : IBPT

3.2.2.2 Revenus

Comme l'illustre la figure 17 ci-après, les revenus totaux pour le courrier transactionnel ont diminué de 10,3 % entre 2010 et 2017, dont 7 points de pourcentage sont à attribuer à l'évolution entre 2016 et 2017.

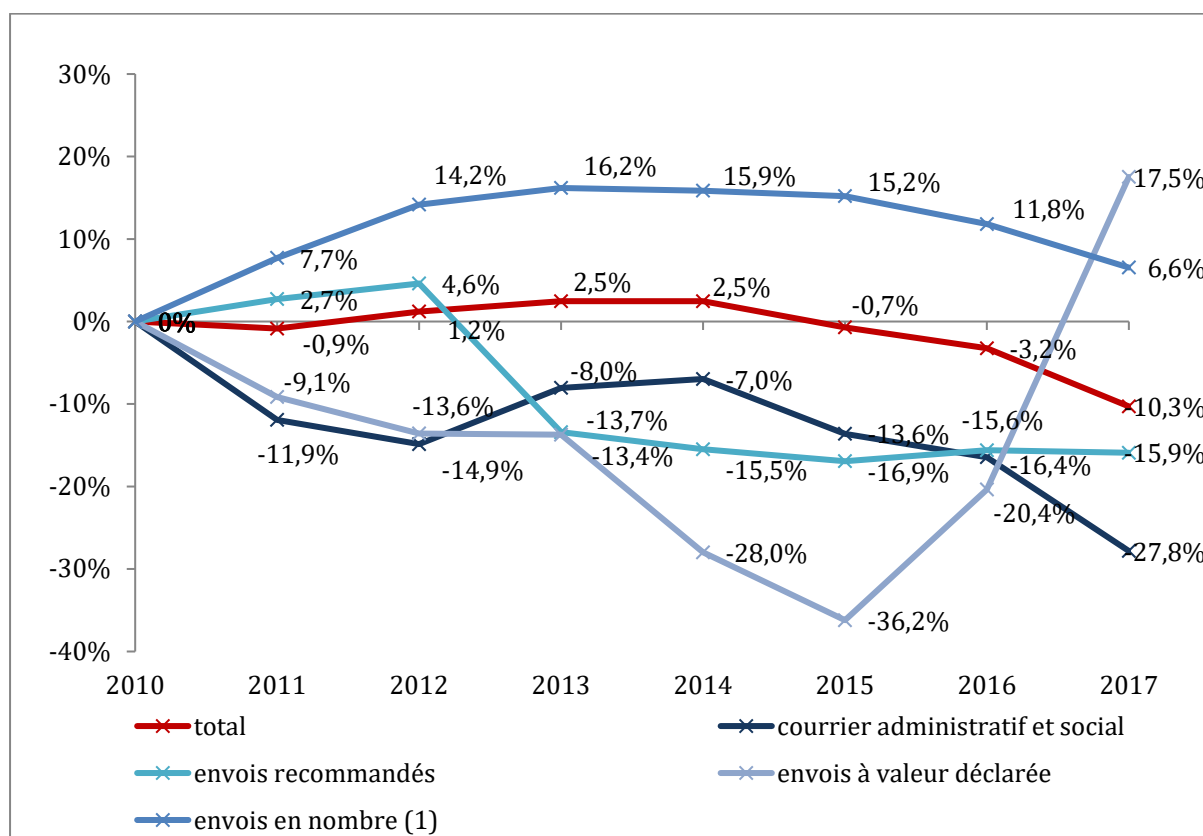
Parmi les différents produits composant le courrier transactionnel, ce sont les revenus liés au courrier administratif et social qui ont connu la plus forte baisse sur la période 2010-2017, avec -27,8 % de chiffre d'affaires en moins sur ce segment depuis 2010.

Si les revenus liés aux produits égrenés¹⁶ ont globalement baissé, les revenus des envois en nombre¹⁷ sont en baisse, mais demeurent à un niveau plus élevé que celui en 2010, +6,6 %.

Les envois à valeur déclarée connaissent depuis deux ans une augmentation très forte, le chiffre d'affaires sur ce segment est en 2017 de 17,5 % plus élevé qu'en 2010 alors qu'en 2015 on se trouvait à un niveau de chiffre d'affaires encore de 36,2 % plus faible qu'en 2010. Cette volatilité tient au faible niveau de volumes au sein de cette composante.

Le segment des envois recommandés stagne en termes de revenus depuis 2014 pour s'établir à un niveau de chiffre d'affaires 15,9 % plus faible qu'en 2010.

Figure 17 : Évolution des revenus pour le courrier transactionnel depuis 2010 (croissance cumulée)



Source : IBPT

(1) les envois en nombre reprennent les dépôts en masse des 3 catégories de courrier transactionnel, à savoir le courrier administratif et social, les envois recommandés et les envois à valeur déclarée.

Les variables « courrier administratif et social », « envois recommandés » et « envois à valeur déclarée » reprises dans la figure ci-dessus ne concernent quant à elles que les envois égrenés.

¹⁶ Voir les tendances pour le courrier administratif et social, les envois recommandés et les envois à valeur déclarée à la figure 17, qui ne concernent que les envois égrenés.

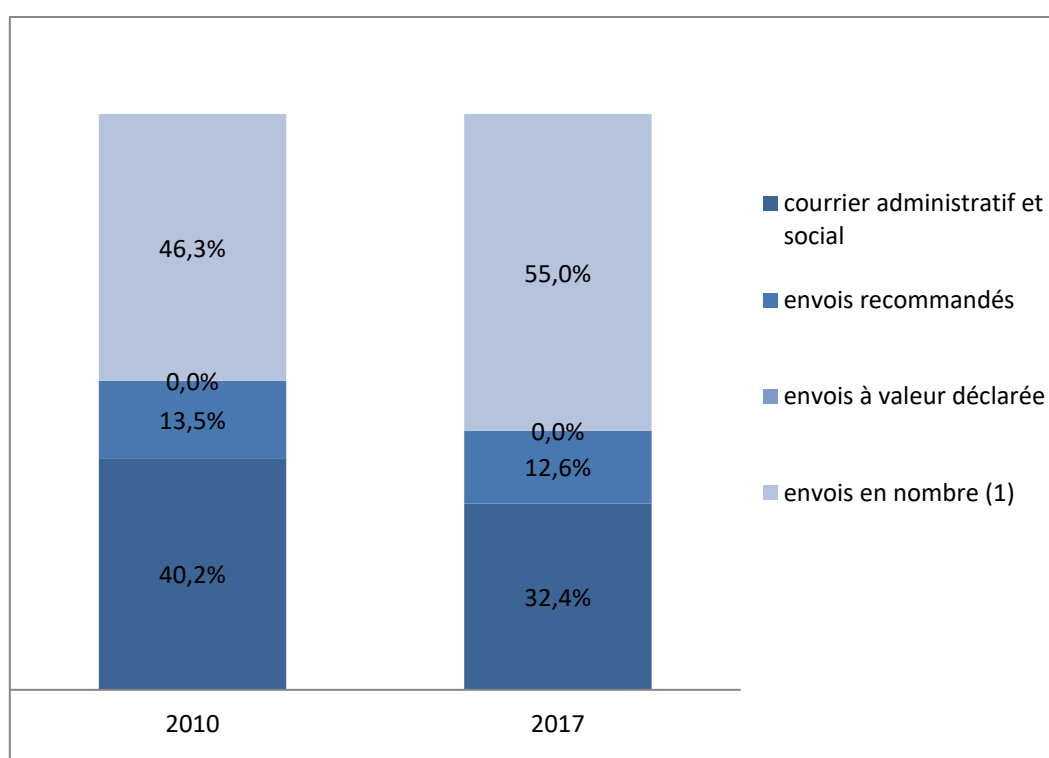
¹⁷ Les envois en nombre comprennent aussi bien le courrier administratif que les envois enregistrés.

En observant de plus près la composition des revenus issus du traitement du courrier transactionnel à la figure 18, l'on constate que les envois en nombre constituaient, en 2017, 53 % de ces revenus contre 47 % pour les envois égrenés.

Sur ces 47 % de courrier égrené, le courrier administratif et social comptait pour près de 35 % et les recommandés pour les 12 % restants. La part de revenus générée par les envois à valeur déclarée est quant à elle assez anecdotique étant donné qu'en l'arrondissant, elle représentait moins que 0,1 % du revenu total en 2017.

Par rapport à 2010, l'on constate que la part des envois en nombre a augmenté en 2017 tandis que les envois recommandés et le courrier administratif ont vu leur part diminuer.

Figure 18 : Répartition des revenus pour le courrier transactionnel (2010 par rapport à 2016)



Source : IBPT

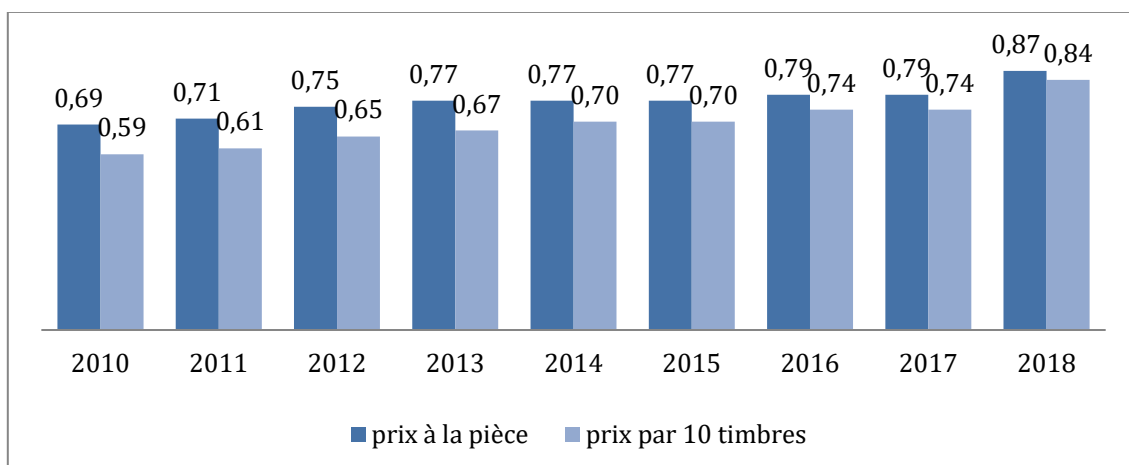
3.2.2.3 Tarifs petits utilisateurs du prestataire du service universel

Le tarif nominal d'une lettre domestique standard en Belgique a stagné en 2017 par rapport à 2016 suite à la décision de l'IBPT de refuser l'augmentation des prix prévue par bpost.¹⁸ Une analyse détaillée a révélé que l'augmentation tarifaire proposée pour le panier des petits utilisateurs entraînerait des marges trop élevées.

¹⁸ <https://www.bipt.be/fr/operateurs/postal/services-postaux-universels-et-non-universels/decision-du-conseil-de-libpt-du-21-mars-2017-concernant-lanalyse-de-la-proposition-tarifaire-de-bpost-des-tarifs-pleins-a-la-piece-pour-lannee-2017>

En observant la tendance depuis 2010, l'on constate que le prix du timbre a connu une augmentation de 14 %. Cette hausse de prix est d'autant plus marquée si l'on prend le prix par 10, dans ce cas l'augmentation cumulée enregistrée depuis 2010 monte à 25 %. Or, environ 90 % des ventes de timbres se font par 10. Comparativement, l'inflation cumulée (IPCH)¹⁹ en Belgique entre 2010 et 2017 s'élève à 13,12 %. Après 2017, on constate, sous la nouvelle loi relative aux services postaux du 26 janvier 2018, une forte augmentation du prix du timbre.²⁰

Figure 19 : Prix du service lettre domestique standard < 50g (€)



Source : bpost

Au niveau de l'Union européenne, le prix en valeur nominale de la prestation d'acheminement et de distribution de la lettre au format standard en Belgique fait partie des plus élevés des 28 États membres, comme le montre la figure 20 ci-après. En 2017, la médiane²¹ européenne pour l'affranchissement d'une lettre domestique standard était de € 0,70, le pays le plus cher étant le Danemark (€ 3,63) et le moins cher Malte (€ 0,26).

Il convient également de remarquer à cet égard que dans de nombreux autres pays, par exemple, dans les pays voisins tels que la France (où l'on retrouve, en plus de J+1 à € 0,85, également J+2 à € 0,73 et J+4 à € 0,71) et le Royaume-Uni (où l'on retrouve le J+1 à € 0,79 et le J+3 à € 0,56), même le prestataire du service universel propose, en plus des envois PRIOR (J+1), des alternatives moins chères aux petits utilisateurs pour les envois présentant un caractère moins urgent.²²

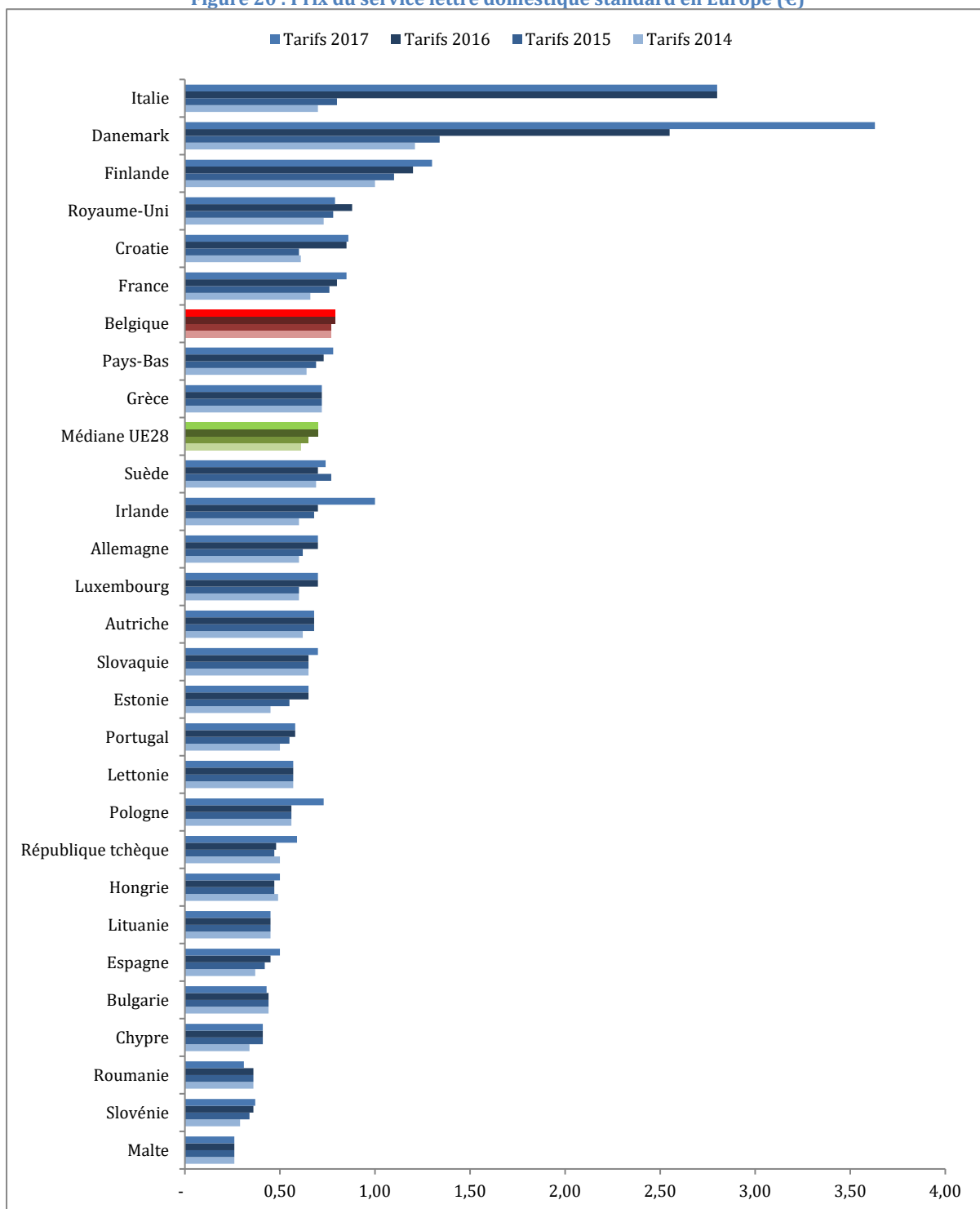
¹⁹ Indice des prix à la consommation harmonisée

²⁰ <https://www.bipt.be/fr/operateurs/postal/services-postaux-universels-et-non-universels/decision-du-conseil-de-libpt-du-19-juin-2018-concernant-l-analyse-des-tarifs-unitaires-de-bpost-pour-l-annee-2018>

²¹ L'utilisation de la médiane est nécessaire en raison des valeurs extrêmes affichées par l'Italie et le Danemark, qui fausseraient fortement la moyenne.

