

**BELGISCH INSTITUUT VOOR POSTDIENSTEN
EN TELECOMMUNICATIE**

B I P T

**MEDEDELING VAN DE RAAD VAN HET BIPT
VAN 23 NOVEMBER 2018
BETREFFENDE
HET OBSERVATORIUM VAN DE MARKT VOOR POSTACTIVITEITEN IN
BELGIË VOOR 2017**

INHOUDSOPGAVE

Inhoud

1. Samenvatting.....	5
2. Scope van het observatorium en structuur van de postmarkt in België	7
2.1 STRUCTUUR VAN DE BELGISCHE POSTALE MARKT.....	7
2.2 BEVRAAGDE OPERATOREN IN HET KADER VAN HET OBSERVATORIUM.....	8
3 Beschrijving van de Belgische markt voor de verstrekking van postdiensten voor de jaren 2010 tot 2017.....	12
3.1 ALGEMEEN OVERZICHT VAN DE POSTMARKT	12
3.1.1 <i>Inkomsten</i>	12
3.1.2 <i>Marktconcentratie</i>	14
3.1.3 <i>Belang van de segmenten</i>	16
3.2 FOCUS OP HET BRIEVENPOSTSEGMENT.....	17
3.2.1 <i>Algemeen overzicht</i>	17
3.2.2 <i>Transactionele post</i>	19
3.2.3 <i>Geadresseerde reclamezendingen</i>	28
3.2.4 <i>Internationale post</i>	29
3.3 FOCUS OP HET SEGMENT VAN DE PAKKET-, SNELPOSTZENDINGEN EN E-COMMERCE.....	32
3.3.1 <i>Volume</i>	32
3.3.2 <i>Inkomsten</i>	34
3.3.4 <i>Kleingebruikerstarieven universeledienstverlener</i>	37
3.4 FOCUS OP HET SEGMENT VAN DE PERSDISTRIBUTIE AAN DE ABONNEES	38
3.4.1 <i>Volume</i>	38
3.4.2 <i>Inkomsten</i>	39
4 Investerings en tewerkstelling in postactiviteiten	40
4.1 INVESTERINGEN IN DE POSTSECTOR	40
4.2 TEWERKSTELLING IN DE POSTSECTOR.....	42
5 Toegang tot postdiensten.....	45
5.1 SECTORIEEL OVERZICHT.....	45
5.1.1 <i>Brievenbussen voor verzending</i>	45
5.1.2 <i>Bemande punten</i>	45
5.1.3 <i>Pakketautomaten</i>	46
5.2 AANBIEDER VAN DE UNIVERSELE POSTDIENST (AUPD)	48
5.2.1 <i>Toegangspunten tot de postdiensten</i>	48
5.2.2 <i>Postale-servicepunten</i>	49
6 Dienstkwaliteit.....	51
6.1 TEVREDENHEID VAN DE GEBRUIKERS VAN POSTDIENSTEN.....	51
6.2 VERZENDINGSTERMIJNEN VAN DE POST	52

Lijst van de figuren

<i>Figuur 1: Segmentering van de postactiviteiten beschouwd in het kader van het observatorium.....</i>	<i>7</i>
<i>Figuur 2: de voornaamste spelers op de Belgische markt voor de verstrekking van postdiensten (in 2017)</i>	<i>11</i>
<i>Figuur 3: evolutie van de inkomsten van de postsector over de periode 2000-2017 (in miljoen EUR).....</i>	<i>13</i>
<i>Figuur 4: aandeel van de postactiviteit in het bbp van België (%).....</i>	<i>13</i>
<i>Figuur 5: marktaandeel op basis van omzet in de Belgische postale sector 2017 (%).....</i>	<i>14</i>
<i>Figuur 6: mate van horizontale concentratie op basis van omzet aan de hand van HHI en C4-index.....</i>	<i>15</i>
<i>Figuur 7: mate van horizontale concentratie op basis van volume aan de hand van HHI en C4-index.....</i>	<i>15</i>
<i>Figuur 8: aandeel van de diverse segmenten in omzet globale postsector anno 2010 versus 2017 (%).....</i>	<i>16</i>
<i>Figuur 9: volume post per inwoner (N)</i>	<i>17</i>
<i>Figuur 10: volume van de brievenpost (evolutie 2010-2017)</i>	<i>18</i>
<i>Figuur 11: inkomsten uit het brievenpostsegment (miljoen euro).....</i>	<i>19</i>
<i>Figuur 12: evolutie van de volume van transactionele post (2010-2017).....</i>	<i>20</i>
<i>Figuur 13: verdeling van de volumes van transactionele post (2017)</i>	<i>21</i>
<i>Figuur 14: evolutie van de volumes van aangetekende zendingen sedert 2010 (gecumuleerde groei)</i>	<i>21</i>
<i>Figuur 15: evolutie van de volumes van administratieve en sociale post sedert 2010 (gecumuleerde groei).....</i>	<i>22</i>
<i>Figuur 16: verdeling van de volumes van transactionele post tussen stukpost en grote partijen post (2010 in vergelijking met 2017).....</i>	<i>22</i>
<i>Figuur 17: evolutie van de inkomsten uit transactionele post sedert 2010</i>	<i>23</i>
<i>Figuur 18: verdeling van de inkomsten uit transactionele post (2010 versus 2016)</i>	<i>24</i>
<i>Figuur 19: prijs van de dienst voor binnenlandse standaardbrieven < 50 g (€)</i>	<i>25</i>
<i>Figuur 20: prijs van de dienst voor een binnenlandse standaardbrief in Europa (€)</i>	<i>26</i>
<i>Figuur 21: prijs 2017 uitgedrukt in koopkrachtpariteit (KKP) van de dienst voor binnenlandse standaardbrieven in Europa (€)</i>	<i>27</i>
<i>Figuur 22: evolutie van de volumes reclame (2010-2017).....</i>	<i>28</i>
<i>Figuur 23: evolutie van de inkomsten uit reclame (2010-2017) (miljoen euro).....</i>	<i>29</i>
<i>Figuur 24: evolutie van de volumes van internationale post.....</i>	<i>30</i>
<i>Figuur 25: evolutie van de inkomsten voor internationale post (miljoen euro).....</i>	<i>30</i>
<i>Figuur 26: prijs van de dienst voor een intra-Europese standaardbrief in Europa (in nominale waarde) (€)</i>	<i>31</i>
<i>Figuur 27: evolutie van het volume aan pakket- en expressdiensten in totaal (in miljoen eenheden) en per capita (in eenheden) per jaar</i>	<i>33</i>
<i>Figuur 28: verdeling van het volume aan pakket- en expressdiensten volgens binnenlands, uitgaand internationaal en binnenkomend internationaal anno 2017.....</i>	<i>33</i>
<i>Figuur 29: evolutie van de inkomsten binnen het segment van de pakket- en expressdiensten in totaal (in miljoen EUR) en per capita (in EUR) per jaar</i>	<i>34</i>
<i>Figuur 30: marktaandeel op basis van omzet binnen het segment van pakket- en expresszendingen 2017 (%) .</i>	<i>35</i>
<i>Figuur 31: marktaandeel op basis van volume binnen het segment van pakket- en expresszendingen 2017 (%)</i>	<i>36</i>
<i>Figuur 32: impliciet tarief binnen het segment van pakket- en expresszendingen 2010-2017 (EUR).....</i>	<i>36</i>
<i>Figuur 33: evolutie van de prijzen van een pakket tot 2 kg verzonden door de universeledienstaanbieder met als bestemming België of een buurland</i>	<i>38</i>
<i>Figuur 34: evolutie van de volumes in het segment van de persdistributie aan abonnees (miljoen eenheden)...</i>	<i>39</i>
<i>Figuur 35: evolutie van de inkomsten in het segment van de persdistributie aan abonnees (miljoen EUR)</i>	<i>40</i>
<i>Figuur 36: investeringen in de postsector (miljoen EUR)</i>	<i>41</i>
<i>Figuur 37: investeringen ten overstaande van omzet in de postsector (%)</i>	<i>41</i>

<i>Figuur 38: loontrekkende tewerkstelling in de postsector (N, vte).....</i>	<i>43</i>
<i>Figuur 39: aandeel van de postsector in de totale tewerkstelling (%).....</i>	<i>43</i>
<i>Figuur 40: gemiddeld aantal postale items per kalenderdag per vte in de postale sector (N).....</i>	<i>44</i>
<i>Figuur 41: dichtheid van het netwerk van brievenbussen (zowel bpost als TBC) voor verzending (2017).....</i>	<i>45</i>
<i>Figuur 42: dichtheid van het netwerk van bemande punten (2017) Bron: BIPT.....</i>	<i>46</i>
<i>Figuur 43: dichtheid van het netwerk van pakketautomaten (zowel Cubee als DHL Express) (2017).....</i>	<i>47</i>
<i>Figuur 44: aantal toegangspunten in het kader van de universeledienstverlening.....</i>	<i>49</i>
<i>Figuur 45: aantal postale-servicepunten (enkel AUPD).....</i>	<i>50</i>
<i>Figuur 46: gemiddelde bevolking (N) en gemiddelde oppervlakte (km²) bediend per postale-servicepunt (enkel AUPD).....</i>	<i>50</i>
<i>Figuur 47: verdeling postale-servicepunten anno 2017 (enkel AUPD).....</i>	<i>51</i>
<i>Figuur 48: aantal ontvankelijke klachten ingediend bij de Ombudsdienst per onderwerp (2017).....</i>	<i>52</i>
<i>Figuur 49: percentage Prior-brieven en aangetekende zendingen afgegeven op D+1 (enkel AUPD).....</i>	<i>53</i>

1. Samenvatting

Sinds het begin van 2012 houdt het Belgisch Instituut voor postdiensten en telecommunicatie (BIPT) een observatorium van de markt voor postactiviteiten in België bij. Vandaag de dag gebeurt dit in het kader van de functies die aan het BIPT zijn toegekend krachtens de wet van 26 januari 2018 betreffende de postdiensten. Meer bepaald kan het BIPT op grond van artikel 26 b) "voor duidelijk omschreven statistische doeleinden, voor marktanalyses en voor alle maatregelen die tot de transparantie kunnen bijdragen" bij aanbieders van postdiensten alle informatie op gemotiveerde en proportionele wijze opvragen.

De indicatoren in dit observatorium hebben als doel de structuur van de markt voor alle belanghebbenden van de postsector weer te geven (afzenders, geadresseerden, operatoren, diverse tussenpersonen, enzovoort). Deze indicatoren bieden een inzicht in de markt vanuit de aanbodzijde, in de ontwikkeling van de activiteit van de aanbieder van de universele dienst en van zijn concurrenten, alsook in de resultaten van de postactiviteit in België in termen van dienstkwaliteit en innovatie voor de gebruikers van deze diensten.

In deze editie, inmiddels gebruikmakend van een tijdreeks van 2010 tot 2017, worden de indicatoren overgenomen die gepubliceerd zijn in de vorige editie, maar worden er ook nieuwe toegevoegd. Zo wordt er nog meer aandacht besteed aan het segment van de pakket- en snelpostzendingen en aan de toegangspunten tot postale diensten.

De trends die de voorbije jaren werden ingeluid zetten zich anno 2017 door op de Belgische postale markt. Terwijl het segment van persdistributie in beperkte mate krimpt en de daling aangaande brievenpost wordt voortgezet, blijft het segment van de pakketten en expressdiensten floreren. Het groeiende segment van de pakket- en de snelpostzendingen kan de terugval van de segmenten van pers en brievenpost meer dan counteren. De postale markt groeide zo met maar liefst 4,3%, tot een globale omzet van een goede 2,6 miljard euro.

Ondanks een afnemende mate van concentratie blijft de Belgische postale markt anno 2017 in sterke mate geconcentreerd. Zo hebben de vier grootste aanbieders (bpost, UPS, DHL Express en DPD), in termen van omzet, nog steeds een erg hoog gezamenlijk marktaandeel, van 83,5%, terwijl dit anno 2010 91,4% bedroeg. Bpost, actief in alle postsegmenten, behoudt eigenhandig een fors marktaandeel van meer dan 60%, een positie die echter sedert 2010, met toen nog meer dan 70%, licht afneemt.

Exact de helft van de sectoromzet was op conto van het segment van de pakket- en de snelpostzendingen te schrijven. Het gaat hier om een historisch kantelpunt: voor het eerst in de geschiedenis van de Belgische postsector is niet het segment van de brievenpost, maar wel dat van de pakket- en de snelpostzendingen het belangrijkste in termen van inkomsten. Brievenpost, inclusief geadresseerde reclamezendingen, was anno 2017 echter nog steeds goed voor 45% van de totale omzet binnen de postale sector. Het segment van de distributie van pers aan abonnees thuis, genereerde 5% van de inkomsten. Vergeleken met 2010 hield het segment van de distributie van pers voorlopig stand maar kende de brievenpost een daling van 17 procentpunten ten voordele van het segment van pakketten en express.

Tussen 2016 en 2017 is het volume brievenpost per inwoner verder gedaald met 6,5%, tot 143 items per inwoner op jaarbasis. Transactionele brievenpost is nog altijd goed voor de grote meerderheid ervan (59% in 2017). Geadresseerde reclamezendingen, die verrassend genoeg een kleine groei kenden in termen van omzet, en internationale brievenpost nemen in 2017 respectievelijk 30% en 11% van het totale volume brievenpost voor hun rekening. De inkomsten uit de brievenpost krompen eveneens, nu bedragen ze 1,144 miljard euro tegenover 1,194 miljard euro in 2016, d.i. een daling met 4,2%.

Aangaande het segment van de pakket- en expresszendingen is er tussen 2010 en 2017 meer dan een verdubbeling geweest van het aantal zendingen. Sinds enkele jaren stellen we zelfs een versnelling van de groei vast. Ook voor 2017 werd een stijging van maar liefst 19,1% opgetekend, tot 205 miljoen items. Bekeken per capita wordt er inmiddels gemiddeld om de 20 dagen een pakket verzonden. 35% van het totaal aantal pakket- en expressdiensten uit 2017 betrof binnenlandse zendingen. In eveneens 35% van de gevallen ging het om uitgaande internationale zendingen. De resterende 30% waren binnenkomende internationale zendingen. Tussen 2016 en 2017 namen de inkomsten binnen dit segment met 13,7% toe tot 1,294 miljard euro.

Het volume aan bedeelde pers daalde wederom in 2017, met 3,2%. Dit had eveneens zijn weerslag op de inkomsten, die met 2% daalden. Persdistributie aan abonnees is in België echter nog steeds goed voor een globale omzet van 123 miljoen euro. De compensatie die door de overheid wordt betaald aan bpost, voor het verrichten van de persdistributie aan de abonnees, zit niet vervat in de beschouwde inkomsten.

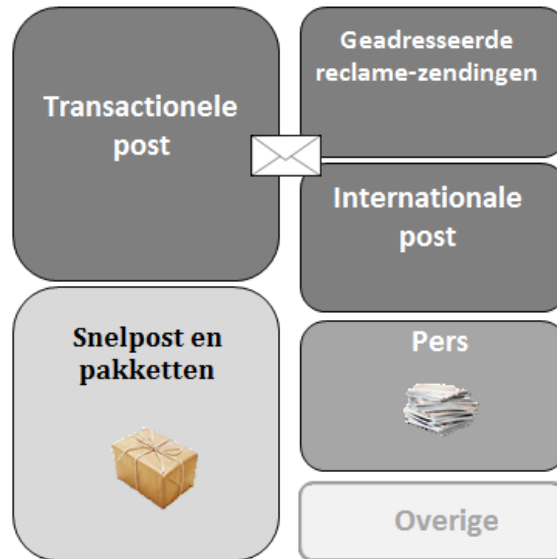
Anno 2017 stegen de investeringen in de postale sector tot een recordhoogte van 132 miljoen euro, oftewel maar liefst 41 miljoen euro meer dan in 2016. Tal van operatoren zijn immers hun capaciteit aangaande de sortering en distributie van pakketten aan het uitbreiden. Ook in termen van tewerkstelling laat het bloeiende segment van pakketten en express zich gelden: voor het eerst stelden we een groei in de tewerkstelling binnen de postsector vast (+1%).

2. Scope van het observatorium en structuur van de postmarkt in België

2.1 Structuur van de Belgische postale markt

Het bestek van de postale activiteiten die in beschouwing worden genomen in het kader van dit observatorium kan worden opgedeeld in zes categorieën, zoals weergegeven in de figuur hieronder:

Figuur 1: Segmentering van de postactiviteiten beschouwd in het kader van het observatorium¹



De categorie "overige" omvat de diensten zoals het tijdelijk bewaren van post, nazending, frankering voor de klant, verkoop van adressen, enzovoort, die niet rechtstreeks bij de andere categorieën kunnen worden ondergebracht.

De routeringsactiviteiten, indien deze niet worden aangeboden door postale operatoren, vallen buiten het bestek van dit observatorium. De activiteiten in verband met de distributie van niet-geadresseerd reclamedrukwerk komen aan bod in deel 4.2.3. om een algemeen overzicht te geven over de hoeveelheid reclame die rechtstreeks in de brievenbus wordt gestoken. Omdat niet-geadresseerde zendingen evenwel niet als postzendingen worden beschouwd, worden deze niet meegeteld in de inkomsten of volumes die vermeld worden in de rest van dit observatorium.

Allereerst wordt de Belgische postmarkt gekenmerkt door de aanwezigheid van een erg groot aantal spelers, die worden geacht postdiensten te verstrekken: voor 2017 hebben ongeveer 700 spelers hun jaarrekening ingediend bij de Balanscentrale van de Nationale Bank van België

¹ De inhoud van de categorie "transactionele post" wordt onder punt 4.2.2 beschreven.

onder de NACE-codes 53 100 (postdiensten in het kader van de universele dienstverplichting) en 53 200 (overige postdiensten en koeriers).²

2.2 Bevraagde operatoren in het kader van het observatorium

In deze context is gepoogd om een zo nauwkeurig mogelijk beeld van de sector te schetsen met behulp van een zo representatief mogelijk geheel van operatoren. In totaal zijn 23 ondernemingen bevraagd.

Naast de historische postoperator, **bpost**, die de universele dienst moet verzorgen en die aanwezig is in alle segmenten, zijn ook de vier grote internationale integratoren (**DHL**, **FEDEX**, **TNT**³, **UPS**) aanwezig en actief in de sector van de pakjes en snelpostdiensten in België. Wat DHL betreft, maken zowel **DHL Express** als **DHL Parcel**⁴, dat sedert 2014 actief is op de Belgische markt en zich op e-commerceklanten richt, deel uit van dit observatorium. Vanaf deze editie wordt **UPS Access Point** samen met UPS onder één noemer (UPS/UPS Access Point) gebracht. Sedert medio 2016 heeft UPS de gehele integratie van het voormalige Kiala bewerkstelligd.

Overigens zijn ook de grotere postbedrijven in de buurlanden actief op de Belgische markt. Zo ziet men dat er in bepaalde segmenten van de postale markt actief gespecialiseerde postbedrijven worden ontwikkeld afkomstig van grote Europese postconcerns.

Zo maakt **DPD** deel uit van DPDgroup, een dochter van de Franse groep La Poste, met het op één na grootste netwerk voor pakketleveringen in Europa. DPD opereert vanuit vier depots in België.

GLS, dochteronderneming van de Britse historische operator Royal Mail, is gespecialiseerd in de distributie van pakjes. GLS verdeelt jaarlijks ongeveer 436 miljoen pakjes in Europa, voor meer dan 220.000 klanten. Daartoe steunt het op 39 hubs, 688 depots en meer dan 14.000 werknemers. In België beschikt GLS over 2 hubs en meer dan 300 afhaalpunten.

PostNL, de historische operator en aanbieder van de universele dienst in Nederland, biedt eveneens pakjesdiensten en farmaceutische zendingen aan in België. Dankzij zijn medewerking met Kariboo! stelt PostNL aan zijn gebruikers een ruim netwerk van pakketpunten ter beschikking.

² Hierbij dienen we op te merken dat enkele postale operatoren schijnbaar foutief onder NACE 49 410 (goederenvervoer over de weg, m.u.v. verhuisbedrijven) worden geclassificeerd.

³ De overname van TNT door FedEx is afgerond in 2016, maar de integratie is nog aan de gang: http://www.fedex.com/be_nederlands/enews/2017/february/tnt.html

⁴ DHL Parcel heeft een samenwerkingsakkoord gesloten met bpost voor de levering van pakjes en het gebruik van postkantoren en PostPunten van bpost. Zie De Standaard van 1 december 2016:

http://www.standaard.be/cnt/dmf20161201_02602980 en

<https://www.dhlparcel.be/nl/particulier/afhaalpunten>

Daarenboven zullen bpost en DHL vanaf 2018 samenwerken op het gebied van e-commercelevering in de Benelux: http://corporate.bpost.be/media/press-releases/2018_2/2018-05-30?sc_lang=nl-BE

PostNL is in België ook aanwezig via haar dochteronderneming **Mikropakket**, die gespecialiseerd is in de behandeling van (waardevolle) pakketten tot 15 kg met levering binnen 24 uur en die in de Benelux B2B- en B2C-diensten aanbiedt.

G3 Worldwide, dat ook toebehoort aan PostNL, is via dochteronderneming Spring Globalmail dan weer sterk aanwezig in het segment van de internationale post voor ondernemingen: het verdeelt dagelijks internationaal commerciële brievenpost, catalogi en facturen.

Mondial Relay, dat voor particulieren ongeveer 42 miljoen pakjes per jaar verdeelt, van 0 tot 130 kg, en dat een netwerk bezit van 36.000 afhaalpunten in Europa, beschikt in België over een netwerk van 700 afhaalpunten verspreid over het grondgebied.

Ciblex, nog een operator die actief is in het segment van de pakjes en snelpostzendingen, vervoert ongeveer 10.000 pakjes per dag in Nederland en België. Het bedrijf, dat gespecialiseerd is in de snelle levering ('s anderdaags voor de middag), zes dagen op zeven, is ook aanwezig in Frankrijk.

Ook voor **Belgium Parcels Service** bestaat de voornaamste activiteit uit de levering van pakjes en exprezendingen in België en Luxemburg binnen 24 uur en in Frankrijk, Duitsland en Nederland binnen 48 uur.

Meerdere bedrijven maakte het onderwerp uit van een overname door bpost:

Kariboo! werd in 2014 opgericht door LS Distribution Logistics⁵. Het heeft een distributiecentrum in Mechelen en beschikt, net als UPS Access Point, over een ruim netwerk van afhaal- en retourpunten. Kariboo! richt zich op e-commerce- en supply chain-diensten en werkt samen met het Franse Relais Colis, PostNL en DHL Express.

Bubble Post⁶ is gespecialiseerd in efficiënte en duurzame stadsdistributie, door middel van depots aan de rand van de centra en gebundelde leveringen met milieuvriendelijke voertuigen binnen de stadskernen. Het bedrijf is inmiddels al actief in dertien Belgische en drie Nederlandse steden.

CityDepot, richt zich, middels tien Belgische vestigingen, eveneens op de duurzame distributie van goederen naar de binnenstad én terug.

Dynalogic⁷ is een onderneming die gespecialiseerd is in flexibele en gepersonaliseerde leveringen van elk formaat. Dat formaat kan gaan van zeer klein zoals een paspoort of

⁵ Het Mededingingscollege van de Belgische Mededingingsautoriteit heeft onder voorwaarden de overname goedgekeurd door bpost van AMP en LS Distribution Benelux (volgens Trends op 10 november 2016: <http://trends.knack.be/economie/bedrijven/bpost-krijgt-voorwaardelijk-groen-licht-voor-overname-amp-en-krantenwinkels/article-normal-775165.html>).

⁶ Op 7 augustus 2017 is bekend geworden dat bpost Bubble Post zou overnemen. http://www.standaard.be/cnt/dmf20170807_03008045

⁷ Op 12 december 2016 tekenden bpost en DynaGroup een akkoord met betrekking tot de overname door bpost van 100% van de aandelen van DynaGroup.

De aankoop heeft als doel de pakjesdivisie van bpost te versterken met nieuwe en complementaire logistieke knowhow, en het groeiplatform van DynaGroup nog sneller (internationaal) uit te bouwen.

medicijnen tot 2XL zoals een wasmachine of bankstel. Het is bovendien mogelijk een bezorging te combineren met montage en installatie in huis, of het retourneren van verpakkingsmaterialen en oude producten. Dynalogic biedt zijn diensten aan in Nederland, België en Luxemburg vanuit vijf centrale hubs.

Een andere speler waarmee in het kader van dit observatorium rekening wordt gehouden voor het segment van de pakjes en snelpostzendingen is **Euro Sprinters**, dochteronderneming van bpost, met als specialisatie snelpost en logistiek.

Wat het perssegment betreft, verzorgt bpost nog tot 31 december 2020 de openbare dienst van vervoegde krantenbedeling (vóór 7.30 u of 10 u op zaterdag). Deze vervoegde bedeling betreft uitsluitend de distributie van dagbladen aan de abonnees. In het kader van diezelfde openbare dienst bezorgt bpost ook tijdschriften aan de abonnees, maar dan via de klassieke rondes. Niettegenstaande deze dienst van 'last resort' heeft bpost nog een aantal uitdagers in het segment van de persdistributie.

De tweede speler, na bpost, binnen het segment van de persbedeling is **PPP**. Dit bedrijf, dat via een management buy-out in 2015 loskwam van voormalig moederbedrijf Belgische Distributiedienst (BD), is vooral actief in de krantenbedeling in Brussel, Antwerpen, en in beide Brabantse provincies.

