



Institut belge des services postaux
et des télécommunications

**Avis du Conseil de l'IBPT
du 5 juin 2026
concernant les plans d'action 2024 et 2025
de bpost dans le cadre de l'enquête de satisfaction de la
clientèle 2024**

version non confidentielle

TABLE DES MATIÈRES

1. Introduction	3
2. Base légale.....	4
3. Méthode de mesure de la satisfaction de la clientèle	6
3.1. Caractéristiques de l'enquête de satisfaction de la clientèle	6
3.2. Organisation de l'enquête.....	6
3.3. Échelle de l'enquête de satisfaction	6
4. Résultats de l'enquête de satisfaction de la clientèle en 2024	8
4.1. Satisfaction générale de la clientèle	8
4.2. Satisfaction de la clientèle à l'égard de points spécifiques.....	10
4.2.1. Satisfaction à l'égard du temps d'attente aux guichets et dans les points poste.....	11
4.2.2. Satisfaction à l'égard des heures d'ouverture des bureaux de poste et des points poste en dehors des heures normales de bureau	11
4.2.3. Satisfaction à l'égard de l'accessibilité des bureaux de poste/points poste.....	12
4.3. Résumé des résultats.....	13
5. Explications concernant la mise en œuvre du plan d'action 2024 de bpost.....	16
5.1. Plan d'action 2024 de bpost	16
5.2. Avis de l'IBPT concernant la mise en œuvre du plan d'action 2024 de bpost.....	19
6. Plan d'action 2025 de bpost et avis de l'IBPT	20
6.1. Explications concernant la mise en œuvre du plan d'action 2025 de bpost.....	20
6.2. Avis de l'IBPT concernant la mise en œuvre du plan d'action 2025 de bpost.....	20
7. Conclusion générale	23
Annexes.....	25

1. Introduction

1. En vertu de l'article 39¹ du septième contrat de gestion entre l'État et bpost, conclu le 30 juillet 2022, pour une période de 5 ans avec entrée en vigueur le 1^{er} janvier 2022, l'IBPT doit :
 - contrôler la mesure effectuée par bpost de la satisfaction de sa clientèle en 2024 ;
 - émettre un avis sur la façon dont le plan d'action précédent de 2024 a été exécuté ;
 - émettre un avis sur le plan d'action 2025 proposé par bpost pour améliorer ses performances dans le futur.

Le présent avis comprend dès lors : (i) les résultats de l'enquête de satisfaction de la clientèle 2024 (points 22 à 40), (ii) le rapport sur la mise en œuvre du plan d'action 2024 (points 41 à 59) et (iii) du plan d'action 2025 de bpost (points 60 à 72).

2. Le présent avis de l'IBPT se fonde sur deux documents, à savoir : la présentation de bpost concernant la satisfaction de la clientèle, faite à l'IBPT le 24 avril 2025 ainsi que le document transmis le 23 mai 2025 par bpost à l'IBPT et contenant la mesure de la satisfaction en 2024, l'analyse des résultats du plan d'amélioration 2024 et le plan d'amélioration pour 2025.
3. Le 12 mars 2026, le Conseil de l'IBPT a approuvé le présent projet d'avis et l'a transmis à bpost pour consultation et indication éventuelle de passages à considérer comme confidentiels. La période de consultation pour bpost s'étendait du 12 mars 2026 au 11 avril 2026. Le 30 mars 2026, bpost a réagi au projet d'avis.

¹ Arrêté royal du 30 juillet 2022 approuvant le septième contrat de gestion entre l'État et la société anonyme de droit public bpost pour la période 2016-2026, M.B. 5 septembre 2022). Article 39 du septième contrat de gestion :

« bpost effectue régulièrement, et au moins une fois par an, sous le contrôle de l'IBPT, une mesure de la satisfaction de la clientèle concernant l'exécution de ses missions de service public. Les résultats de cette mesure sont soumis annuellement à l'IBPT. Cette évaluation comprend, entre autres, la satisfaction du client vis-à-vis des différents points de service postal, par rapport au temps d'attente au guichet, à la proximité, aux heures d'ouverture, à la vitesse du service au guichet.

Tous les ans, bpost soumet à l'État un plan d'action portant sur les points qui, selon les résultats mesurés, sont susceptibles d'être améliorés. bpost soumettra également tous les ans à l'État un rapport sur l'exécution de ce plan. bpost soumet ces deux rapports pour avis à l'IBPT avant de les transmettre à l'État. Les obligations imposées à bpost dans le présent paragraphe portent sur des activités qui concernent le petit utilisateur. »

Le septième contrat de gestion est applicable du 1^{er} janvier 2022 au 31 décembre 2026. L'enquête de satisfaction de la clientèle 2024 se réfère aux enquêtes réalisées au cours de l'année 2024. Le septième contrat de gestion s'applique donc à l'enquête de satisfaction de la clientèle de 2024.

2. Base légale

4. L'IBPT est chargé, en vertu de l'article 14, § 1^{er}, 6^o, de la loi du 17 janvier 2003 relative au statut de l'IBPT, d'une mission générale de contrôle du respect du septième contrat de gestion entre l'État et bpost.²
5. Comme indiqué ci-dessus, l'article 39 du septième contrat de gestion prévoit :
 - le contrôle par l'IBPT de la mesure de la satisfaction par bpost de la clientèle de bpost quant à la qualité des missions de service public fournies par bpost et la publication des résultats de cette enquête de satisfaction ;
 - un avis de l'IBPT sur les plans d'action de bpost (et leur mise en œuvre).
6. Conformément à l'article 10.2 du septième contrat de gestion, le réseau de détail de bpost comprend au moins 1 300 points de service postal.
7. Conformément à l'article 10.4 du septième contrat de gestion, bpost doit garantir une présence postale d'au moins 650 bureaux de poste.
8. En outre, conformément à l'article 12.2 du septième contrat de gestion, bpost doit s'assurer que les bureaux de poste sont ouverts au moins quelques heures par semaine en dehors des heures de bureau également. Les besoins des clients en termes d'heures d'ouverture feront partie de la mesure de la satisfaction de la clientèle prévue à l'article 39.
9. L'article 13.1 du septième contrat de gestion impose à bpost l'obligation de proposer un point de service postal offrant un assortiment de base dans un rayon de 5 kilomètres pour au moins 95 % de la population et dans un rayon de 10 kilomètres pour 98 % de la population.³
10. L'article 14.1 du septième contrat de gestion oblige bpost à améliorer l'accès à ses points de service postal (bureaux) pour les personnes à mobilité réduite.
11. Conformément à l'article 14.1 du septième contrat de gestion, bpost s'engage à améliorer l'accès aux bureaux de poste pour les moins valides afin de réduire la proportion de bureaux de poste difficilement accessibles à 7 % d'ici 2026.
12. L'article 19.1 du septième contrat de gestion prévoit que bpost prendra les mesures appropriées afin de diminuer le temps d'attente aux guichets.
13. Conformément à l'article 19.2 du septième contrat de gestion, le temps d'attente pour au moins 80 % de la clientèle doit être inférieur à cinq minutes.
14. En vertu de l'article 14, § 1^{er}, 1^o, de la loi du 17 janvier 2003 relative au statut du régulateur des secteurs des postes et des télécommunications belges, l'IBPT a pour mission :

« [...] »

² L'article 14, § 1^{er}, 6^o, de la loi du 17 janvier 2003 relative au statut du régulateur des secteurs des postes et des télécommunications belges prévoit ce qui suit : « *L'Institut est chargé de contrôler l'exécution de toutes les missions de service public qui sont attribuées par l'État dans le secteur postal et dans le secteur des communications électroniques. L'Institut informe tant le Ministre en charge du Secteur postal que le Ministre en charge des Entreprises publiques de l'exécution du contrat de gestion.* »

³ L'IBPT a lancé en 2024 un audit spécifique concernant les méthodes de mesure appliquées par bpost en rapport avec cette obligation.