²² L'étude de l'IBPT menée en 2017 concernant les perspectives des consommateurs sur le marché postal belge a montré qu'en Belgique également, la norme de distribution à J+1 n'est pas une absolue nécessité. Un service standard J+2 est un scénario que l'utilisateur postal est prêt à accepter, tant que celui-ci s'accompagne d'une option de service premium J+1.

Figure 20 : Prix du service lettre domestique standard en Europe (€)



Source : Deutsche Post, Letter Price Survey (2014, 2015, 2016 et 2017)

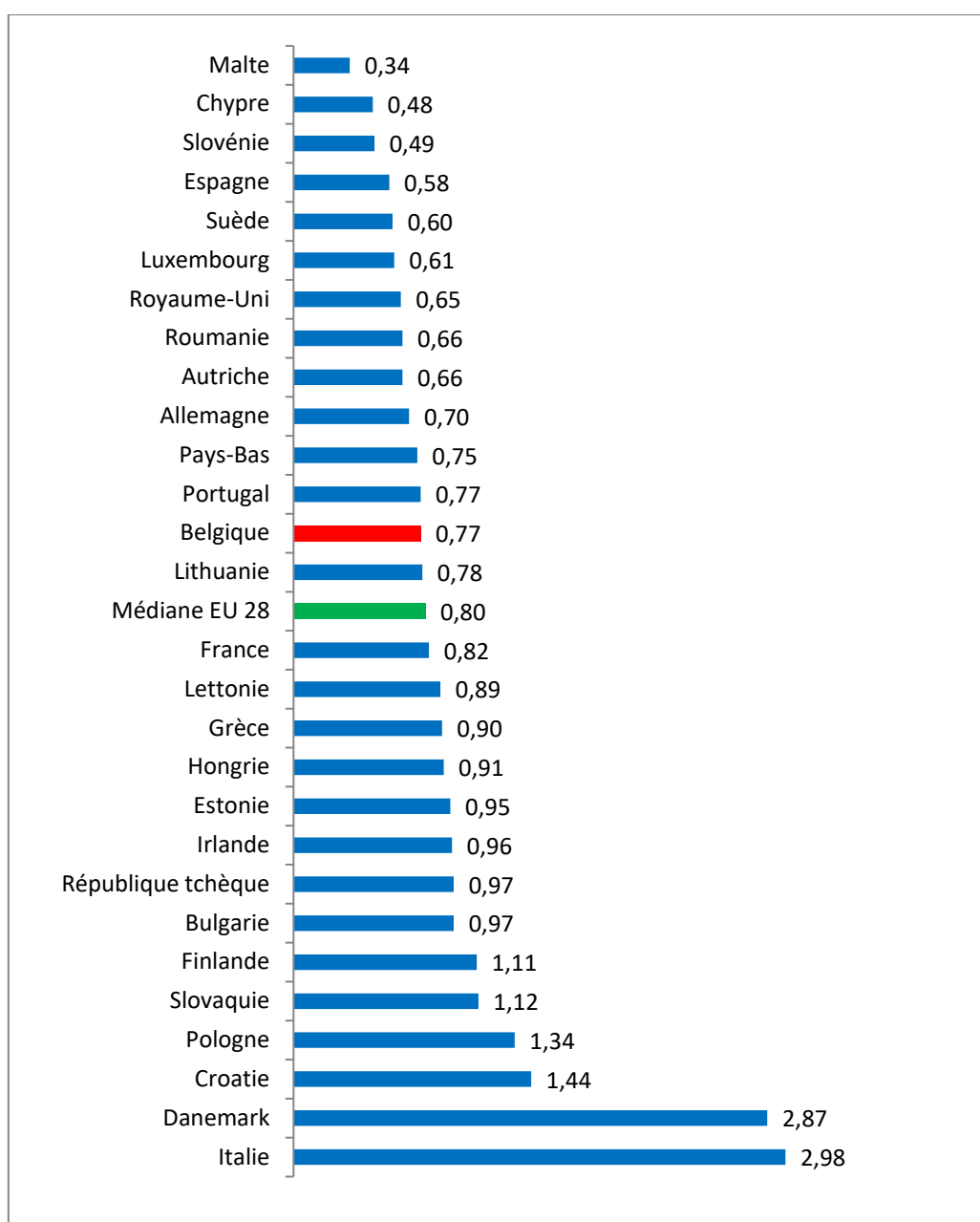
<http://www.bipt.be/fr/operateurs/postal/services-postaux-universels-et-non-universels/communication-du-conseil-de-libpt-du-7-fevrier-2017-concernant-letude-qualitative-sur-les-perspectives-des-consommateurs-sur-le-marche-postal-belge>

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 des 28 États membres en parité de pouvoir d'achat (PPA), permettant ainsi de neutraliser les écarts de niveaux de vie entre pays.

En examinant la médiane des pays de l'UE des 28, il apparaît que la Belgique se situe ici en dessous de la médiane européenne. Il convient néanmoins de préciser qu'au regard des autres inducteurs de coûts principaux : volume de courrier par habitant et concentration de la population, la Belgique dispose d'un certain avantage. Cette performance est donc à relativiser.

L'on constate également que les prix en Italie et au Danemark sont très élevés ici au regard des autres pays de l'UE des 28.

Figure 21 : Prix 2017 exprimés en parité de pouvoir d'achat (PPA) du service lettre domestique standard en Europe (€)



Source : Deutsche Post, Letter Price Survey (2017)

3.2.3 Courrier publicitaire adressé

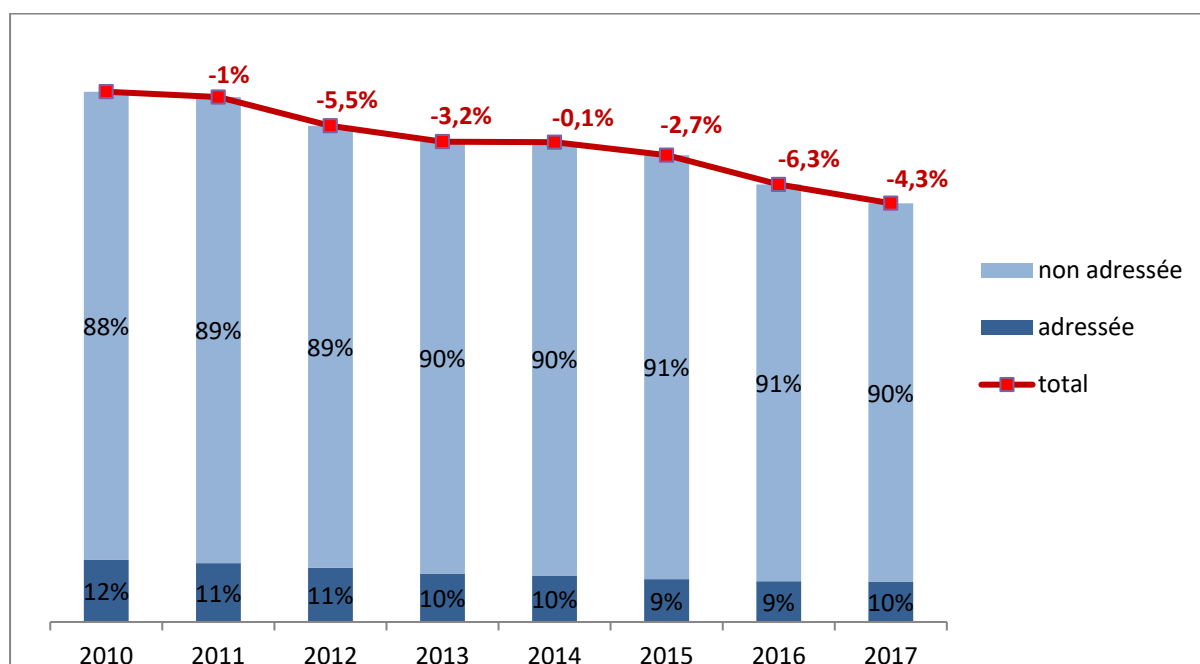
Le courrier publicitaire adressé fait, au même titre que le courrier transactionnel, partie du segment de la poste aux lettres. Le courrier publicitaire non adressé n'en fait en revanche pas partie dans la mesure où la distribution d'envois non adressés ne constitue pas un service postal. Néanmoins, celle-ci est prise en compte dans le cadre de cette section afin d'avoir une vue d'ensemble de l'évolution concernant la publicité papier (adressée ou toutes-boîtes) que le citoyen retrouve régulièrement dans sa boîte aux lettres.

3.2.3.1 Volumes

Depuis 2010, le volume de publicité papier connaît une diminution continue. Tant le volume d'envois non adressés (-4,6 %) que le volume de publicité adressée (-0,8 %) ont continué à baisser en 2017.

En termes de volumes, les envois publicitaires adressés ne représentent que 10 % du total, la grande majorité des envois publicitaires étant non adressés.

Figure 22 : Évolution des volumes de publicité (2010-2017)



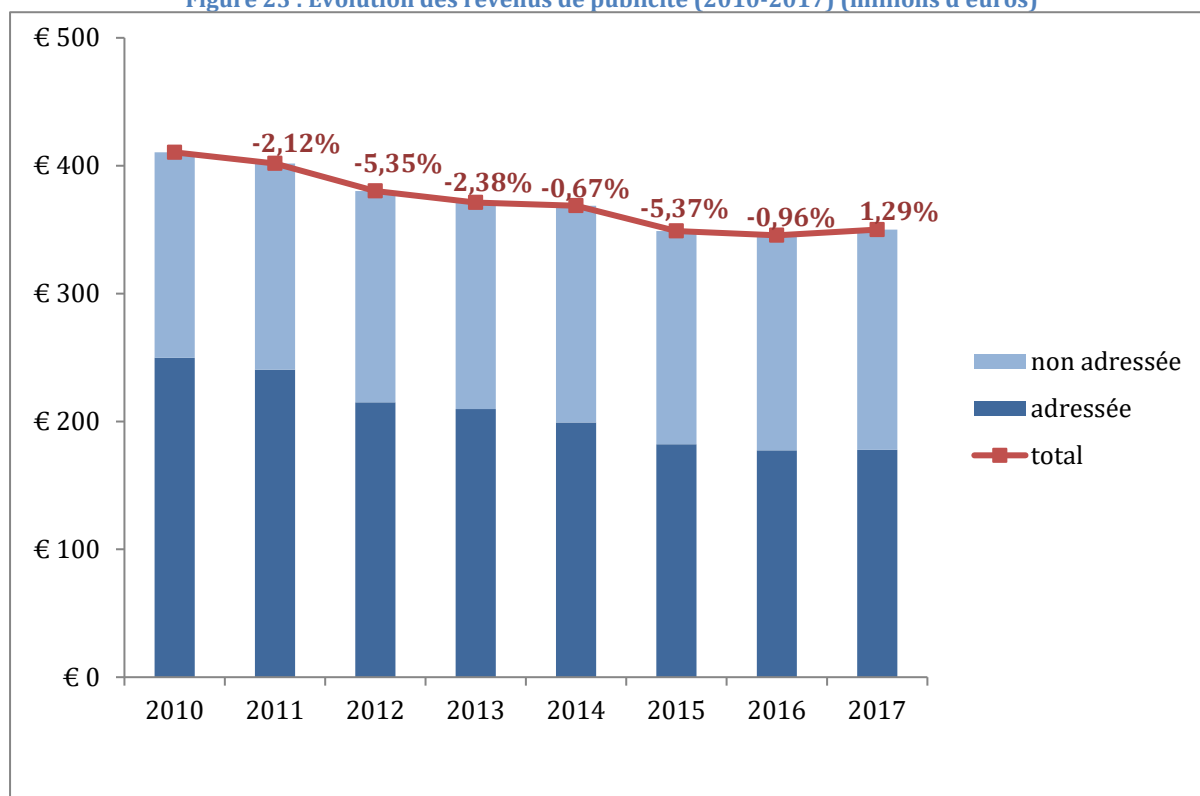
Source : IBPT

3.2.3.2 Revenus

Globalement, les revenus issus de la publicité adressée et toutes-boîtes sont en baisse depuis 2010, mais un rebond des revenus est observé en 2017, +1,29 %.

Cette augmentation des revenus concerne les envois adressés comme les envois non adressés. Mais c'est du côté du non adressé que l'augmentation est la plus significative, +2,43 %, et ce malgré la plus forte chute des volumes sur ce segment, contre +0,2 % pour la publicité adressée.

Figure 23 : Évolution des revenus de publicité (2010-2017) (millions d'euros)



Source : IBPT

3.2.4 Courrier international

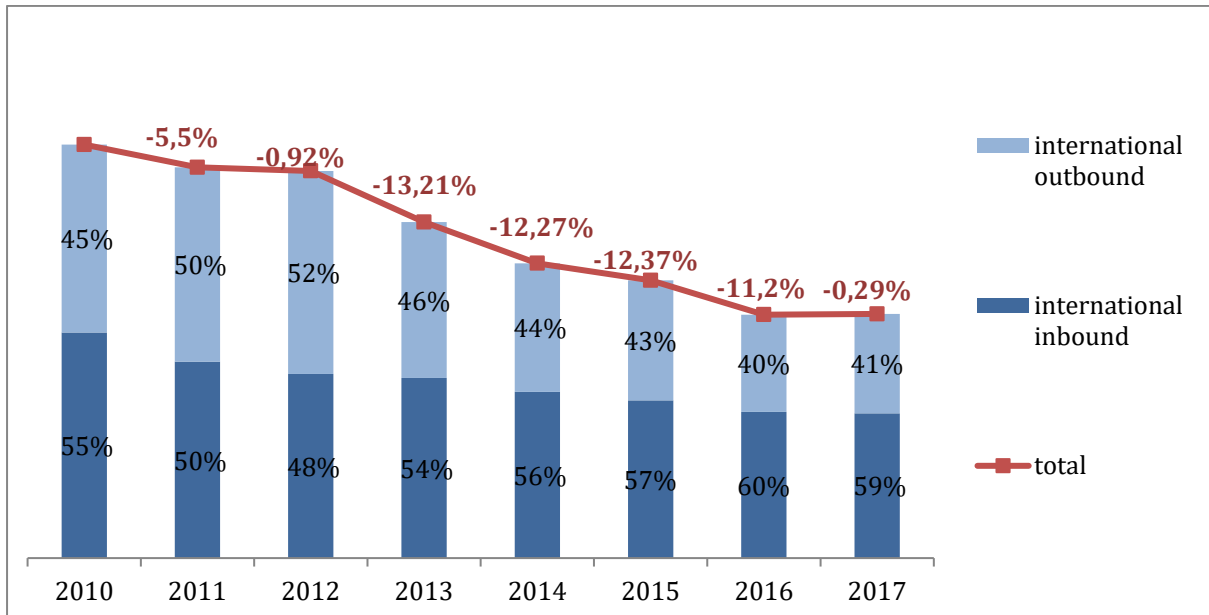
En plus des envois postaux transactionnels et des envois publicitaires adressés, la poste aux lettres est également composée d'une troisième et dernière catégorie de courrier, à savoir le courrier international.