Belgische Distributiedienst (BD) is dan weer de marktleider in huis-aan-huiscommunicatie (niet-geadresseerde zendingen) en digitale promo experiences met de myShopi-app en -website.

In het noorden van het land is ook **Vlaamse Post** actief in het bedelen van niet-geadresseerde post.

Ten slotte wordt ook de operator **TBC-Post** in dit observatorium opgenomen, de eerste speler met een vergunning om te werken binnen het segment van de brievenpost, dat vroeger voorbehouden was aan bpost.

In vergelijking met het observatorium van vorig jaar telt onze steekproef van de Belgische postale markt twee spelers minder: Sprintpack en Asendia Belgium. Asendia heeft zijn Belgische activiteiten stopgezet op 1 juli 2016 en Sprintpack doet voor de levering een beroep op andere operatoren.

Enkel de hier opgesomde operatoren werden opgenomen in het bestek van de studie voor dit observatorium. Er zijn nog enkele andere interessante en omvangrijke spelers op de markt, denken we bijvoorbeeld maar aan ASX-IBECO, die een algemene oplossing aanbieden, waarin zowel stadsopdrachten, postverwerking, expresszendingen als kaai-opdrachten begrepen zijn. In dergelijke gevallen werkt men echter veelal via 'sub contracting', wat tot dubbeltellingen zou leiden.

<http://www.dynalogic.eu/nl/company/nieuws/bpost-en-dynagroup-bundelen-hun-krachten-en-logistieke-exper>

Figuur 2: de voornaamste spelers op de Belgische markt voor de verstrekking van postdiensten (in 2017)

	Geadresseerde post	Pakket / Express	Reclamepost	Pers	Internationale Post	Overige
Belgische Distributiedienst*						
Belgium Parcels Service						
Bpost						
Bubble Post						
Ciblex						
CityDepot						
DHL Express						
DHL Parcel						
DPD (Belgium) NV						
Dynalogic						
Euro Sprinters						
FedEx Belgium						
G3 Worldwide (Belgium) NV						
GLS Belgium NV						
Kariboo						
Mikropakket						
Mondial Relay						
Post NL						
PPP						
TBC-Post						
TNT België						
UPS/UPS Access Point						
Vlaamse Post*						

*In het geval van Belgische Distributiedienst en Vlaamse Post, weergegeven door middel van een arcering, gaat het om niet-geadresseerde reclame, de omzet hiervan wordt zodoende niet mee in rekening genomen bij de totale postale omzet

3 Beschrijving van de Belgische markt voor de verstrekking van postdiensten voor de jaren 2010 tot 2017

3.1 Algemeen overzicht van de postmarkt

3.1.1 Inkomsten

De evolutie van de inkomsten⁸ die werden gegenereerd door de Belgische postale sector wordt aangegeven in figuur 3. Voor de jaren 2010 tot en met 2017 gebeurde dit op basis van de enquêteresultaten. De gearceerde kolommen met betrekking tot 2000 en 2005 zijn schattingen op basis van sectorgegevens van de Nationale Bank van België.⁹

De beschouwde ondernemingen waren anno 2017 goed voor 2,6 miljard euro postale omzet. Dit betekent een stijging van 4,3% ten opzichte van een jaar eerder. Bekeken sinds 2000 is de sectoromzet met de helft gegroeid.

Sinds de start van onze enquêtegegevens in 2010 hebben we een omzetstijging van in totaal 17,3% vastgesteld, goed voor een samengestelde jaarlijkse groeivoet (CAGR¹⁰) van 2,3%. De omzetgroei uit 2017 ligt dus historisch gezien exceptioneel hoog, en is, zoals uit het vervolg van dit rapport zal blijken, uiteraard geheel toe te schrijven aan het segment van pakketten en expressdiensten.

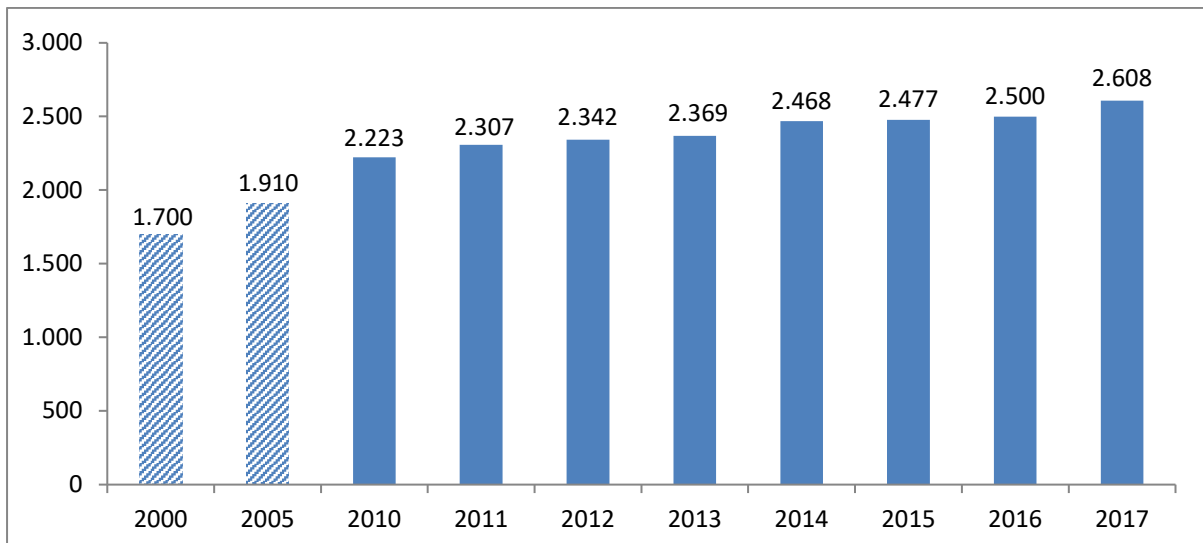
In het verdere verloop van dit rapport wordt dieper ingegaan op de omzetcijfers van de diverse deelsegmenten, zijnde brievenpost, expresszendingen en pakketten en persdistributie.

⁸ Dit is inclusief diensten van toegevoegde waarde zoals ophaling aan huis, frankering voor de klant, tijdelijke bewaring van post, verkoop van adressen, enzovoort. De diensten specifiek aangeboden door routeurs en consolidatoren maken geen deel uit van de scope van dit observatorium. Voor bpost wordt zodoende eveneens enkel de omzet aangaande postale activiteiten, met uitzondering van de compensatie voor diensten van algemeen economisch belang, in rekening gebracht.

⁹ De gemiddelde verhouding over de periode 2010-2017 tussen de sectoromzet aangaande postale activiteiten bekomen via de enquête uitgevoerd door het BIPT en de sectoromzet die werd geregistreerd bij de NBB, werd toegepast op de sectoromzet weergegeven door de NBB voor de jaren 2000 en 2005. Dit om tot vergelijkbare ordegroottes te komen.

¹⁰ 'compound annual growth rate'

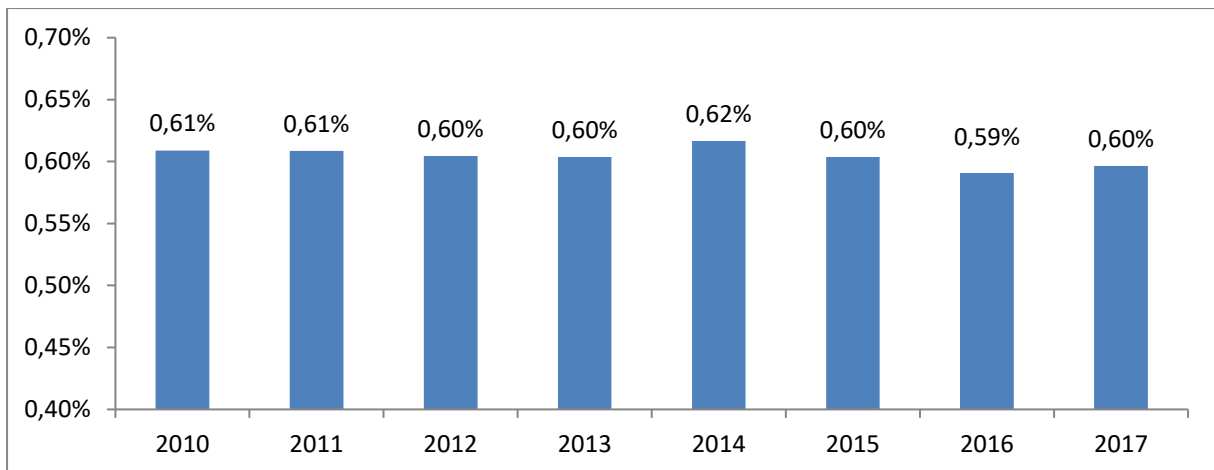
Figuur 3: evolutie van de inkomsten van de postsector over de periode 2000-2017 (in miljoen EUR)



Bron: NBB en BIPT

Het belang van de postale sector binnen de Belgische economie blijft relatief stabiel. Het aandeel van de omzet van de postale sector in het Belgische bruto binnenlands product (bbp) tegen lopende prijzen schommelt al enkele jaren rond de 0,6%. De postale sector houdt ongeveer gelijke tred met de globale Belgische economie.

Figuur 4: aandeel van de postactiviteit in het bbp van België (%)



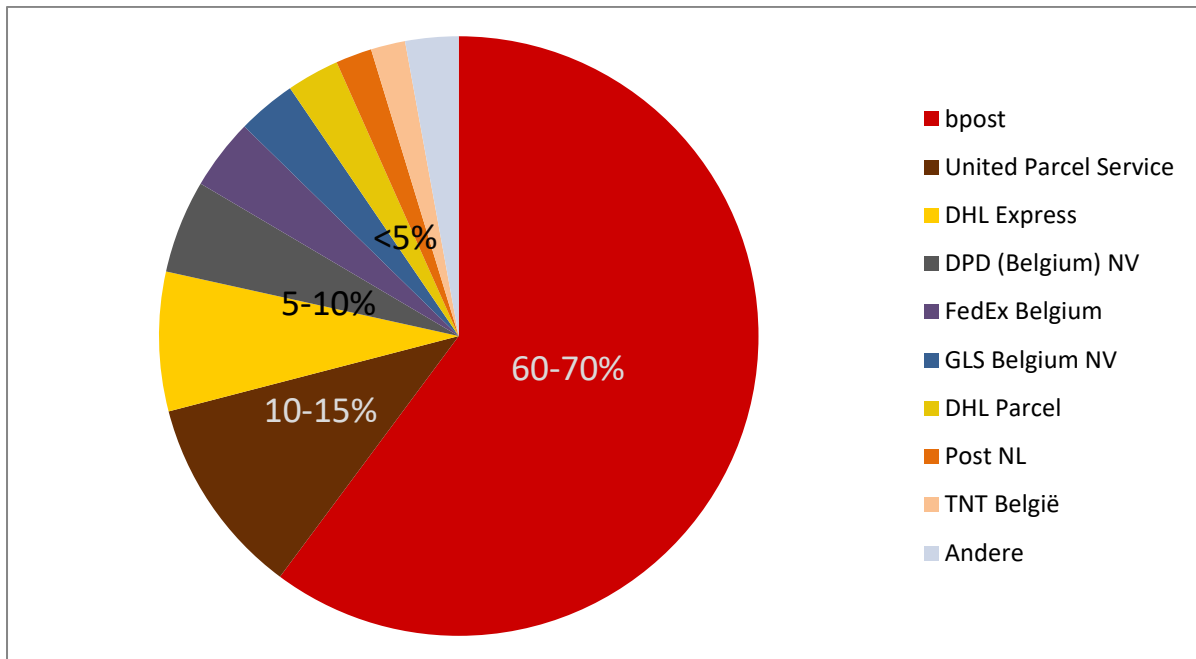
Bron: NBB en BIPT

Op de hedendaagse, postale markt zijn een variëteit aan spelers aanwezig. In figuur 5 worden de aanbieders van postale diensten weergegeven die minstens 1% marktaandeel hadden in 2017. Bpost heeft veruit het grootste marktaandeel, maar er zijn voornamelijk op de markt van postpakketten en expressdiensten, met weliswaar de gedifferentieerde deelsegmenten¹¹ B2B, B2C en C2X, uitdagers. Zo waren er in 2010 slechts zes uitdagers met minstens 1% marktaandeel, terwijl dit aantal sinds enkele jaren negen bedraagt. Anno 2017 zien we wel voor

¹¹ Zijnde 'business to business', 'business to consumer' en 'consumer to any other party'.

de eerste maal een alternatieve operator, in casu UPS, die meer dan 10% marktaandeel van de globale Belgische postale markt in handen heeft. Ook DPD steeg een categorie en heeft inmiddels, net als DHL Express, tussen de 5% en 10% marktaandeel.

Figuur 5: marktaandeel op basis van omzet in de Belgische postale sector 2017 (%)



Bron: BIPT

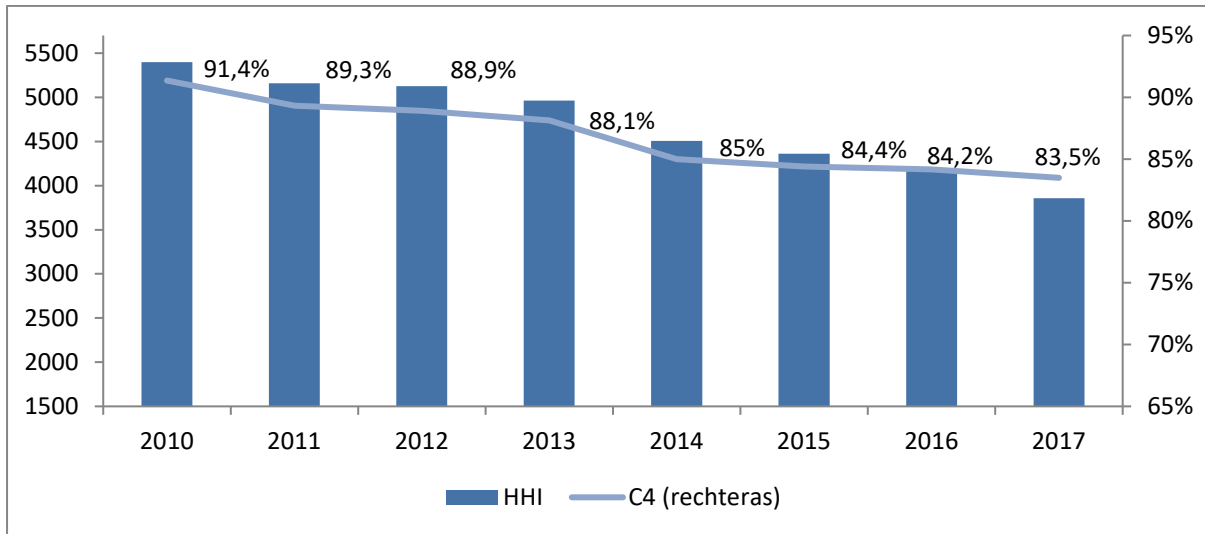
3.1.2 Marktconcentratie

Uit figuur 5 werd reeds duidelijk dat de Belgische postale markt, net als zijn West-Europese tegenhangers, een sterke mate van concentratie kent. De markt wordt met andere woorden gedomineerd door enkele grote spelers.

Figuur 6 gaat hier dieper op in, en geeft de evolutie van de horizontale concentratie aan door middel van de indexen C4 en Herfindahl-Hirschman (HHI). De C4-index geeft het samengestelde marktaandeel in termen van omzet weer van de vier grootste aanbieders. De HH-index is gebaseerd op de som van de gekwadrateerde marktaandelen, en houdt zodoende met meer aanbieders rekening dan enkel de vier grootste. De HH-index is gelijk aan 10.000 bij een monopolie en tendeert naar kleinere waarden naarmate de variantie in de marktaandelen kleiner wordt.

Ondanks een afnemende mate van concentratie, zowel in termen van HHI als C4-index, blijft de Belgische postale markt anno 2017 in sterke mate geconcentreerd. De vier grootste aanbieders hebben bijvoorbeeld nog steeds een erg hoog gezamenlijk marktaandeel van 83,5% in handen. In 2010 bedroeg dit 91,4%.

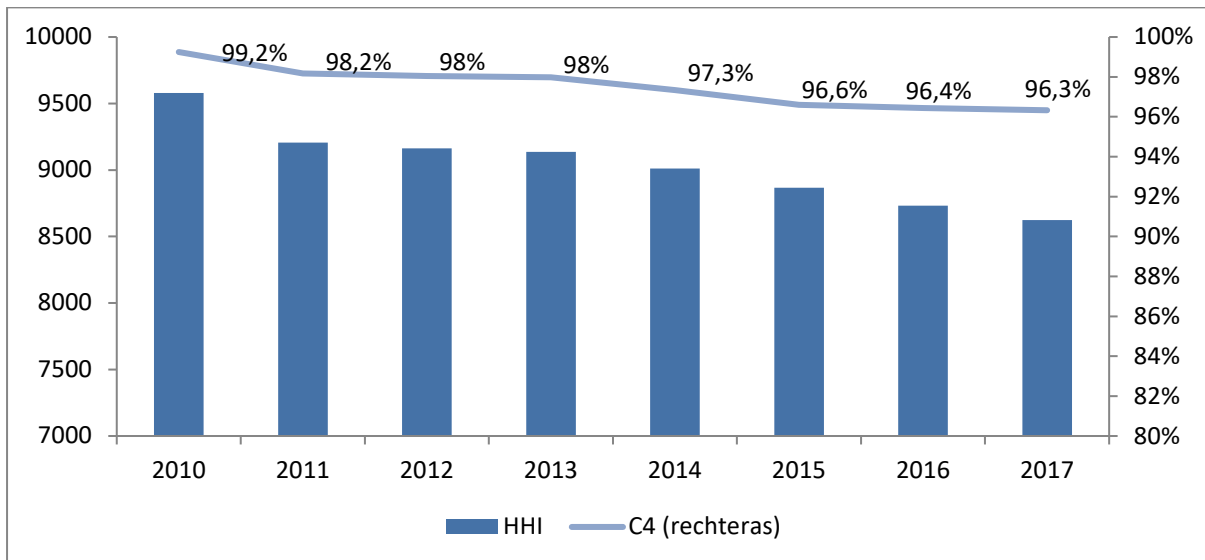
Figuur 6: mate van horizontale concentratie op basis van omzet aan de hand van HHI en C4-index



Bron: BIPT

Bekeken op basis van volume blijkt deze situatie nog accuter. In 2010 behandelden de vier grootste operatoren maar liefst 99,2% van alle zendingen. Ook hier nam de concentratie doorheen de tijd af, zij het erg beperkt tot een aandeel van 96,3% voor de grootste vier in 2017. De reden hiervoor dient gezocht te worden in het erg hoge marktaandeel van bpost binnen het segment van brievenpost en (in mindere mate) distributie van pers, segmenten die het gros van de volumes voor hun rekening nemen. In België heeft, bekeken in termen van volume, geen enkele concurrent van bpost een marktaandeel van meer dan 1%¹².

Figuur 7: mate van horizontale concentratie op basis van volume aan de hand van HHI en C4-index



Bron: BIPT

¹² Zijnde afgerond minimaal 2%

3.1.3 Belang van de segmenten

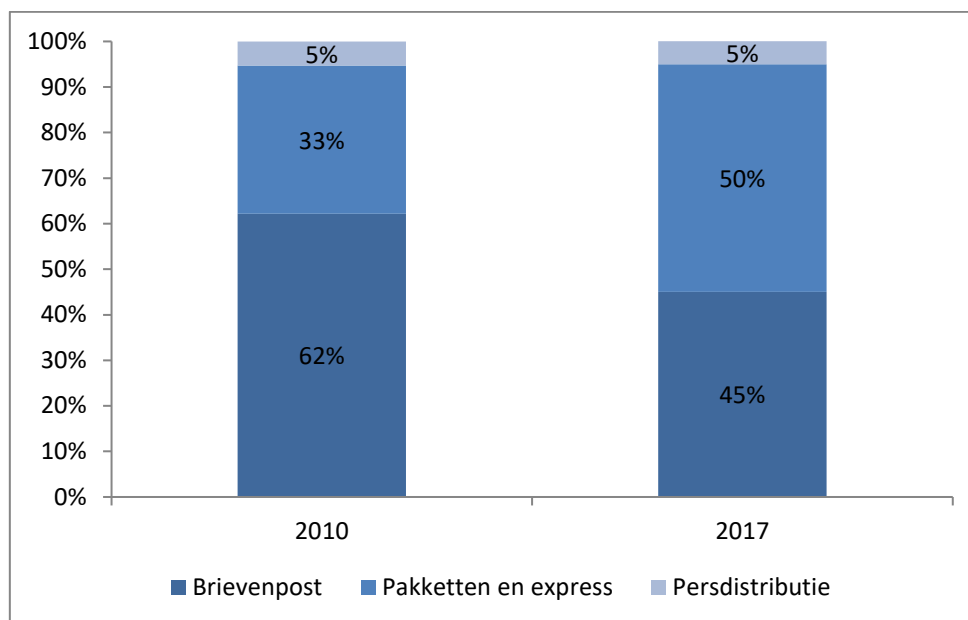
De postale sector laat zich opdelen in de segmenten brievenpost, pakketten en snelpostzendingen en persdistributie aan abonnees.

Brievenpost, inclusief geadresseerde reclamezendingen, was anno 2017 nog goed voor 45% van de totale omzet binnen de postale sector. Het segment van de pakketten en express zorgde daarentegen inmiddels reeds voor 50% van de gerealiseerde inkomsten. 2017 betekende dan ook een historisch omslagpunt voor de Belgische postale sector. Voor het eerst genereerde het segment van pakketten en express hogere inkomsten dan het segment van brievenpost. Het derde segment, dat van de distributie van pers aan abonnees thuis, genereerde 5% van de inkomsten. De compensatie die door de overheid wordt betaald aan bpost, voor het verrichten van de persdistributie aan de abonnees, zit niet vervat in de beschouwde inkomsten.

Vergeleken met 2010 hield het segment van de distributie van pers voorlopig stand maar kende brievenpost zodus een daling van 17 procentpunten ten voordele van het segment van pakketten en express. Niettemin mag het belang van het brievenpostsegment, dat ondanks de recente evoluties nog steeds goed is voor een kleine helft van alle postale omzet behaald in België, niet gebanaliseerd worden.

Al deze segmenten van de postale markt worden in het verdere verloop van dit rapport in detail besproken.

Figuur 8: aandeel van de diverse segmenten in omzet globale postsector anno 2010 versus 2017 (%)



Bron: BIPT

3.2 Focus op het brievenpostsegment

3.2.1 Algemeen overzicht

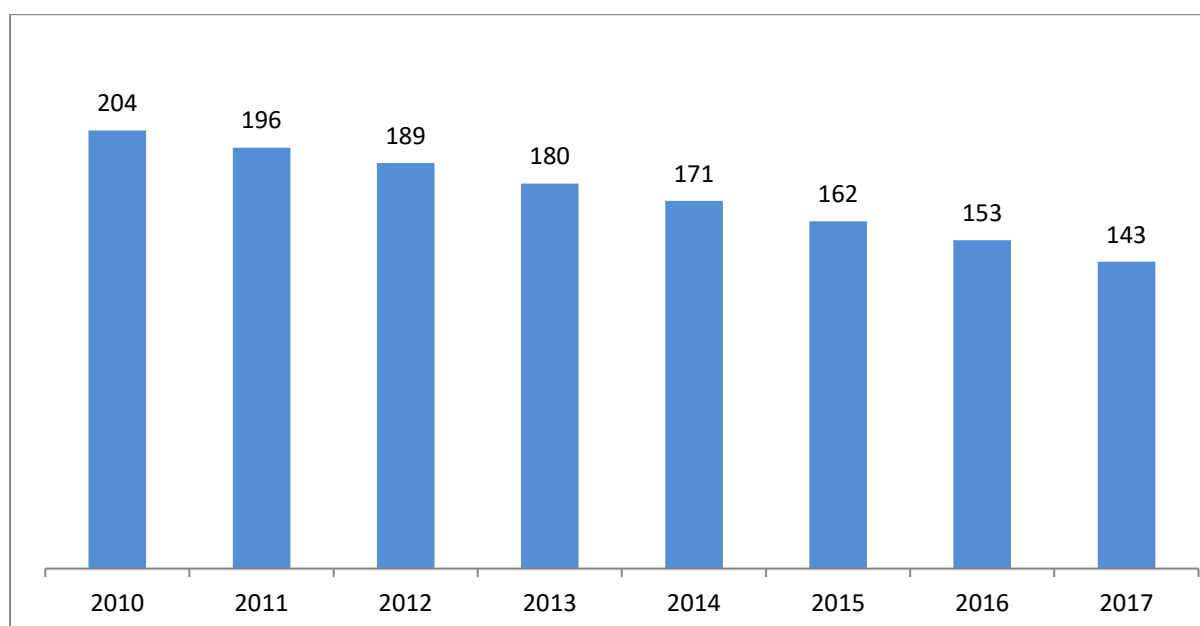
In het kader van dit observatorium omvat het brievenpostsegment transactionele post, geadresseerde reclamezendingen en internationale post. Kortom, brievenpost verwijst naar allerlei brievenpostzendingen, terwijl pakjes en pers niet als brievenpost worden aangemerkt. Deze komen aan bod in aparte rubrieken die speciaal daaraan gewijd zijn (zie 4.3 en 4.4).