1° la formulation d'avis d'initiative, dans les cas prévus par les lois et arrêtés ou à la demande du ministre ou de la Chambre des représentants. »

3. Méthode de mesure de la satisfaction de la clientèle

15. Depuis 2008, l'enquête de satisfaction de la clientèle est réalisée sur la base d'entretiens téléphoniques.
16. Les aspects relatifs à la qualité contenus dans le septième contrat de gestion concernent essentiellement les utilisateurs particuliers et les petits utilisateurs professionnels, tels que les indépendants, les professions libérales et les entreprises de moins de cinq salariés. Ce sont les résultats obtenus auprès de ces groupes-cibles que l'on trouve dans le rapport de bpost.

3.1. Caractéristiques de l'enquête de satisfaction de la clientèle

17. L'enquête de satisfaction de la clientèle de bpost présente les caractéristiques suivantes :
 - les entretiens ont été réalisés par un bureau d'étude indépendant (Ipsos) ;
 - il s'agit d'une mesure continue d'environ 400 entretiens par mois tant auprès des particuliers qu'auprès des entreprises au sens large ;
 - à partir d'un échantillon aléatoire ;
 - basée sur des entretiens téléphoniques par des professionnels selon la méthode « CATI » (Computer Assisted Telephone Interview) ;
 - la méthodologie des années précédentes a été conservée.

3.2. Organisation de l'enquête

18. L'enquête mesure la satisfaction de deux groupes-cibles : d'une part, les particuliers (2 399 clients résidentiels interrogés en 2024) et, d'autre part, les clients non résidentiels au sens large (2 414 clients non résidentiels en 2024), parmi lesquels 1 209 indépendants, professions libérales et petites entreprises de moins de cinq salariés. Dans le présent avis concernant la mesure de satisfaction de la clientèle de bpost de 2024, il a été uniquement tenu compte des résultats des particuliers, des indépendants, des professions libérales et des petites entreprises de moins de cinq salariés.

3.3. Échelle de l'enquête de satisfaction

19. Les personnes interrogées ont répondu sur la base d'une échelle à 7 points :

- | | | |
|-----|------------------------------|------------------------|
| - 7 | très satisfait | } = satisfait |
| - 6 | satisfait | |
| - 5 | plutôt satisfait | |
| - 4 | ni satisfait, ni insatisfait | } = insatisfait |
| - 3 | plutôt insatisfait | |
| - 2 | insatisfait | |
| - 1 | très insatisfait | |

20. Dans le contexte du calcul de la satisfaction vis-à-vis de bpost, les clients attribuant un score de 6 ou 7 sont considérés comme des « clients satisfaits » (= TOP 2 %). Les « clients insatisfaits » comprennent les clients « plutôt insatisfaits », les clients « insatisfaits » et les clients « très insatisfaits » (= BOT 3 %). Les rapports de bpost jusqu'en 2017 inclus étaient basés sur le « top 3 % » (scores de 5, 6 ou 7). Depuis le rapport de bpost pour l'année 2018, les clients satisfaits sont basés sur le « TOP 2 % » (scores de 6 ou 7). Depuis 2023, la question ouverte « Pourquoi avez-vous attribué ce score ? » est posée aux répondants ayant attribué le score de 1 ou 2 (à savoir : (très) insatisfait) ou le score de 6 ou 7 (à savoir : (très) satisfait) pour les bureaux de poste, les points poste, l'envoi ou la réception d'envois recommandés, l'envoi ou la réception de colis (inter)nationaux, le facteur ou le site Internet afin d'avoir une idée plus précise de la satisfaction (l'insatisfaction) à l'égard de ces produits ou services.
21. Cet élément doit être pris en considération pour l'interprétation des résultats. Le score de satisfaction ne correspond en effet pas à la moyenne du score donné par chaque répondant pour chaque aspect du service postal, mais à la part des répondants ayant indiqué être « satisfaits » ou « très satisfaits ».

4. Résultats de l'enquête de satisfaction de la clientèle en 2024

22. Dans un premier temps, l'on mesure la satisfaction générale de la clientèle. L'on mesure ensuite la satisfaction plus spécifique de la clientèle (concernant le temps d'attente, les heures d'ouverture et l'accessibilité).

4.1. Satisfaction générale de la clientèle

23. La satisfaction est mesurée de façon globale selon un certain nombre de thèmes précis :

- la satisfaction générale ;
- l'envoi de courrier en Belgique ;
- le facteur ;
- l'envoi de colis en Belgique ;
- l'envoi de colis à l'étranger ;
- la livraison du journal à temps ;
- la communication d'informations ;
- le bureau de poste ;
- le point poste.

24. Le présent document utilise des codes de couleur pour les scores de satisfaction afin de maximiser la lisibilité. Les codes de couleur ont été attribués sur la base des critères suivants :

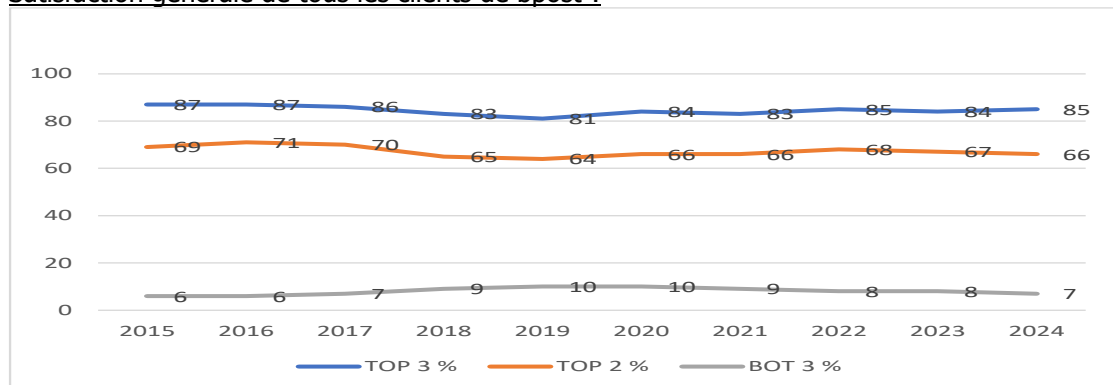
Score	Code de couleur
80 à 89	
70 à 79	
60 à 69	
50 à 59	
40 à 49	

	Particuliers										Entreprises									
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
% satisfaction (score 6 - 7)																				
Satisfaction générale de la clientèle	73	74	72	71	71	73	71	71	72	70	70	69	73	67	63	65	66	68	65	64
L'envoi de courrier en Belgique	72	71	69	67	62	56	54	53	61	63	70	69	71	64	60	56	58	57	56	60
Le facteur	75	74	73	74	74	77	79	78	80	79	70	73	70	70	74	75	78	78	80	78
L'envoi de colis en Belgique	80	79	77	79	74	78	75	77	80	80	72	73	75	68	68	67	72	70	78	79
L'envoi de colis à l'étranger	72	69	68	72	67	64	72	69	71	72	65	74	66	60	59	54	72	58	66	65
La livraison du journal à temps	88	81	87	87	83	83	82	81	81		82	78	84	78	80	83	81	82	77	
La communication d'informations	61	60	59	58	52	57	55	57	58	60	54	53	55	54	53	55	55	53	53	55
Le bureau de poste	78	78	75	76	75	79	79	77	76	77	68	71	70	71	69	74	77	72	74	76
Le point poste	79	80	75	79	75	78	76	74	80	80	68	69	76	74	74	74	77	72	76	85