Le courrier international renvoie aux flux d'envois de correspondance de moins de 2 kg échangés entre la Belgique et l'étranger. Ces flux peuvent aussi bien être entrants (« international inbound »), le courrier concerné devant être distribué en Belgique, que sortants (« international outbound »), dans ce cas, il s'agit de courrier expédié depuis la Belgique à destination d'autres pays.

3.2.4.1 Volumes

Le graphique ci-dessous montre comment la forte tendance à la baisse des volumes entrants et sortants ralentit. Si l'on isole le courrier international sortant, l'on observe même une augmentation des volumes, mais insuffisante pour compenser la baisse des volumes du courrier international entrant. Entre 2010 et 2017, l'évolution de la répartition entre les volumes de courrier international entrant et sortant s'est faite en faveur du courrier international entrant qui a moins diminué que le courrier international sortant. Il convient cependant de noter qu'en 2012, les flux sortants représentaient la majorité des volumes de courrier international, contrairement aux autres années.

Figure 24 : Évolution des volumes de courrier international

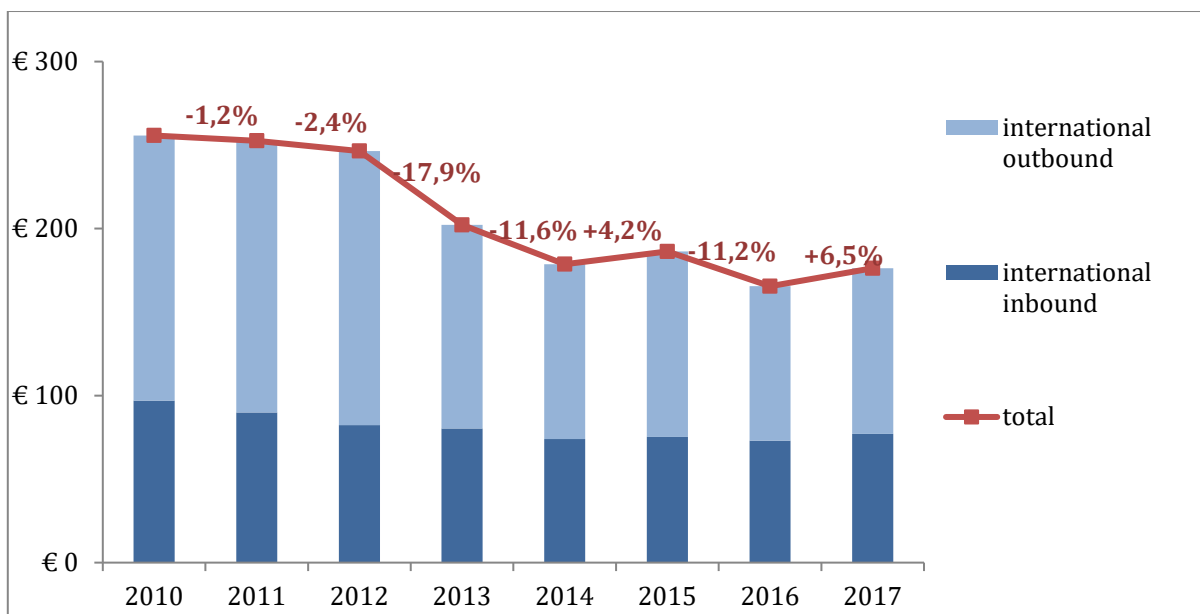


Source : IBPT

3.2.4.2 Revenus

Les revenus de la poste aux lettres en provenance ou à destination de l'étranger sont, tout comme les revenus globaux du segment de la poste aux lettres, en déclin depuis 2010. Néanmoins, nous constatons en 2017 un rebondissement des revenus du courrier international sortant et entrant. Les volumes n'ayant que peu augmenté, cette augmentation devrait être liée à des prix plus élevés ou un mix produit différent (plus grands formats, destinations plus lointaines).

Figure 25 : Évolution des revenus pour le courrier international (millions d'euros)

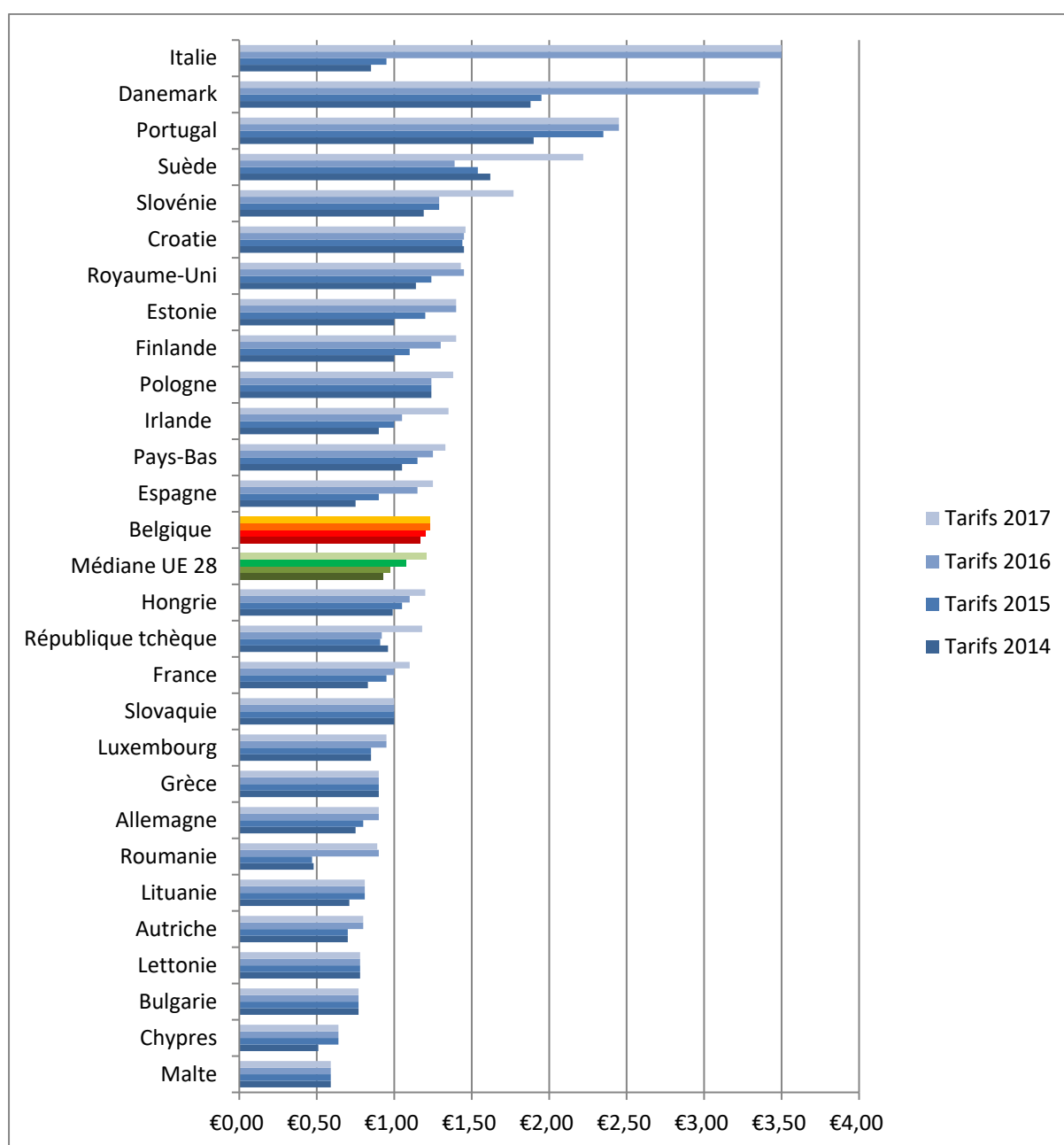


Source : IBPT

3.2.4.3 Tarif petits utilisateurs du prestataire du service universel

Si l'on compare le prix, en valeur nominale, du service lettre standard intra-UE dans les 28 États membres, on constate que la Belgique, avec un service lettre intra-UE revenant à € 1,23 en 2017, après une augmentation tarifaire de € 0,06 par rapport à 2014, se situe proche de la médiane européenne (1,215 €) en 2017. La Belgique se classe ainsi dans la moyenne des pays de l'UE, la première place du classement revenant à l'Italie, où envoyer une lettre à destination d'un autre état membre revenait à € 3,50 en 2017. En comparaison, une lettre expédiée depuis Malte coûtait € 0,59.

Figure 26 : Prix du service lettre standard intra-européen en Europe (en valeur nominale) (€)



Source : Deutsche Post, Letter Price Survey (2014 - 2017)

3.3 Focus sur le segment des colis et des envois express et sur l'e-commerce

Poussé par l'importance croissante de l'e-commerce, le marché des colis prend toujours plus de place au sein du marché postal. L'aperçu général concernant le marché postal (section 4.1) a déjà indiqué que le segment des colis et des envois express est devenu pour la première fois plus important en termes de revenus que le segment des envois de correspondance. Il s'agit d'un basculement historique.

Ce chapitre aborde la récente évolution au sein de ce segment florissant des services de colis et des services express.²³ Les sous-segments très divers²⁴, à savoir B2B, B2C et C2X, sont considérés ici conjointement, notamment parce que le type de destinataire est difficile à déterminer avec certitude pour l'opérateur.

3.3.1 Volume

Le segment des colis et des services express²⁵ continue à se développer très fortement. Entre 2010 et 2017, l'on a observé une croissance constante du volume, d'un total de 132 %. Durant toute cette période, le nombre de colis et de services express a ainsi plus que doublé pour les envois domestiques et les envois internationaux entrants et sortants confondus, en passant de 88 millions d'unités en 2010 à 205 millions en 2017. Par rapport à 2016, le volume a augmenté de 19,1 %.

Depuis quelques années, nous notons même une accélération de la croissance. Le taux de croissance annuel composé (CAGR) est de 17 % depuis 2013. Jusqu'à l'année 2013, comprise, ce taux de croissance n'était « que » de 7,3 %.

Par habitant, le nombre de services express et de colis livrés par année a augmenté de 10 unités, passant en moyenne de 8,1 en 2010 à 18,1 en 2017. Ce faisant, par habitant, un colis ou un service express est envoyé en moyenne tous les 20 jours. Malgré cette croissance importante, la Belgique se trouve toujours fortement à la traîne par rapport au peloton de tête européen. En Allemagne, par exemple, plus de 35 envois de ce type sont désormais distribués par habitant.²⁶

²³ L'on a demandé aux opérateurs de ne transmettre des données que pour les colis allant jusqu'à 10 kilos, si possible (international entrant jusqu'à 20 kilos).

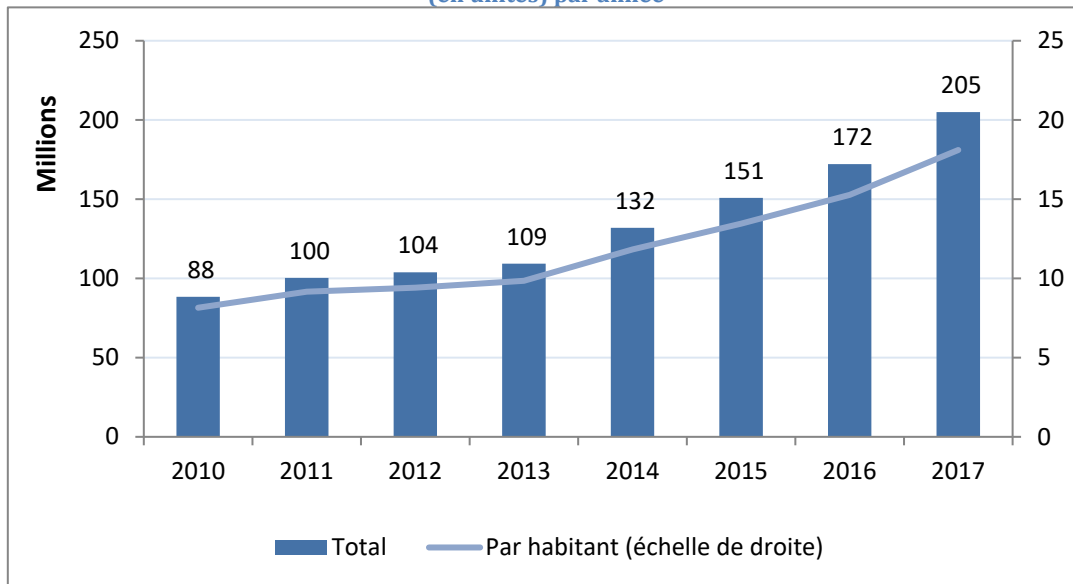
²⁴ Les différentes entreprises de livraison de colis couvrent habituellement différents segments de clientèle, comme l'a révélé l'étude e-commerce réalisée par l'IBPT en 2017. Ainsi, les opérateurs tels que FedEx, UPS et Ciblex se concentrent principalement sur le segment B2B, alors que bpost est un acteur important sur les segments B2C et C2X.

<http://www.bipt.be/fr/operateurs/postal/services-postaux-universels-et-non-universels/communication-du-conseil-de-libpt-du-18-mai-2017-concernant-les-resultats-de-letude-relative-au-marche-belge-de-la-livraison-de-colis-dans-le-cadre-dactivites-d-e-commerce>

²⁵ La frontière entre les colis et les envois express est difficile à définir. 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.). En outre, de nombreux acteurs proposent les deux types de services à leurs clients.