3.2.1.1 Volume

Sedert 2010 stellen we op de markt van de brievenpost een terugloop vast. Tussen 2010 en 2017 is het volume brievenpost per inwoner jaarlijks gemiddeld gedaald met 5% (CAGR) en komt nu, in 2017, op 143 postitems per inwoner op jaarbasis. Anno 2010 bedroeg het aantal items nog 204 stuks per inwoner.

We zien een versnelling van de erosie van het volume sinds 2013. In 2017 is het volume per inwoner gedaald met ongeveer 6,6% tegenover 5,4% in 2016. Het totale volume is dan weer algemeen verminderd met 5,9% over dezelfde periode, wat een voortzetting is van de daling die wordt vastgesteld sinds 2010.

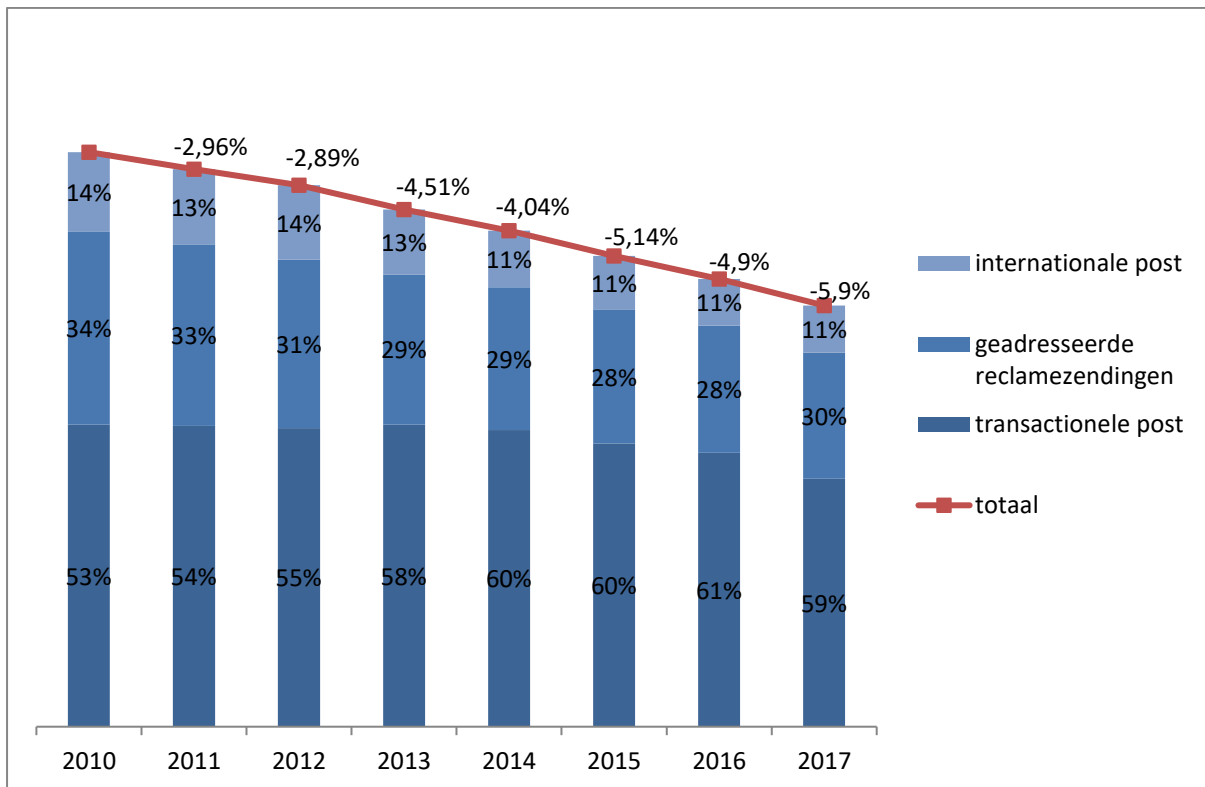
Figuur 9: volume post per inwoner (N)



Bron: BIPT

Wanneer we de samenstelling van het volume brievenpost nader bekijken, zien we dat de transactionele post nog altijd goed is voor de grote meerderheid van die zendingen (58,9% in 2017). Geadresseerde reclamezendingen en internationale brievenpost nemen in 2017 respectievelijk 30% en 11,2% van het totale volume brievenpost voor hun rekening.

Figuur 10: volume van de brievenpost (evolutie 2010-2017)



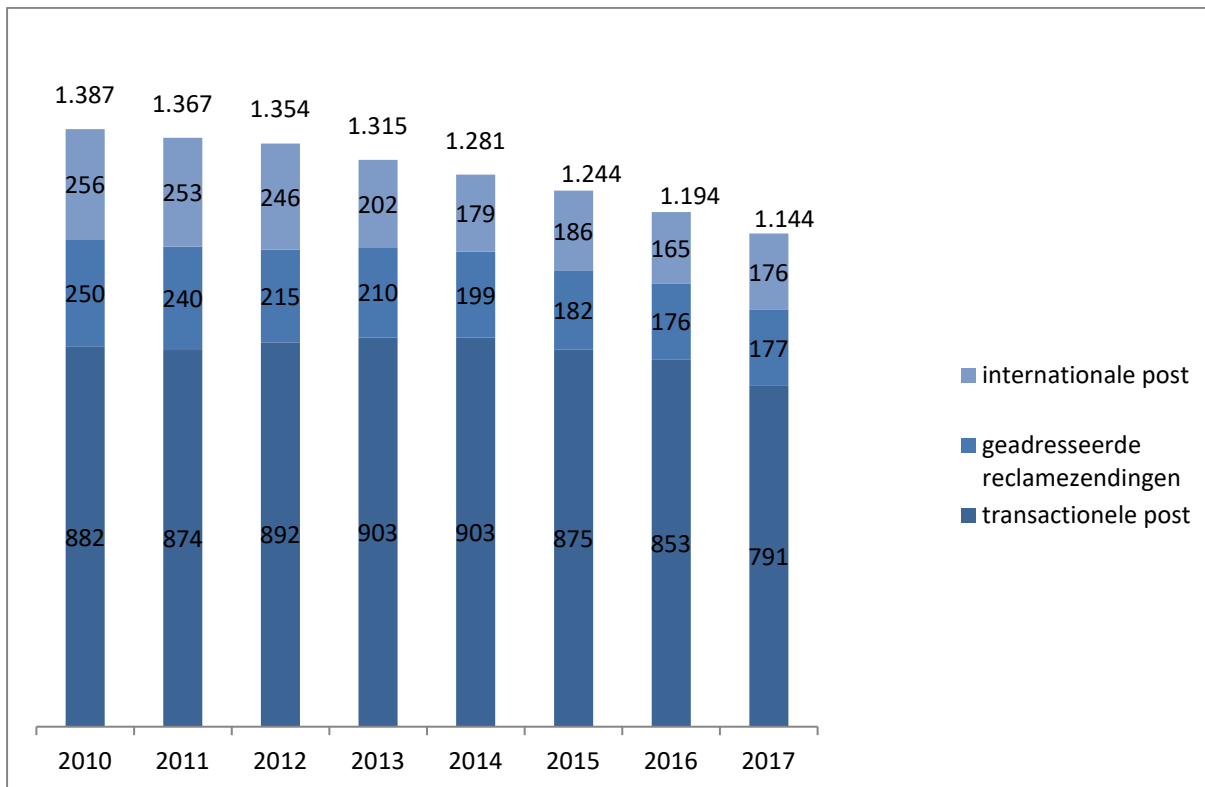
Bron: BIPT

3.2.1.2 Inkomsten

In 2017 blijven de inkomsten uit de brievenpost krimpen, een tendens die al begonnen was in 2010; ze bedragen nog maar 1,144 miljard euro in 2017 tegenover 1,194 miljard euro in 2016, d.i. een daling met 4,2%.

Zoals geïllustreerd wordt in figuur 11 hieronder komt de grote meerderheid van de waarde van dit segment nog altijd voort van de transactonele post, die op zichzelf goed is voor meer dan 69% van de totale inkomsten binnen het segment, maar het is ook de enige die bijdraagt tot de vermindering van de inkomsten uit de brievenpost. De overige twee segmenten vertonen allebei een stijging, wat de eerste keer is sinds 2010.

Figuur 11: inkomsten uit het brievenpostsegment (miljoen euro)



Bron: BIPT

3.2.2 Transactionele post

Het begrip transactionele post dat wordt gebruikt in het kader van dit observatorium verwijst naar brievenpost die wordt verzonden in de vorm van een brief en die een persoonlijke mededeling bevat. Deze brievenpost kan van administratieve aard zijn (bijv. facturen, loonfiches, enz.), of van meer "sociale" aard (bijv. wenskaarten, prentbriefkaarten, privécorrespondentie, enz.).

Ingeschreven zendingen (aangetekende zendingen en zendingen met aangegeven waarde) worden ook beschouwd als deel van de transactionele post, wat daarentegen niet het geval is voor direct mail (geadresseerde reclame).

Ook internationale brievenpost valt buiten het bestek van deze subrubriek, omdat die aan bod komt in een apart punt (zie 4.2.4).

Transactionele post kan worden verzonden per eenheid (via de rode¹³ of blauwe¹⁴ brievenbussen, de postkantoren of de postwinkels), en in dat geval spreekt men van stukpost, ofwel worden gebundeld wanneer die wordt gedeponerd bij de postoperator voor verzending; in dat geval spreekt men van een grote partij post.

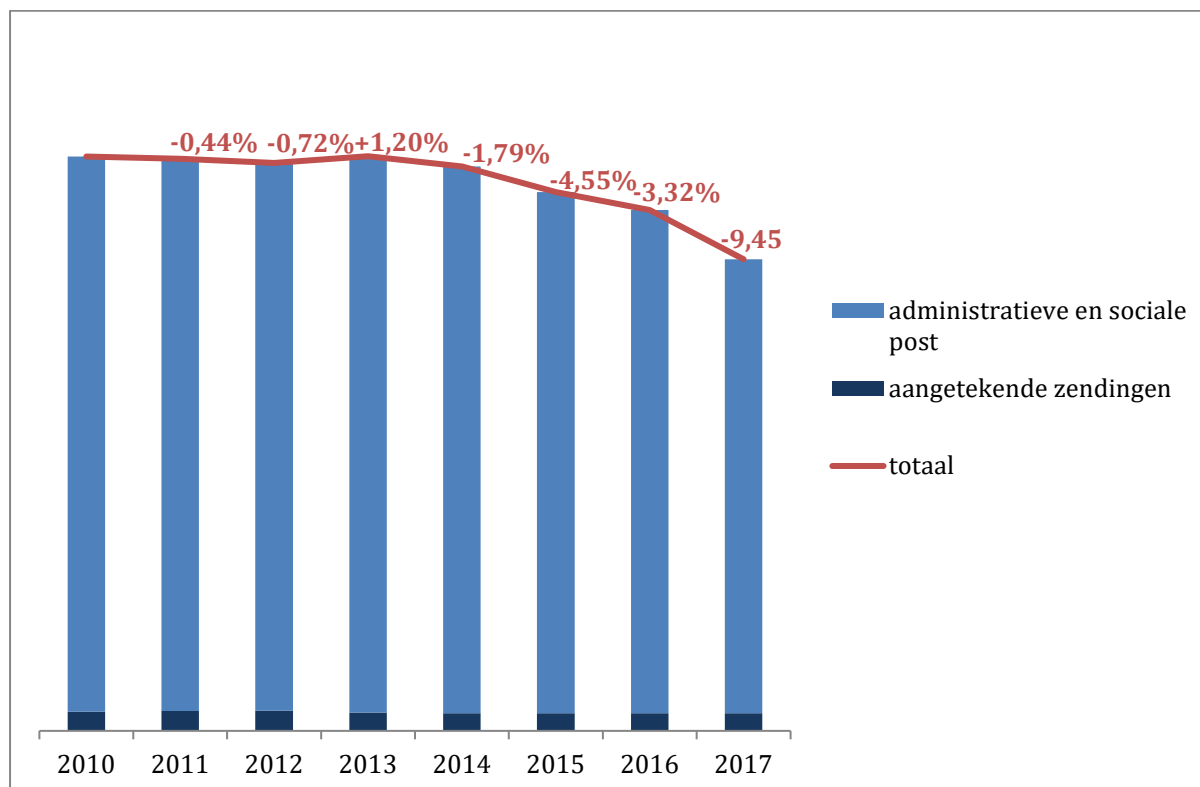
¹³ Van bpost

¹⁴ Van TBC-Post

3.2.2.1 Volume

Het volume blijven dalen sedert 2013 en men merkt een sterke versnelling van de daling van het volume van transactionele post, -9,45% in 2017 tegenover -3,32% in 2016. Deze neerwaartse trend wijst op een e-substitutie die zich meer en meer veralgemeent (door mobiele telecommunicatie en elektronische alternatieven voor transactionele post).

Figuur 12: evolutie van de volume van transactionele post (2010-2017)¹⁵

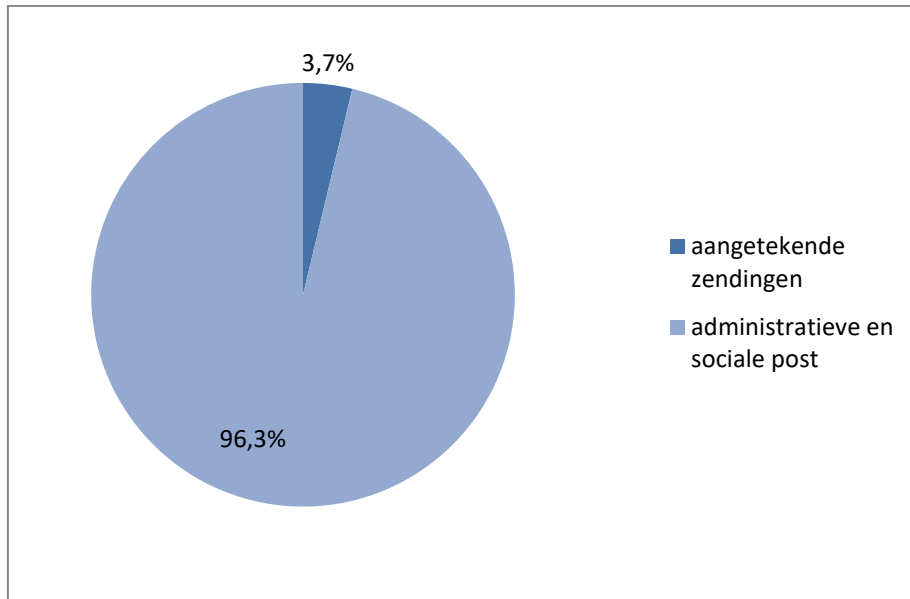


Bron: BIPT

Op het niveau van de samenstelling van het volume van transactionele post in 2017, bestond deze in de grote meerderheid uit administratieve en sociale post (96,6%), terwijl aangetekende zendingen en zendingen met aangegeven waarde slechts 3,4% van het totale volume uitmaakten. Deze verdeling van de volumes tussen administratieve en sociale zendingen en ingeschreven zendingen blijft stabiel over de periode 2010-2017.

¹⁵ In de figuren 11 tot 14 wordt geen onderscheid gemaakt tussen stukpost of grote partijen post (of bulkzendingen) en dus gaat het daarin om alle volumes transactionele post zonder onderscheid.

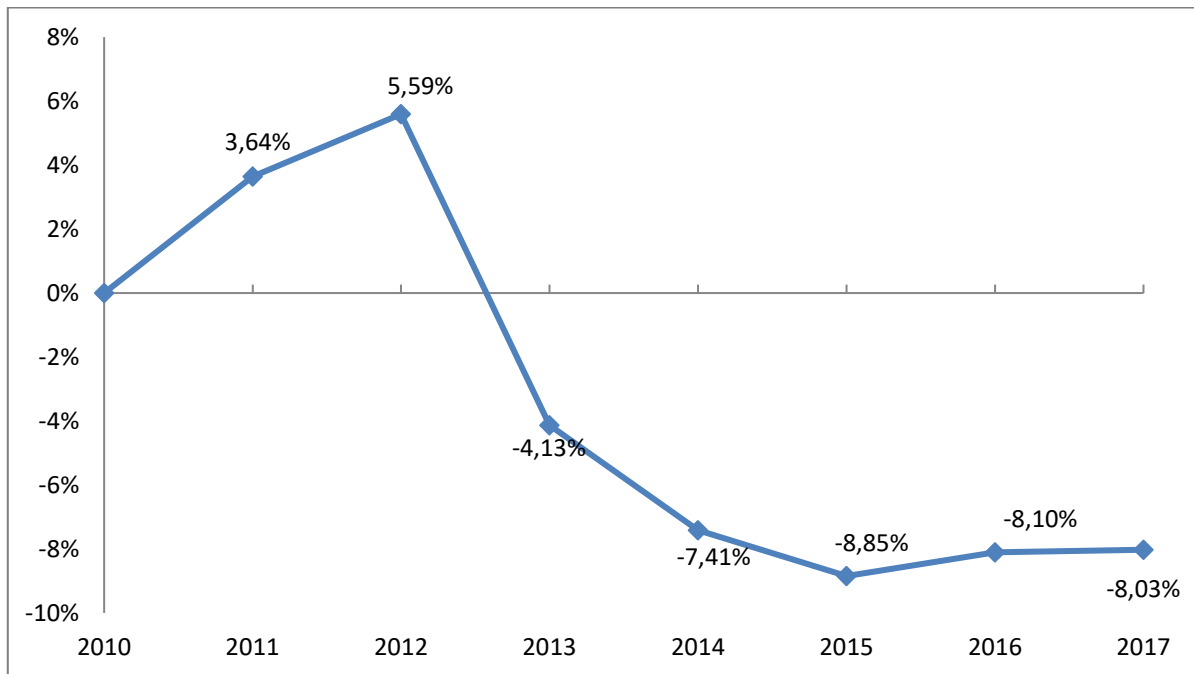
Figuur 13: verdeling van de volumes van transactionele post (2017)



Bron: BIPT

Terwijl het volume aangetekende zendingen tussen 2010 en 2012 nog steeg, is het in 2013 sterk gekrompen. Deze afkalving van de volumes is ietwat vertraagd in 2014 en 2015. Voor 2016 en 2017 is er opnieuw een voorzichtige groei in volume, maar in 2017 zitten we nog steeds 8% lager dan het volume van 2010.

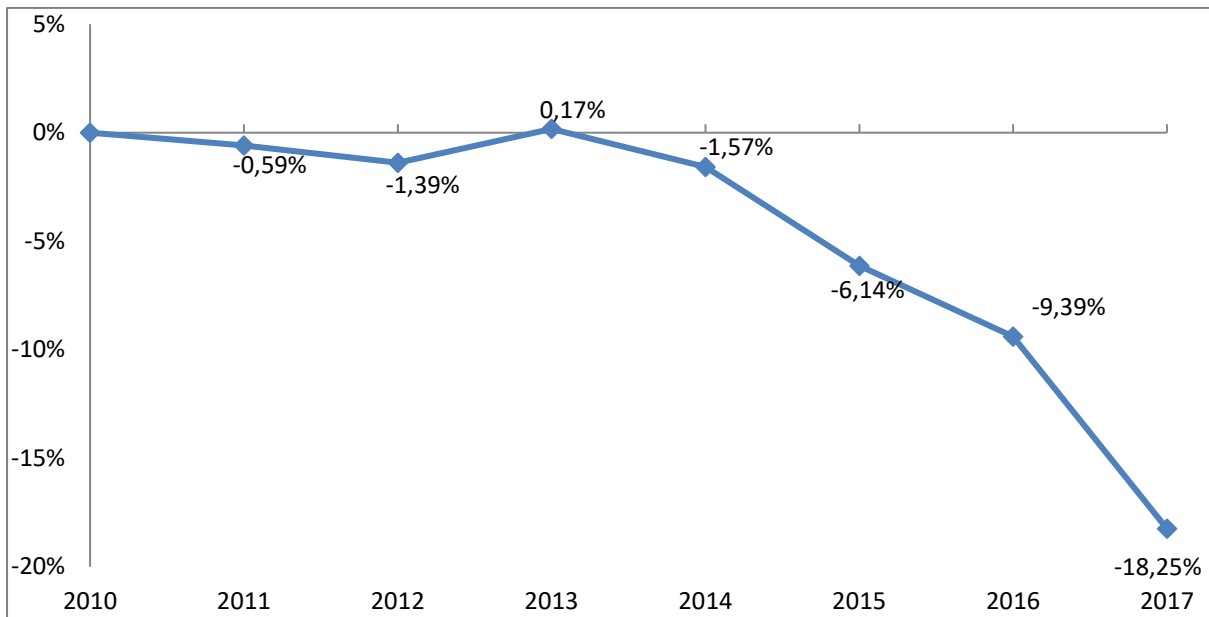
Figuur 14: evolutie van de volumes van aangetekende zendingen sedert 2010 (gecumuleerde groei)



Bron: BIPT

De volumes van administratieve en sociale post zijn met 18,3% gezakt over de periode 2010-2017.

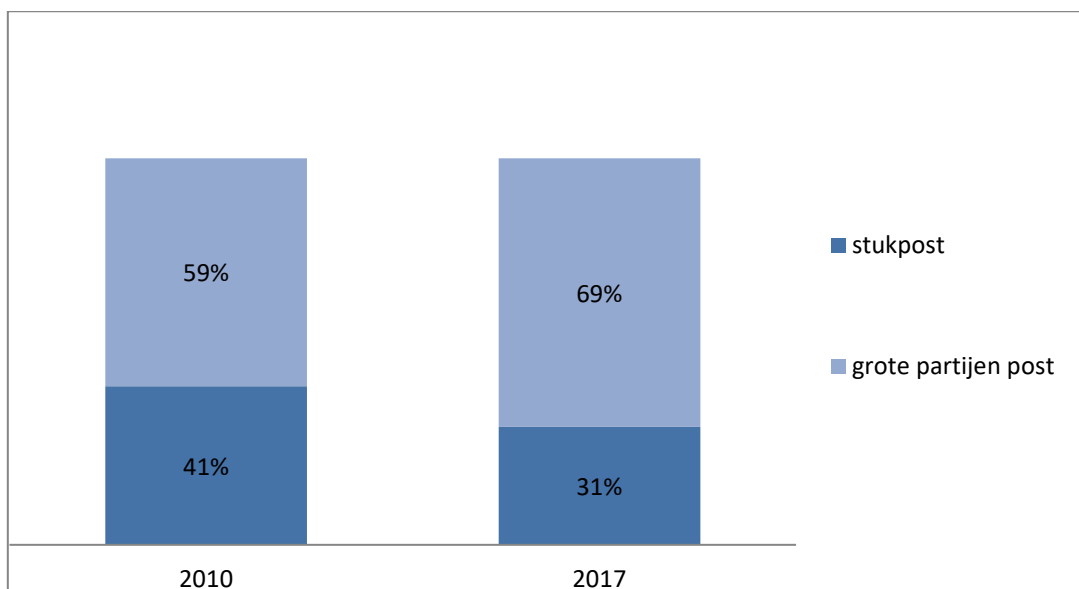
Figuur 15: evolutie van de volumes van administratieve en sociale post sedert 2010 (gecumuleerde groei)



Bron: BIPT

De volumes transactionele post bestonden in 2017 in meerderheid uit grote partijen post. Voor de verdeling van de volumes tussen stukpostzendingen en bulkzendingen bedroeg de verhouding 31% versus 69%. Sedert 2010 blijft het aandeel stukpost zakken.

Figuur 16: verdeling van de volumes van transactionele post tussen stukpost en grote partijen post (2010 in vergelijking met 2017)



Bron: BIPT

3.2.2.2 Inkomsten

Zoals geïllustreerd wordt in figuur 17 hierna zijn de totale inkomsten voor transactionele post met 10,3% afgenomen tussen 2010 en 2017, waarvan 7 procentpunten toegewezen moeten worden aan de evolutie tussen 2016 en 2017.