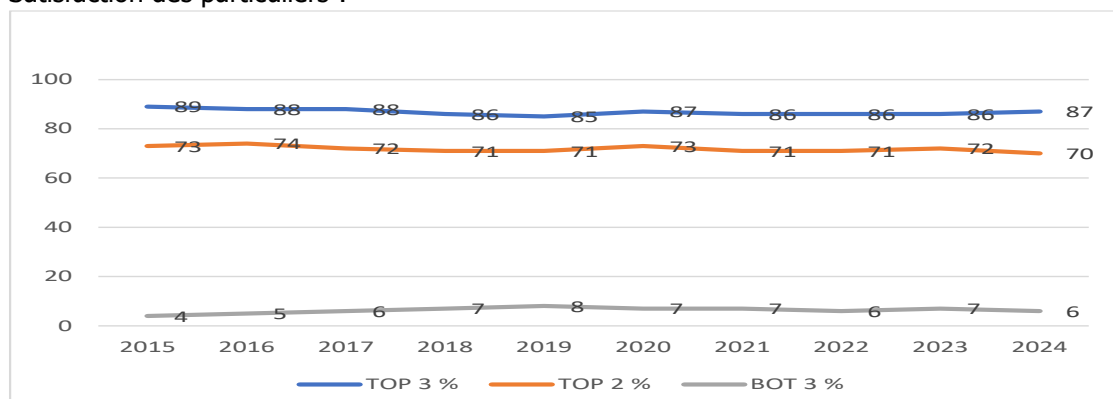
TABLEAU 1 : ENQUÊTE DE SATISFACTION GÉNÉRALE

25. Comme le montre le tableau ci-dessus, la satisfaction générale en 2024 a diminué de deux points de pourcentage pour s'établir à 70 % chez les particuliers et d'un point de pourcentage pour s'établir à 64 % en ce qui concerne les petites entreprises. Le score de 70 % est le pire score de ces dix dernières années pour les particuliers. Le score de 64 % est le deuxième plus mauvais score de ces dix dernières années pour les petites entreprises. Concernant les particuliers, quatre sous-catégories ont enregistré une amélioration, deux sont restées inchangées et une sous-catégorie s'est détériorée par rapport à 2023. Concernant les petites entreprises, cinq sous-catégories ont enregistré une amélioration et deux se sont détériorées par rapport à 2023. Le score de la satisfaction générale de la clientèle est déterminé par la question posée au début de l'entretien, à savoir « Quel est votre degré de satisfaction général vis-à-vis de bpost ? ». Ensuite, d'autres questions relatives à la satisfaction sur différents thèmes sont posées dans le questionnaire. La satisfaction générale de la clientèle chez les particuliers est restée relativement stable ces dernières années. En 2024, la sous-catégorie de la livraison du journal à temps n'a plus été reprise dans l'enquête de satisfaction de la clientèle.
26. En ce qui concerne les particuliers, aucun changement majeur n'a été constaté dans les sous-catégories en 2024. Les résultats par sous-catégorie varient avec une diminution maximale d'un point de pourcentage ou une augmentation de deux points de pourcentage. Pour ce qui est des petites entreprises, les principaux changements concernent une augmentation considérable de neuf points de pourcentage pour les points poste et de quatre points de pourcentage pour l'envoi de courrier en Belgique. Les cinq autres sous-catégories fluctuent entre une augmentation ou une diminution maximale de deux points de pourcentage.
27. L'évolution de la satisfaction générale de la clientèle de bpost est illustrée à la figure 1.

Satisfaction générale de tous les clients de bpost :



Satisfaction des particuliers :



Satisfaction des petites entreprises :

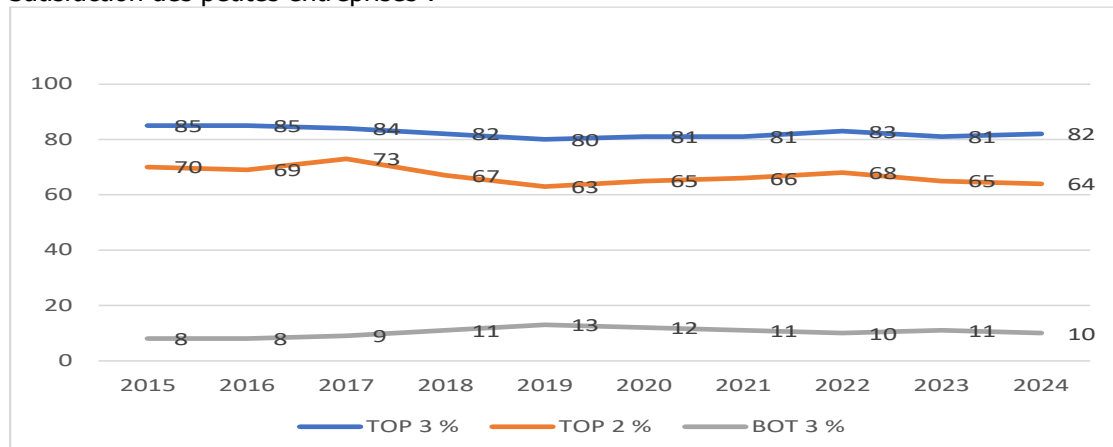


FIGURE 1 : ÉVOLUTION DE LA SATISFACTION GÉNÉRALE DE LA CLIENTÈLE (EN %)

28. La satisfaction générale de la clientèle (« TOP 2 % ») au niveau (1) des particuliers, (2) des petites entreprises et (3) des grandes entreprises combinés a diminué d'un point de pourcentage pour s'établir à 66 % en 2024. La satisfaction a diminué de deux points de pourcentage chez les particuliers pour s'établir à 70 % et d'un point de pourcentage auprès des petites entreprises pour s'établir à 64 %. Le graphique supérieur de la figure 1 montre l'évolution historique des particuliers, des petites et des grandes entreprises. En 2024, l'insatisfaction générale (« BOT 3 % ») tant pour les particuliers que pour les petites entreprises s'est améliorée d'un point de pourcentage pour atteindre respectivement 6 % et 10 %.

4.2. Satisfaction de la clientèle à l'égard de points spécifiques

29. Pour les points spécifiques (les heures d'ouverture des bureaux de poste, l'accessibilité aux personnes handicapées et le temps d'attente aux guichets) visés aux articles 12.1, 12.2, 12.3, 14.1, 14.2, 19.1 et 19.2 du septième contrat de gestion, cette enquête générale a mesuré les éléments suivants :

- le temps d'attente aux guichets et dans les points poste (voir point 4.2.1) ;
- les heures d'ouverture des bureaux de poste et des points poste en dehors des heures normales de bureau (voir point 4.2.2) ;
- l'accessibilité des bureaux de poste et des points poste notamment aux personnes à mobilité réduite (voir point 4.2.3)⁴.

⁴ Un point de service postal est un bureau de poste ou un point poste. Par « bureau de poste », on entend un point de service postal exploité par bpost qui propose au client au moins l'assortiment complet de services. Par « point poste », on entend un point de service postal exploité par un tiers, où celui-ci exécute les services publics dont bpost lui a confié l'exécution (au nom et pour le compte de bpost). Par « guichet », on entend un guichet d'un bureau de poste.

4.2.1. Satisfaction à l'égard du temps d'attente aux guichets et dans les points poste

30. En 2024, la satisfaction des petites entreprises à l'égard du temps d'attente avant d'être servi dans les points poste a augmenté de cinq points de pourcentage pour atteindre 77 % et une augmentation de quatre points de pourcentage a été enregistrée à l'égard du temps d'attente dans les bureaux de poste. La satisfaction des particuliers à l'égard du temps d'attente avant d'être servi dans les bureaux de poste a diminué de deux points de pourcentage pour s'établir à 62 % et reste inchangée en ce qui concerne le temps d'attente dans les points poste.

	Particuliers										Entreprises									
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
% satisfaction (score 6 - 7)																				
Temps d'attente avant d'être servi au bureau de poste	58	61	55	57	59	60	61	61	64	62	53	47	50	49	46	50	52	60	55	59
Temps d'attente avant d'être servi au point poste	61	69	63	69	65	69	66	69	71	71	64	59	67	65	66	65	69	69	72	77

TABLEAU 2 : SATISFACTION À L'ÉGARD DU TEMPS D'ATTENTE AUX GUICHETS POSTAUX ET DANS LES POINTS POSTE

31. Afin de diminuer le temps d'attente aux guichets, bpost a introduit en 2011 un système de mesure spécifique appelé « Waiting Queue » qui lui permet de mesurer le temps d'attente via un système de tickets. [CONFIDENTIEL]

32. Le tableau 3 reprend les résultats des mesures internes de bpost. Les résultats de bpost pour 2024 indiquent que dans 84,9 % des cas, les clients doivent attendre moins de 5 minutes. Le score concernant le temps d'attente dans les bureaux de poste en 2024 est le deuxième plus mauvais score de ces dix dernières années.