²⁶ « ERGP Report on core indicators for monitoring the European postal market », 15 décembre 2017

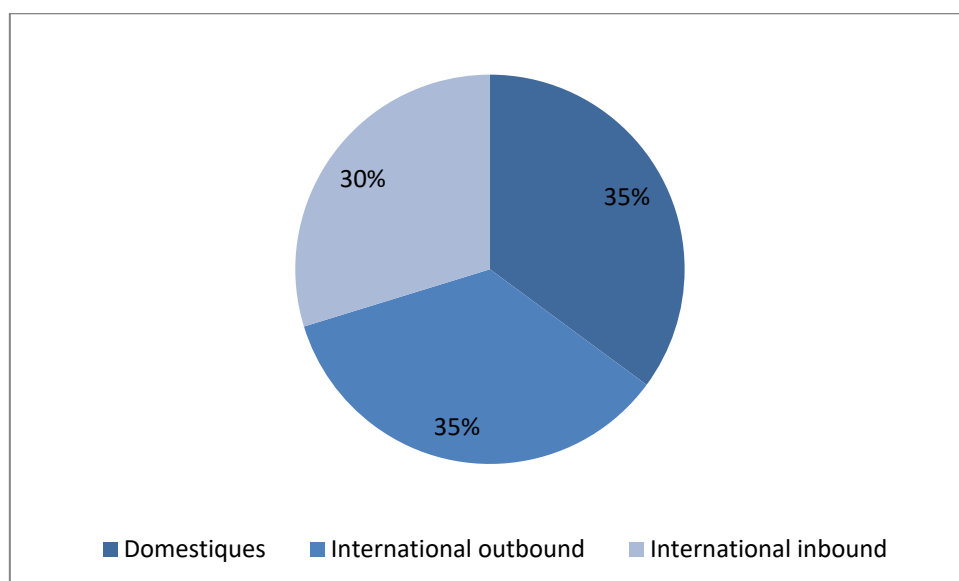
Figure 27 : Évolution du volume de services express et de colis au total (en millions d'unités) et par habitant (en unités) par année



Source : IBPT

La figure 28 nous indique que 35 % du nombre total de services express et de colis en 2017 concernaient des envois domestiques. Ces envois ont donc été expédiés depuis le territoire belge pour ensuite être également reçus à l'intérieur du pays. Dans également 35 % des cas, il s'agissait d'envois internationaux sortants (international outbound), donc envoyés depuis la Belgique vers l'étranger. Les 30 % restants du nombre total d'envois provenaient de l'étranger et ont finalement été distribués en Belgique (international inbound). En Belgique, le nombre de colis et d'envois express importés et exportés était donc plus ou moins identique. En ce qui concerne ces envois internationaux, il s'agit par ailleurs dans moins d'un cas sur cinq d'envois à destination ou en provenance d'un pays non européen.

Figure 28 : Répartition du volume de services express et de colis : envois domestiques, internationaux sortants et internationaux entrants en 2017



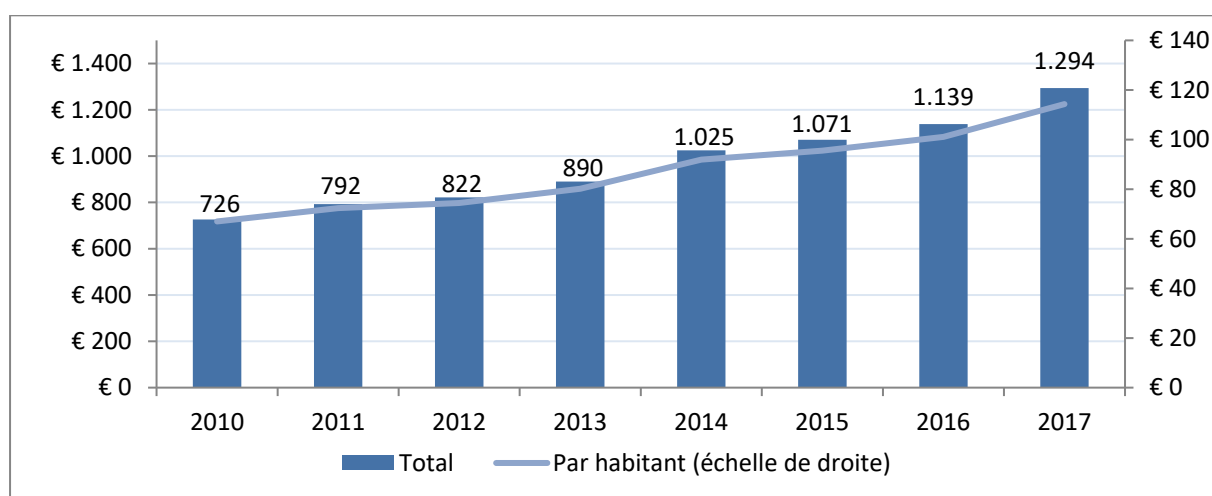
Source : IBPT

3.3.2 Revenus

En termes de chiffre d'affaires réalisé, le segment des services express et des colis a connu une augmentation plus modeste, mais tout de même continue, entre 2010 et 2017. Petit à petit, avec un taux de croissance annuel composé (CAGR) de 8,6 % par an, les revenus totaux sont passés de 726 millions d'euros à 1 294 millions d'euros. Entre 2016 et 2017, le chiffre d'affaires global réalisé dans le segment a encore connu une augmentation solide de 13,7 %, soit un peu plus que le taux de croissance annuel composé au cours de la période 2010-2017.

En 2017, 114,3 euros ont été consacrés en moyenne, par habitant, aux services colis et express, soit presque 50 euros de plus, sur une base annuelle, qu'en 2010.

Figure 29 : Évolution des revenus dans le segment des services express et de colis au total (en millions d'euros) et par habitant (en euros) par année



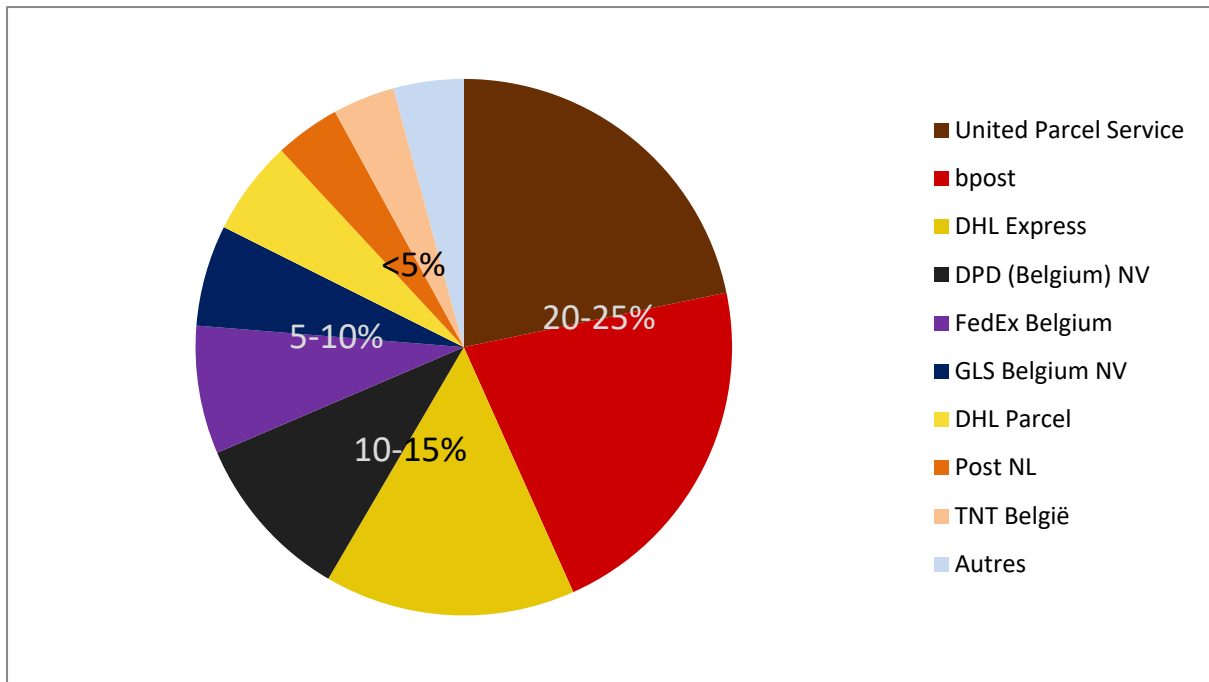
Source : IBPT

La figure 30 présente un aperçu des parts de marché sur la base du chiffre d'affaires dans le segment conjoint des colis et des services express.

UPS/UPS Access Point, bpost et DHL (Express et Parcel) représentent ensemble environ 65 % de ce marché en termes de chiffre d'affaires. En outre, trois autres opérateurs, DPD, FedEx et GLS, avec chacun plus de 5 % de part de marché, avaient ensemble environ 25 % de part de marché. Les autres opérateurs représentaient les 10 % restants.

Il convient de noter que si DHL Express et DHL Parcel étaient examinés ensemble, ils rejoindraient bpost et UPS dans la catégorie 20-25 %. Par analogie, FedEx et TNT arriveraient également dans la catégorie 10-15 % s'ils étaient considérés ensemble.

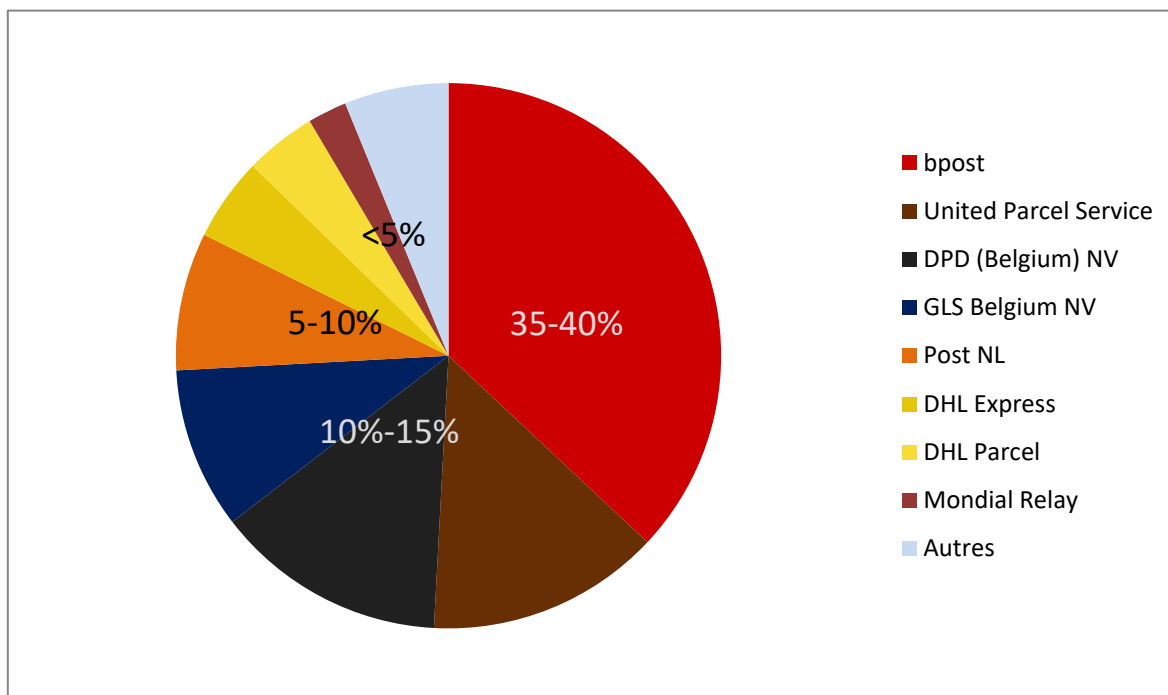
Figure 30 : Part de marché sur la base du chiffre d'affaires dans le segment des envois express et des colis 2017 (%)



Source : IBPT

Lorsque l'on examine les parts de marché sur la base du volume, le résultat obtenu est très différent. Cette différence est logique, étant donné que les envois express ont un prix supérieur, de sorte que ceux-ci génèrent avec des volumes moins importants, des revenus supérieurs et donc des parts de marché supérieures dans le segment global des colis et des envois express. En volume, nous voyons que la part de marché des entreprises de livraison de colis augmente considérablement. Il y a ainsi presque un doublement de la part de marché de bpost, qui passe à 35-40 %. En outre, PostNL, en volume, devient le 5^e acteur le plus important dans ce segment, avec une part de marché entre 5 et 10 %. Les parts de marché des opérateurs qui mettent l'accent sur les envois express sont par contre plus faibles sur la base du volume. Ainsi, UPS atteint une part de marché de 10-15 % et DHL Express une part de marché de 5-10%.

Figure 31 : Part de marché sur la base du volume dans le segment des envois express et des colis 2017 (%)

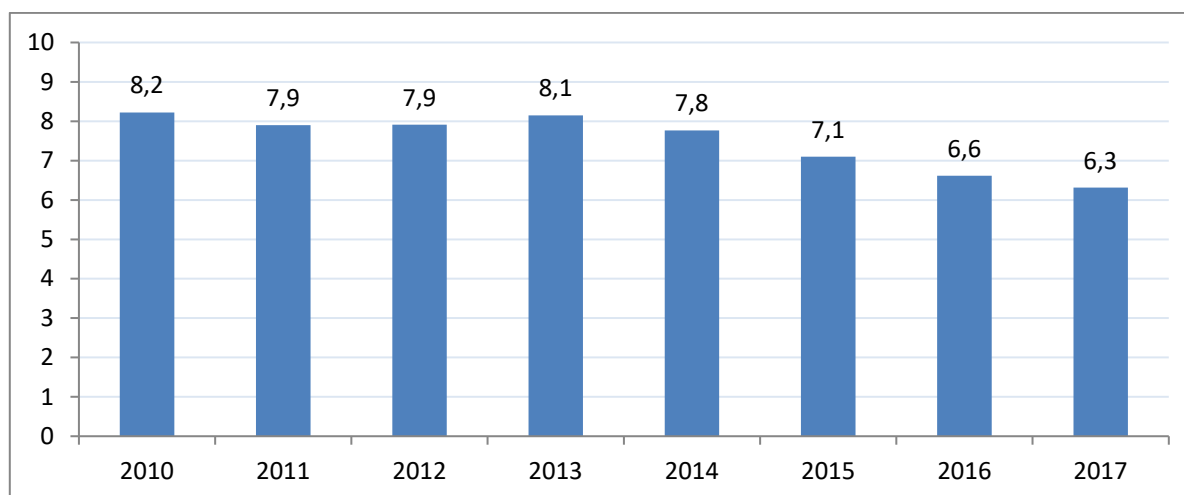


Source : IBPT

3.3.3 Tarif implicite

Lorsque l'on rapporte le chiffre d'affaires au volume, nous obtenons un tarif implicite. Il s'agit d'un tarif moyen par unité pour tous les opérateurs, destinations et formats confondus. Dans les paragraphes précédents, nous avons déjà constaté que le volume du segment des colis et des envois express avait augmenté plus fortement que le chiffre d'affaires. De ce fait, il n'est pas étonnant que le tarif implicite ait affiché une tendance à la baisse entre 2010 et 2017, de 8,2 euros à 6,3 euros. Outre une pression concurrentielle sur les tarifs, l'augmentation du volume de colis plus petits et plus légers, et donc moins chers, dans le cadre de l'e-commerce peut être une autre raison potentielle.

Figure 32 : Tarif implicite dans le segment des envois express et des colis 2010-2017 (EUR)



Source : IBPT

3.3.4 Tarifs petits utilisateurs du prestataire du service universel

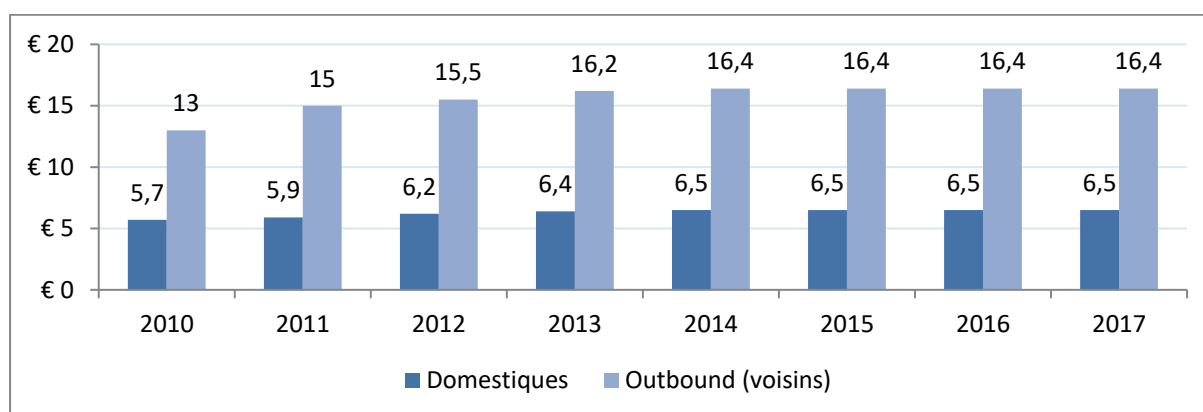
Pour avoir une indication de l'évolution des tarifs d'un colis, nous prenons en considération les tarifs petits utilisateurs d'un colis jusqu'à 2 kg envoyé via le prestataire du service universel.