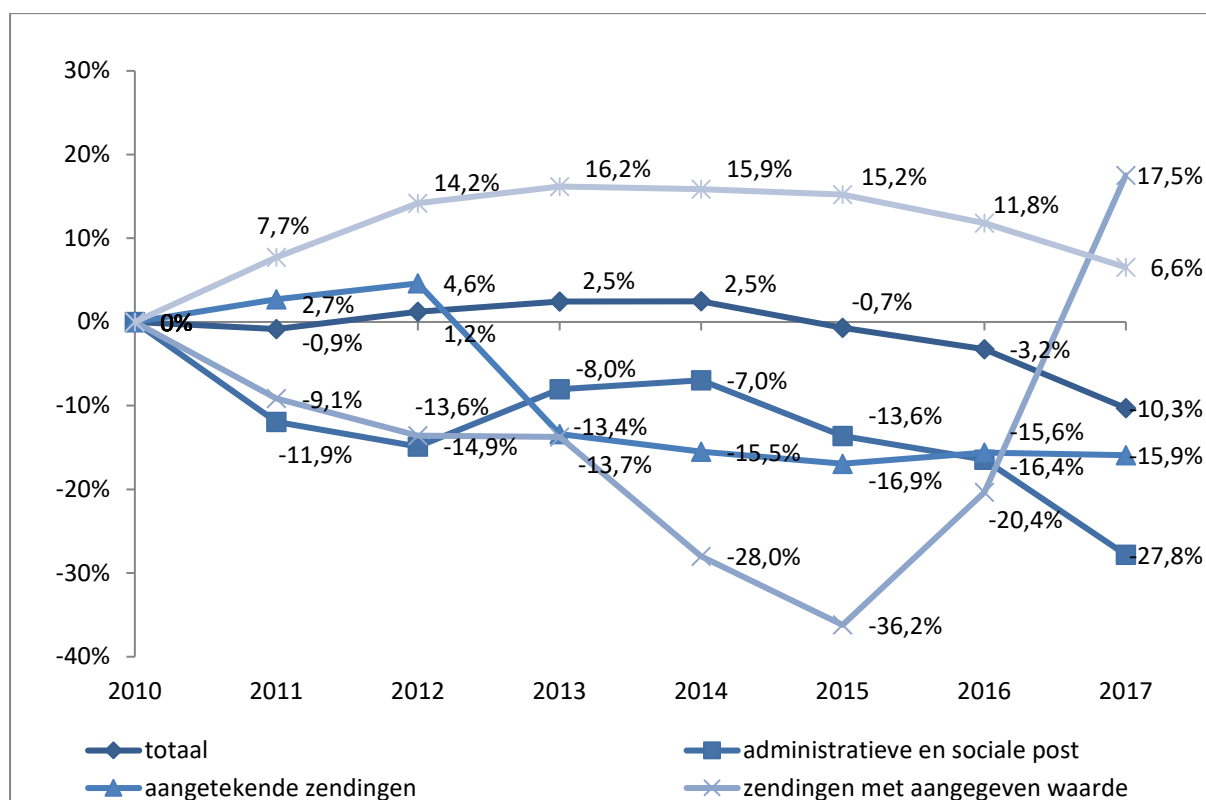
Onder de verschillende producten die samen de transactionele post vormen, zijn het de inkomsten die verband houden met administratieve en sociale post die het sterkst zijn gedaald in de periode 2010-2017, met - 27,8% omzet minder in dat segment sedert 2010.

Terwijl de inkomsten in verband met de stukpostproducten¹⁶ algemeen gedaald zijn, dalen de inkomsten uit bulkzendingen¹⁷ eveneens, maar blijven ze wel boven het niveau van 2010, + 6,6%.

De zendingen met aangegeven waarde zijn sedert twee jaar heel sterk aan het stijgen; de omzet in dat segment ligt in 2017 17,5% hoger dan in 2010, terwijl men in 2015 op een niveau van omzet zat dat 36,2% lager lag dan in 2010. Deze fluctuaties komen voort uit het lage volume aangaande dit type zendingen.

Het segment van de aangetekende zendingen stagneert in termen van inkomsten sedert 2014 en komt nu op een niveau van omzet dat 15,9% lager ligt dan in 2010.

Figuur 17: evolutie van de inkomsten uit transactionele post sedert 2010



Bron: BIPT

(1) grote partijen post omvatten de gegroepeerde afgifte van de 3 categorieën van transactionele post, namelijk administratieve en sociale post, aangetekende zendingen en zendingen met aangegeven waarde. De variabelen “administratieve en sociale post”, “aangetekende zendingen” en “zendingen met aangegeven waarde” die in de bovenstaande figuur zijn opgenomen, slaan enkel op stukpostzendingen.

¹⁶ Zie de tendensen voor administratieve en sociale post, aangetekende zendingen en zendingen met aangegeven waarde in figuur 17, die enkel betrekking hebben op stukpost.

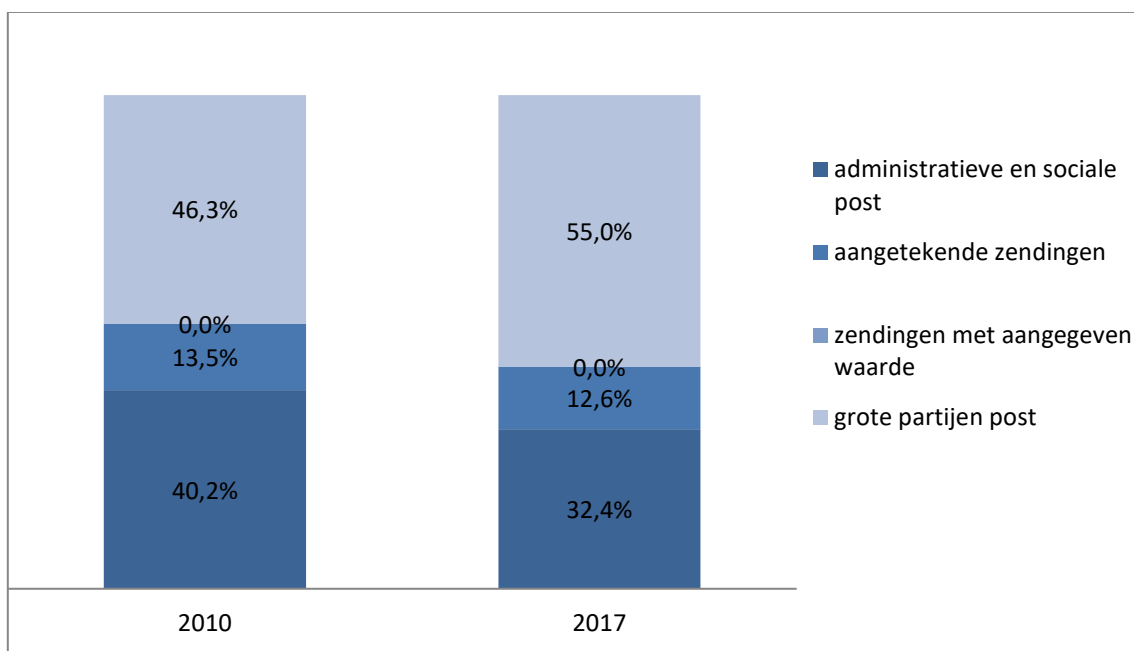
¹⁷ Grote partijen post omvatten zowel administratieve post als ingeschreven zendingen.

Wanneer we de samenstelling van de inkomsten uit de behandeling van de transactionele post van naderbij bekijken in figuur 18, stellen we vast dat de grote partijen post in 2017 goed waren voor 53% van deze inkomsten tegenover 47% voor stukpostzendingen.

Van deze 47% stukpost was administratieve en sociale post goed voor bij de 35% en aangetekende zendingen voor de overige 12%. Het aandeel van de inkomsten dat wordt gegenereerd door zendingen met aangegeven waarde is dan weer tamelijk onbelangrijk aangezien dit afgerond wordt tot minder dan 0,1% van de totale inkomsten in 2017.

In vergelijking met 2010 zien we dat het aandeel van de grote partijen post in 2017 gegroeid is terwijl aangetekende zendingen en administratieve post hun aandeel hebben zien dalen.

Figuur 18: verdeling van de inkomsten uit transactionele post (2010 versus 2016)



Bron: BIPT

3.2.2.3 Kleingebruikerstarieven universele dienstverlener

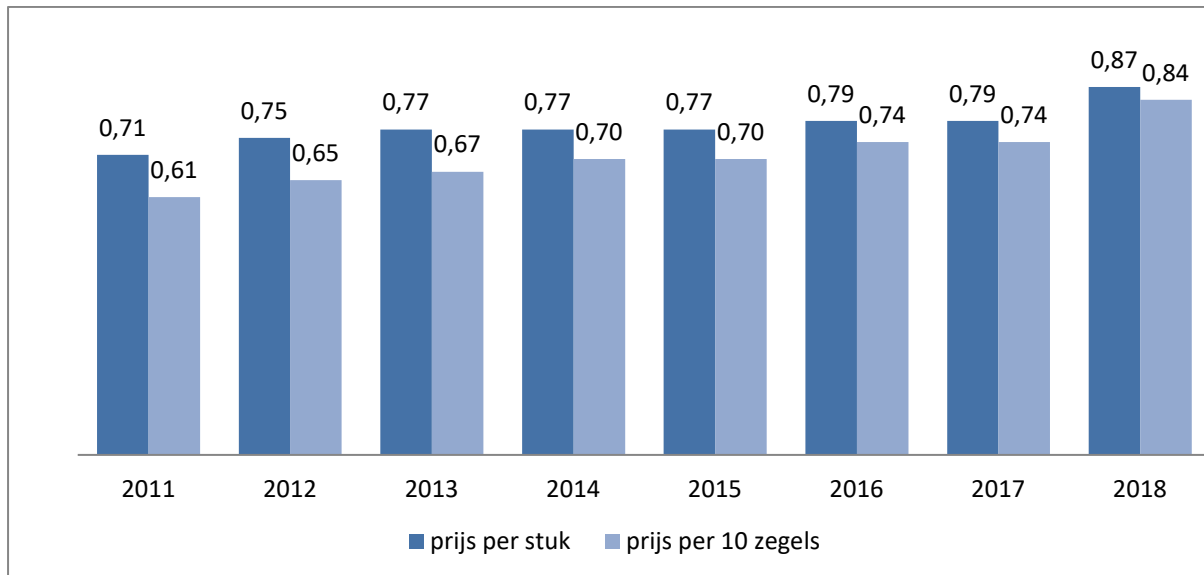
Het nominale tarief van een binnenlandse standaardbrief in België is in vergelijking met 2016 gestageerd in 2017 als gevolg van het besluit van het BIPT om de door bpost geplande prijsverhoging te weigeren.¹⁸ Na een uitvoerige analyse bleek dat de voorgestelde tariefverhoging voor het kleingebruikerspakket zouden leiden tot prijzen die duidelijk boven de kosten plus een redelijke winst liggen.

Als we de trend bekijken sedert 2010, zien we dat de prijs van een postzegel gestegen is met 14%. Deze prijsstijging is des te meer uitgesproken als we de prijs per 10 stuks bekijken. In dat

¹⁸<https://www.bipt.be/nl/operators/post/universele-en-niet-universele-postdiensten/besluit-van-de-raad-van-het-bipt-van-21-maart-2017-betreffende-de-analyse-van-het-tariefvoorstel-van-bpost-voor-de-volle-stuktarieven-voor-het-jaar-2017>

geval loopt de sedert 2010 opgetekende gecumuleerde stijging immers op tot 25%. Welnu, in ongeveer 90% van de gevallen worden postzegels per 10 stuks verkocht. Ter vergelijking: de gecumuleerde inflatie (HICP)¹⁹ in België bedraagt 13,12% tussen 2010 en 2017. Na 2017 stellen we, onder de nieuwe wet betreffende de postdiensten van 26 januari 2018, een omvangrijke stijging van de prijs van een postzegel vast.²⁰

Figuur 19: prijs van de dienst voor binnenlandse standaardbrieven < 50 g (€)



Bron: bpost

Op het niveau van de Europese Unie behoort de prijs in nominale waarde voor het vervoer en de distributie van een genormaliseerde brief in België tot de duurste van de 28 lidstaten, zoals blijkt uit figuur 20 hierna. In 2017 bedroeg de Europese mediaan²¹ voor de frankering van een binnenlandse standaardbrief € 0,70, waarbij het duurste land Denemarken was (€ 3,63) en het goedkoopste Malta (€ 0,26).

Hierbij dienen we tevens op te merken dat in vele andere landen, zoals buurlanden Frankrijk (waar naast D+1 ook D+2 en D+4 bestaan) en het Verenigd Koninkrijk (waar men D+1 aan € 0,85, D+2 aan € 0,73 en D+3 aan € 0,71 heeft), zelfs de universeledienstaanbieder naast de priorzending (D+1 aan € 0,79) ook goedkopere alternatieven (D+3 aan € 0,56) aanbiedt aan kleine gebruikers voor zendingen met een minder dringend karakter.²²

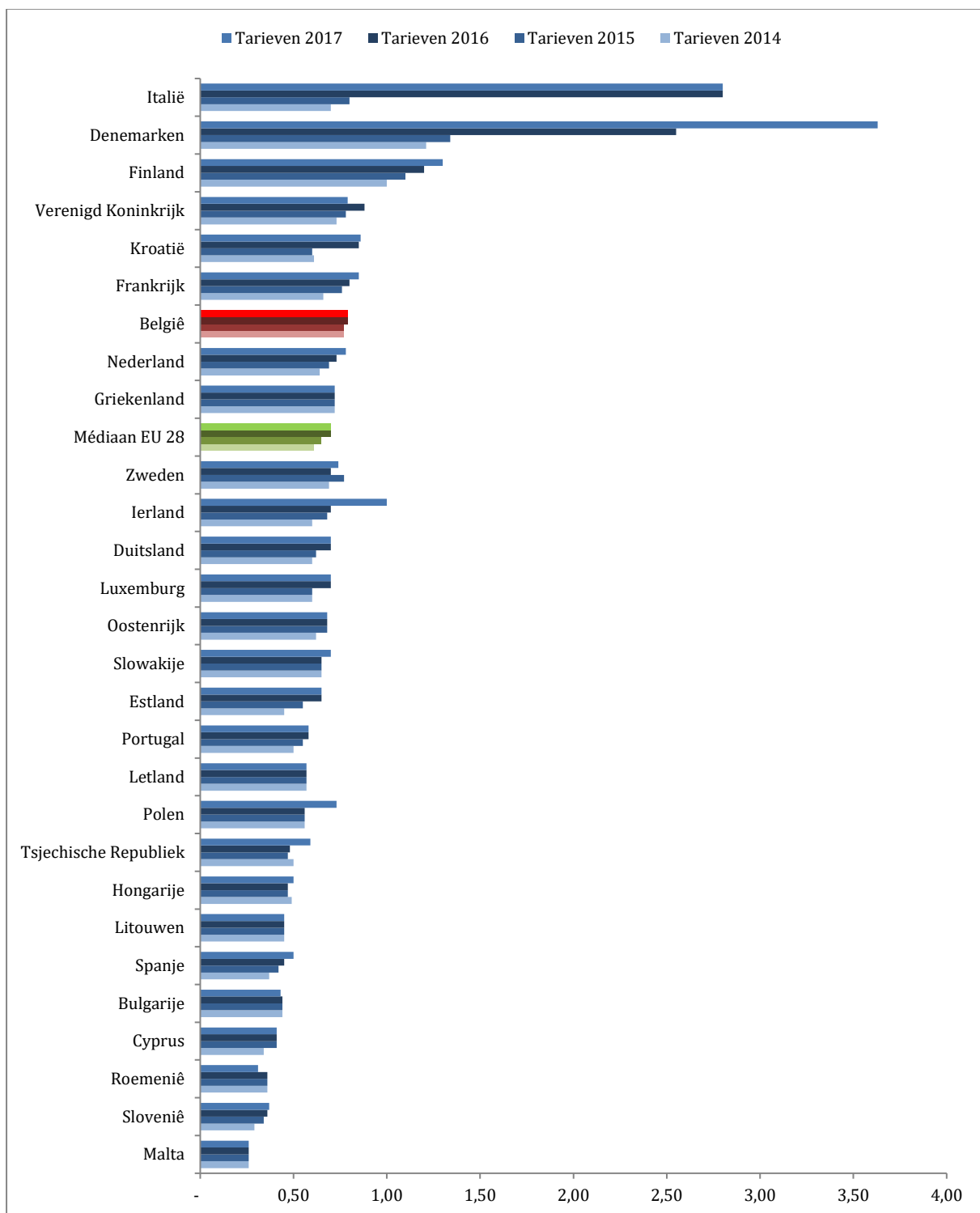
¹⁹ "Harmonised Index of Consumer Prices" of geharmoniseerd indexcijfer van de consumptieprijzen

²⁰ <https://www.bipt.be/nl/operators/post/universele-en-niet-universele-postdiensten/besluit-van-de-raad-van-het-bipt-van-19-juni-2018-betreffende-de-analyse-van-de-tarieven-van-bpost-voor-de-enkelstuktarieven-voor-het-jaar-2018>

²¹ Het gebruik van de mediaan is hier noodzakelijk wegens de uitschieters voor Italië en Denemarken, die het gemiddelde te sterk zouden vertekenen.

²² Uit onderzoek van het BIPT uit 2017 naar de consumentenperspectieven binnen de Belgische postale markt bleek dat ook in België er geen strikte noodzaak is aan een levering binnen D+1 als standaard. Een D+2-standaarddienst is een scenario dat de postale gebruiker bereid is te accepteren, zolang dit gepaard gaat met een optie van een D+1-premiumdienst.

Figuur 20: prijs van de dienst voor een binnenlandse standaardbrief in Europa (€)



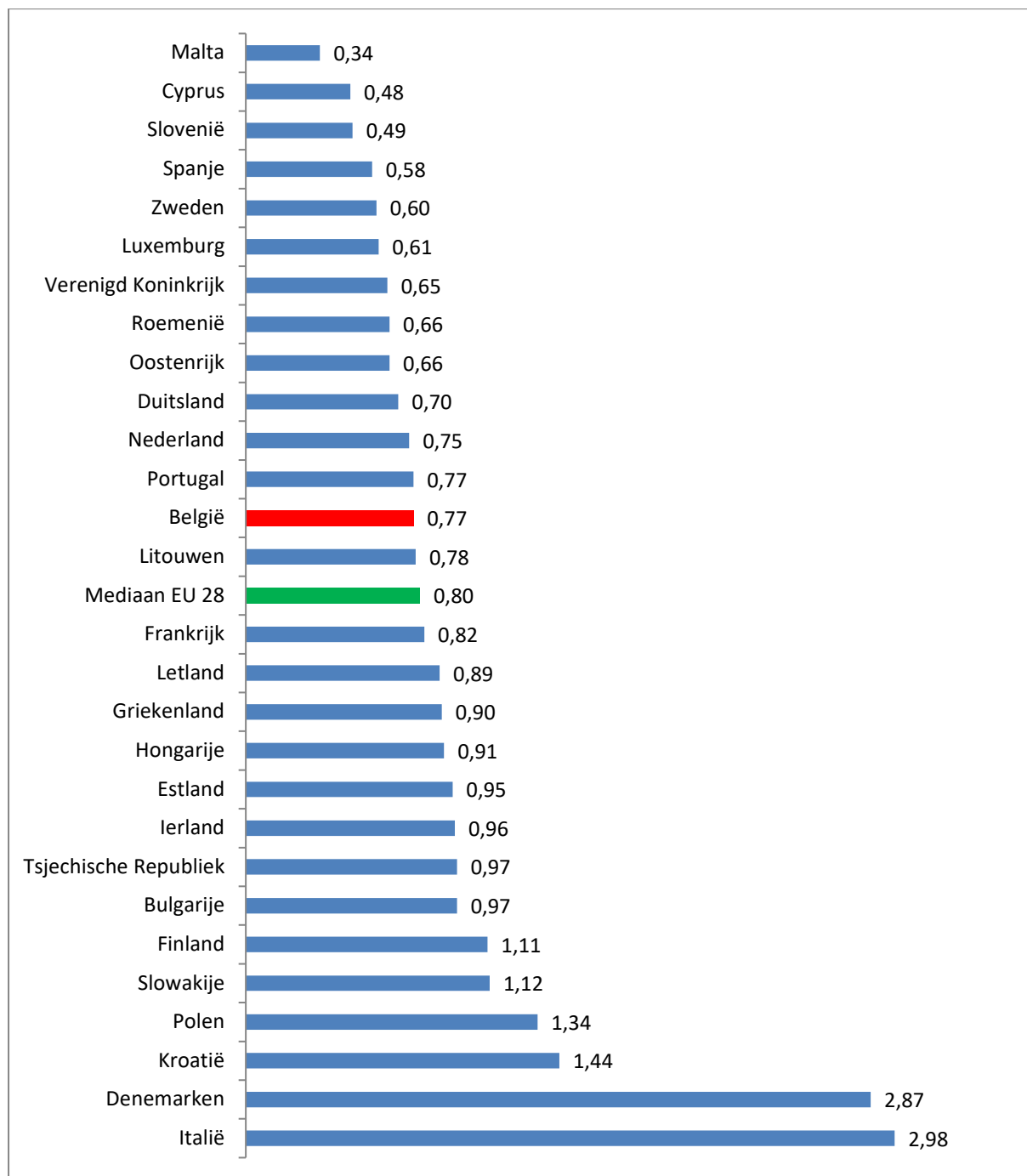
Bron: Deutsche Post, Letter Price Survey (2014, 2015, 2016 en 2017)

<http://www.bipt.be/nl/operators/post/universele-en-niet-universele-postdiensten/mededeling-van-de-raad-van-het-bipt-van-7-februari-2017-betreffende-de-kwalitatieve-studie-naar-consumentenperspectieven-binnen-de-belgische-postale-markt>

Dezelfde vergelijking van de prijs van de verrichting inzake vervoer en bedeling van een genormaliseerde brief kan worden gemaakt door de tarieven van de 28 lidstaten uit te drukken in koopkrachtpariteit (KKP), waardoor een rechtstreekse vergelijking mogelijk wordt waarbij de verschillen in levensniveau tussen landen worden geneutraliseerd.

Wanneer we naar de mediaan van de EU28-landen kijken, zien we dat België hier tot de lage middenmoot behoort. Daarnaast zien we dat de prijzen van Italië en Denemarken ook hier zeer hoog liggen in vergelijking met de overige EU28-landen.

Figuur 21: prijs 2017 uitgedrukt in koopkrachtpariteit (KKP) van de dienst voor binnenlandse standaardbrieven in Europa (€)



Bron: Deutsche Post, Letter Price Survey (2017)

3.2.3 Geadresseerde reclamezendingen

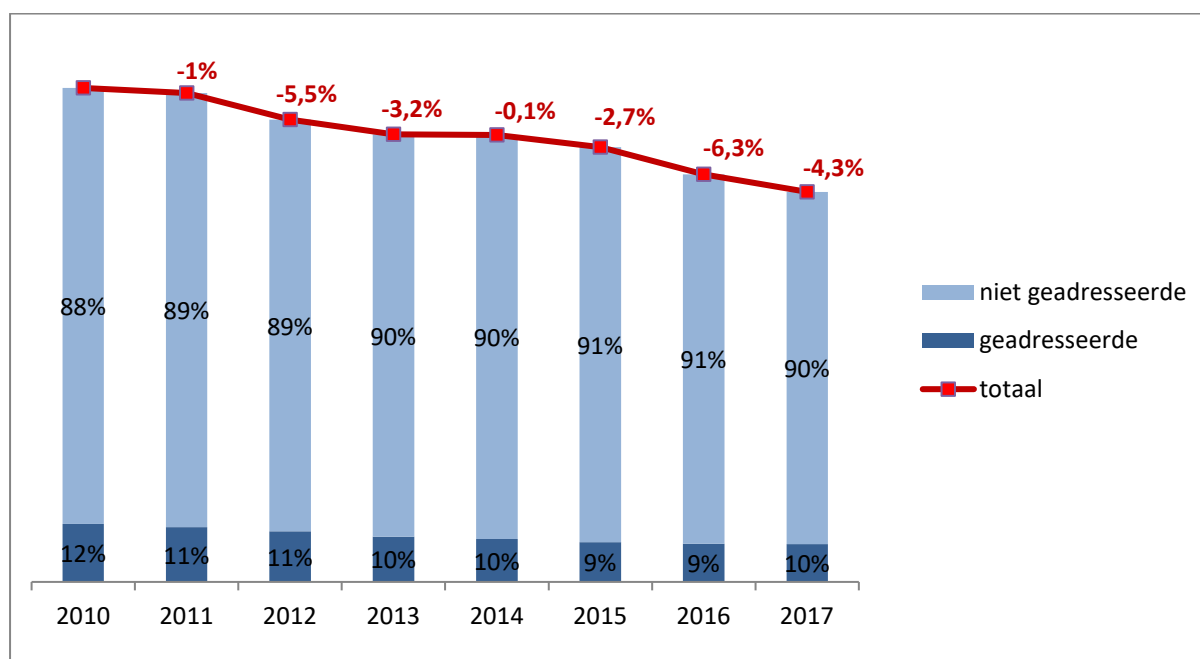
Geadresseerde reclamezendingen maken net als transactionele post deel uit van het segment van de brievenpost. Niet-geadresseerd reclamedrukwerk maakt er daarentegen geen deel van uit omdat de distributie van niet-geadresseerde zendingen geen postdienst is. Toch wordt dit in het kader van dit deel mee in beschouwing genomen om een algemeen beeld te vormen van de evolutie inzake gedrukte reclame (geadresseerd of huis-aan-huisbladen) die de burger geregeld in zijn brievenbus vindt.

3.2.3.1 Volume

Sedert 2010 daalt het volume aan gedrukte reclame continu. Zowel het volume aan niet-geadresseerde zendingen (-4,6%) als het volume aan geadresseerde reclame (-0,8%) zijn verder gedaald in 2017.

Qua volume vertegenwoordigen geadresseerde reclamezendingen slechts 10% van het totaal; de grote meerderheid van reclamezendingen is immers niet geadresseerd.