Délai moyen d'attente dans le bureau de poste	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
< 5'	85,40%	82,40%	85,20%	86,90%	89,20%	91,90%	92,40%	91,30%	89,70%	84,90%
5'-10'	10,40%	11,20%	10,10%	8,80%	7,80%	6,00%	/	/	/	/
> 10'	4,20%	6,40%	4,70%	4,30%	3,10%	2,10%	/	/	/	/

TABLEAU 3 : TEMPS D'ATTENTE AUX GUICHETS POSTAUX⁵

4.2.2. Satisfaction à l'égard des heures d'ouverture des bureaux de poste et des points poste en dehors des heures normales de bureau

33. En 2024, la satisfaction à l'égard des heures d'ouverture des bureaux de poste a augmenté d'un point de pourcentage pour atteindre 48 % chez les particuliers et a diminué de trois points de pourcentage pour s'établir à 50 % en ce qui concerne les petites entreprises. La satisfaction à l'égard des heures d'ouverture des points poste a diminué de deux points de pourcentage chez les particuliers et a augmenté de trois points de pourcentage en ce qui concerne les petites entreprises. Elle s'élève à respectivement 70 % et 79 % en 2024. La satisfaction à l'égard des heures d'ouverture des points poste est considérablement plus élevée que celle liée aux heures d'ouverture des bureaux de poste, et ce, tant chez les particuliers qu'auprès des petites entreprises.

⁵ Source bpost (données non vérifiées).

	Particuliers												Entreprises											
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024				
% satisfaction (score 6 - 7)																								
Heures d'ouverture des bureaux de poste	55	52	50	55	50	54	51	48	47	48	52	45	50	41	46	53	45	51	53	50				
Heures d'ouverture des points poste	70	72	73	74	72	72	72	71	72	70	75	69	74	71	75	73	73	74	76	79				

TABLEAU 4 : SATISFACTION À L'ÉGARD DES HEURES D'OUVERTURE DES BUREAUX DE POSTE ET DES POINTS POSTE EN DEHORS DES HEURES NORMALES DE BUREAU

34. Le tableau 5 montre les heures d'ouverture par semaine, les heures d'ouverture après 17 heures et les heures d'ouverture le samedi des « points de service postal ».

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Nombre de points de service postal et heures d'ouverture de ceux-ci										
Nombre total de points de service postal	1342	1337	1336	1335	1320	1311	1314	1316	1320	1320
Heures d'ouverture par semaine (total)	65478	63310	63953	64309	63418	62283	61883	63118	62372	65536
Nombre moyen d'heures d'ouverture par semaine	48,65	47,2	47,7	47,85	48,04	47,51	47,10	47,96	47,25	49,65
Nombre de points de service postal ouverts après 17h	1328	1315	1316	1309	1291	1268	1268	1278	1271	1274
Nombre de points de service postal ouverts le samedi	1142	1199	1200	1201	1186	1171	1174	1174	1174	1186

TABLEAU 5 : NOMBRE TOTAL DE POINTS DE VENTE ET HEURES D'OUVERTURE⁶

35. Le réseau de détail de bpost est constitué de « points de service postal » qui peuvent être un bureau de poste, une halte postale ou un magasin postal. Sur la base du tableau ci-dessus, l'on peut constater que le nombre de points de service postal a légèrement diminué depuis 2015.
36. En outre, il convient de souligner que la plupart des points de service postal en 2007 étaient des bureaux de poste, alors qu'aujourd'hui environ la moitié d'entre eux sont des points poste.⁷ En 2024, 96,5 % des points de service postal étaient ouverts après 17h (contre 66,8 % en 2014) et 89,8 % étaient ouverts le samedi.
37. Le nombre d'heures d'ouverture par semaine et la moyenne hebdomadaire des heures d'ouverture a augmenté de 5 % en 2024.

4.2.3. Satisfaction à l'égard de l'accessibilité des bureaux de poste/points poste

38. En 2024, la satisfaction des particuliers a augmenté de deux points de pourcentage à l'égard de l'accessibilité des bureaux de poste pour atteindre 56 %, a connu une diminution de deux points de pourcentage pour s'établir à 72 % à l'égard de la proximité d'un bureau de poste et a diminué d'un point de pourcentage pour s'établir à 79 % à l'égard de la proximité d'un point poste. En ce qui concerne les petites entreprises, la satisfaction a diminué, en 2024, de deux points de pourcentage pour s'établir à 53 % à l'égard de l'accessibilité du bureau de poste, est restée inchangée à 70 % à l'égard de la proximité du bureau de poste et a enregistré une hausse significative de cinq points de pourcentage pour atteindre 81 % à l'égard de la proximité d'un point poste.

⁶ Source bpost (données non vérifiées).

⁷ Voir également à ce sujet le tableau 7.

	Particuliers										Entreprises										
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	
% satisfaction (score de 6 ou 7)																					
Accessibilité (notamment aux personnes handicapées)	56	62	60	58	54	60	60	60	54	56	57	56	57	50	53	53	56	59	55	53	53
La proximité d'un bureau de poste	68	67	65	67	67	72	73	66	74	72	64	63	66	62	64	67	67	64	70	70	70
La proximité d'un point poste	71	75	75	74	73	76	75	76	80	79	69	71	76	72	73	72	75	70	76	81	81

TABLEAU 6 : ACCESSIBILITÉ DES BUREAUX DE POSTE/POINTS POSTE

39. Les détails concernant le nombre de « points de service postal » ainsi que la répartition en nombre de bureaux de poste et de points poste figurent dans le tableau ci-après. En 2024, le nombre de bureaux de poste est resté inchangé par rapport à 2023 avec 656 unités, tout comme le nombre de points poste, avec 664 unités. Le réseau de détail en 2024 est quant à lui composé de 1 320 points de service postal. L'exigence minimale de 1 300 points de service postal prévue à l'article 10.2 du septième contrat de gestion est donc respectée.

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Bureaux de poste	664	662	662	661	658	657	657	657	656	656
Points poste	678	675	674	674	662	654	657	659	664	664
Total	1342	1337	1336	1335	1320	1311	1314	1316	1320	1320

TABLEAU 7 : ÉVOLUTION ET RÉPARTITION DES « POINTS DE SERVICE POSTAL »

4.3. Résumé des résultats

40. Conformément aux dispositions de l'article 39 du septième contrat de gestion, l'IBPT constate que bpost a bien procédé en 2024 à la mesure de quatre indices de satisfaction, à savoir un indice de satisfaction générale, un indice concernant le temps d'attente aux guichets, un indice pour les heures d'ouverture des bureaux et des points poste et un indice concernant l'accessibilité des bureaux et points poste pour les personnes à mobilité réduite.

Il ressort des résultats de la mesure de la satisfaction générale de la clientèle de 2024 que la satisfaction générale a diminué de deux points de pourcentage chez les particuliers et d'un point de pourcentage auprès des petites entreprises pour s'établir respectivement à 70 % et 64 %. Le score de 70 % en 2024 est le pire score de ces dix dernières années en ce qui concerne la satisfaction générale de la clientèle chez les particuliers. Le score de 65 % en 2024 est le deuxième score le plus bas de ces dix dernières années en ce qui concerne la satisfaction générale de la clientèle chez les petites entreprises.