En Belgique, le prix d'un envoi de ce type est passé de 5,7 euros en 2010 à 6,5 euros²⁷ en 2017, soit une hausse de 14 %. Le tarif 2017 était identique à celui de 2016, une augmentation tarifaire pour 2017 a en effet été refusée par l'IBPT. La moyenne européenne pour un colis domestique de 2 kg s'élevait en 2016 à 6,1 euros.²⁸

Le prix d'un envoi vers un pays voisin a augmenté davantage, de 26,2 %, passant de 13 euros (2010) à 16,4 euros (2016/2017). Ici aussi, le prix est resté identique entre 2016 et 2017, l'IBPT ayant refusé une augmentation. En 2016, le prix moyen européen pour un envoi de 2 kg vers un pays voisin était de 18,35 euros. Il convient néanmoins de remarquer ici que, notamment dans les pays voisins, aux Pays-Bas et en Allemagne, tous les deux avec un prix de 9 euros, les tarifs étaient considérablement inférieurs à la moyenne européenne.

En 2019, l'IBPT reviendra en détail sur les tarifs des colis transfrontières dans le cadre du règlement relatif aux services de livraison transfrontière de colis de la Commission européenne²⁹. Selon ce règlement, les régulateurs nationaux doivent notamment surveiller les prix des colis internationaux pour les petits utilisateurs et analyser les prix (élevés) du prestataire du service universel national. L'objectif final de la Commission européenne est un marché européen dans lequel il est plus facile pour les consommateurs d'acheter des produits en ligne au-delà des frontières nationales.

Figure 33 : Évolution des prix d'un colis jusqu'à 2 kg envoyé par le prestataire du service universel à destination de la Belgique ou d'un pays voisin



Source : IBPT

²⁷ Si l'étiquette d'envoi est créée et payée en ligne, et ensuite imprimée par l'utilisateur, le tarif est ramené à 5 euros.

²⁸ « ERGP Report on core indicators for monitoring the European postal market », 15 décembre 2017

²⁹ Règlement (UE) 2018/644 du Parlement européen et du Conseil du 18 avril 2018 relatif aux services de livraison transfrontière de colis :

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/PDF/?uri=CELEX:32018R0644&rid=1>

3.4 Focus sur le segment de la distribution de la presse aux abonnés

La distribution de la presse, délivrant les articles au domicile des abonnés, est un service d'intérêt économique général (SIEG) qui faisait encore partie, jusqu'en 2015, du 5^e contrat de gestion conclu entre bpost et l'État belge. Depuis le 1^{er} janvier 2016 et encore jusqu'au 31 décembre 2020³⁰, ce service est devenu un service distinct de dernier recours ne relevant pas du (6^e) contrat de gestion. Ce SIEG, auquel les éditeurs peuvent faire appel s'ils le souhaitent, est actuellement exécuté par bpost et se compose de :

- la distribution avancée à domicile de journaux aux abonnés via des tournées spécifiques avant 7h30 le matin du lundi au vendredi et avant 10h le samedi ;
- la distribution à domicile des périodiques aux abonnés via les tournées de distribution classiques, du lundi au vendredi.

En tant que prestataire chargé de ce SIEG de distribution de la presse reconnue aux abonnés, bpost est le principal opérateur sur le segment de la distribution à domicile d'articles de presse. D'autres acteurs sont également actifs sur ce segment, comme PPP et TBC Post³¹.

3.4.1 Volume

Depuis 2012, le volume total de presse distribuée diminue, après le pic, en 2011, de 568 millions d'exemplaires distribués sur une base annuelle. Entre 2016 et 2017, le volume global a baissé de 3,2 %, une chute légèrement plus importante que celle de l'année précédente. La quantité de presse distribuée par rapport à 2011 a entre-temps baissé de 14,3 %.

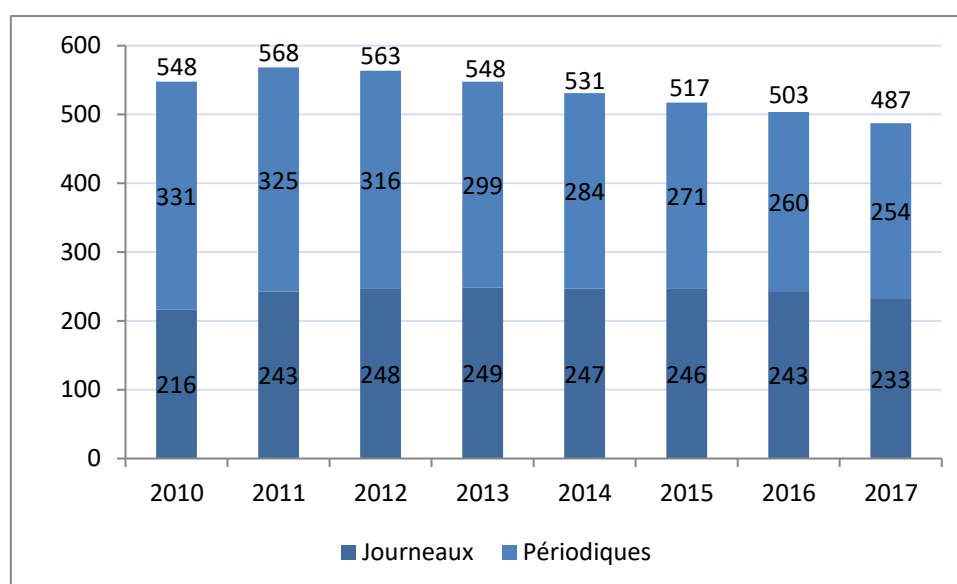
Pour les périodiques, la baisse a été amorcée depuis plus longtemps déjà et nous constatons à nouveau en 2017 un ralentissement de la diminution, à savoir de -2,3 % pour un total de 254 millions d'unités distribuées en 2017. Le volume de journaux distribués n'a stagné que plus tard et a connu une chute limitée depuis 2013, passant toutefois à -4,2 % en 2017.

Les périodiques représentent 52,2 % de la presse distribuée, le reste se compose de journaux (47,8 %).

³⁰ Le 16 octobre 2015, le Conseil des ministres a décidé, suite à une procédure publique, transparente et non discriminatoire, d'attribuer les concessions de distribution des journaux et périodiques reconnus pour la période 2016-2020 à bpost.

³¹ Asendia Belgium a mis fin à ses activités d'entreprise le 1^{er} juillet 2016 et a supprimé son numéro d'entreprise. Deltamedia était également repris précédemment dans l'observatoire, ayant distribué la presse pour le groupe Mediahuis jusqu'en avril 2016.

Figure 34 : Évolution des volumes sur le segment de la distribution de la presse aux abonnés (en millions d'unités)



Source : IBPT

3.4.2 Revenus

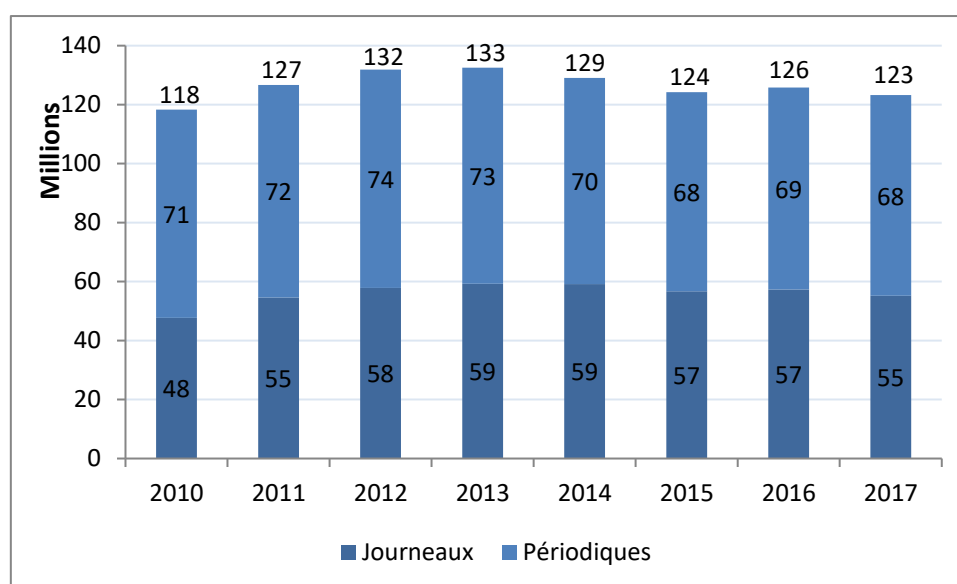
Du côté des revenus, l'on constate que la tendance à la baisse n'a débuté qu'en 2014. En 2017, les revenus ont à nouveau diminué de manière limitée, de -2 %. Néanmoins, la diminution des revenus atteint déjà -7,5 % par rapport à 2013. Pour les journaux, la diminution (-3,7 %) est plus forte en 2017 que pour les périodiques (-0,7 %), où elle est presque négligeable.

Des revenus, 55,2 % doivent être attribués à la distribution de périodiques, contre 44,9 % à la distribution de journaux.

Il convient de souligner que la compensation payée par l'État à bpost pour la prestation du SIEG en matière de distribution de la presse aux abonnés n'est pas comprise dans les revenus considérés.³²

³² D'après le budget fédéral, crédits 2017 ajustés, le paiement estimé concernant la concession relative à la distribution des journaux et des périodiques s'élevait à 167,02 millions d'euros en 2017.

Figure 35 : Évolution des revenus sur le segment de la distribution de la presse aux abonnés (en millions d'euros)



Source : IBPT

Par souci d'exhaustivité, nous indiquons qu'AMP³³ est également active sur le marché de la distribution de la presse aux abonnés ; AMP ne distribue toutefois pas à domicile, mais dans les magasins (librairies). En outre, elle assure également la distribution de la presse pour la vente à l'unité en magasin. Les revenus et les volumes de cette entreprise ne sont pas repris dans les relevés ci-dessus, qui se rapportent spécifiquement à la distribution à domicile.

4. Investissements et emploi dans les activités postales

4.1 Investissements dans le secteur postal

En 2017, 132 millions d'euros ont été investis au total³⁴ dans le secteur postal par les opérateurs de notre échantillon, soit une hausse de pas moins de 44,1 % par rapport à 2016. Par rapport à 2010, l'augmentation est même de 73,2 %. Il s'agit ici d'un chiffre particulièrement élevé, dû à l'essor du segment des colis et des envois express. De nombreux opérateurs sont en effet en train d'étendre leur capacité concernant le tri et la distribution des colis³⁵.

³³ Le Collège de la concurrence de l'Autorité belge de la concurrence a approuvé en 2016, sous certaines conditions, la reprise par bpost d'AMP et de LS Distribution Benelux (selon le Knack du 10 novembre 2016 : <http://trends.knack.be/economie/bedrijven/bpost-krijgt-voorwaardelijk-groen-licht-voor-overname-amp-en-krantenwinkels/article-normal-775165.html>).

³⁴ Il s'agit ici d'investissements d'extension.

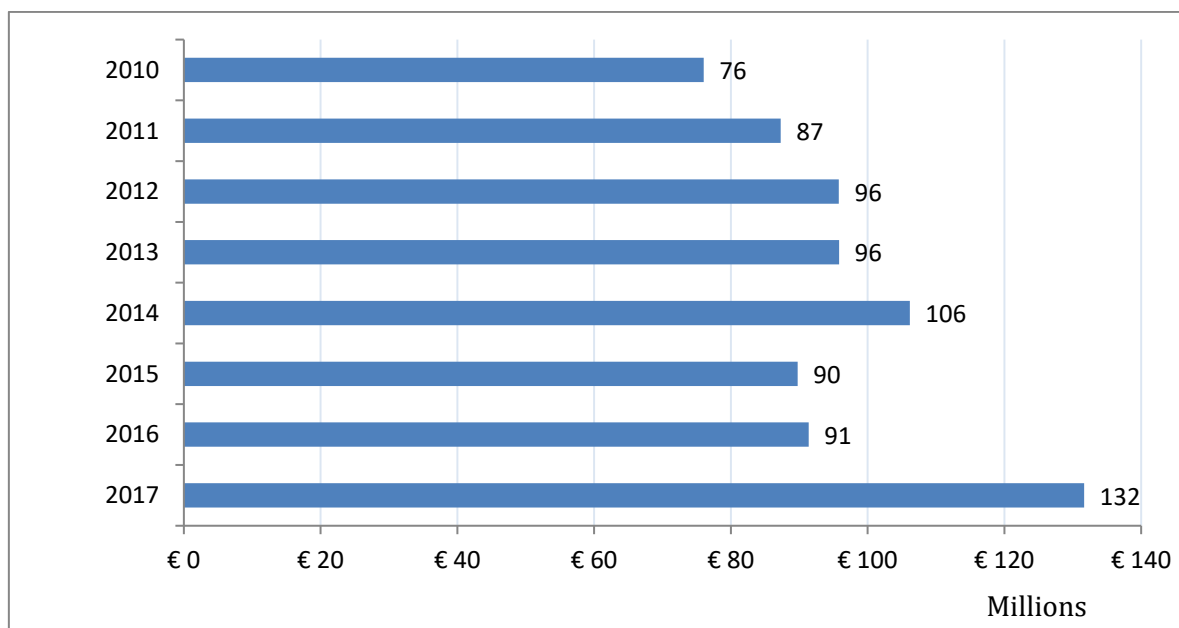
³⁵ Quelques exemples :

22 juin 2016 : <https://www.flows.be/nl/trade/ups-investeert-4-miljoen-nieuw-sorteercentrum-limburg>

20 octobre 2017 : <https://trends.knack.be/economie/bedrijven/bpost-huldigt-nieuw-sorteercentrum-brussel-x-in-grootste-van-de-benelux/article-normal-915343.html>

16 novembre 2017 : <https://www.postnl.be/over-postnl-belgie/pers-en-nieuws/2017/postnl-opent-2->

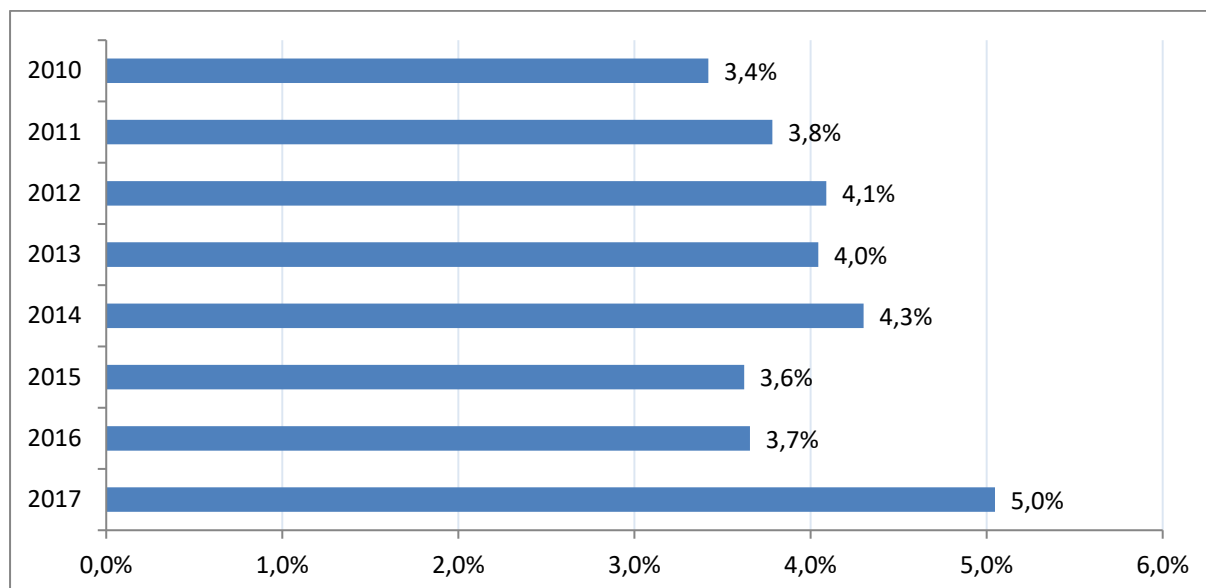
Figure 36 : Investissements dans le secteur postal (en millions d'euros)



Source : IBPT

Les investissements réalisés dans le secteur postal s'élevaient en 2017 à 5 % du chiffre d'affaires réalisé. Depuis 2010, jamais une aussi grande part du chiffre d'affaires réalisé n'a été réinvestie dans le secteur.