Figuur 22: evolutie van de volumes reclame (2010-2017)



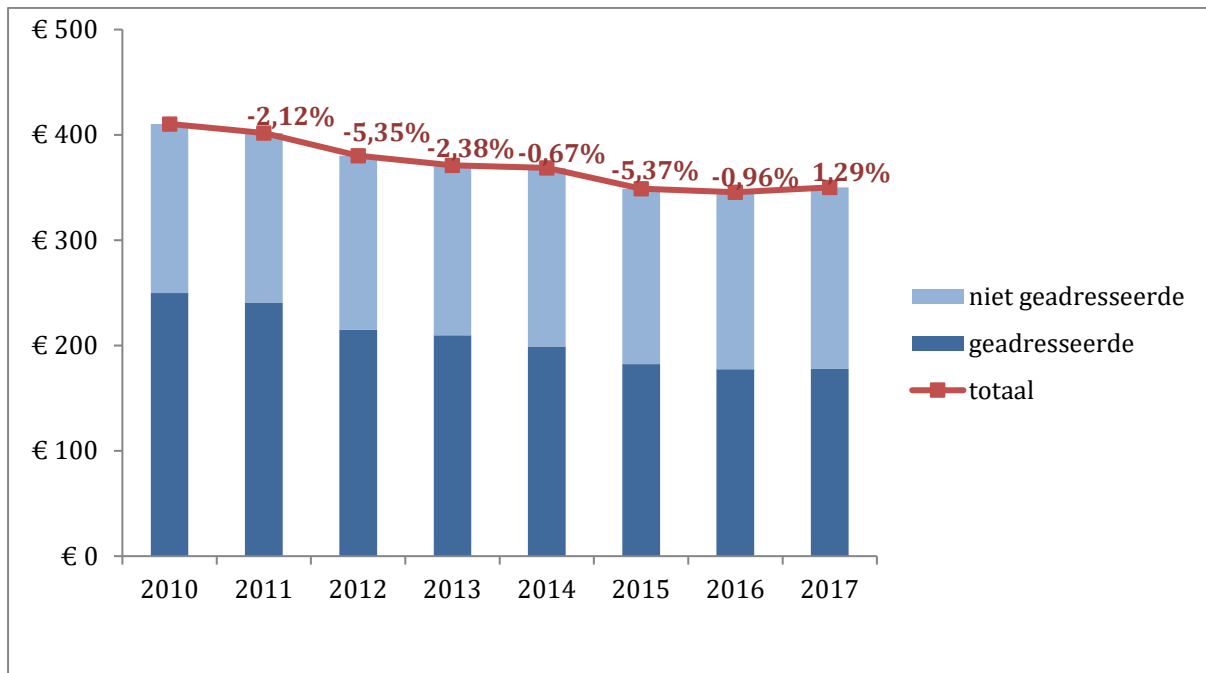
Bron: BIPT

3.2.3.2 Inkomsten

In het algemeen dalen de inkomsten uit geadresseerde reclame en huis-aan-huisbladen sedert 2010, maar in 2017 is een heropleving in de inkomsten vastgesteld: + 1.29%.

Deze stijging van de inkomsten betreft zowel de geadresseerde als niet-geadresseerde zendingen. Toch is de stijging het grootst bij niet-geadresseerde zendingen: + 2,43% tegenover + 0,2% voor geadresseerde reclame.

Figuur 23: evolutie van de inkomsten uit reclame (2010-2017) (miljoen euro)



Bron: BIPT

3.2.4 Internationale post

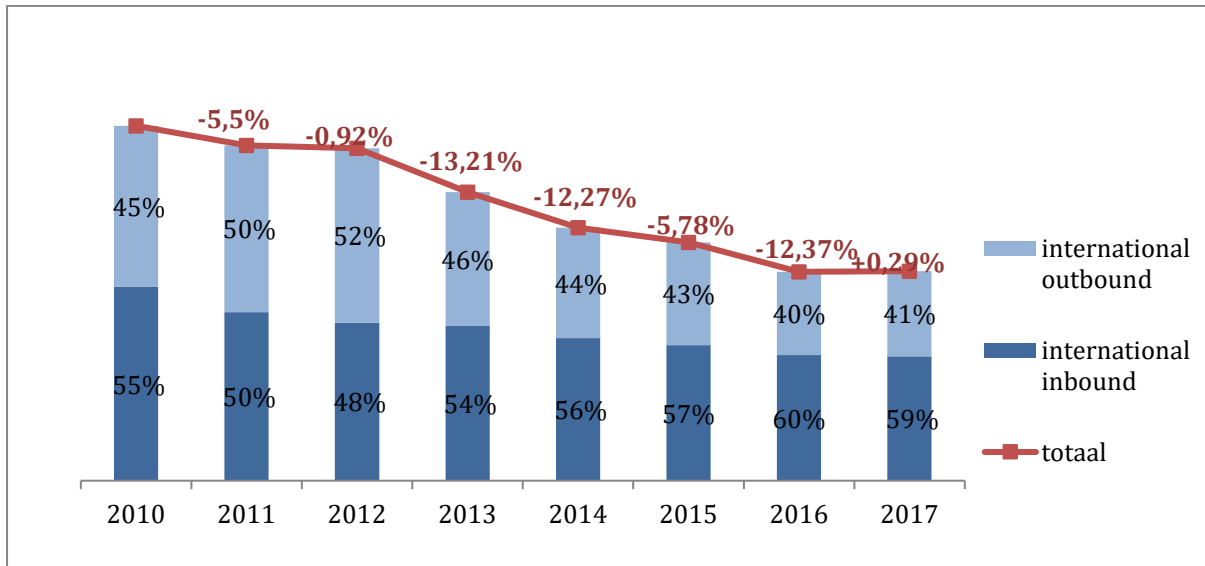
Naast transactionele postzendingen en geadresseerde reclamezendingen, bestaat de brievenpost ook uit een derde en laatste categorie van post, namelijk de internationale post.

Internationale post verwijst naar de stromen van brievenpost van minder dan 2 kg die uitgewisseld worden tussen België en het buitenland. Het kan daarbij gaan om zowel binnenkomende stromen ("international inbound"), de post in kwestie moet in België worden bezorgd, als om uitgaande stromen ("international outbound"), waarbij het gaat om post die vanuit België verzonden wordt naar andere landen.

3.2.4.1 Volume

De onderstaande grafiek geeft weer hoe de sterk neerwaartse trend van de binnenkomende en uitgaande volumes vertraagt. Als men de uitgaande brievenpost apart beschouwt, ziet men zelfs een stijging van het volume, maar die is niet genoeg om de daling van het volume van de binnenkomende internationale post te compenseren. Tussen 2010 en 2017 is de evolutie van de verdeling tussen de volumes binnenkomende en uitgaande internationale post in het voordeel van de binnenkomende internationale post, die minder afgenomen is dan de uitgaande internationale post. Er moet evenwel worden opgemerkt dat in 2012 de uitgaande stromen de meerderheid van het volume aan internationale post vormden, in tegenstelling tot de andere jaren.

Figuur 24: evolutie van de volumes van internationale post

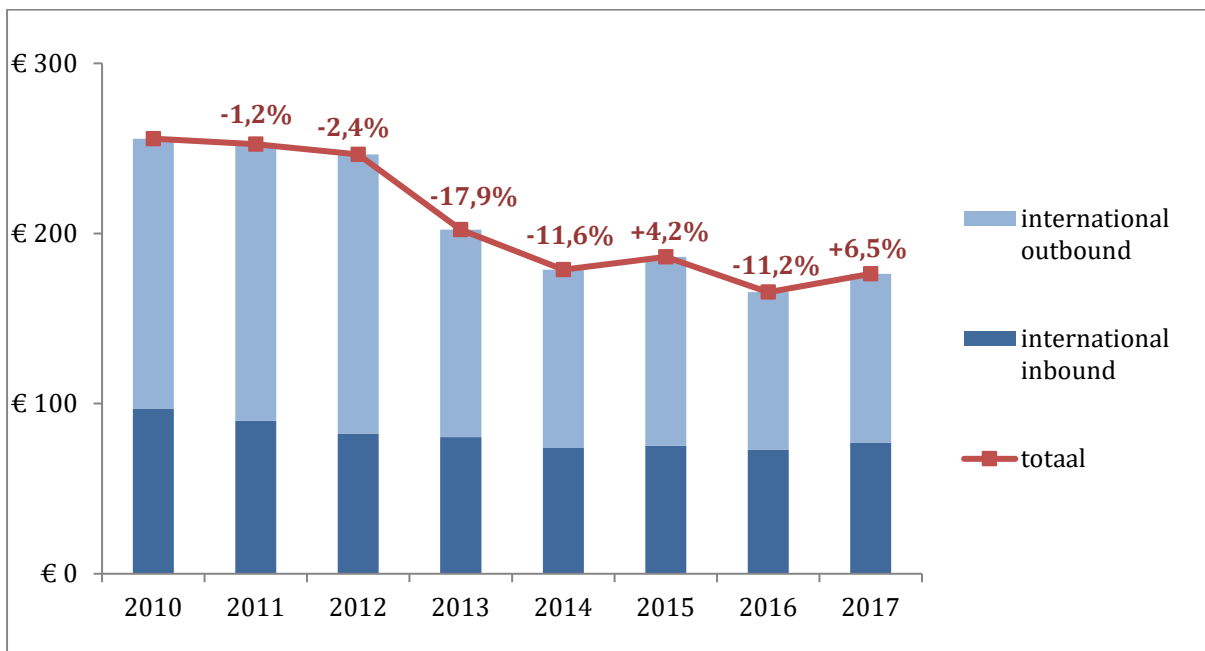


Bron: BIPT

3.2.4.2 Inkomsten

De inkomsten uit brievenpost afkomstig van of met als bestemming het buitenland, zijn, net als de totale inkomsten uit het brievenpostsegment, aan het dalen sedert 2010. Niettemin stellen we in 2017 een heropleving vast van de inkomsten uit zowel de internationale inbound post als internationale outbound post. Omdat het volume slechts in geringe mate zijn gestegen zou die stijging gelinkt moeten worden aan hogere prijzen of een mix van verschillende producten (grotere formaten, meer afgelegde bestemmingen).

Figuur 25: evolutie van de inkomsten voor internationale post (miljoen euro)

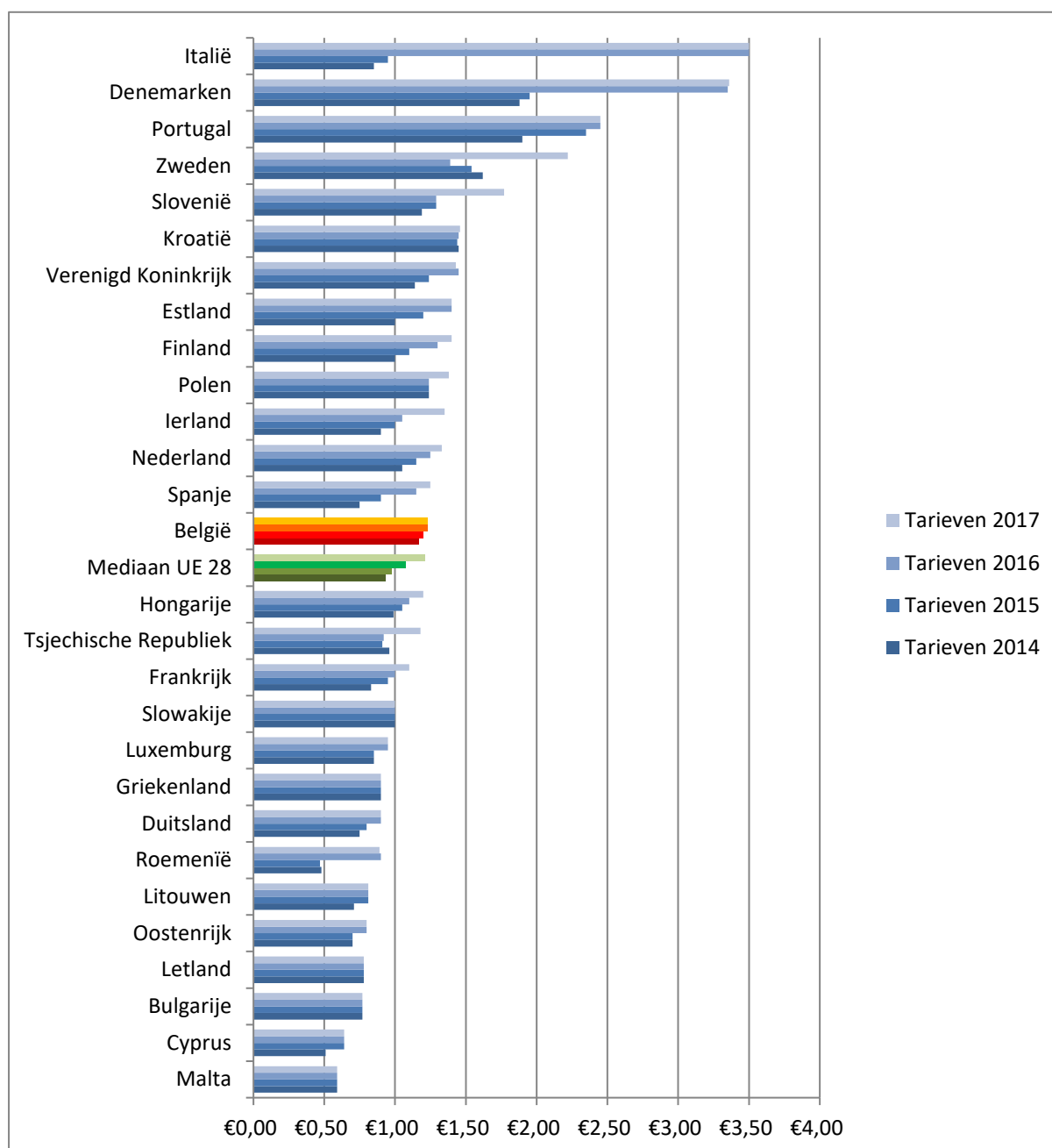


Bron: BIPT

3.2.4.3 Kleingebruikerstarief universele dienstverlener

Een vergelijking van de prijs, in nominale waarde, van de dienst voor standaardbrieven binnen de EU in de 28 lidstaten leert ons dat België, met een dienst voor brieven binnen de EU die neerkomt op € 1,23 in 2017, na een tariefstijging van € 0,06 ten opzichte van 2014, in de buurt ligt van de Europese mediaan in 2017 (€ 1,215). Daarmee zit België in de middenmoot van de EU-landen, waarbij de eerste plaats in de rangschikking ingenomen wordt door Italië, waar een brief naar een andere lidstaat verzenden in 2017 neerkwam op € 3,50. In vergelijking daarmee kostte een brief die verzonden werd vanuit Malta € 0,59.

Figuur 26: prijs van de dienst voor een intra-Europese standaardbrief in Europa (in nominale waarde) (€)



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

3.3 Focus op het segment van de pakket-, snelpostzendingen en e-commerce

Gedreven door het groeiende belang van e-commerce, neemt de pakjesmarkt een steeds belangrijker wordende positie in binnen de postale markt. Het algemene overzicht aangaande de postale markt (sectie 4.1) gaf reeds aan dat het segment van pakketten en expresszendingen voor het eerst groter is geworden in termen van inkomsten dan het segment van brievenpost. Dit betreft een historisch kantelpunt.

In dit hoofdstuk wordt de recente evolutie binnen dit bloeiende segment van de pakketdiensten en expressdiensten besproken.²³ De erg diverse²⁴ deelsegmenten, zijnde B2B, B2C en C2X, worden hier gebundeld beschouwd omdat met name het type ontvanger voor de operator moeilijk met zekerheid vast te stellen is.

3.3.1 Volume

Het segment van pakketten en expressdiensten²⁵ blijft zich uitermate sterk ontwikkelen. Tussen 2010 en 2017 is er een onophoudelijke volumegroei geweest, van in totaal 132%. Over deze hele periode was er zodoende meer dan een verdubbeling van het aantal pakketten en expressdiensten, zowel binnenlands, internationaal binnenkomend als internationaal uitgaand samengeteld, van 88 miljoen stuks in 2010 tot 205 miljoen in 2017. Ten opzichte van 2016 nam het volume toe met 19,1%.

Sinds enkele jaren stellen we zelfs een verhoging van het groeipad vast, waarbij de haast lineaire groeicurve een knik naar boven heeft gemaakt. De samengestelde jaarlijkse groeivoet (CAGR) bedraagt 17% sinds 2013. Tot en met 2013 bedroeg deze groeivoet 'slechts' 7,3%.

Bekeken per inwoner is het aantal geleverde pakketten en expressdiensten per jaar met 10 eenheden gestegen; van gemiddeld 8,1 anno 2010 tot 18,1 in 2017. Per capita wordt er zodoende gemiddeld elke maand, meer exact zelfs om de 20 dagen, reeds één pakket verzonden of wordt er gebruikgemaakt van een expressdienst. Ondanks deze trend van forse jaarlijkse stijgingen, loopt België nog steeds ver achter op de koplopers in Europa. In Duitsland bijvoorbeeld, worden er inmiddels reeds meer dan 35 dergelijke zendingen per inwoner geleverd.²⁶

²³ Er werd aan de operatoren gevraagd om, indien mogelijk, enkel maar data te bezorgen voor pakketten tot 10 kilogram (internationaal binnenkomend tot 20 kilogram).

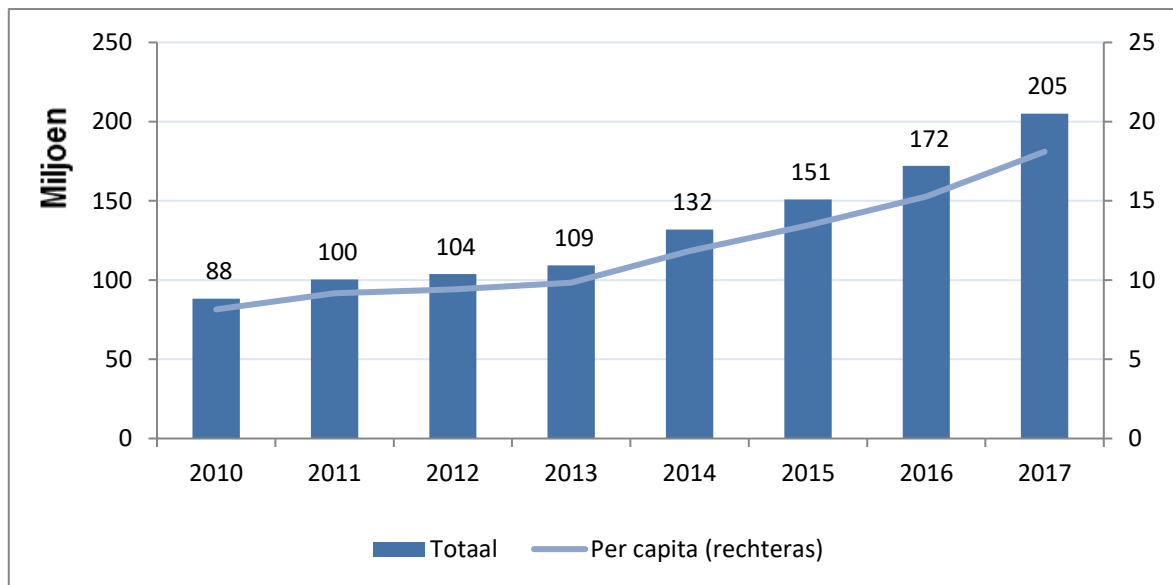
²⁴ De verschillende pakketleveranciers bedienen veelal verschillende klantensegmenten, zoals bleek uit de e-commercestudie uit 2017 van het BIPT. Zo focussen operatoren zoals FedEx, UPS en Ciblex voornamelijk op het B2B-segment, terwijl bpost een grote speler in het B2C- en C2X-segment is.

<http://www.bipt.be/nl/operators/post/universele-en-niet-universele-postdiensten/mededeling-van-de-raad-van-het-bipt-van-18-mei-2017-betreffende-de-resultaten-van-de-studie-met-betrekking-tot-de-belgische-markt-voor-de-levering-van-pakketten-in-het-kader-van-e-commerce-activiteiten>

²⁵ De grens tussen de pakjes en de snelpostzendingen is moeilijk af te bakenen. Het vervoer van pakjes houdt steeds vaker diensten in waardoor dit steeds dichterbij een snelpostzending (traceerdienst van de zendingen, verzekering van de inhoud van de zending, verzendingstermijnen, enz.). Bovendien bieden heel wat spelers beide soorten diensten aan hun klanten aan.

²⁶ ERGP Report on core indicators for monitoring the European postal market, 15 December 2017

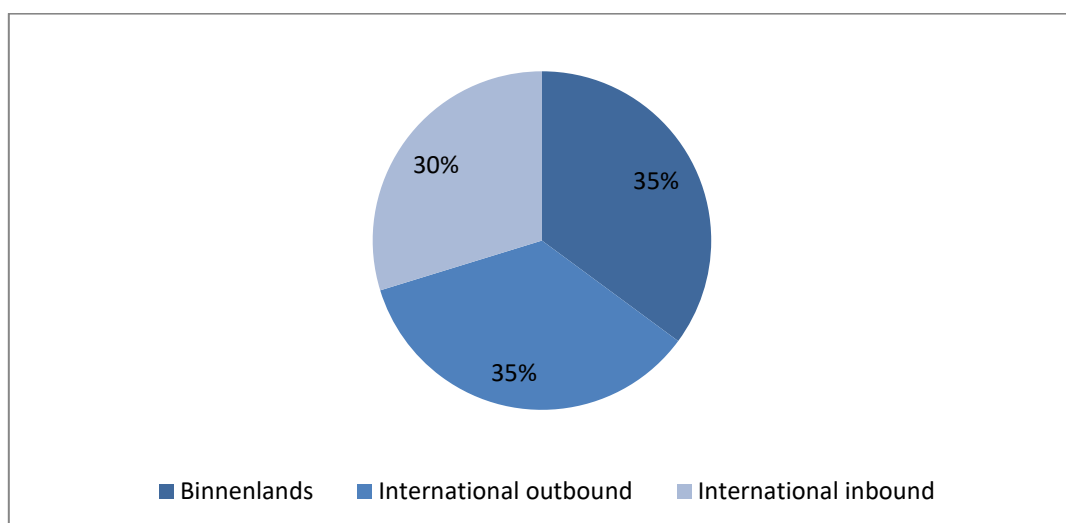
Figuur 27: evolutie van het volume aan pakket- en expressdiensten in totaal (in miljoen eenheden) en per capita (in eenheden) per jaar



Bron: BIPT

Figuur 28 toont ons dat 35% van het totale aantal pakket- en expressdiensten uit 2017 binnenlandse zendingen betrof. Deze zendingen werden zodus binnen het Belgische grondgebied verstuurd om vervolgens ook binnen de landsgrenzen ontvangen te worden. In eveneens 35% van de gevallen ging het om uitgaande internationale zendingen (international outbound), dus verzonden vanuit België richting het buitenland. De resterende 30% van het totale aantal zendingen kwam vanuit het buitenland en werd finaal in België uitgereikt (international inbound). In België werden dus ongeveer evenveel pakketten en expressleveringen geïmporteerd als geëxporteerd. Bij deze internationale zendingen gaat het trouwens in slechts minder dan één op vijf gevallen om zendingen die van of naar een bestemming buiten de EU komen of gaan.

Figuur 28: verdeling van het volume aan pakket- en expressdiensten volgens binnenlands, uitgaand internationaal en binnenkomend internationaal anno 2017



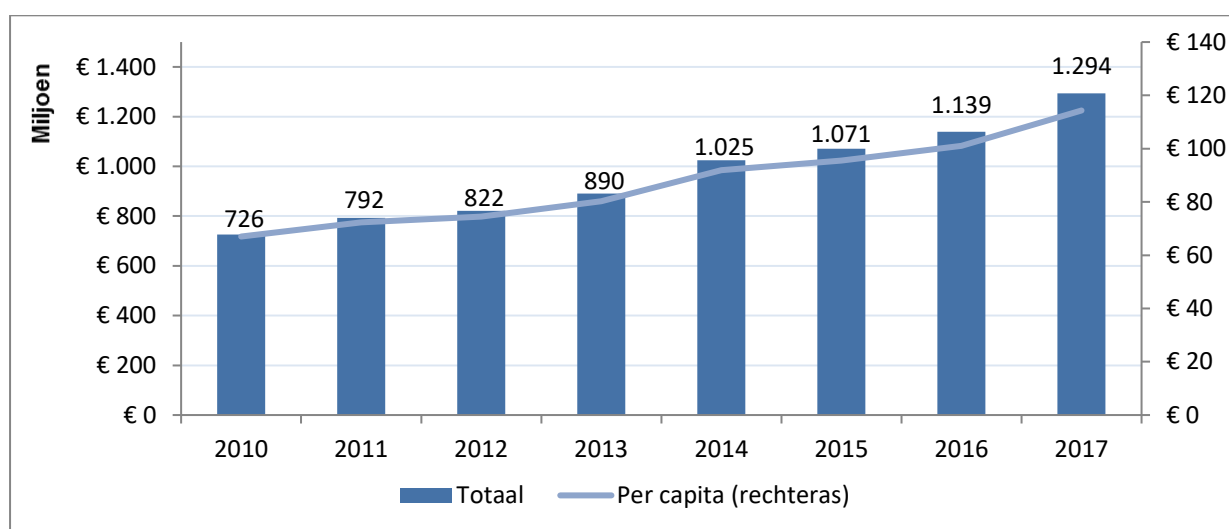
Bron: BIPT

3.3.2 Inkomsten

In termen van gerealiseerde omzet kende het segment van pakket- en expressdiensten een bescheidenere, doch eveneens continue, stijging tussen 2010 en 2017. Gaandeweg groeiden, met een samengestelde jaarlijkse groeivoet (CAGR) van 8,6% per jaar, de totale inkomsten van 726 miljoen euro tot 1.294 miljoen euro. Tussen 2016 en 2017 nam de globale gerealiseerde omzet binnen het segment nog met een stevige 13,7% toe, een stuk meer dus dan de samengestelde jaarlijkse groeivoet over de periode 2010-2017.

Uitgezet per capita werd er anno 2017 gemiddeld 114,3 euro besteed aan pakket- en expressdiensten; dat is bijna 50 euro meer op jaarbasis dan in 2010.