Les meilleurs scores pour les particuliers concernent :		Les scores les plus faibles pour les particuliers concernent:	
la convivialité dans le bureau de poste	82	les horaires d'ouverture du bureau de poste	48
la satisfaction générale dans le point poste	80	la satisfaction générale concernant la réception du courrier recom	56
la satisfaction générale concernant l'expédition des colis	80	l'accessibilité du bureau de poste	56
la proximité du point poste	79	satisfaction générale du service clientèle	57
la convivialité dans le point poste	79	la satisfaction générale à l'égard de l'information	60
la satisfaction générale envers le facteur	79	les temps d'attente dans le bureau de poste	62
Les meilleurs scores pour les petites entreprises concernent :		Les scores les plus faibles pour les petites entreprises concernent:	
la satisfaction générale concernant le point poste	85	satisfaction générale du service clientèle	46
la convivialité du point poste	85	les horaires d'ouverture du bureau de poste	50
la proximité du point poste	81	l'accessibilité du bureau de poste	53
les horaires d'ouverture du point poste	79	satisfaction de la réception du courrier recommandé	54
la rapidité du service dans le point poste	79	la satisfaction générale à l'égard de l'information	55
la satisfaction globale liée à l'envoi des colis	79	la livraison nationale du courrier à temps	57

Selon les mesures internes de bpost, 84,9 % des clients des guichets des bureaux de poste ont été servis en moins de cinq minutes en 2024. Il s'agit du deuxième plus mauvais score de ces dix dernières années. Le nombre moyen d'heures d'ouverture par semaine des points de service postal s'élevait à près de 49,7 en 2024. Il s'agit du nombre d'heures d'ouverture par semaine le plus élevé de ces dix dernières années. La satisfaction relative aux heures d'ouverture des points poste tant chez les particuliers (en moyenne environ 15 points de pourcentage de plus) que chez les petites entreprises (en moyenne environ 20 points de pourcentage de plus) est systématiquement beaucoup plus élevée que la satisfaction relative aux heures d'ouverture des bureaux de poste pour la période de 2015 à 2024. En 2024, le nombre moyen d'heures d'ouverture par semaine de tous les points de service postal combinés a augmenté de près de 5 % (celui des bureaux de poste est resté inchangé et celui des points poste a augmenté de 7,7 %). La satisfaction de la clientèle, tant auprès des particuliers que des petites entreprises, concernant les heures d'ouverture des bureaux de poste figurait parmi les plus mauvais scores de tous les éléments individuels évalués dans le cadre de l'enquête de satisfaction ces dix dernières années.

La satisfaction de la clientèle à l'égard de la distribution dans les temps du courrier en Belgique a connu une nouvelle amélioration, de trois points de pourcentage chez les particuliers et de six points de pourcentage en ce qui concerne les petites entreprises, pour atteindre respectivement 64 % et 57 % en 2024. La satisfaction de la clientèle à l'égard de la livraison correcte s'est également améliorée, avec une hausse de deux points de pourcentage chez les particuliers et de six points de pourcentage en ce qui concerne les petites entreprises, pour atteindre respectivement 71 % et 63 % en 2024.

La satisfaction à l'égard de l'envoi de recommandés a diminué d'un point de pourcentage chez les particuliers et a connu une hausse significative de trois points de pourcentage en ce qui concerne les petites entreprises, et s'élève à respectivement 66 % et 65 % en 2024. La satisfaction à l'égard de la réception des envois recommandés a augmenté d'un point de pourcentage chez les particuliers et de trois points de pourcentage en ce qui concerne les petites entreprises, et s'élève à respectivement 56 % et 54 % en 2024. La satisfaction à l'égard de l'envoi de courrier en Belgique a augmenté de deux points de pourcentage chez les particuliers et de quatre points de pourcentage en ce qui concerne les petites entreprises, pour atteindre respectivement 63 % et 60 % en 2024.

En ce qui concerne les petites entreprises, neuf des aspects étudiés pour le segment TOP 2 % affichent une amélioration d'au moins quatre points de pourcentage, à savoir le temps d'attente dans les bureaux de poste, les points poste en général, le temps d'attente dans les points poste, la proximité d'un point poste, la distribution nationale du courrier en général, la distribution dans les temps du courrier national, la distribution nationale correcte du courrier, l'envoi de recommandés et la réception de colis. En ce qui concerne les particuliers, un des aspects étudiés affiche une amélioration d'au moins quatre points de pourcentage, à savoir le site Internet en général. Aucun aspect n'a enregistré une baisse de la satisfaction de la clientèle d'au moins quatre points de pourcentage pour le segment TOP 2 %. L'amabilité dans les bureaux de poste et les points poste a été évaluée pour la première fois en 2024. Pour le BOT 3 %, les principaux changements sont une baisse de cinq points de pourcentage de la satisfaction générale pour les colis internationaux pour s'établir à 10 % en ce qui concerne les petites entreprises, une amélioration de quatre points de pourcentage de la satisfaction générale en ce qui concerne l'envoi de colis pour atteindre 2 % auprès des petites entreprises et une détérioration de quatre points de pourcentage de la satisfaction générale pour la réception d'envois recommandés pour s'établir à 14 % chez les particuliers.

À partir de 2019, la satisfaction à l'égard du service clientèle a de nouveau été analysée après l'absence de cet élément au cours des années 2017 et 2018. L'insatisfaction (BOT 3 %) à l'égard du service clientèle a augmenté en 2024 de quatre points de pourcentage pour atteindre 20 % chez les particuliers et s'est améliorée d'un point de pourcentage pour atteindre 19 % en ce qui concerne les petites entreprises. On constate une augmentation significative de la satisfaction de la clientèle auprès des petites entreprises concernant l'envoi de recommandés (+ dix points de pourcentage pour atteindre 65 %), pour les points poste en général (+ neuf points de pourcentage pour atteindre 85 %), la distribution dans les temps du courrier national (+ six points de pourcentage pour atteindre 57 %), la distribution nationale correcte du courrier (+ six points de pourcentage pour atteindre 63 %) et la réception de colis (+ cinq points de pourcentage pour atteindre 79 %). Les éléments concernant lesquels les particuliers et les petites entreprises sont globalement les plus satisfaits sont les suivants : (i) les points poste en général, (ii) l'amabilité dans les points poste, (iii) la proximité d'un point poste, (iv) l'amabilité dans les bureaux de poste, (v) l'envoi de colis en général, (vi) le facteur et (vii) la réception de colis. Les éléments concernant lesquels les particuliers et les petites entreprises sont globalement les moins satisfaits sont les suivants : (i) le service clientèle, (ii) les heures d'ouverture des bureaux de poste, (iii) la réception d'envois recommandés, (iv) l'accessibilité des bureaux de poste, (v) la distribution dans les temps du courrier national, (vi) les colis internationaux et (vii) la distribution correcte du courrier national.

5. Explications concernant la mise en œuvre du plan d'action 2024 de bpost

41. L'approche visant à améliorer la satisfaction de la clientèle chez bpost s'articule autour de quatre axes :
1. la voix du client ;
 2. les produits et processus ;
 3. les points de contact avec les clients ;
 4. le personnel et le changement.
42. Une synthèse du rapport de bpost concernant la mise en œuvre du plan d'action 2024 est reprise à l'annexe 2. Les explications fournies par l'IBPT concernant la mise en œuvre du plan d'action 2024 et l'avis de l'IBPT figurent ci-après aux points 43 à 58.

5.1. Plan d'action 2024 de bpost

43. En ce qui concerne la rubrique « **la voix du client** », bpost a pris diverses mesures en 2024. Celles-ci sont examinées aux points 22 à 40. bpost recueille la voix du client via (i) la mesure de la satisfaction générale, (ii) les études de satisfaction transactionnelles, (iii) les centres de contact et (iv) les médias sociaux.
44. En ce qui concerne la rubrique « **processus et produits** », bpost a pris les initiatives suivantes en 2024 pour (i) les processus de tri et de distribution et (ii) les produits.
45. La part des clients les plus satisfaits (TOP 2 %) en ce qui concerne la distribution correcte en 2024 a augmenté de deux points de pourcentage pour atteindre 71 % chez les particuliers et de pas moins de six points de pourcentage pour atteindre 63 % en ce qui concerne les petites entreprises. En 2024, la part des clients les moins satisfaits (BOT 3 %) concernant la distribution correcte est restée inchangée à 7 % chez les particuliers et a augmenté de trois points de pourcentage pour atteindre 9 % en ce qui concerne les petites entreprises. La satisfaction à l'égard de la livraison dans les temps en 2024 a augmenté de trois points de pourcentage pour atteindre 64 % chez les particuliers et de pas moins de six points de pourcentage pour atteindre 57 % en ce qui concerne les petites entreprises.