Figure 37 : Investissements par rapport au chiffre d'affaires dans le secteur postal (%)



Source : IBPT

nieuwe-depots-in-belgie.html

13 juillet 2018 : <https://www.transportmedia.be/postnl-opent-twee-eerste-sorteercentra-in-belgie/>

4.2 Emploi dans le secteur postal

En 2017, le secteur postal représentait 31 124 emplois directs, au 30 juin³⁶ 2017, en hausse de 1% par rapport à 2016. Dans l'observatoire de l'année dernière, nous constatons déjà que la baisse de l'emploi observée depuis le début de notre série chronologique était en train de ralentir. La hausse de l'emploi en 2017, est une première depuis 2000. Cette augmentation est due à la très forte augmentation du nombre de colis et d'envois express. Néanmoins, le nombre d'employés dans le secteur postal en 2017 était toujours inférieur de presque 1/5 (-17,8 %) au nombre d'employés en 2010. Par rapport à 2000, le nombre d'employés a même diminué de presque 40 % (-37,3 %).

Considérée en équivalents temps plein³⁷ (ETP), la reprise apparaît un peu plus forte (+2,1 %), pour un total de 26 412 équivalents temps plein en 2017. Ici aussi, il s'agit néanmoins d'une diminution d'1/5 (-20,4 %) par rapport à 2010 et même de plus de 40 % (-42,5 %) par rapport à 2000. En 2017, sept collaborateurs sur dix dans le secteur postal travaillent à temps plein.

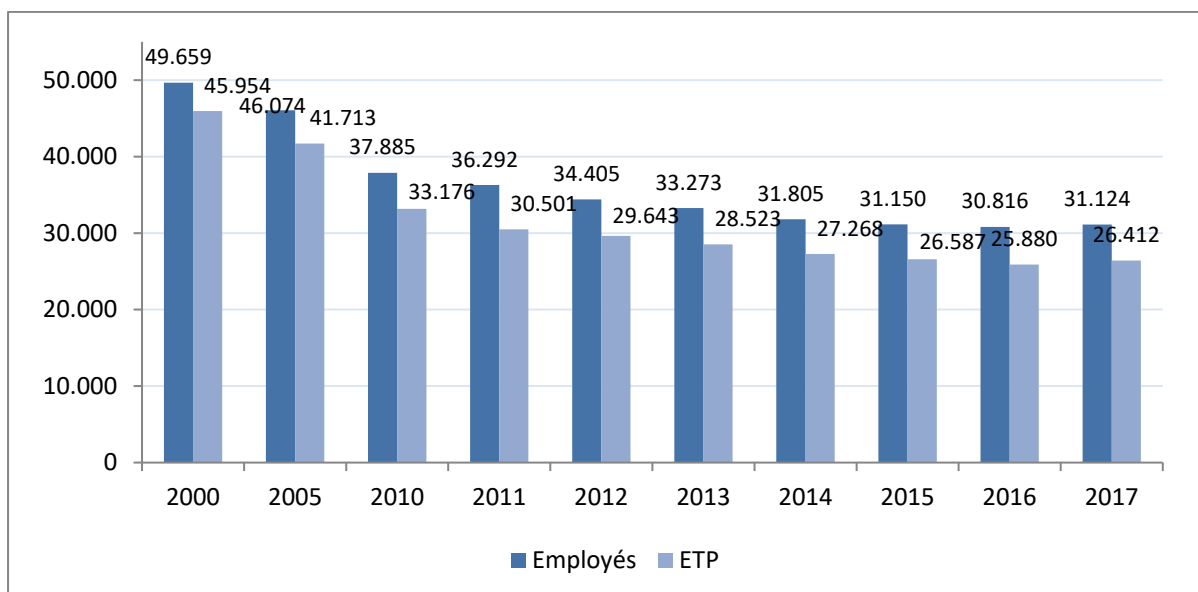
Dans le secteur postal, bpost est toujours le plus grand employeur, mais environ un travailleur sur cinq est désormais employé par un opérateur alternatif.

Normalement, nous analysons systématiquement la situation au 30 juin de l'année en question, étant donné que l'emploi est typiquement le moins sensible aux variations saisonnières à ce moment-là. Par rapport au 31 décembre, que nous pouvons définir comme la haute saison dans le secteur postal, tant en termes de cartes de vœux que de colis e-commerce, nous ne constatons pas spécialement de variations en ce qui concerne les employés propres, mais bien en ce qui concerne les employés temporaires et l'emploi (indépendant) en sous-traitance. Ainsi, sur la base de notre enquête, le nombre d'employés temporaires était, en décembre 2017, avec au total plus de 3000 personnes, plus d'une fois et demie plus élevé qu'en juin de cette même année. Pour l'emploi indépendant en sous-traitance, la différence était moins marquée, avec une augmentation de 20 % pour atteindre plus de 6000 personnes. Compte tenu de ces moments de pic, le secteur postal génère donc encore plus d'emplois via les employés temporaires et l'emploi en sous-traitance, que ce qui est représenté à la figure 38.

³⁶ Nous examinons systématiquement la situation au 30 juin, soit à la fin du deuxième trimestre, de l'année en question, étant donné que l'emploi est typiquement le moins sensible aux variations saisonnières à ce moment-là.

³⁷ Afin de représenter de la manière la plus correcte possible le travail effectivement presté, il s'agit ici d'équivalents temps plein hors jours assimilés. Les jours assimilés sont des périodes telles que le chômage involontaire, l'incapacité de travail, le congé de maternité et la prépension, pendant lesquels aucune prestation n'a été effectuée, mais qui sont tout de même comptabilisées dans la carrière de pension.

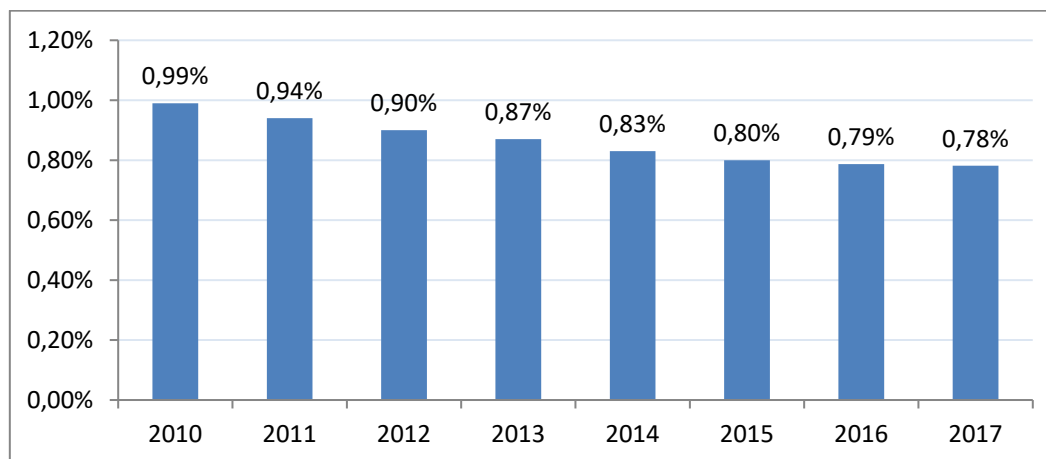
Figure 38 : Emploi dans le secteur postal (N, ETP)



Source : ONSS

Du point de vue de l'emploi global, nous constatons qu'en 2010, environ 1 % de tous les travailleurs étaient employés directement dans le secteur postal. En 2017, il ne s'agissait plus que de 0,78 %. Le revirement en 2017, où, pour la première fois, l'emploi dans le secteur postal a à nouveau augmenté, n'a toutefois pas permis de contrer une nouvelle diminution de ce coefficient. L'emploi total a en effet augmenté davantage en 2017 que l'emploi direct dans le secteur postal.

Figure 39 : Part du secteur postal dans l'emploi total (%)



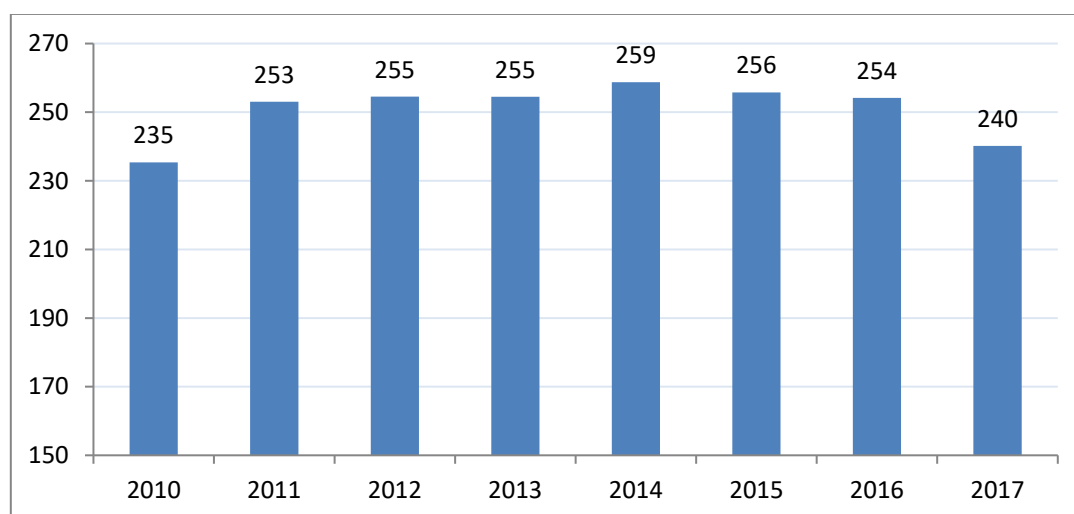
Source : ONSS³⁸

Le nombre d'articles postaux par équivalent temps plein dans le secteur postal a subi des pressions en 2017 en raison de deux mouvements sous-jacents. D'un côté, le nombre

³⁸ Les données ONSS décentralisées concernant l'emploi total sont globales et comportent ici également des données provenant de l'(ancien) ONSSAPL et du CSPM.

d'employés a augmenté en nombre et en ETP pour la première fois depuis 2000 (voir la figure 38). D'un autre côté, la diminution permanente du volume dans les segments des envois de correspondance et de la presse a continué à peser dans le volume total distribué. En effet, le segment de croissance des colis et de l'express ne représente encore que 10 % du volume total du secteur postal. Ainsi, en 2017, 240 articles (allant des lettres aux colis, en passant par les envois express, les journaux ou les magazines) ont en moyenne été traités par employé postal par jour civil, exprimé en termes de jours ouvrables temps plein (ETP). Cela représente en moyenne 14 articles de moins par jour qu'en 2016, mais en même temps aussi un peu plus que la quantité de pièces traitées en 2010.

Figure 40 : Nombre moyen d'articles postaux par jour civil par ETP dans le secteur postal (N)



Source : ONSS et IBPT

5. Accès aux services postaux

Outre une bonne trentaine de centres de tri et environ dix fois plus de centres de distribution, les opérateurs postaux disposent aussi en Belgique d'un large réseau de points d'accès pour les utilisateurs. Dans un premier temps, nous présentons un aperçu sectoriel de ces points d'accès, avant de nous pencher sur le réseau du prestataire du service universel.

5.1 Aperçu sectoriel

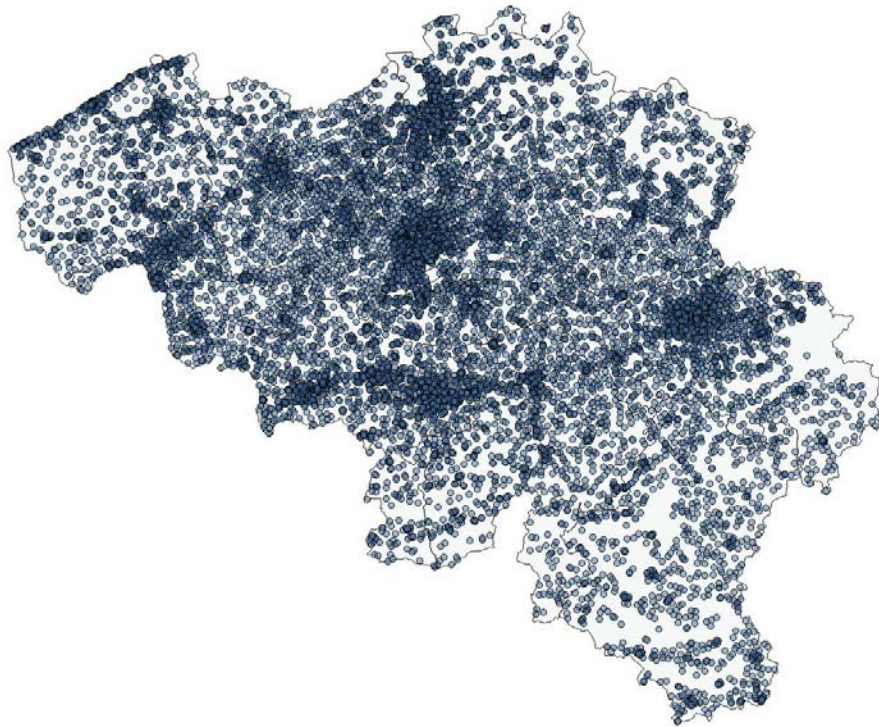
5.1.1 Boîtes aux lettres pour l'envoi

En Belgique, les boîtes aux lettres pour l'envoi sont mises à la disposition des utilisateurs par le prestataire du service universel, bpost, et par le titulaire de licence, TBC Post. Dans le cas de bpost, il s'agit de boîtes rouges³⁹, et dans le cas de TBC Post, de boîtes bleues. Au total, notre pays comptait 13 250 boîtes aux lettres fin 2017, soit en moyenne une tous les 2 km² ou pour 854 habitants.