Figuur 29: evolutie van de inkomsten binnen het segment van de pakket- en expressdiensten in totaal (in miljoen EUR) en per capita (in EUR) per jaar



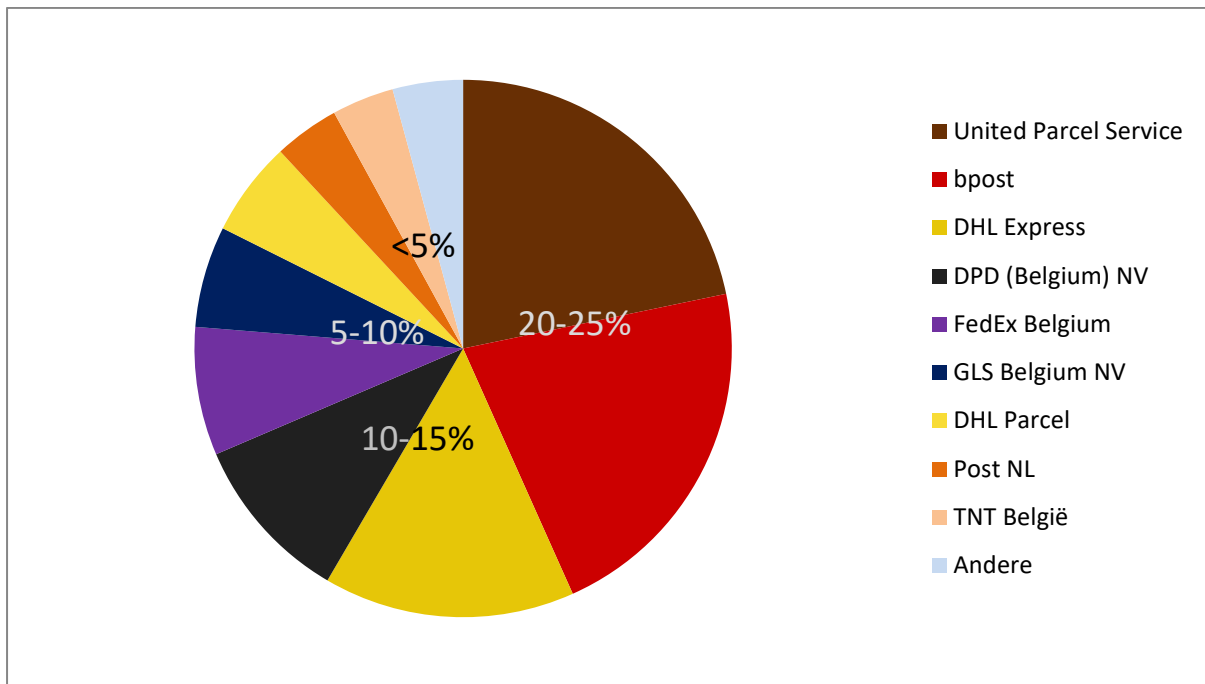
Bron: BIPT

Figuur 30 geeft een overzicht van de marktaandelen op basis van omzet binnen het gezamenlijk segment van pakket en expressdiensten.

UPS/UPS Access Point, bpost en DHL (Express en Parcel) vertegenwoordigen samen circa 65% van deze markt in termen van omzet. Daarnaast waren er nog drie operatoren, zijnde DPD, FedEx en GLS, met meer dan 5% marktaandeel elk, die gezamenlijk ongeveer 25% marktaandeel hadden. De andere operatoren waren goed voor de resterende 10%.

Nota bene, indien DHL Express en DHL Parcel gezamenlijk worden beschouwd, dan zouden zij bpost en UPS hebben verhoogd in de categorie 20%-25%. Naar analogie hiermee, zouden ook FedEx en TNT samen beschouwd in de klasse van 10%-15% terechtgekomen zijn.

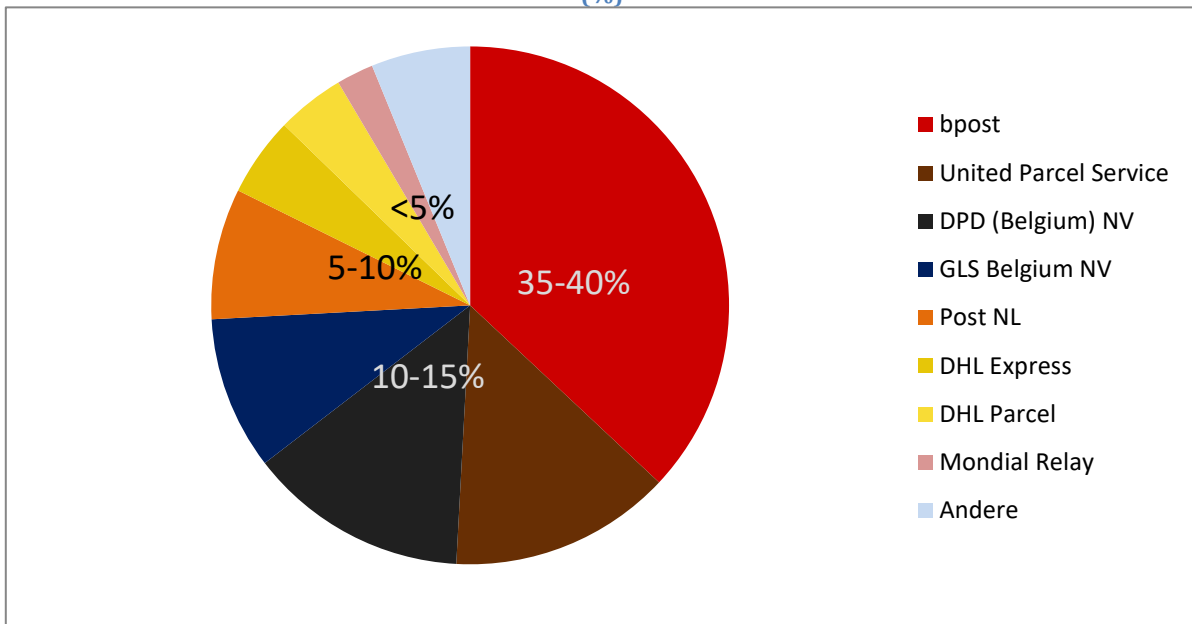
Figuur 30: marktaandeel op basis van omzet binnen het segment van pakket- en expresszendingen 2017 (%)



Bron: BIPT

Wanneer de marktaandelen worden bekeken op basis van volume bekomen we een sterk verschillend beeld. Niet onlogisch daar expresszendingen een hogere prijs hebben, zodat deze sneller, met beperktere volumes, hogere inkomsten en dus hogere marktaandelen genereren binnen het globale segment van pakket- en expresszendingen. Bekeken in volume zien we zodoende het marktaandeel van de pakketleveranciers flink toenemen. Zo is er haast een verdubbeling van het marktaandeel van bpost, naar 35-40%. Bovendien wordt PostNL, bekeken in volume, de 5^{de} grootste speler binnen dit segment met tussen de 5 en 10% marktaandeel. De operatoren met een sterke nadruk op expresszendingen kennen daarentegen lagere marktaandelen op basis van volume. Zo behaalt UPS 10-15% marktaandeel en DHL Express 5-10%.

Figuur 31: marktaandeel op basis van volume binnen het segment van pakket- en expresszendingen 2017 (%)

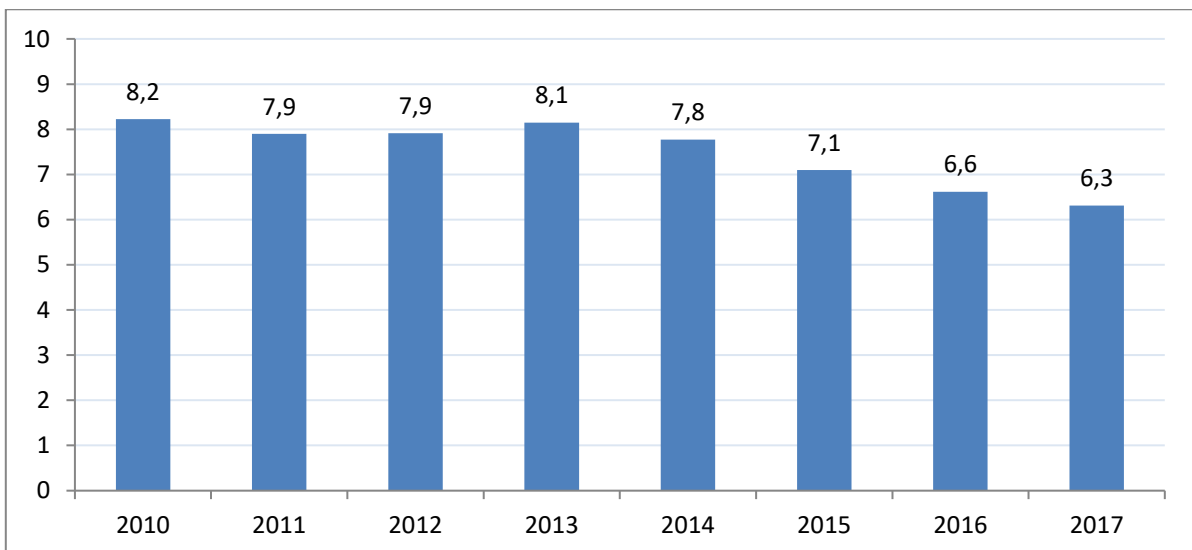


Bron: BIPT

3.3.3 Impliciet tarief

Wanneer we omzet en volume met elkaar confronteren bekomen we een impliciet tarief. Dit is het gemiddelde tarief per eenheid binnen het segment, met alle operatoren, formaten en bestemmingen dooreen beschouwd. In de voorgaande paragrafen zagen we reeds dat het volume binnen het segment van pakketten en express sterker is gestegen dan de omzet. Hierdoor mag het niet verbazen dat het impliciete tarief een neerwaartse tendens vertoonde tussen 2010 en 2017, van 8,2 euro naar 6,3 euro. Naast een druk op de tarieven, kan een andere potentiële reden ook de toename van het volume van kleinere en lichtere, en dus goedkopere, pakketten in het kader van e-commerce zijn.

Figuur 32: impliciet tarief binnen het segment van pakket- en expresszendingen 2010-2017 (EUR)



Bron: BIPT

3.3.4 Kleingebruikerstarieven universeledienstverlener

Voor een indicatie aangaande de evolutie van de tarieven van een pakket, kijken we naar de kleingebruikerstarieven van een pakket tot 2 kg verzonden via de universeledienstverlener.

Binnen België steeg de prijs van een dergelijke zending van 5,7 euro in 2010 naar 6,5 euro²⁷ in 2017, oftewel een stijging van 14%. Het tarief 2017 was analoog aan dat van 2016, een tariefverhoging 2017 werd immers geweigerd door het BIPT.²⁸ Het Europese gemiddelde voor een binnenlands pakket van 2 kg lag anno 2016 op 6,1 euro.²⁹

De prijs van een zending naar een buurland steeg sterker, met 26,2%, van 13 euro (2010) naar 16,4 euro (2016/2017). Ook hier bleef de prijs, door een weigering tot prijsverhoging van het BIPT, gelijk tussen 2016 en 2017. Anno 2016 lag de gemiddelde Europese prijs van een 2 kg-zending naar een buurland op 18,35 euro. Echter dienen we hier op te merken dat met name in omringende landen Nederland en Duitsland, met beide een prijs van respectievelijk 9 euro, de tarieven heel wat lager lagen dan het Europese gemiddelde.

In 2019 zal het BIPT uitgebreid terugkomen op grensoverschrijdende pakkettarieven in het kader van de 'cross-border-verordening' van de Europese Commissie.³⁰ Deze verordening stipuleert onder andere dat de nationale regulatoren de prijzen voor internationale pakketten voor kleingebruikers dienen te monitoren en (hoge) prijzen van de nationale universeledienstverlener dienen te analyseren. Het finale doel van de Europese Commissie is een Europese markt waarin het voor consumenten makkelijker wordt om online producten over de landsgrenzen heen te kopen.

²⁷ Indien het label voor de zending online wordt aangemaakt en betaald, en vervolgens zelf wordt afgedrukt, dan zakt het tarief naar 5 euro.

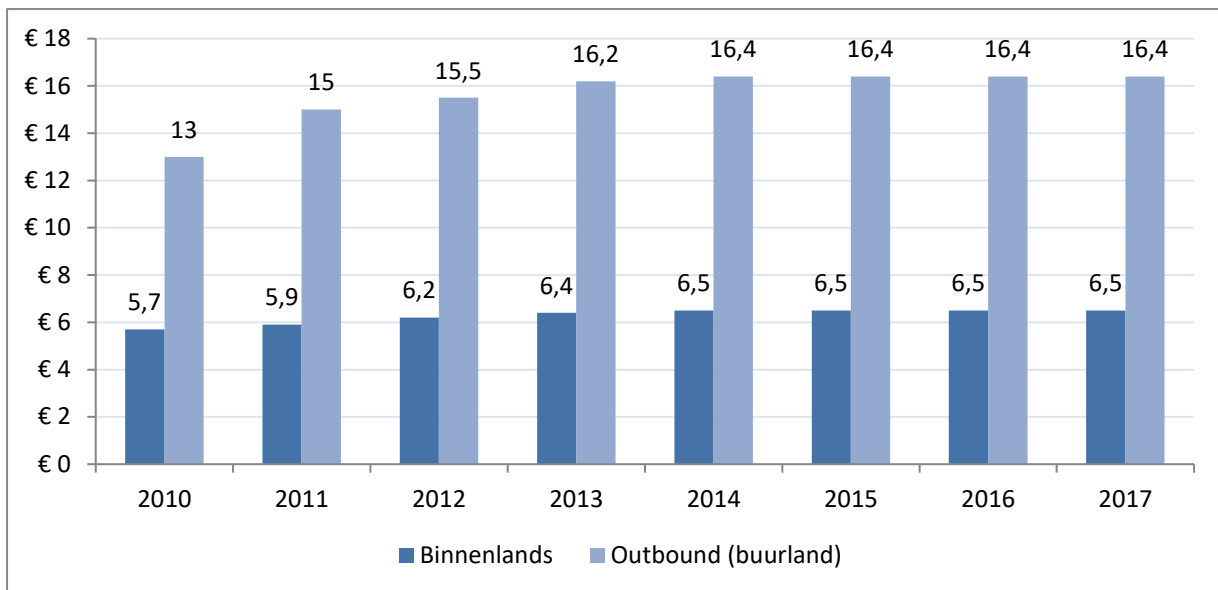
²⁸ <https://www.bipt.be/nl/operators/post/universele-en-niet-universele-postdiensten/besluit-van-de-raad-van-het-bipt-van-21-maart-2017-betreffende-de-analyse-van-het-tariefvoorstel-van-bpost-voor-de-volle-stuktarieven-voor-het-jaar-2017>

²⁹ ERGP Report on core indicators for monitoring the European postal market, 15 December 2017

³⁰ Regulation (EU) 2018/644 of the European Parliament and of the Council of 18 April 2018 on cross-border parcel delivery services:

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

Figuur 33: evolutie van de prijzen van een pakket tot 2 kg verzonden door de universeledienstaanbieder met als bestemming België of een buurland



Bron: BIPT

3.4 Focus op het segment van de persdistributie aan de abonnees

De distributie van de erkende pers, waarbij de items worden afgeleverd bij de abonnee thuis, is een dienst van algemeen economisch belang (DAEB) die tot 2015 nog behoorde tot het 5e beheerscontract afgesloten tussen bpost en de Belgische Staat. Sinds 1 januari 2016, en nog tot 31 december 2020³¹, is het een afzonderlijke dienst van 'last resort' geworden die buiten het (6e) beheerscontract valt. Deze DAEB, waarop de uitgevers naar eigen wens een beroep kunnen doen, wordt door bpost uitgevoerd en bestaat uit:

- de vervroegde thuisbezorging van kranten aan de abonnees via specifiek ingelegde rondes vóór 7.30 u 's morgens van maandag tot vrijdag en vóór 10 u op zaterdag;
- de thuisbezorging van tijdschriften aan de abonnees via de klassieke verdeelrondes, van maandag tot vrijdag.

Als aanbieder die belast is met deze DAEB in verband met de distributie van de erkende pers aan de abonnees, is bpost de belangrijkste operator in het segment van thuislevering van persartikelen. Er zijn nog andere spelers actief in dit segment, zoals PPP en ook TBC-Post.³²

3.4.1 Volume

Sinds 2012 daalt het totale volume van bedeelde pers, na in 2011 gepiekt te hebben op 568 miljoen bedeelde exemplaren op jaarbasis. Tussen 2016 en 2017 nam het globale volume met

³¹ Op 16 oktober 2015 heeft de Ministerraad, na een openbare, transparante en niet-discriminerende procedure, beslist om de concessies voor de bezorging van erkende kranten en erkende tijdschriften voor de periode 2016 tot 2020 toe te wijzen aan bpost.

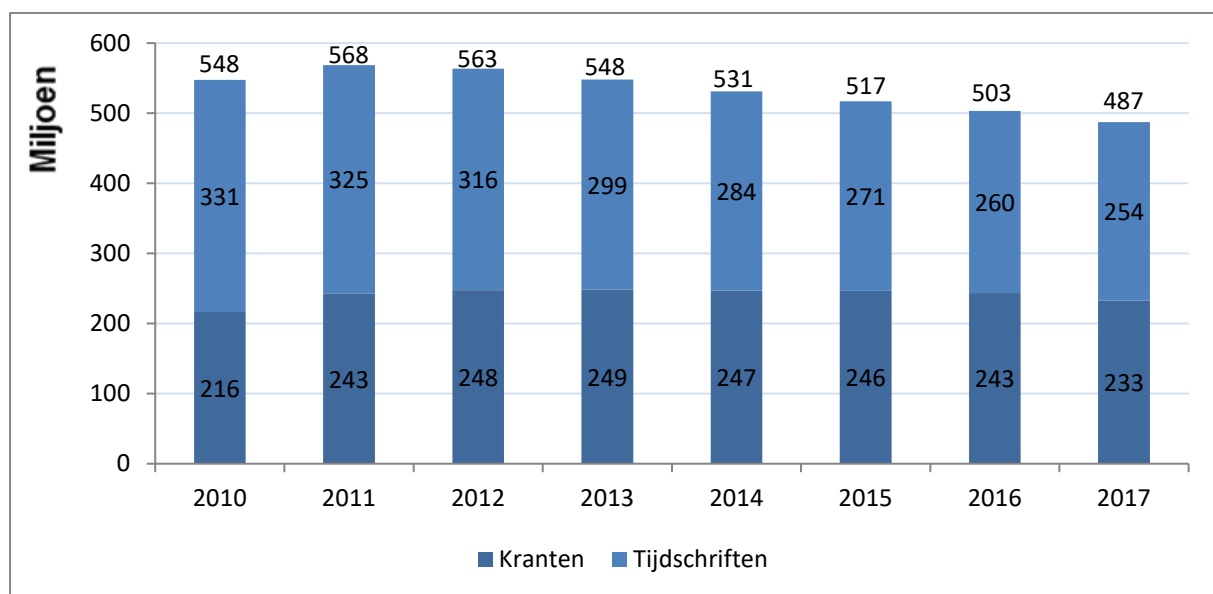
³² Asendia Belgium heeft zijn bedrijfsactiviteiten per 1 juli 2016 beëindigd en zijn ondernemingsnummer gestaakt. Ook Deltamedia werd voorheen opgenomen in dit observatorium. Het bedeelde tot april 2016 pers voor de groep Mediahuis.

3,2% af, een daling die iets sterker is dan die van vorig jaar. Inmiddels wordt er 14,3% minder pers bedeed in vergelijking met 2011.

Bij de tijdschriften is de daling al langer aan de gang en stellen we ook in 2017 verder een vertraging van de afname vast, met name van - 2,3% tot 254 miljoen bedeelde stuks in 2017. Het volume aan bedeelde kranten stagneerde pas later en kende sinds 2013 een beperkte terugval, welke in 2017 echter toenam tot - 4,2%.

52,2% van de bedeelde pers omvat tijdschriften, de rest bestaat uit kranten (47,8%).

Figuur 34: evolutie van de volumes in het segment van de persdistributie aan abonnees (miljoen eenheden)



Bron: BIPT

3.4.2 Inkomsten

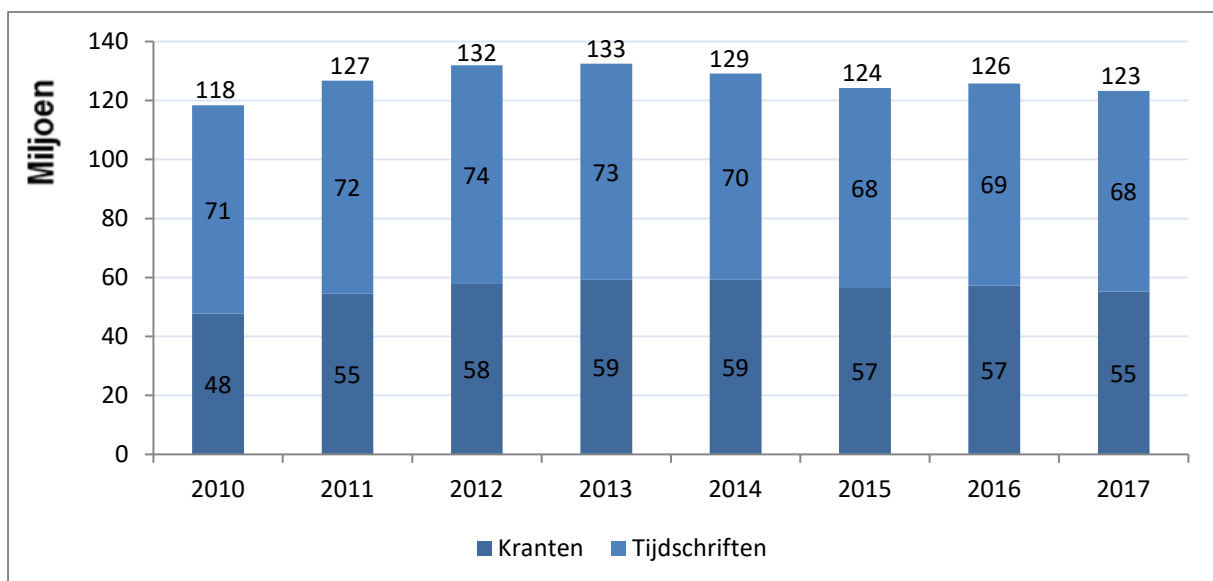
Aan de inkomstzijde zien we dat de neergaande fase zich pas vanaf 2014 heeft ingezet. Anno 2017 daalden de inkomsten wederom beperkt, met - 2%. Niettemin loopt de inkomstendaling al op tot - 7% in vergelijking met 2013. Bij de kranten is de daling (- 3,7%) anno 2017 sterker dan bij de tijdschriften (- 0,7%), waar ze bijna verwaarloosbaar is.

55,2% van de inkomsten zijn toe te schrijven aan de bedeling van tijdschriften, tegenover 44,9% aan de bedeling van kranten.

Er moet worden opgemerkt dat de compensatie die door de overheid wordt betaald aan bpost, voor het verrichten van de DAEB inzake persdistributie aan de abonnees, niet vervat zit in de beschouwde inkomsten.³³

³³ Volgens de federale begroting, aangepaste kredieten 2017, bedroeg de geraamde betaling aangaande de concessie voor de bezorging van kranten en tijdschriften 167,02 miljoen euro in 2017.

Figuur 35: evolutie van de inkomsten in het segment van de persdistributie aan abonnees (miljoen EUR)



Bron: BIPT

Voor de volledigheid vermelden we dat AMP³⁴ eveneens actief is op de markt voor de distributie van pers aan abonnees. AMP levert echter niet aan huis maar in de (kranten)winkel. Daarnaast voorzien zij ook in de distributie van pers voor losse-nummerverkoop in de winkel. De inkomsten en het volume van dit bedrijf zijn niet opgenomen in de bovenstaande overzichten die specifiek betrekking hebben op de bedeling aan huis.

4 Investerings en tewerkstelling in postactiviteiten

4.1 Investerings in de postsector

In 2017 werd voor in totaal aan 132 miljoen euro geïnvesteerd³⁵ in de postsector door de operatoren uit onze steekproef, een stijging van maar liefst 44,1% ten opzichte van 2016. Vergeleken met 2010 bedraagt de stijging zelfs 73,2%. Het gaat hier om een historisch hoog cijfer dat uiteraard te wijten is aan de bloei van het segment van pakketten en expresszendingen. Tal van operatoren zijn immers hun capaciteit aangaande de sortering en distributie van pakketten aan het uitbreiden.³⁶

³⁴ Het Mededingingscollege van de Belgische Mededingingsautoriteit heeft in 2016 onder voorwaarden de overname goedgekeurd door bpost van AMP en LS Distribution Benelux (volgens Knack op 10 november 2016: <http://trends.knack.be/economie/bedrijven/bpost-krijgt-voorwaardelijk-groen-licht-voor-overname-amp-en-krantenwinkels/article-normal-775165.html>).