	Particuliers										Entreprises									
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
% satisfaction (score de 6 ou 7)																				
Distribution correcte par le facteur	75	74	73	74	74	77	79	78	80	79	70	73	70	70	74	75	78	78	80	78
Réception des journaux et périodiques	88	81	87	87	83	83	82	81	81		82	78	84	78	80	83	81	82	77	

TABLEAU 8 : SATISFACTION À L'ÉGARD DE LA QUALITÉ DE LA DISTRIBUTION

46. En 2024, la satisfaction de la clientèle chez les particuliers les plus satisfaits (TOP 2 %) à l'égard du facteur a diminué d'un point de pourcentage pour s'établir à 79 % et le score des petites entreprises à l'égard du facteur a lui aussi baissé de deux points de pourcentage pour s'établir à 78 %. En 2024, le sous-aspect concernant la satisfaction à l'égard de la réception de journaux et périodiques n'a plus été évalué.
47. En 2024, la satisfaction à l'égard de l'envoi de colis en Belgique est restée inchangée à 80 % chez les particuliers et a augmenté d'un point de pourcentage pour atteindre 79 % en ce qui concerne les petites entreprises. La satisfaction à l'égard de l'envoi de colis à l'étranger en 2024 a augmenté d'un point de pourcentage pour atteindre 72 % chez les particuliers et a diminué d'un point de pourcentage pour s'établir à 65 % en ce qui concerne les petites entreprises. La satisfaction à l'égard de la réception de colis s'élevait en 2024 à 78 % chez les particuliers (soit une augmentation de deux points de pourcentage) et à 79 % pour les petites entreprises (soit une hausse significative de cinq points de pourcentage).
48. La satisfaction à l'égard de l'envoi de recommandés en 2024 a diminué d'un point de pourcentage pour s'établir à 66 % chez les particuliers et a enregistré une augmentation significative de dix points de pourcentage pour atteindre 65 % en ce qui concerne les petites entreprises. La satisfaction à l'égard de la réception d'envois recommandés en 2024 a augmenté d'un point de pourcentage pour atteindre 56 % chez les particuliers et a augmenté de trois points de pourcentage pour atteindre 54 % en ce qui concerne les petites entreprises.

	Particuliers										Entreprises									
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
% satisfaction (score de 6 ou 7)																				
La facilité de recevoir des envois recommandés	48	52	50	48	47	54	53	58	55	56	48	47	48	49	50	52	52	50	51	54
La facilité d'envoyer des envois recommandés	62	65	65	66	67	63	59	66	67	66	62	63	58	59	57	55	61	55	65	65

TABLEAU 9 : SATISFACTION À L'ÉGARD DES ENVOIS RECOMMANDÉS

49. En 2024, des initiatives ont été prises en ce qui concerne les « **points de contact avec les clients** » et plus particulièrement les bureaux de poste, les points poste, le service clientèle et la communication d'informations aux clients. Celles-ci sont abordées ci-après.

50. La satisfaction à l'égard du temps d'attente dans les bureaux de poste en 2024 a diminué de deux points de pourcentage pour s'établir à 62 % chez les particuliers et a augmenté de quatre points de pourcentage pour atteindre 59 % en ce qui concerne les petites entreprises. La satisfaction à l'égard des bureaux de poste en 2024 a augmenté d'un point de pourcentage pour atteindre 77 % chez les particuliers et de deux points de pourcentage pour atteindre 76 % en ce qui concerne les petites entreprises. La satisfaction à l'égard des heures d'ouverture des bureaux de poste en 2024 a augmenté d'un point de pourcentage pour atteindre 48 % chez les particuliers et a diminué de trois points de pourcentage pour s'établir à 50 % en ce qui concerne les petites entreprises. La satisfaction à l'égard de l'accessibilité des bureaux de poste en 2024 a augmenté de deux points de pourcentage pour atteindre 56 % chez les particuliers et a diminué de deux points de pourcentage pour s'établir à 53 % en ce qui concerne les petites entreprises. L'insatisfaction (BOT 3 %) à l'égard de l'accessibilité des bureaux de poste a diminué de deux points de pourcentage en 2024 pour s'établir à 14 % pour les petites entreprises. La satisfaction à l'égard de la proximité d'un bureau de poste en 2024 a diminué de deux points de pourcentage pour s'établir à 72 % chez les particuliers et est restée inchangée à 70 % pour les petites entreprises.
51. La satisfaction à l'égard du temps d'attente dans les points poste en 2024 est restée inchangée à 71 % chez les particuliers et a augmenté de cinq points de pourcentage pour atteindre 77 % en ce qui concerne les petites entreprises. La satisfaction à l'égard des points poste en 2024 est restée inchangée à 80 % chez les particuliers et a enregistré une hausse significative de neuf points de pourcentage pour atteindre 85 % en ce qui concerne les petites entreprises. La satisfaction à l'égard des heures d'ouverture des points poste en 2024 a augmenté de trois points de pourcentage pour atteindre 79 % en ce qui concerne les petites entreprises et a diminué de deux points de pourcentage pour s'établir à 70 % chez les particuliers.
52. La satisfaction à l'égard du service clientèle en 2024 est restée inchangée à 57 % chez les particuliers et a diminué d'un point de pourcentage pour s'établir à 46 % pour les petites entreprises. L'insatisfaction des clients les moins satisfaits (BOT 3 %) à l'égard du service clientèle en 2024 s'est détériorée de quatre points de pourcentage pour s'établir à 20 % chez les particuliers et s'est améliorée d'un point de pourcentage pour atteindre 19 % en ce qui concerne les petites entreprises. L'insatisfaction à l'égard du service clientèle (BOT 3 %) tant pour les particuliers que pour les petites entreprises a obtenu les deux plus mauvais scores parmi tous les éléments individuels examinés dans l'enquête de satisfaction de la clientèle de bpost.
53. En 2024, la satisfaction générale à l'égard des informations a augmenté de deux points de pourcentage pour atteindre 60 % chez les particuliers et a également augmenté de deux points de pourcentage pour atteindre 55 % en ce qui concerne les petites entreprises. En 2024, la satisfaction à l'égard du site Internet a augmenté de cinq points de pourcentage pour atteindre 65 % chez les particuliers et a diminué d'un point de pourcentage pour s'établir à 57 % auprès des petites entreprises. En 2024, l'insatisfaction à l'égard du site Internet (BOT 3 %) a augmenté de deux points de pourcentage pour s'établir à 7 % en ce qui concerne les petites entreprises.
54. En ce qui concerne les points d'action portant sur « **le personnel et les changements** », une communication a été envoyée au moins une fois par trimestre à tous les niveaux de l'entreprise bpost en 2024 afin de maintenir l'accent sur l'orientation client.

5.2. Avis de l'IBPT concernant la mise en œuvre du plan d'action 2024 de bpost

55. En 2024, la satisfaction générale a diminué de deux points de pourcentage pour s'établir à 70 % chez les particuliers et d'un point de pourcentage pour s'établir à 64 % en ce qui concerne les petites entreprises (soit une légère diminution, mais non significative). Le score de satisfaction générale de la clientèle de 70 % chez les particuliers en 2024 est le pire score de ces dix dernières années. Le score de satisfaction générale de la clientèle de 64 % auprès des petites entreprises en 2024 est le deuxième plus mauvais score de ces dix dernières années.