³⁹ Depuis fin 2016, bpost a lancé le déploiement de nouvelles boîtes aux lettres mieux protégées, qui sont blanches avec un logo rouge :

<https://www.tijd.be/ondernemen/diensten/bpost-zet-slot-op-2-500-rode-postbussen/9823665.html>

Figure 41 : Densité du réseau de boîtes aux lettres (de bpost et de TBC) pour l'envoi (2017)

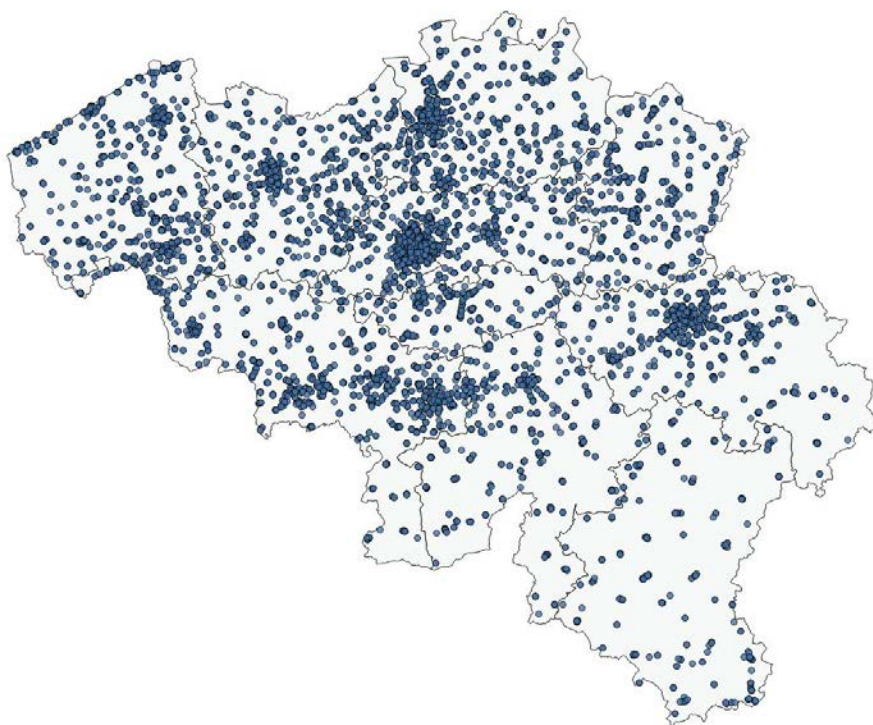


Source : IBPT

5.1.2 Points pourvus en personnel

L'importance des points pourvus en personnel a fortement augmenté ces dernières années, depuis le boom de l'e-commerce. Les opérateurs se sentent en effet obligés de proposer un réseau de points, afin de permettre aux utilisateurs postaux, d'une part, de venir chercher un colis et, d'autre part, de déposer un colis pour l'envoyer ou le renvoyer. Le prestataire du service universel n'est donc plus le seul à disposer d'un large réseau de points pourvus en personnel. Au total, fin 2017, tous les opérateurs avaient ensemble 7 654 points pourvus en personnel. Cela représente en moyenne un point pourvu en personnel tous les 4 km² ou pour 1 479 habitants. La figure 41 montre notamment que ces points se trouvent dans les centres-villes et les zones plus densément peuplées. Il convient certes de noter que les mêmes emplacements peuvent revenir plusieurs fois. Il arrive en effet que certains points pourvus en personnel, comme les librairies ou les stations essence, travaillent pour plus d'un opérateur. En outre, bpost ouvre également son réseau de points pourvus en personnel à DHL Parcel et Kariboo! le fait également pour PostNL.

Figure 42 : Densité du réseau de points pourvus en personnel (2017)



Source : IBPT

5.1.3 Distributeurs automatiques de colis

Les distributeurs automatiques de colis sont une tendance apparue ces dernières années.⁴⁰ Ces distributeurs, équipés d'une série de casiers sécurisés, sont généralement installés à des endroits très fréquentés et peuvent être utilisés, pour la plupart, 24h/24, 7 jours sur 7, pour l'envoi et/ou la réception de colis.

En Belgique, bpost a lancé le déploiement d'un réseau de distributeurs automatiques de colis en 2014, tant pour l'envoi que pour la réception de colis.⁴¹ Deux années plus tard, bpost a pris une participation majoritaire dans De Buren, un réseau néerlandais de distributeurs automatiques de colis. Ensuite, les distributeurs automatiques belges de bpost ont été rebaptisés « Cubee », tout comme ceux à l'étranger. Cubee est en outre devenu un réseau ouvert, que d'autres opérateurs peuvent également utiliser. Fin 2017 par exemple, GLS a également utilisé ce réseau. L'objectif de bpost était de rapidement étendre le réseau belge à 450 casiers à colis d'ici fin 2018.⁴² Outre Cubee, DHL Express dispose également de distributeurs automatiques de colis, mais uniquement pour l'envoi de colis. En outre, sans qu'elles n'entrent en considération pour le

⁴⁰ Deutsche Post DHL Group a commencé en 2001 avec un projet test, « Packstations ».

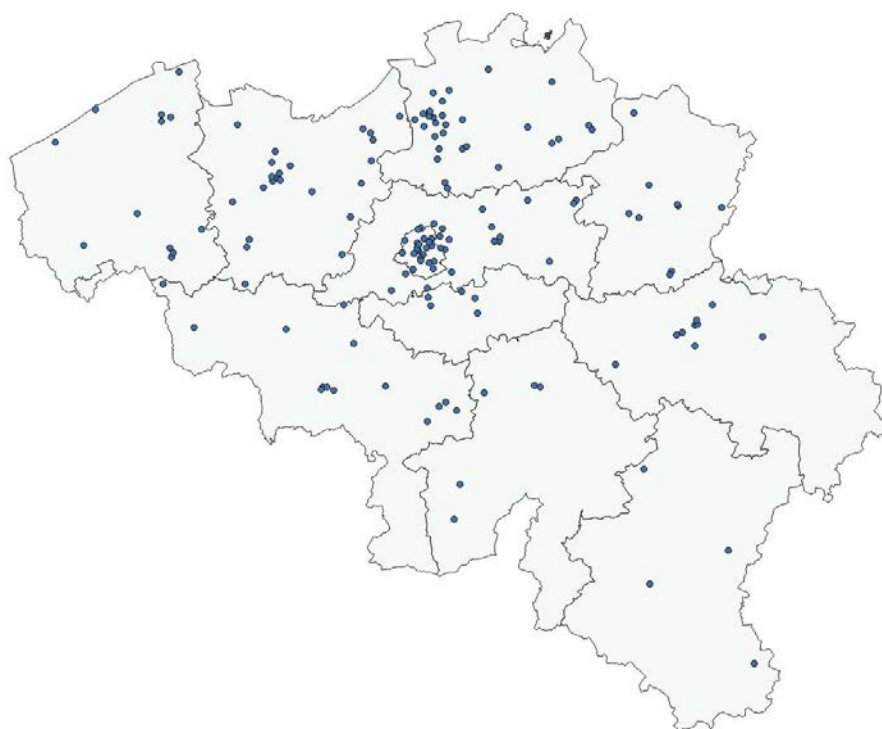
⁴¹ Rapport annuel bpost 2014 : <http://corporate.bpost.be/~media/Files/B/Bpost/annual-reports/ar-2014.PDF>

⁴² Communiqué de presse de bpost (4 octobre 2017) : http://corporate.bpost.be/media/press-releases/2017/04-10-2017?sc_lang=nl-BE

présent observatoire, il existe aussi des initiatives indépendantes de tout opérateur, comme BringMe⁴³ et ParcelHome⁴⁴, qui permettent de faire livrer un colis dans un distributeur automatique de colis à domicile ou au travail.

Fin 2017, le nombre total de distributeurs automatiques de colis en Belgique, de Cubee et de DHL Express, s'élevait à 152. En moyenne, cela revient à un distributeur automatique de colis tous les 201 km² ou pour 74 487 habitants. La figure 40 montre que ces distributeurs automatiques de colis se trouvent principalement dans les centres-villes et les zones plus densément peuplées.

Figure 43 : Densité du réseau de distributeurs automatiques de colis (tant Cubee que DHL Express) (2017)



Source : IBPT

5.2 Prestataire du service universel postal (PSUP)

5.2.1 Points d'accès aux services postaux

Dans cette section, nous examinons le réseau de boîtes aux lettres, de bureaux de poste et de magasins postaux du prestataire du service universel, bpost.

⁴³ <https://www.bringme.com>

⁴⁴ <https://www.parcelhome.com>

La principale différence entre les bureaux de poste et les magasins postaux⁴⁵ réside dans le fait que les premiers sont gérés par un opérateur postal, tandis que les seconds sont exploités par des tiers pour le compte d'un opérateur postal.

Tant la loi postale que le 6^e contrat de gestion⁴⁶ posent des exigences concernant le réseau du prestataire du service universel. L'article 142, § 2, 1^o, de la loi du 21 mars 1991 portant réforme de certaines entreprises publiques économiques, encore en vigueur en 2017⁴⁷, prévoit que toutes les communes du Royaume, y compris les entités administratives fusionnées qui constituaient une commune distincte au 31 décembre 1971, soient pourvues d'un point d'accès, au moins, pour le dépôt d'envois postaux. Le 6^e contrat de gestion va plus loin, via l'article 10, et précise notamment qu'il doit y avoir au minimum 1 300 points de service postal sur toute la durée du contrat, chaque point de service postal devant offrir au moins l'assortiment de base. De même, bpost doit garantir la présence d'au minimum 650 bureaux de poste et au moins un dans chacune des 589 communes.

En 2017, le nombre de points d'accès du prestataire du service universel n'a connu qu'une baisse limitée, en ce qui concerne les boîtes aux lettres pour l'envoi⁴⁸, par rapport à la situation de 2016. Par rapport à 2010, nous constatons désormais un recul de 4,1 % à 5,4 % pour tous les types de points d'accès.

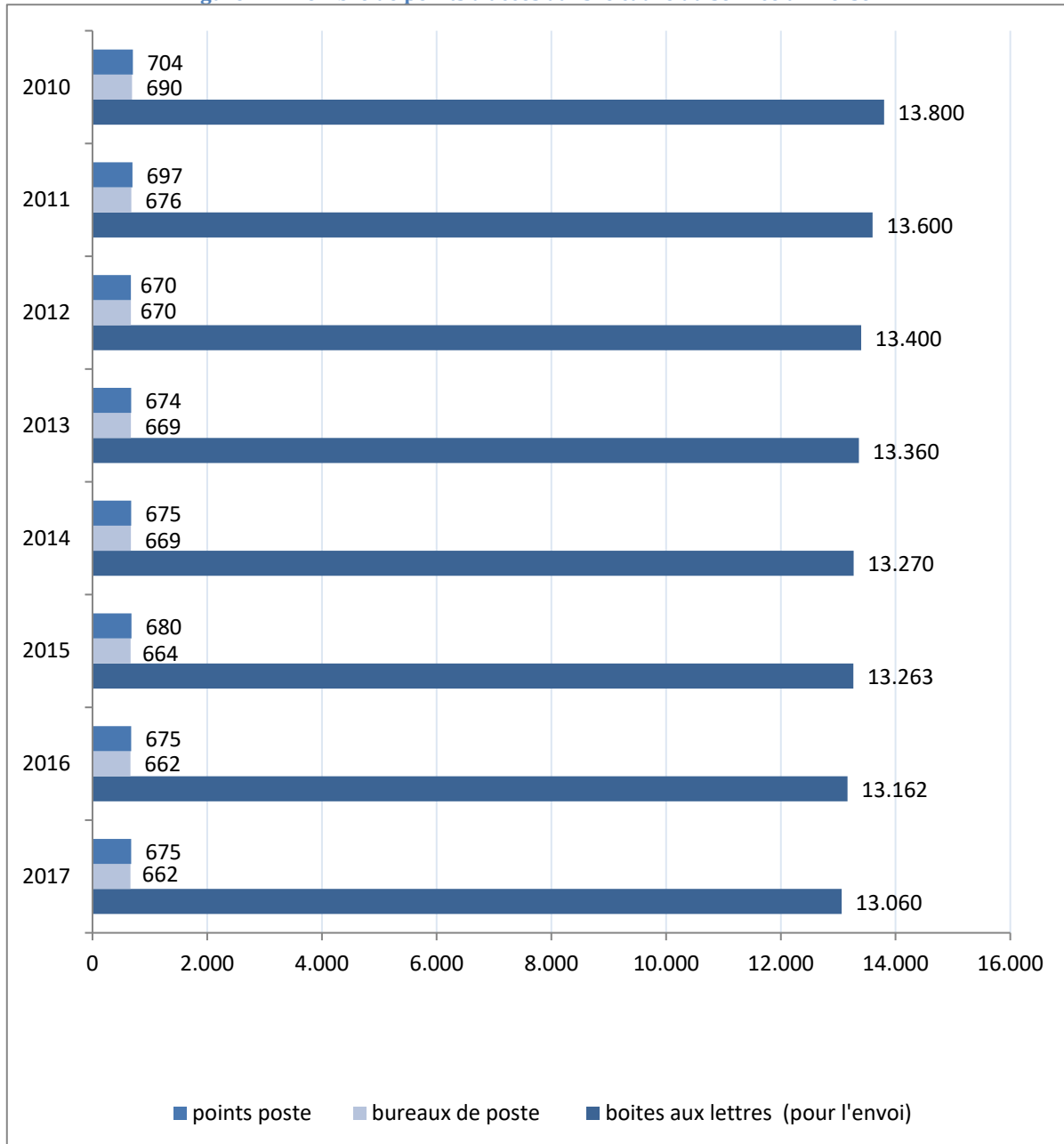
⁴⁵ bpost utilise la dénomination « Points Poste » pour désigner ses magasins postaux.

⁴⁶ Il s'agit d'un service d'intérêt économique général, inclus dans le 6^e contrat de gestion, et pour lequel bpost reçoit une indemnité annuelle. D'après le budget fédéral, crédits 2017 ajustés, le paiement estimé concernant le 6^e contrat de gestion s'élevait au total à 93,715 millions d'euros en 2017.

⁴⁷ Cet article a désormais été remplacé par l'article 16, § 1^{er}, 1^o, de la loi du 26 janvier 2018 relative aux services postaux qui comprend les mêmes exigences.

