

Hoe creëren we waarde voor onze stakeholders?

Onze snel veranderende wereld confronteert ons niet alleen met nieuwe uitdagingen, maar biedt ook opportuniteiten, die bpost group met beide handen grijpt

Veranderingen in de postwereld

De snel veranderende eisen en gewoonten van de consumenten zorgen voor disruptieve trends in de postwereld.



Digitalisering en e-substitutie

Steeds meer communicatie en diensten van zowel bedrijven als consumenten verlopen online en de traditionele "corebusiness" van postbedrijven verliest heel snel terrein: bij bpost zagen we het postvolume teruglopen.



E-commerce

COVID-19 had een positieve invloed op de e-commerce en de crossborder-activiteiten.

Er wordt dan ook verwacht dat de B2C-e-commerceleveringen zullen blijven toenemen. Er wordt ook verwacht dat een aanzienlijk deel van deze groei ook na de pandemie zal aanhouden¹.

De concurrentie tussen bedrijven die pakjes bezorgen zal sterk toenemen. De consumenten zijn vragende partij voor een snellere, flexibelere en goedkopere dienstverlening, met onder meer gratis leveringen, mogelijkheden om het pakje online te volgen en e-notificaties.



Schaarste aan talenten

Talent is het kostbaarste goed van een postbedrijf. Toch is de gemiddelde leeftijd van de medewerkers in de postsector volgens de IPC aan het stijgen: 37% van de personeelsleden is ouder dan 50, terwijl slechts 12% jonger is dan 30². Intussen zijn er door de opkomst van nieuwe technologieën en de nieuwe activiteiten van de postbedrijven wel andere vaardigheden nodig. Jonge mensen veranderen ook snel van werk, waardoor het moeilijker is geworden om talentvolle mensen met de juiste vaardigheden aan te werven en aan boord te houden.



Klimaatverandering

Ten gevolge van de door mensen geproduceerde broeikasgassen is het klimaat stilaan aan het veranderen, met alle risico's die daarmee gepaard gaan, zoals een toename van natuurrampen en gezondheidsproblemen. Daardoor en wegens het risico van stijgende prijzen voor brandstoffen en koolstofemissies, worden postbedrijven steeds meer onder druk gezet om efficiënter en milieuvriendelijker te gaan werken.



Nieuwe technologieën

Autonome voertuigen, mobiele apps, geautomatiseerde sortering, robotica en artificiële intelligentie hebben intussen ook hun weg gevonden naar de postsector. Deze technologieën hebben ten doel om de gebruikers efficiënter te laten werken en om de "last mile-levering" vlotter en flexibeler te laten verlopen.

KPI's in verband met gedeelde waarde



4.154,6
Miljoen EUR inkomsten



84
Klanten-
tevredenheidsscore



7
Score voor het engagement
van onze medewerkers



296.975 Teq CO₂
Totale CO₂eq-uitstoot
(scope 1+2+3)

1 IPC (2020) – Global Postal Industry Report 2020

2 Forbes (<https://www.forbes.com/sites/sarahlandrum/2017/11/10/millennials-arent-afraid-to-change-jobs-and-heres-why/#596876a519a5>)

Hoe reageren we daarop?

bpost wil drie strategische ambities waarmaken

Mail & Retail

Postbedeling voor burgers en overheden blijft een kernonderdeel van onze dienstverlening en zal ook in de toekomst winst opleveren dankzij een beter aangepast distributiemodel.

Parcels & Logistics Europa en Azië

Rendabele groei van de pakjes in België en Nederland en van de e-commercelogistiek in Europa realiseren

Parcels & Logistics Noord-Amerika

Radial optimaliseren en zo de investeringen op de beloftevolle e-commercemarkt in Noord-Amerika doen renderen.

en daarbij zijn stakeholders respecteren

People (Mensen)

We geven om onze medewerkers en we engageren ons ten opzichte van hen.

Planet (Planeet)

We streven ernaar om onze impact op het milieu te verminderen.

Proximity (Nabijheid)

We staan dicht bij de samenleving en haar opkomende behoeften.

CONNECT 2026

Onze impact op de samenleving en de Duurzame Ontwikkelingsdoelstellingen (Sustainable Development Goals of SDG's)

Door een belangrijke bijdrage te leveren aan de sociale cohesie in de samenleving en de voorkeurspartner te zijn voor openbare diensten door betaalbare en betrouwbare postdiensten te verstrekken aan alle Belgische burgers in landelijke en stedelijke gebieden,



dragen we bij tot het bouwen van een veerkrachtige infrastructuur, het stimuleren van inclusieve en duurzame industrialisering en het aanmoedigen van innovatie.

Door de omni-commercepartner te zijn die duurzaam diversifieert, innoveert en groeit, door onze diensten op het vlak van e-commercelogistiek uit te breiden, en daarbij aandacht te hebben voor het milieu,



dragen we bij tot het garanderen van duurzame consumptie- en productiepatronen.

Door een inclusieve organisatie te zijn, die levenslange leerervaringen aanbiedt waardoor onze mensen kunnen worden tewerkgesteld,



dragen we bij tot het stimuleren van langdurige, inclusieve en duurzame economische groei, volledige en productieve tewerkstelling en waardig werk voor iedereen.

Door een planeet- en mensvriendelijk referentiebedrijf te zijn door middel van onze verbintenis m.b.t. het Klimaatakkoord van Parijs en de Belgische Alliantie voor Klimaatactie, via onze wetenschappelijk onderbouwde doelstelling voor de vermindering van CO₂-uitstoot,



dragen we bij tot dringende acties in de strijd tegen de klimaatverandering en de gevolgen ervan.

Door volledig actief te zijn als een uitstootvrije "last mile"-bezorger in de Belgische stadscentra en door nauw samen te werken met leveranciers, klanten en gemeenschappen,



dragen we bij tot inclusieve, veilige, veerkrachtige en duurzame steden en menselijke nederzettingen.

Stakeholders

Aandeelhouders en investeerders

Klanten

Medewerkers en vakbonden

Leveranciers

Ngo's en partners

Overheden