	2020	2021	2022	2023	2024		2020	2021	2022	2023	2024
Nombre d'aspects étudiés	26	26	26	26	26		26	26	26	26	26
RES (60 % ou plus)	20	19	20	21	22		76,92%	73,08%	76,92%	80,77%	84,62%
RES (jusqu'à 59 %)	6	7	6	5	4		23,08%	26,92%	23,08%	19,23%	15,38%
BUS (60 % ou plus)	13	15	15	16	18		50,00%	57,69%	57,69%	61,54%	69,23%
BUS (jusqu'à 59 %)	13	11	11	10	8		50,00%	42,31%	42,31%	38,46%	30,77%

TABLEAU 10 : ASPECTS ÉTUDIÉS (en termes absolus et relatifs)

56. En 2024, les aspects évalués avec des scores de 60 % ou plus, tant pour les particuliers que pour les petites entreprises, étaient les plus élevés des cinq dernières années.

57. Pour les sept sous-catégories mentionnées au tableau 1, quatre se sont améliorées chez les particuliers et cinq en ce qui concerne les petites entreprises en 2024. L'année passée, six améliorations avaient été dénombrées chez les particuliers et cinq en ce qui concerne les petites entreprises. L'IBPT recommande à bpost d'analyser en 2026 les scores relatifs aux aspects individuels évalués et de tenir compte des processus d'amélioration et initiatives antérieurs ainsi que de leur impact réel, et ce, afin de pouvoir mettre en place à l'avenir des actions ciblées visant à améliorer la satisfaction de la clientèle pour les sous-catégories.

58. Les éléments concernant lesquels les particuliers et les petites entreprises sont globalement les moins satisfaits sont les suivants : (i) le service clientèle, (ii) les heures d'ouverture des bureaux de poste, (iii) la réception d'envois recommandés, (iv) l'accessibilité des bureaux de poste, (v) la distribution dans les temps du courrier national, (vi) les colis internationaux et (vii) la distribution correcte du courrier national. Pour ce qui est des sept sous-catégories mentionnées concernant lesquelles les particuliers et les petites entreprises étaient les moins satisfaits, neuf scores se sont améliorés, quatre se sont détériorés et un est resté inchangé en 2024 par rapport à 2023. Cela montre que les initiatives développées dans le plan d'action 2024 de bpost pour ces sept sous-catégories ont davantage permis une amélioration des résultats plutôt qu'une détérioration de ces derniers en 2024. Il est recommandé que bpost procède à une analyse des futures initiatives contenues dans les plans d'action afin que les scores s'améliorent globalement et que les mauvais scores deviennent plutôt exceptionnels. De même, il est recommandé à bpost de fournir à l'avenir des efforts supplémentaires pour améliorer la satisfaction de la clientèle à l'égard des éléments mentionnés qui ont obtenu les scores les plus bas.

59. Les mesures internes de bpost ont du reste montré que l'accessibilité des bureaux de poste pour les moins valides atteignait 92 % en 2024. Conformément à l'article 14.1 du septième contrat de gestion, bpost doit s'engager à améliorer l'accès aux bureaux de poste pour les personnes à mobilité réduite en réduisant la proportion de bureaux de poste difficilement accessibles à maximum 7 % d'ici 2026.

6. Plan d'action 2025 de bpost et avis de l'IBPT

6.1. Explications concernant la mise en œuvre du plan d'action 2025 de bpost

60. En 2025, le plan d'action de bpost reposait à nouveau sur les 4 mêmes piliers, à savoir : la voix du client, les produits et processus, les points de contact avec le client, ainsi que le personnel et le changement. Une synthèse du plan d'action 2025 de bpost est reprise à l'annexe 3.

6.2. Avis de l'IBPT concernant la mise en œuvre du plan d'action 2025 de bpost

61. L'année 2024 a été marquée par une légère amélioration relative du nombre d'aspects évalués individuellement dans l'enquête de satisfaction de la clientèle chez les particuliers (de 80,8 % en 2023 à 84,6 % en 2024). En ce qui concerne les petites entreprises, une légère amélioration relative du nombre d'aspects évalués individuellement dans l'enquête de satisfaction de la clientèle a également été observée en 2024 (de 61,5 % en 2023 à 69,2 % en 2024). Pour plus d'informations à ce sujet, l'IBPT renvoie à la section 5.2. Étant donné que la satisfaction de la clientèle, avec un score de 60 % ou plus pour les 26 sous-aspects évalués en 2024, était la plus élevée des cinq dernières années tant pour les particuliers que pour les petites entreprises en 2024, il ne sera pas facile d'améliorer encore la satisfaction de la clientèle à l'avenir.
62. Il était difficile d'indiquer avec certitude dans quelle mesure les actions entreprises en 2025 étaient axées sur les moins bons résultats et pourront se traduire effectivement par une amélioration du niveau de satisfaction chez bpost, comme expliqué ci-dessous. Les points 62 à 69 traitent des éléments évalués pour lesquels le taux de satisfaction de la clientèle est inférieur à 60 %.
63. La satisfaction à l'égard des heures d'ouverture des bureaux de poste était faible. Dans son plan d'action 2025, bpost avait prévu une adaptation des heures d'ouverture de 11 des 656 bureaux de poste. Une étude de marché a en outre été réalisée afin de mieux cerner les attentes des clients en matière d'heures d'ouverture. La communication relative aux fermetures prévues et imprévues des bureaux de poste a été améliorée. Depuis 2024, bpost a étendu le nombre de points PUDO à un total de 3 300 points (dont plus de 1 000 distributeurs automatiques de colis). Les clients disposent ainsi d'une alternative pour certains produits. L'IBPT demande à bpost d'examiner les raisons précises de la faible satisfaction des clients de bpost à l'égard des heures d'ouverture : s'agit-il principalement (i) des heures d'ouverture en soirée ou (ii) des heures d'ouverture du week-end ou encore (iii) des heures d'ouverture (supplémentaires) trop limitées lors de périodes de pointe comme en fin d'année, etc. ? Des précisions supplémentaires par sous-aspect (ouverture le soir, ouverture le week-end, ouverture insuffisante lors de périodes de pointe, etc.) concernant le nombre de bureaux de poste concernés semblent également appropriées en la matière. L'IBPT souhaite que bpost procède à des analyses à ce sujet dans le prochain rapport sur la satisfaction de la clientèle et fasse part des actions que bpost prévoit concrètement afin d'améliorer la satisfaction de la clientèle quant à ce paramètre. Étant donné que bpost avait prévu relativement peu d'initiatives dans son plan d'action 2025, la satisfaction de la clientèle concernant les heures d'ouverture des bureaux de poste ne devrait pas s'améliorer de manière substantielle à l'avenir.