⁴⁸ À l'avenir, bpost aurait des projets visant à diminuer fortement le nombre de boîtes aux lettres rouges : <https://www.tijd.be/ondernemen/logistiek/bpost-schrap-tot-30-procent-van-de-13-000-brievenbussen/10026275.html>

Figure 44 : Nombre de points d'accès dans le cadre du service universel⁴⁹



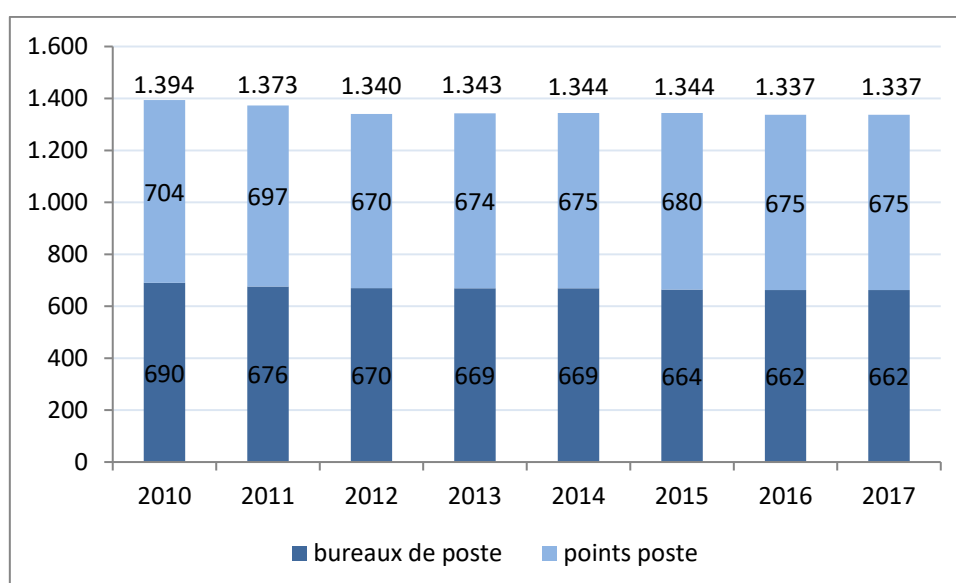
Source : IBPT

5.2.2 Points de service postal

En 2017, le prestataire du service universel postal (PSUP) a délivré des services postaux par le biais de 1 337 points de service (bureaux de poste ou magasins postaux) répartis sur l'ensemble du territoire belge. C'est exactement le même nombre qu'en 2016. Par rapport à 2010, il est toutefois question d'un net recul de 57 points de service, dont 29 bureaux de poste et 28 magasins postaux. Mais avec 1 337 points de service postal et, plus spécifiquement, 662 bureaux de poste, bpost dépasse toujours les exigences précitées.

⁴⁹ Il s'agit ici uniquement des points d'accès du prestataire du service universel.

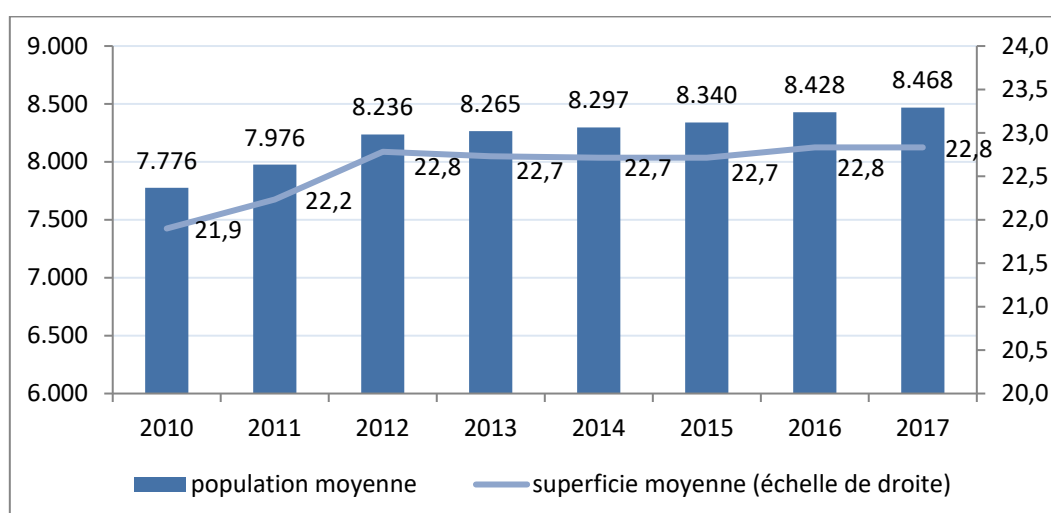
Figure 45 : Nombre de points de service postal (PSUP uniquement)



Source : IBPT

Du fait d'une augmentation de la population, un nombre décroissant de points de service postal doit toutefois logiquement desservir de plus en plus de personnes ; il y avait en moyenne un point de service postal pour 8 468 habitants en 2017. En moyenne, chaque point de service postal doit désormais desservir 8,9 % d'habitants de plus qu'en 2010. Un point de service postal dessert en moyenne une zone de 22,8 km². D'un point de vue européen⁵⁰, la Belgique se situe invariablement en queue du peloton européen en ce qui concerne le nombre de points de service postal du prestataire du service universel, que l'on compare la superficie ou le nombre d'habitants.

Figure 46 : Population moyenne (N) et superficie moyenne (km²) desservie par point de service postal (PSUP uniquement)



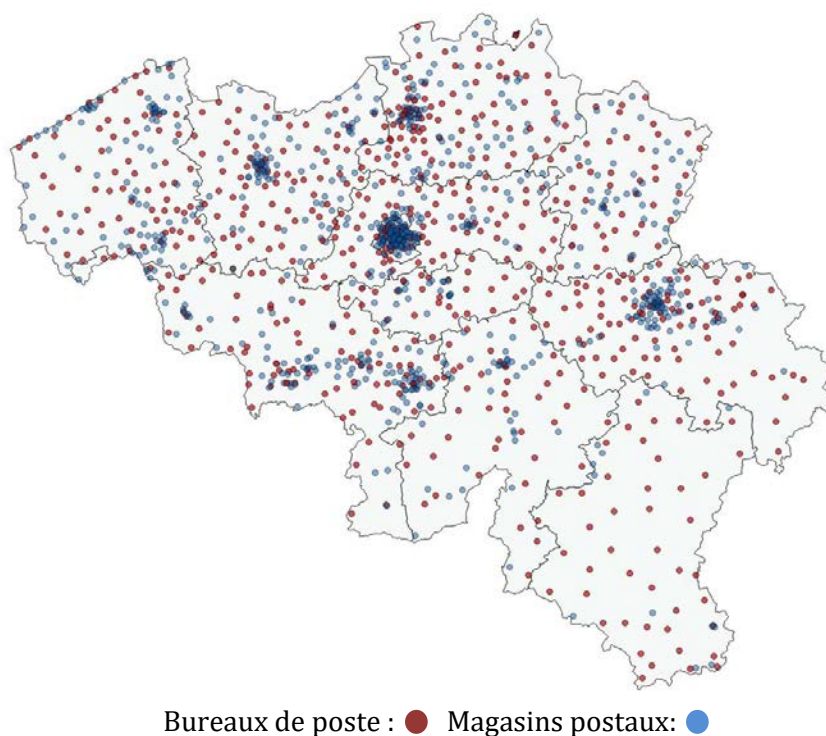
Source : IBPT

⁵⁰ « ERGP Report on core indicators for monitoring the European postal market », 15 décembre 2017

La répartition géographique des bureaux de poste et des points poste est représentée en détail à la figure 46.

Bien qu'il y ait à peu près le même nombre des deux types de points pourvus en personnel, leur répartition est toutefois très différente. Plus de 60 % des bureaux de poste se trouvent dans une zone semi-urbaine ou rurale ; pour les points poste par contre, presque 70 % d'entre eux se trouvent dans une zone purement urbaine. L'importance des bureaux de poste et l'obligation d'avoir minimum un bureau par commune dans le cadre de la cohésion sociale deviennent ainsi claires. C'est surtout le cas dans les régions peu peuplées, comme la province de Luxembourg.

Figure 47 : Distribution de points de service postal en 2017 (PSUP uniquement)



Source : IBPT

6. Qualité de service

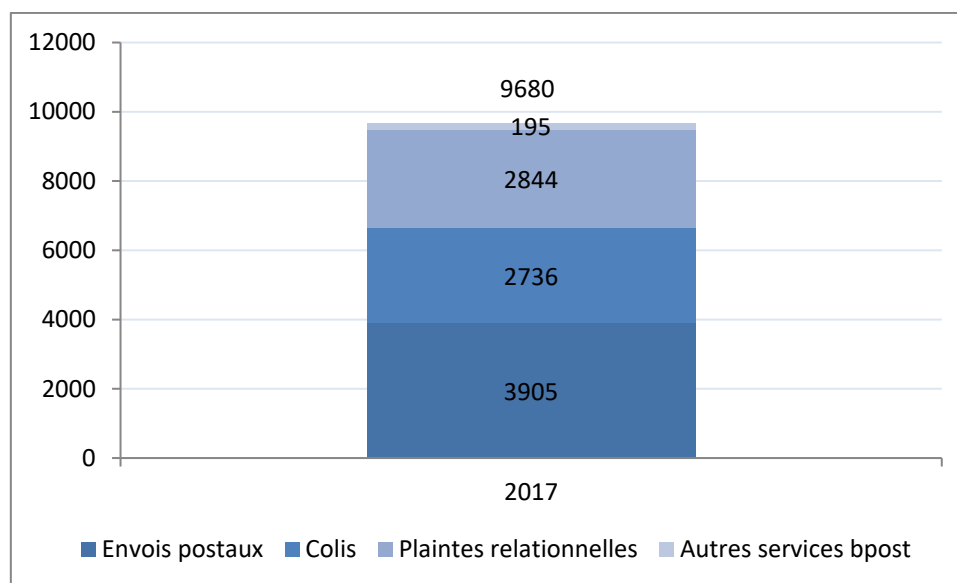
6.1 Satisfaction des utilisateurs de services postaux

En 2017, 9 860 plaintes recevables ont été introduites auprès du service de médiation pour le secteur postal.⁵¹ Parmi les plaintes introduites, 40,3 % étaient liées à un « envoi postal », terme avec lequel le service de médiation renvoie aux lettres, factures, périodiques et quotidiens. L'augmentation des activités d'e-commerce explique que déjà 28,3 % des plaintes étaient liées à l'envoi de colis. Presque autant de plaintes (29 %) étaient liées à la relation entre l'opérateur et le client. Dans ces cas, le client n'était pas d'accord avec la réponse reçue ou avec la solution

⁵¹ Voir le Rapport annuel du service de médiation pour le secteur postal de 2017.

proposée par l'opérateur en question. Les plaintes restantes (2 %) portent sur les autres services de bpost qui relèvent de la compétence du service de médiation pour le secteur postal.

Figure 48 : Nombre de plaintes recevables introduites au service de médiation par objet (2017)



Source : SMSPO

6.2 Délais d'acheminement du courrier

Le respect des délais d'acheminement fixés par le cinquième contrat de gestion entre bpost et l'État⁵² fait l'objet d'un contrôle annuel du régulateur, à travers une étude spécifique sur la qualité de service⁵³. 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 seule bpost est soumise à ce contrôle. Ses concurrents postaux n'ont en effet pas d'objectifs réglementaires de qualité de service.

Pour l'année 2017, 91,6 % du courrier égrené intérieur affranchi au tarif « Prior » a été délivré en J+1, contre 90,9 % en 2016. Ainsi, bpost atteint le troisième résultat le plus bas de ces 10 dernières années (2008 à 2017), malgré l'existence d'un bonus de qualité dans l'ancien mécanisme de price cap qui était en vigueur jusqu'en 2017⁵⁴. Par conséquent, bpost ne satisfait pas, pour la troisième année consécutive, à la norme légale de qualité, qui est passée de 90 % à

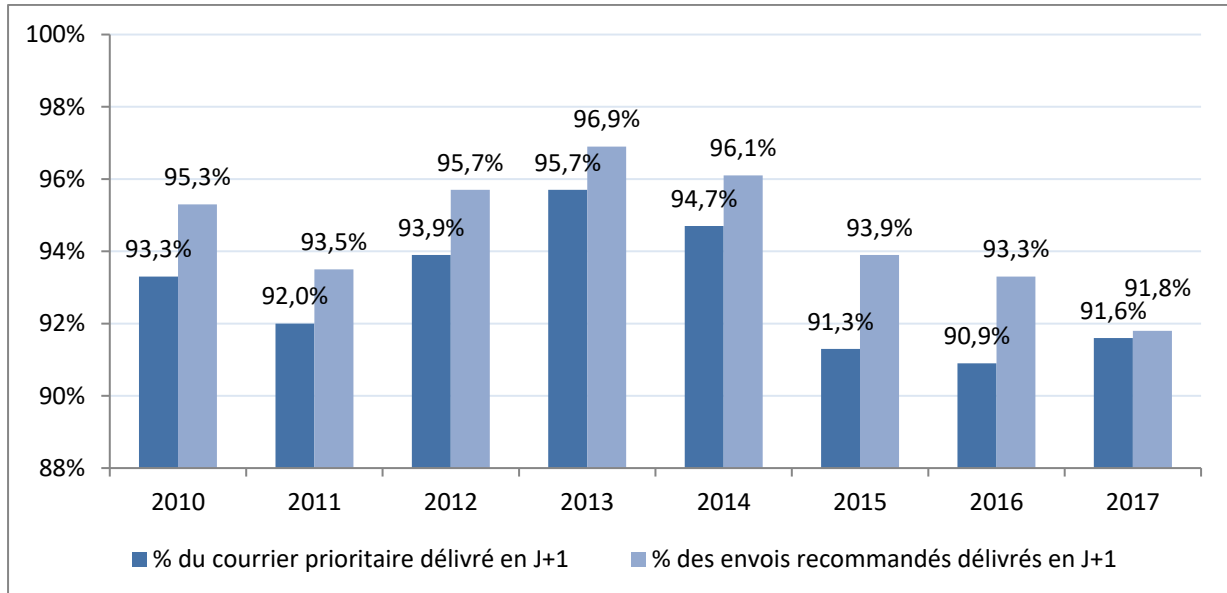
⁵² Les articles en question du 5^e contrat de gestion sont en effet toujours en vigueur en vertu du 6^e contrat de gestion, étant donné que l'article 1.1 du 6^e contrat de gestion prévoit ce qui suit : « À partir de la date mentionnée à l'art. 51, le présent contrat (le 'Contrat') remplacera le cinquième contrat de gestion, tel qu'approuvé par l'arrêté royal du 29 mai 2013 (ci-après : 'cinquième contrat de gestion'), à l'exception des dispositions du cinquième contrat de gestion relatives aux obligations de service universel de bpost, lesquelles resteront en vigueur pendant le reste de la période pour laquelle bpost a été désignée comme fournisseur du service universel, à savoir jusqu'au 31 décembre 2018. »

⁵³ <http://www.bipt.be/fr/operateurs/postal/services-postaux-universels-et-non-universels/decision-du-conseil-de-libpt-du-10-octobre-2016-concernant-le-controle-des-delais-dacheminement-pour-lannee-2015>

⁵⁴ Voir la figure 19 pour une évolution du tarif petit utilisateur d'une lettre domestique standard < 50g.

93 % depuis 2014. En ce qui concerne les envois recommandés égrenés, 91,8 % du volume d'envois recommandés égrenés a été délivré en J+1 en 2017, ce qui, par rapport à 2016 (93,3 %), correspond à une nouvelle diminution du pourcentage d'envois délivrés dans les délais. Contrairement au courrier égrené prioritaire, il n'existe pas de norme légale de qualité pour les envois postaux recommandés égrenés.

Figure 49 : Pourcentage de lettres Prior et d'envois recommandés délivrés en J+1 (PSUP uniquement)



Source : IBPT

COMMUNICATION DU CONSEIL DE L'IBPT DU 23 NOVEMBRE 2018 CONCERNANT
L'OBSERVATOIRE DU MARCHÉ DES ACTIVITÉS POSTALES EN BELGIQUE POUR 2017

Axel Desmedt
Membre du Conseil

Jack Hamande
Membre du Conseil

Luc Vanfleteren
Membre du Conseil

Michel Van Bellinghen
Président du Conseil