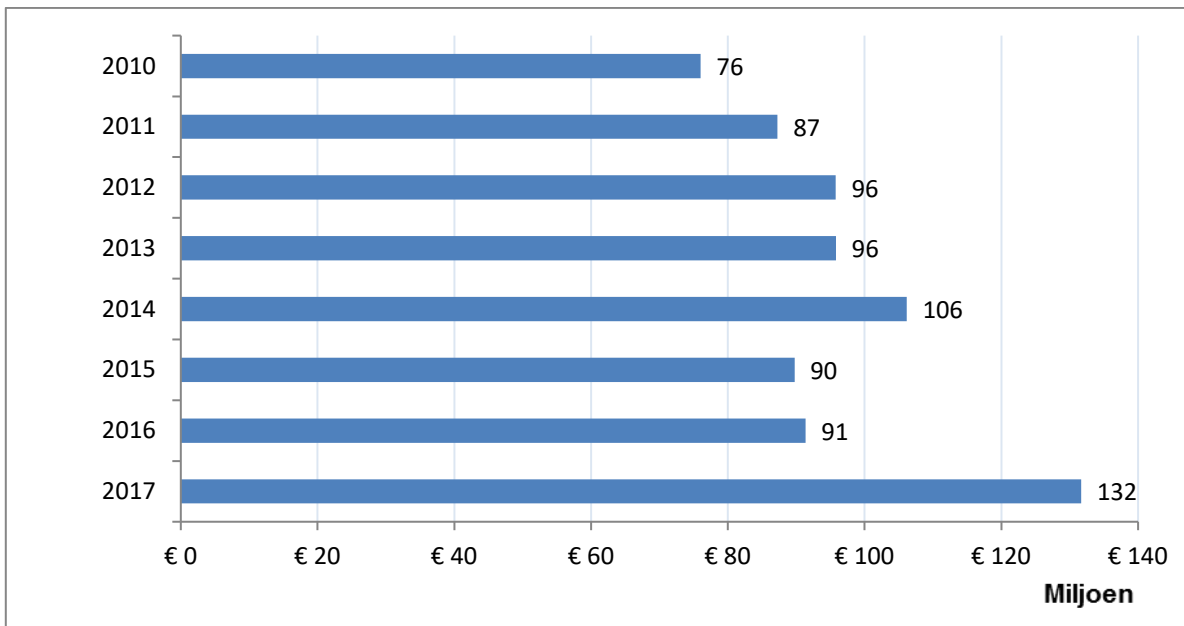
³⁵ Het gaat hier om uitbreidingsinvesteringen.

³⁶ Enkele voorbeelden :

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

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

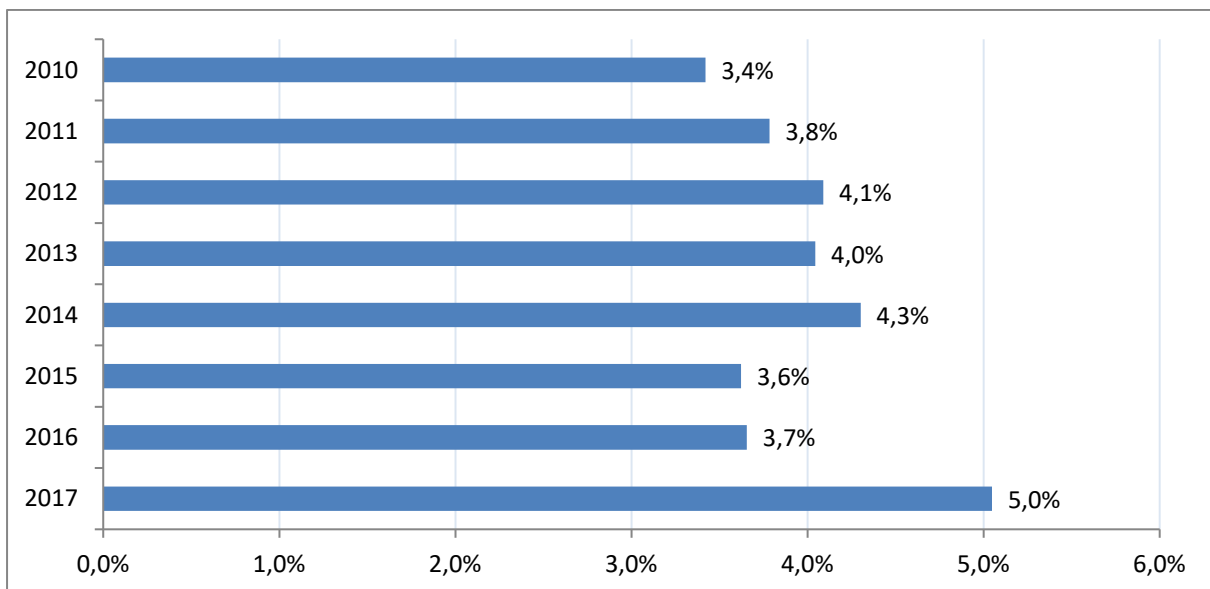
Figuur 36: investeringen in de postsector (miljoen EUR)



Bron: BIPT

De uitgevoerde investeringen in de postsector bedroegen anno 2017 5% van de gerealiseerde omzet. Sinds 2010 werd er nog nooit zo'n groot deel van de gerealiseerde omzet, die nochtans in 2017 ook op recordhoogte zat, opnieuw in de sector geïnvesteerd.

Figuur 37: investeringen ten overstaande van omzet in de postsector (%)



Bron: BIPT

16 november 2017 : <https://www.postnl.be/over-postnl-belgie/pers-en-nieuws/2017/postnl-opent-2-nieuwe-depots-in-belgie.html>

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

4.2 Tewerkstelling in de postsector

In 2017 was de postale sector op directe wijze, met eigen loontrekkenden, goed voor de tewerkstelling van 31.124 personen op 30 juni³⁷ van dat jaar. In het observatorium van vorig jaar stelden we reeds vast dat de onophoudelijke daling in tewerkstelling, sinds het begin van onze tijdreeks, aan het afvlakken was. Anno 2017 zien we dan ook, voor het eerst sinds 2000, een beperkte stijging (+1%) tegenover het aantal tewerkgestelden in het jaar ervoor. Deze stijging is gedreven door de erg sterke toename van het aantal pakketten en expresszendingen. Niettemin ligt het aantal tewerkgestelden in de postsector in 2017 nog steeds bijna 1/5^{de} (-17,8%) lager dan in 2010. Ten opzichte van 2000 is het aantal tewerkgestelden zelfs met bijna 40% gedaald (-37,3%).

Bekeken in voltijdse equivalenten³⁸ (vte's) is de herneming wat sterker (+2,1%), wat aanleiding geeft tot een totaal van 26.412 voltijdse equivalenten in 2017. Dit is ook hier niettemin een daling van 1/5^{de} (-20,4%) ten opzichte van 2010, en zelfs meer dan 40% (-42,5%) ten opzichte van 2000. Anno 2017 werkt zeven op de tien werknemers in de postsector voltijds.

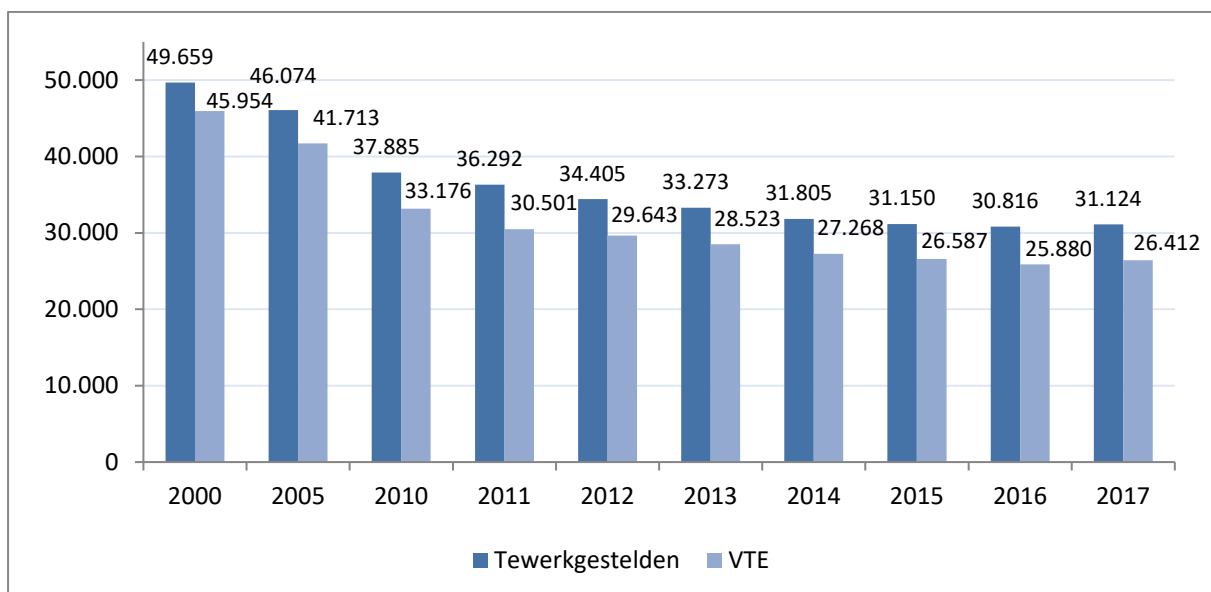
Bpost is nog steeds de grootste werkgever binnen de sector, maar niettemin is inmiddels ongeveer één op vijf werknemers in de postale sector tewerkgesteld bij een alternatieve operator.

Normaliter bekijken we in onze analyses telkens de situatie op 30 juni van het betreffende jaar, omdat de tewerkstelling op dat tijdstip typisch het minst gevoelig is voor seizoensschommelingen. In vergelijking met 31 december, wat we kunnen definiëren als het hoogseizoen binnen de postale sector zowel in termen van kerstkaartjes als natuurlijk e-commercepakketten, stellen we niet zozeer schommelingen vast wat de eigen werknemers betreft maar wel qua tijdelijke werknemers en zelfstandige tewerkstelling in onderaanneming. Zo lag, bekeken op basis van onze enquête, het aantal tijdelijke werknemers in december 2017, met in totaal meer dan 3.000 personen, meer dan anderhalve keer hoger dan in juni van datzelfde jaar. Bij de zelfstandige tewerkstelling in onderaanneming was het effect minder uitgesproken, met een toename van goed 20% tot meer dan 6.000 personen. Rekening houdend met zulke piekmomenten zorgt de postale sector dus voor nog meer tewerkstelling, ook op indirecte wijze door tijdelijke werknemers en tewerkstelling in onderaanneming, dan wordt weergegeven via figuur 37.

³⁷ We bekijken telkens de situatie op 30 juni, zodoende einde tweede kwartaal, van het betreffende jaar, omdat de tewerkstelling op dat tijdstip typisch het minst gevoelig is voor seizoensschommelingen.

³⁸ Om de effectief gepresteerde arbeid zo goed mogelijk weer te geven, gaat het hierbij om voltijdse equivalenten exclusief gelijkgestelde dagen. Gelijkgestelde dagen zijn periodes, zoals onvrijwillige werkloosheid, arbeidsongeschiktheid, bevallingsrust en brugpensioen, waarin niet werd gewerkt maar die toch meetellen in de berekening van de pensioenloopbaan.

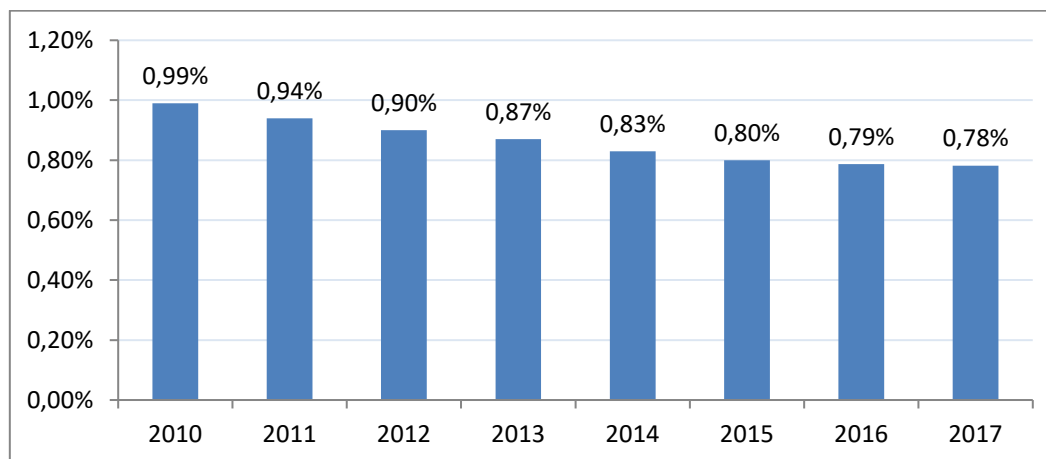
Figuur 38: loontrekkende tewerkstelling in de postsector (N, vte)



Bron: RSZ

Bekeken ten opzichte van de totale tewerkstelling, zien we dat anno 2010 ongeveer 1% van alle werkenden op rechtstreekse wijze tewerkgesteld was in de postale sector. In 2017 was dit nog slechts 0,78%. De kentering in 2017, waarbij de tewerkstelling in de postsector voor het eerst opnieuw steeg, kon echter een verdere daling van deze coëfficiënt niet tegengaan. De totale tewerkstelling groeide immers anno 2017 sterker dan de rechtstreekse tewerkstelling in de postale sector.

Figuur 39: aandeel van de postsector in de totale tewerkstelling (%)



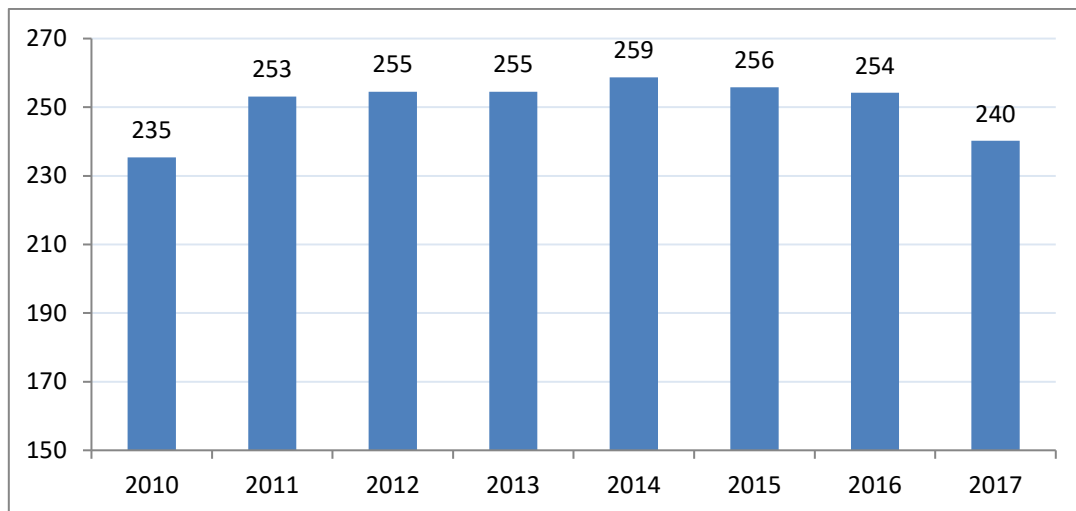
Bron: RSZ³⁹

Het aantal postale items per voltijds equivalent in de postsector kwam in 2017 onder druk te staan door twee onderliggende bewegingen. Aan de ene zijde steeg het aantal tewerkgestelden

³⁹ De gedecentraliseerde RSZ-data aangaande de totale tewerkstelling is allesomvattend, en bevat in dit geval ook gegevens komende van (het voormalige) RSZPPO en HVKS.

in aantallen en vte's voor het eerst sinds 2000 (zie figuur 35). Aan de andere zijde bleef de aanhoudende volumedaling in de segmenten van brievenpost en pers wegen op het totaal bedeelde volume. Immers, het arbeidsintensieve groeisegment van pakketten en express dat vraagt om extra mankracht, maakt nog steeds slechts ongeveer 10% uit van het totale volume in de postale sector. Zo werden er anno 2017 gemiddeld 240 items, gaande van brieven tot pakjes, expresszendingen, kranten of magazines, verwerkt per postale werknemer per kalenderdag, en dit uitgedrukt in termen van voltijdse werkdagen (vte). Dit is gemiddeld veertien items per dag minder dan in 2016, maar tegelijkertijd ook licht meer dan de hoeveelheid verwerkte stuks anno 2010.

Figuur 40: gemiddeld aantal postale items per kalenderdag per vte in de postale sector (N)



Bron: RSZ en BIPT

5 Toegang tot postdiensten

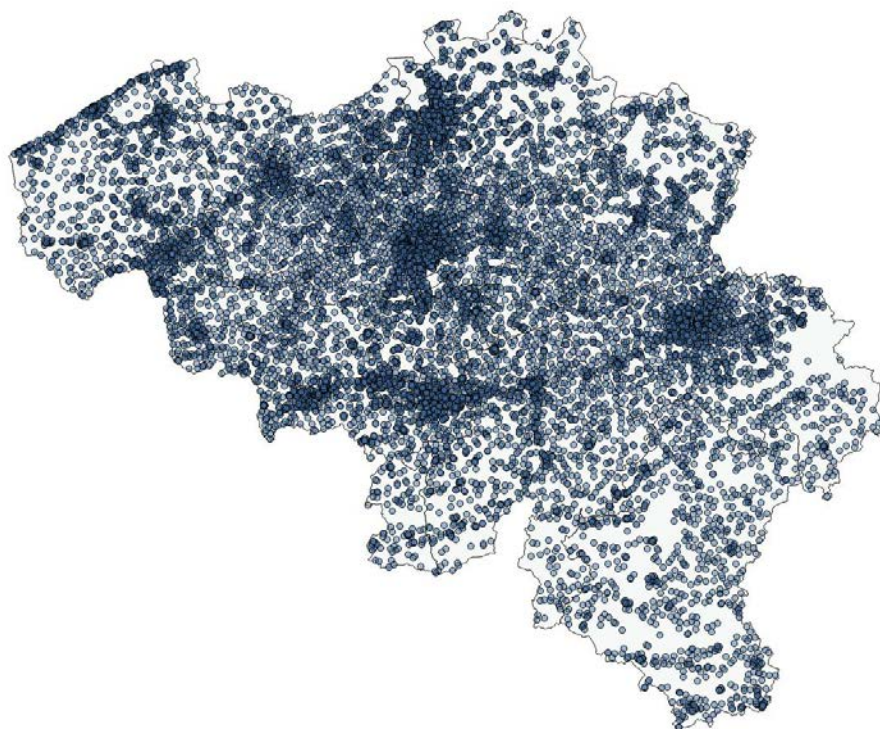
Naast een goede dertig sorteercentra en ongeveer tienmaal zoveel distributiecentra, hebben de postale operatoren in België ook een ruim netwerk aan toegangspunten voor de gebruikers. Allereerst geven we een sectoraal overzicht van deze toegangspunten, alvorens in te zoomen op het netwerk van de universeledienstverlener.

5.1 Sectorieel overzicht

5.1.1 Brievenbussen voor verzending

Brievenbussen voor verzending worden in België door zowel de universeledienstverlener bpost als licentiehouder TBC-Post beschikbaar gesteld aan de gebruikers. In het geval van bpost gaat het om rode bussen⁴⁰, bij TBC-Post om blauwe. In totaal telde ons land eind 2017 13.250 brievenbussen, ofwel gemiddeld één per 2 km² of per 854 inwoners.

Figuur 41: dichtheid van het netwerk van brievenbussen (zowel bpost als TBC) voor verzending (2017)



Bron: BIPT

5.1.2 Bemandede punten

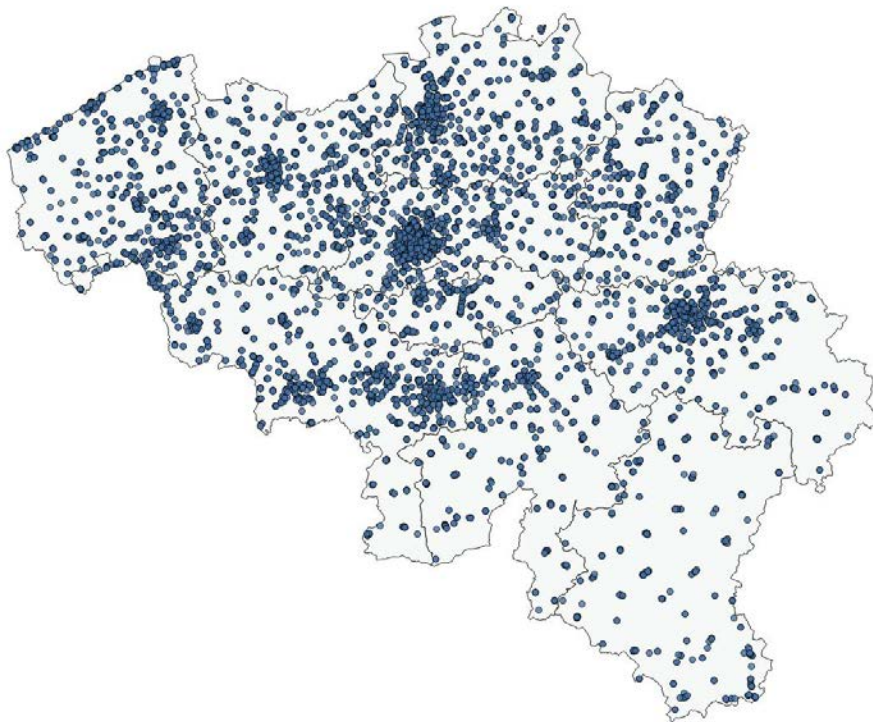
Het belang van bemandede punten is de laatste jaren, sinds de 'e-commerce boom', flink toegenomen. Operatoren voelen zich immers genoodzaakt een netwerk van punten aan te bieden zodat postale gebruikers een pakket enerzijds kunnen afhalen en anderzijds kunnen

⁴⁰ Sinds eind 2016 is bpost begonnen met de uitrol van nieuwe en beter beveiligde brievenbussen, welke een witte kleur hebben en voorzien zijn van een rood logo:

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

binnenbrengen voor verzending of retour. Het hebben van een ruim netwerk aan bemande punten is dus niet langer beperkt tot de universeledienstverlener. In totaal hadden alle operatoren, eind 2017, samen 7.654 bemande punten. Dit is gemiddeld één bemand punt per 4 km² of per 1.479 inwoners. Figuur 41 toont aan dat deze punten met name te vinden zijn in centrumsteden en dichter bevolkte gebieden. Hierbij dienen we weliswaar op te merken dat dezelfde locaties meermaals kunnen voorkomen. Het gebeurt immers dat bepaalde bemande punten, zoals krantenwinkels of benzinestations, voor meer dan één operator werken. Daarenboven stelt bpost zijn netwerk van bemande punten ook open aan DHL Parcel en doet Kariboo! dit eveneens voor PostNL.

Figuur 42: dichtheid van het netwerk van bemande punten (2017)



Bron: BIPT

5.1.3 Pakketautomaten

Een trend die de afgelopen jaren de kop op stak zijn de pakketautomaten.⁴¹ Deze automaten, uitgerust met een aantal beveiligde kastjes, zijn doorgaans geïnstalleerd op drukke locaties en kunnen veelal 24/7 worden gebruikt voor de verzending en/of ontvangst van pakketten.

In België startte bpost in 2014 met de uitbouw van een netwerk van pakketautomaten, en dit zowel voor verzending als ontvangst van pakketten.⁴² Twee jaar later nam bpost een meerderheidsbelang in De Buren, een Nederlands netwerk van pakketautomaten. Nadien werden de Belgische bpost automaten, net als diegene in het buitenland, omgedoopt tot 'Cubee'.

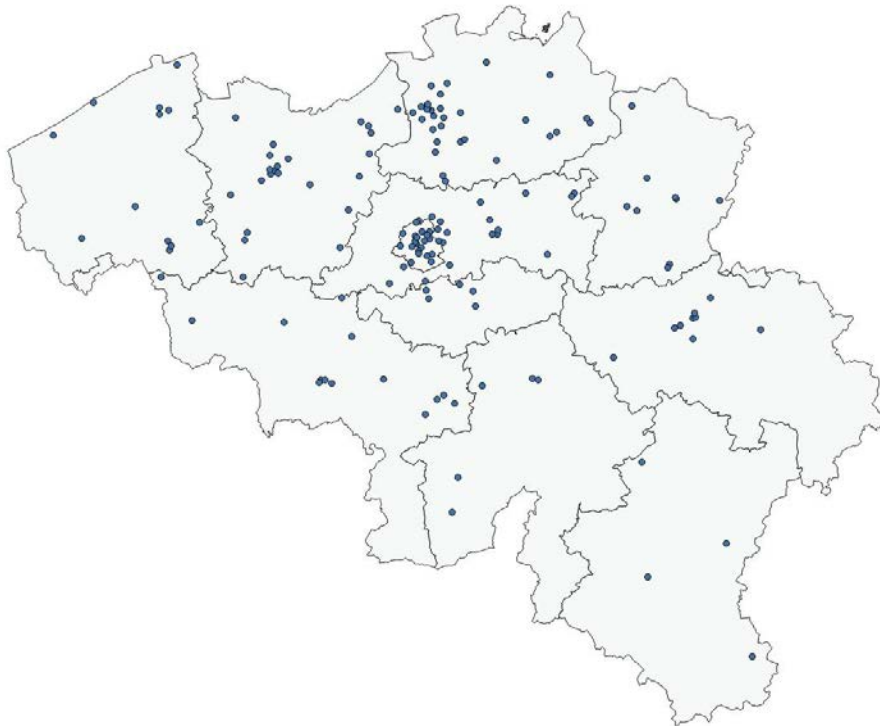
⁴¹ Deutsche Post DHL Group startte in 2001 met een proefproject "Packstations".