64. En ce qui concerne le service à la clientèle, bpost avait prévu plusieurs initiatives dans son plan d'action 2025 (notamment, trois Customer Experience Managers chargés d'analyser l'expérience client, une « Happy Training » pour toutes les équipes du service clientèle et le département « Cure » qui place le service clientèle au centre de ses préoccupations). À cet égard, bpost pourrait envisager de mener une étude sur la satisfaction des clients concernant le service clientèle d'autres entreprises d'utilité publique (par ex. : opérateurs télécoms, entreprises du secteur de l'énergie, sociétés de distribution des eaux, sociétés de transport en commun...) et, sur cette base, utiliser certaines meilleures pratiques pour améliorer la satisfaction des clients de bpost concernant son service clientèle. Les initiatives limitées prévues dans le plan d'action 2025 de bpost en matière de service à la clientèle ne devraient pas améliorer sensiblement la satisfaction de la clientèle à cet égard.
65. bpost a fait remarquer par le passé que les répondants associent davantage l'accessibilité aux possibilités de stationnement et à l'accessibilité du bureau de poste qu'à l'accessibilité pour les personnes à mobilité réduite. Étant donné que dans son plan d'action 2025, bpost n'avait pas prévu d'initiatives spécifiques en matière d'accessibilité des bureaux de poste, la satisfaction de la clientèle à cet égard ne s'améliorera guère à l'avenir.
66. En ce qui concerne la réception des envois recommandés, le plan d'action 2025 de bpost prévoyait une amélioration de la réception des envois recommandés grâce à des optimisations continues et à des campagnes de sensibilisation destinées aux particuliers et aux entreprises. L'IBPT renvoie à l'annexe 3 pour les autres initiatives. Les initiatives prévues dans le plan d'action 2025 de bpost pourraient permettre d'améliorer les scores de satisfaction concernant la réception des envois recommandés.
67. En ce qui concerne la communication d'informations aux petites entreprises, le plan d'action 2025 prévoyait différentes initiatives telles que l'amélioration des informations fournies aux clients via l'application, des brochures, des formulaires en ligne dans les bureaux de poste ou sur le site Internet Track & Trace. Ces initiatives sont expliquées à l'annexe 3. L'IBPT estime que d'autres améliorations sont encore possibles en ce qui concerne le site Internet de bpost en termes de convivialité, structure et solutions (en élargissant la liste des « questions fréquemment posées », par exemple), afin d'augmenter les scores de satisfaction de la clientèle. Les initiatives prévues dans le plan d'action 2025 de bpost n'amélioreront pas de manière substantielle la satisfaction de la clientèle en matière d'information à l'avenir.
68. Par rapport à 2022, on constate une amélioration de dix-huit points de pourcentage pour le score relatif à la distribution dans les temps du courrier des petites entreprises en 2024, et le score de 2024 est le deuxième meilleur score de ces dix dernières années.
69. Dans son plan d'action 2025, bpost prévoyait le développement d'une page blog, une refonte complète du localisateur de points de vente permettant de trouver un bureau de poste, un point poste ou un distributeur automatique de colis avec des informations sur les heures d'ouverture et les services disponibles, ainsi que des améliorations en matière d'accessibilité sur l'ensemble du site Internet, avec une attention particulière pour les personnes handicapées. Les initiatives de bpost pourraient permettre d'améliorer la satisfaction des petites entreprises à l'égard du site Internet.

70. Le score relatif aux temps d'attente dans les bureaux de poste pour les petites entreprises s'est amélioré de quatre points de pourcentage en 2024, ce qui représente le deuxième meilleur score de ces dix dernières années. Dans son plan d'action 2025, bpost avait prévu une action visant à améliorer la communication autour des pics de fréquentation. Les possibilités de communication numérique concernant ces pics ont été étudiées, par exemple via l'application Mybpost, afin que les clients puissent mieux planifier leur passage et éviter les temps d'attente, ce qui améliorerait leur expérience client. Les initiatives de bpost pourraient permettre d'améliorer la satisfaction des petites entreprises concernant les délais d'attente dans les bureaux de poste.
71. En 2024, 2 102 demandes irrecevables concernant bpost ont été soumises au Service de médiation pour le secteur postal. Il s'agit-là d'une amélioration de 12,8 %. En 2024, 2 076 plaintes recevables ont été introduites concernant bpost auprès du Service de médiation pour le secteur postal. Cela représente une amélioration de 8,1 %. Le nombre de plaintes recevables est le plus bas de ces dix dernières années. L'amélioration relative tant du nombre de plaintes irrecevables que du nombre de plaintes recevables introduites témoigne d'une évolution positive dans ce domaine.
72. L'IBPT demande à bpost d'expliquer plus précisément les causes des moins bons résultats ainsi que les actions entreprises concernant les points spécifiques pour lesquels les chiffres de satisfaction sont faibles dans le prochain rapport sur la satisfaction de la clientèle. L'IBPT a reçu des rapports intermédiaires de bpost concernant la satisfaction de la clientèle. L'IBPT recommande à bpost d'inclure explicitement la satisfaction de la clientèle dans son plan stratégique étant donné que les plans d'action successifs mis en œuvre par le passé n'ont pas uniquement permis d'améliorer la satisfaction de la clientèle. L'IBPT recommande à bpost de fournir des explications à l'IBPT concernant l'intégration de la satisfaction de la clientèle dans le plan stratégique de bpost.

7. Conclusion générale

73. Sur la base des informations dont il dispose, l'IBPT constate que bpost a procédé à des mesures pour évaluer le niveau de satisfaction de sa clientèle en 2024. L'IBPT recommande à bpost d'inclure explicitement la satisfaction de la clientèle dans son plan stratégique étant donné que les plans d'action successifs mis en œuvre par le passé n'ont pas uniquement permis d'améliorer la satisfaction de la clientèle. L'IBPT recommande à bpost de fournir des explications à l'IBPT concernant l'intégration de la satisfaction de la clientèle dans le plan stratégique de bpost. Selon bpost, il ressort de la mesure de la satisfaction de la clientèle de 2024 réalisée par bpost que la satisfaction générale de la clientèle en 2024 a diminué de deux points de pourcentage pour s'établir à 70 % pour les particuliers et a baissé d'un point de pourcentage pour s'établir à 64 % pour les petites entreprises. Les améliorations ou détériorations ne sont souvent pas statistiquement significatives.
74. L'IBPT renvoie aux annexes 2 et 3 pour un aperçu des initiatives développées par bpost dans les plans d'action 2024 et 2025. Les avis de l'IBPT concernant la mise en œuvre des plans d'action 2024 et 2025 de bpost sont repris aux sections 5.2 et 6.2.
75. L'IBPT attire une nouvelle fois l'attention sur les éléments qui ont enregistré ces cinq dernières années un score inférieur à 60 % tant pour les particuliers que pour les petites entreprises, à savoir : (i) les heures d'ouverture des bureaux de poste, (ii) la réception des envois recommandés et (iii) la satisfaction à l'égard du service clientèle. En outre, la satisfaction de la clientèle auprès des petites entreprises était inférieure à 60 % ces cinq dernières années pour les éléments suivants : (i) la distribution correcte du courrier national, (ii) le site Internet, (iii) l'accessibilité des bureaux de poste et (iv) la distribution dans les temps du courrier national et les informations. Concernant les éléments cités plus haut, les scores sont restés inférieurs à 60 % au cours de ces cinq dernières années et les initiatives issues des plans d'action de bpost n'ont pas permis, par le passé, d'améliorer la satisfaction de la clientèle au-delà de 60 % pour ces éléments.
76. L'IBPT recommande à bpost de développer des actions ciblées pour améliorer la satisfaction de la clientèle après avoir analysé les causes de la détérioration des scores et lui demande d'expliquer plus précisément les causes des moins bons résultats ainsi que les actions entreprises concernant les points spécifiques pour lesquels les chiffres de satisfaction sont faibles dans le prochain rapport sur la satisfaction de la clientèle. En 2026, l'IBPT procédera à un contrôle externe de l'enquête de satisfaction de la clientèle de bpost.

77. L'IBPT recommande à bpost d'améliorer prioritairement les indices affichant un score inférieur à 60 % en 2024 pour le TOP 2 % en apportant des adaptations au plan d'action en cours et renvoie à cet égard au tableau figurant au point 40 et aux tableaux récapitulatifs et classements des éléments du service figurant dans les annexes.

Bernardo Herman
Membre du Conseil

Peggy Valcke
Membre du Conseil

Stefaan Vyverman
Membre du Conseil

Michel Van Bellinghen
Président du Conseil

Annexes

Annexe 1 : Aperçu et classements des éléments de la prestation de services

Aperçu des éléments de la prestation de services – TOP 2 %

Aperçu des éléments de la prestation de services – BOT 3 %

Classements des éléments de la prestation de services – TOP 2 %

Classements des éléments de la prestation de services – BOT 3 %

[CONFIDENTIEL]

Annexe 2 : la mise en œuvre du plan d'action de bpost en 2024

[CONFIDENTIEL]

Annexe 3 : le plan d'action de bpost pour 2025

[CONFIDENTIEL]