⁴² Jaarverslag bpost 2014: <http://corporate.bpost.be/~media/Files/B/Bpost/annual-reports/ar-2014.PDF>

Cubee werd bovendien een open netwerk, waar ook andere operatoren gebruik van kunnen maken. Eind 2017 maakte bijvoorbeeld ook GLS gebruik van dit netwerk. Bpost stelde als doelstelling om het Belgische netwerk snel uit te breiden tot 450 parcel lockers tegen eind 2018.⁴³ Naast Cubee beschikt ook DHL Express over pakketautomaten, zij het enkel voor het verzenden van pakketten. Daarnaast, en buiten de scope van dit observatorium, zijn er tevens ook operator-onafhankelijke initiatieven zoals BringMe⁴⁴ en ParcelHome⁴⁵ die ervoor zorgen dat men thuis of op het werk een pakje in een pakketautomaat kan laten leveren.

Eind 2017 bedroeg het totale aantal pakketautomaten in België, van zowel Cubee als DHL Express, 152 stuks in totaal. Gemiddeld gezien komt dit neer op één pakketautomaat per 201 km² of per 74.487 inwoners. Figuur 40 toont dat pakketautomaten voornamelijk te vinden zijn in centrumsteden en dichter bevolkte gebieden.

Figuur 43: dichtheid van het netwerk van pakketautomaten (zowel Cubee als DHL Express) (2017)



Bron: BIPT

⁴³ Bpost press release (4 oktober 2017): http://corporate.bpost.be/media/press-releases/2017/04-10-2017?sc_lang=nl-BE

⁴⁴ <https://www.bringme.com>

⁴⁵ <https://www.parcelhome.com>

5.2 Aanbieder van de universele postdienst (AUPD)

5.2.1 Toegangspunten tot de postdiensten

We nemen in deze sectie het netwerk aan brievenbussen, postkantoren en postwinkels van de universeledienstaanbieder bpost onder de loep.

Het voornaamste verschil tussen postkantoren en postwinkels⁴⁶ ligt in het feit dat de eerstgenoemde door een postoperator zelf worden beheerd, terwijl de laatstgenoemde geëxploiteerd worden door derden voor rekening van een postoperator.

Zowel de postwet als het 6e beheerscontract⁴⁷ stellen vereisten in verband met het netwerk van de universeledienstaanbieder. Artikel 142, § 2, 1°, van de wet van 21 maart 1991, betreffende de hervorming van sommige economische overheidsbedrijven, welke nog van kracht was in 2017⁴⁸, stelt dat in elke gemeente van het Rijk, met inbegrip van de gefusioneerde gemeenten die op 31 december 1971 een afzonderlijke bestuurlijke eenheid vormden, zich ten minste één toegangspunt dient te bevinden voor het deponeren van postzendingen. Het 6e beheerscontract gaat via artikel 10 verder en stelt onder andere dat er minimaal 1.300 postale-servicepunten, met minstens een basisassortiment, dienen te zijn tijdens de looptijd van het contract. Tevens dient bpost een minimum van 650 postkantoren te garanderen, minimaal één in elk van de 589 gemeenten.

Anno 2017 kende het aantal toegangspunten van de universeledienstverlener slechts een beperkte daling, aangaande de brievenbussen voor verzending⁴⁹, ten opzichte van de situatie in 2016. Ten opzichte van 2010 merken we inmiddels wel een achteruitgang van 4,1% à 5,4% voor alle typen toegangspunten.

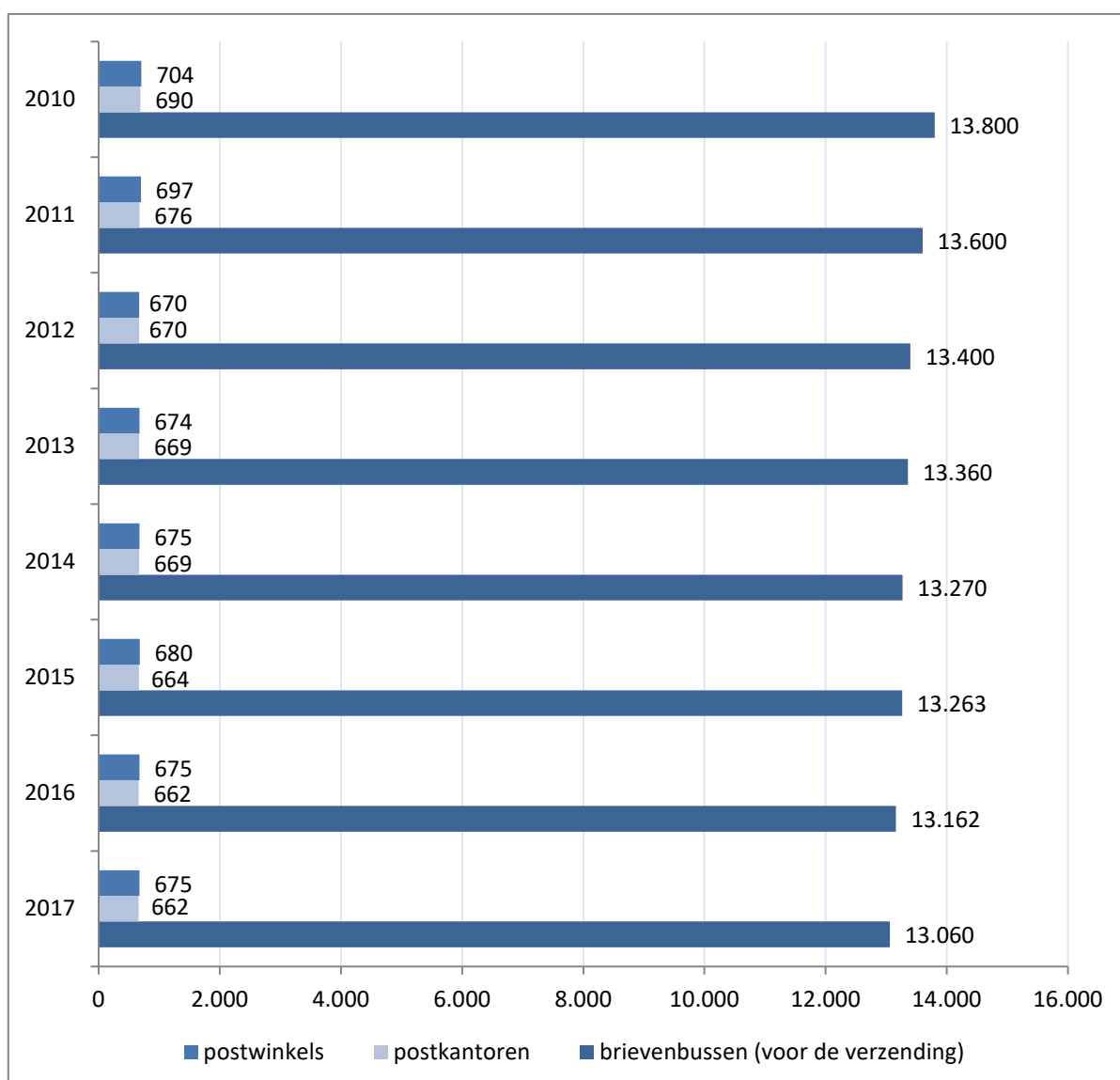
⁴⁶ Bpost geeft de naam "PostPunten" aan zijn postwinkels.

⁴⁷ Dit is een dienst van algemeen economisch belang, die deel uitmaakt van het 6e beheerscontract en waarvoor bpost een jaarlijkse vergoeding ontvangt. Volgens de federale begroting, aangepaste kredieten 2017, bedroeg de geraamde betaling aangaande het 6e beheerscontract in totaal 93,715 miljoen euro in 2017.

⁴⁸ Dit artikel is inmiddels vervangen door artikel 16, § 1, 1°, van de wet van 26 januari 2018 betreffende de postdiensten, dat dezelfde vereisten bevat.

⁴⁹ Naar de toekomst toe zou bpost plannen hebben om het aantal rode brievenbussen sterk te laten dalen: <https://www.tijd.be/ondernemen/logistiek/bpost-schrapt-tot-30-procent-van-de-13-000-brievenbussen/10026275.html>

Figuur 44: aantal toegangspunten in het kader van de universeledienstverlening⁵⁰



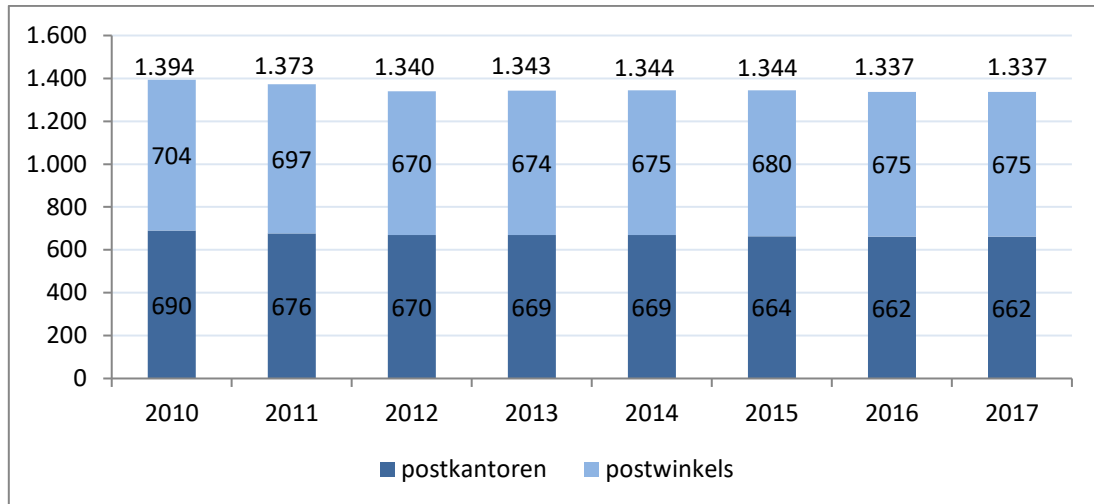
Bron: BIPT

5.2.2 Postale-servicepunten

In 2017 verstrekte de aanbieder van de universele postdienst (AUPD) postdiensten via 1.337 servicepunten (postkantoren of postwinkels) die gespreid zijn over het gehele Belgische grondgebied. Dit is exact hetzelfde aantal als in 2016. Ten opzichte van 2010 is er echter sprake van een duidelijke terugval met 57 servicepunten, waarvan 29 postkantoren en 28 postwinkels. Maar met 1.337 postale servicepunten en meer specifiek 662 postkantoren zit bpost nog steeds boven de eerder aangehaalde vereisten.

⁵⁰ Het gaat hier enkel om de toegangspunten van de aanbieder van de universele dienst.

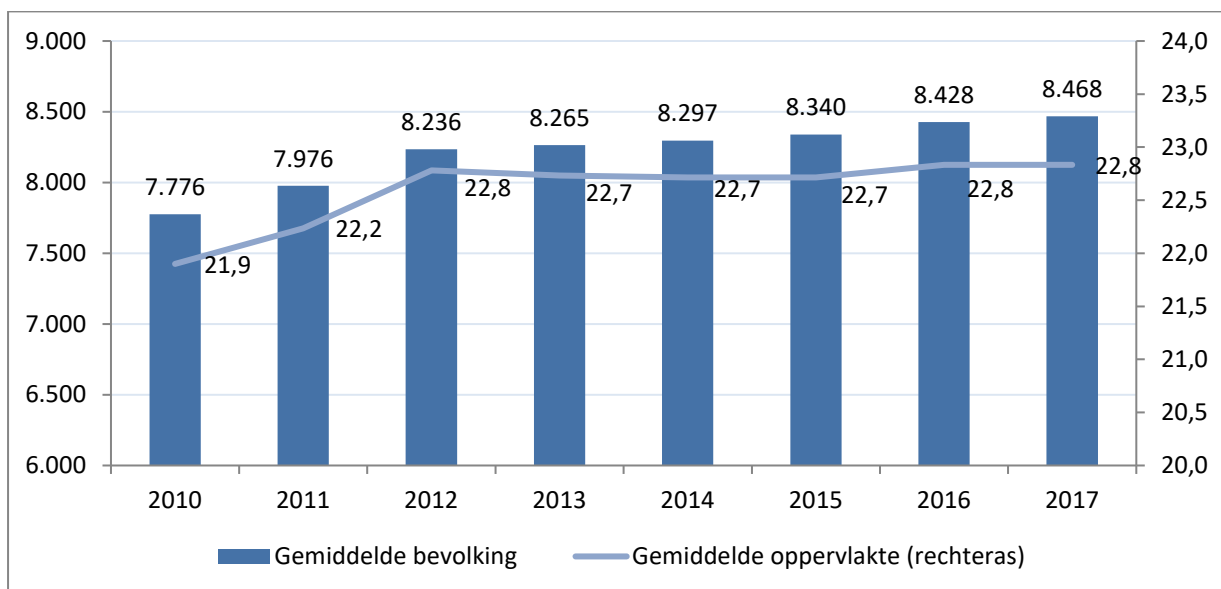
Figuur 45: aantal postale-servicepunten (enkel AUPD)



Bron: BIPT

Door een stijging van de bevolking dient echter een kleiner wordend aantal postale-servicepunten logischerwijze steeds meer personen te bedienen; gemiddeld genomen was er anno 2017 één postale-servicepunt per 8.468 inwoners. Gemiddeld gezien moet elk postale-servicepunt nu 8,9% meer inwoners bedienen dan in 2010 het geval was. Een postale-servicepunt is gemiddeld verantwoordelijk voor de bediening van een gebied van 22,8 km². Bekeken vanuit Europees perspectief⁵¹ zit België steevast in de achterhoede van het Europese peloton aangaande het aantal postale-servicepunten van de universeledienstverlener, en dit zowel afgezet ten opzichte van oppervlakte als inwonersaantallen.

Figuur 46: gemiddelde bevolking (N) en gemiddelde oppervlakte (km²) bediend per postale-servicepunt (enkel AUPD)



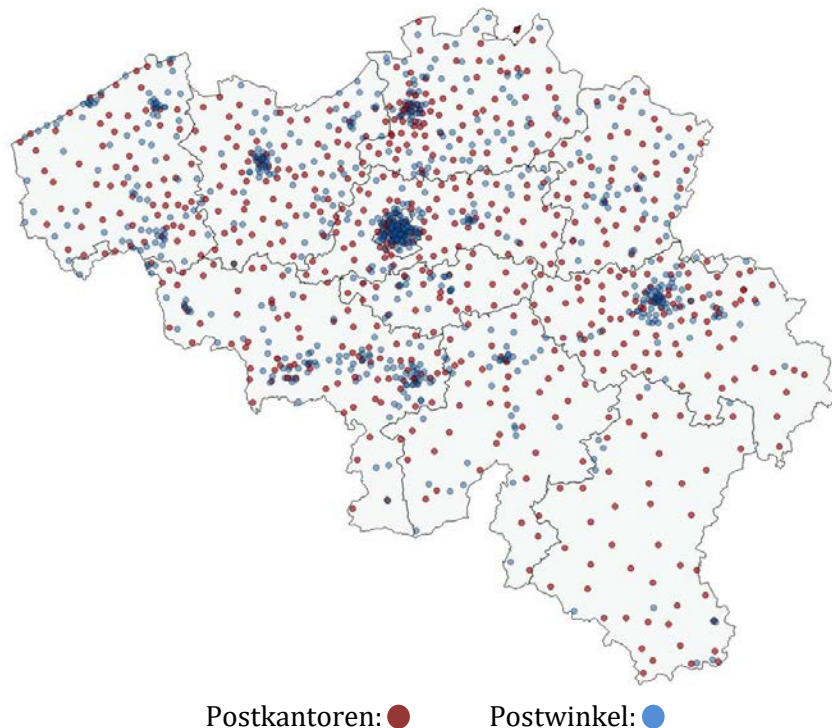
Bron: BIPT

⁵¹ ERGP Report on core indicators for monitoring the European postal market, 15 December 2017

De geografische spreiding van postkantoren en postpunten wordt in detail weergegeven in figuur 46.

Alhoewel beide typen bemande punten ongeveer dezelfde aantallen kennen, is de spreiding ervan héél anders. Meer dan 60% van de postkantoren bevindt zich in semi-stedelijk of landelijk gebied, bij de postpunten daarentegen bevindt bijna 70% zich in zuiver stedelijk gebied. Het belang van postkantoren, en de verplichting van minimaal één kantoor per gemeente, in het kader van sociale cohesie, wordt daardoor duidelijk. Zeker in dunbevolkte regio's zoals de provincie Luxemburg.

Figuur 47: verdeling postale-servicepunten anno 2017 (enkel AUPD)



Bron: BIPT

6 Dienstkwaliteit

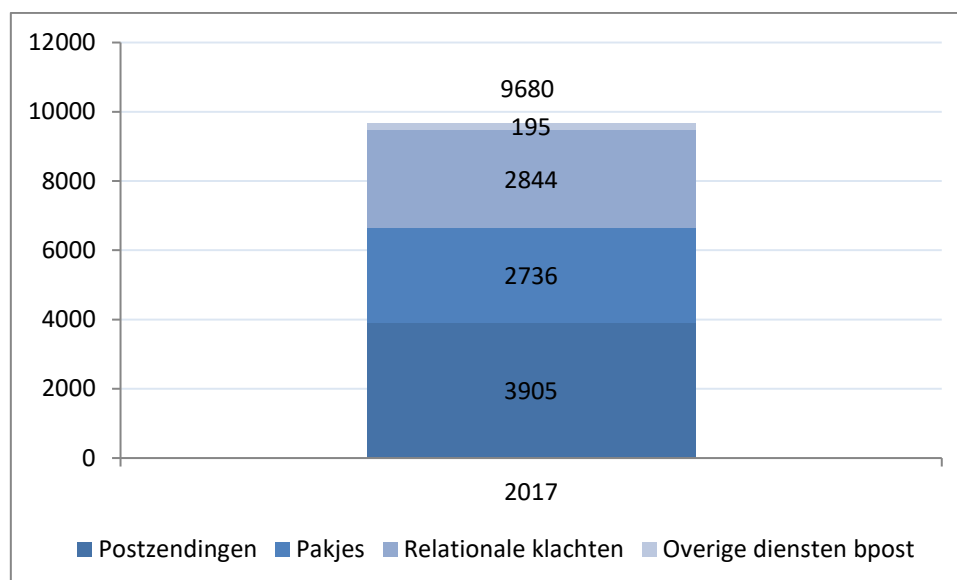
6.1 Tevredenheid van de gebruikers van postdiensten

In 2017 werden 9.860 ontvankelijke klachten ingediend bij de Ombudsdienst voor de postsector.⁵² Van de ingediende klachten hield 40,3% verband met een 'postzending', waarmee de ombudsdienst brieven, facturen, tijdschriften en dagbladen aanduidt. De toename in e-commerce-activiteiten maakt dat reeds 28,3% van de klachten gelinkt was aan de verzending van pakketten. Ongeveer evenveel klachten (29%) waren toe te schrijven aan de relatie tussen operator en klant. In deze gevallen was de klant het niet eens met het verkregen antwoord of de voorgestelde oplossing van de operator in kwestie. De resterende klachten (2%) hebben

⁵² Zie Jaarverslag ombudsdienst voor de postsector 2017.

betrekking op overige diensten van bpost die onder de bevoegdheid van de Ombudsdienst voor de postsector vallen.

Figuur 48: aantal ontvankelijke klachten ingediend bij de Ombudsdienst per onderwerp (2017)



Bron: OMPS

6.2 Verzendingstermijnen van de post

De naleving van de verzendingstermijnen die zijn vastgelegd in het vijfde beheerscontract tussen bpost en de Staat⁵³ wordt jaarlijks gecontroleerd door de regulator aan de hand van een specifieke studie over de dienstkwaliteit⁵⁴. Deze studie (BELEX-studie) werd gelanceerd in 2002 op verzoek en onder toezicht van het BIPT. Ze bestaat in de meting van de werkelijk door bpost gehanteerde termijnen voor verzending en distributie dankzij de verzending van testbrieven. Er dient te worden opgemerkt dat enkel bpost wordt onderworpen aan deze controle. Zijn postale concurrenten hebben geen reglementaire doelstellingen inzake dienstkwaliteit.

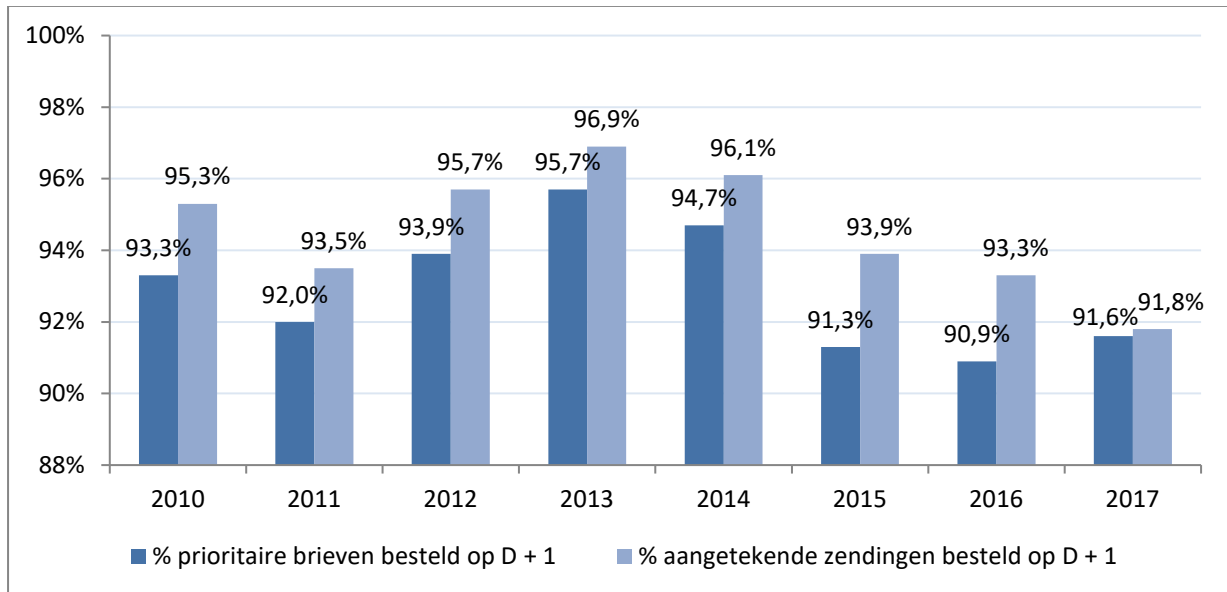
Voor het jaar 2017 werd 91,6 % van de binnenlandse stukpostbriefwisseling gefrankeerd tegen het "Prior"-tarief afgeleverd op D+1 tegenover 90,9 % in 2016. Hiermee behaalt bpost de derde laagste score van de afgelopen 10 jaren (2008 tot en met 2017), en dit ondanks het bestaan van een kwaliteitsbonus binnen het oude price-capmechanisme dat van kracht was tot en met

⁵³ De betreffende artikelen van het 5e beheerscontract zijn immers nog steeds van kracht onder het 6e beheerscontract aangezien artikel 1.1 van het 6e beheerscontract bepaalt dat: "Dit contract (het "Contract") vervangt, vanaf de datum vermeld in Art. 51, het vijfde beheerscontract, zoals goedgekeurd bij koninklijk besluit van 29 mei 2013 (hierna: "het Vijfde Beheerscontract"), met uitzondering van bepalingen van het Vijfde Beheerscontract betreffende de universele dienstverplichting van bpost, dewelke in werking zullen blijven gedurende het resterende deel van de periode waarvoor bpost als aanbieder van de universele dienst werd aangewezen, te weten tot 31 december 2018."

⁵⁴ <http://www.bipt.be/nl/operators/post/universele-en-niet-universele-postdiensten/besluit-van-de-raad-van-het-bipt-van-10-oktober-2016-met-betrekking-tot-de-controle-van-de-verzendingstermijnen-voor-het-jaar-2015>

2017.⁵⁵ Dit heeft als gevolg dat bpost voor het derde opeenvolgende jaar niet voldoet aan de wettelijke kwaliteitsnorm, die sinds 2014 verhoogd is van 90% naar 93%. Wat de aangetekende stukpostzendingen betreft, is 91,8 % van het volume aangetekende stukpostzendingen afgegeven op D+1 in 2017, wat in vergelijking met 2016 (93,3%) overeenstemt met een verdere daling van het percentage zendingen die binnen de termijnen worden afgegeven. In tegenstelling tot de prioritaire stukpostbriefwisseling bestaat er geen wettelijke kwaliteitsnorm voor aangetekende stukpostzendingen.

Figuur 49: percentage Prior-brieven en aangetekende zendingen afgegeven op D+1 (enkel AUPD)



Bron: BIPT

⁵⁵ Zie figuur 19 voor een evolutie van het kleingebruikerstarief van een binnenlandse standaardbrief < 50g.

MEDEDELING VAN DE RAAD VAN HET BIPT VAN 23 NOVEMBER 2018 BETREFFENDE HET
OBSERVATORIUM VAN DE MARKT VOOR POSTACTIVITEITEN IN BELGIË VOOR 2017

Axel Desmedt
Lid van de Raad

Jack Hamande
Lid van de Raad

Luc Vanfleteren
Lid van de Raad

Michel Van Bellinghen
Voorzitter van de Raad