



VERSLAG

CRB 2019-2298

**Visie van bedrijfsdeskundigen op de toekomst
van de e-commerceleveringen: A sustainable
last mile parcel delivery market"**

CCE
Conseil Central de l'Economie
Centrale Raad voor het Bedrijfsleven
CRB





“Visie van bedrijfsdeskundigen op de toekomst van de e-commerceleveringen: A sustainable last mile parcel delivery market”

Auteurs:

Eduardo Salvador (eduardo.salvador@ccecrb.fgov.be)

Emmanuel Karel de Bethune (embe@ccecrb.fgov.be)

Prof. Leo Sleuwaegen (leo.sleuwaegen@kuleuven.be)

Inleiding

Dit document bevat 6 fiches met de resultaten van een enquête over de toekomst van de laatste kilometer van het leveringstraject (*A sustainable last mile parcel delivery market*). Deze enquête werd door het secretariaat van de CRB uitgevoerd bij bedrijfsdeskundigen om te peilen naar hun visie op de toekomst van de markt van de levering van pakjes in de laatste kilometer en op de middelen om die levering duurzamer te maken.

Context

Op 17 juli 2018 heeft de heer Peeters, vice-eersteminister en federale minister van Werk, Economie en Consumenten, belast met Buitenlandse Handel, de CRB om advies verzocht over de termijn voor de levering van goederen in het kader van de e-commerce.

Op 8 november 2018 had in de CRB een vergadering plaats om te bespreken welk gevolg aan dat verzoek zou worden gegeven. Diverse actoren waren uitgenodigd om hun kennis ter zake uiteen te zetten: de heren J. Beckers van de Universiteit Antwerpen, J. Hamande en D. Appelmans van het BIPT (Belgisch Instituut voor Postdiensten en Telecommunicatie) en P. Lagey van het VIL (Vlaams Instituut voor de Logistiek).

De brc's Verbruik en Distributie hebben tijdens die vergadering besloten op de adviesvraag te antwoorden en het aanvankelijke kader ervan uit te breiden overeenkomstig de suggesties van de sprekers. Binnen dat verruimde kader wordt de levering van goederen in het kader van de e-commerce immers bekeken vanuit een algemene doelstelling van duurzaamheid.

Voorts hebben de brc's Verbruik en Distributie het secretariaat verzocht een werkdocument op te stellen waarin de belangrijkste ideeën van de sprekers worden aangevuld met documentatie over het onderwerp. Dit heeft geleid tot de nota CRB 2018-3201. Ze beschrijft de grote tendensen in de ontwikkeling van de e-commerce en identificeert regelgevingsopties waarover de beleidsbepalers beschikken om de levering duurzamer te maken. Een van de belangrijkste uitdagingen die het document aanhaalt, heeft betrekking op de economische kosten en de negatieve externe effecten tijdens de laatste kilometer van het leveringstraject (*last mile*).

De brc's Verbruik en Distributie en het secretariaat van de CRB hebben daarop besloten de mening van bedrijfsdeskundigen te vragen via de verspreiding van een door het secretariaat van de CRB opgestelde on-linevragenlijst. De vragenlijst, met als titel "*A sustainable last mile parcel delivery market*", gaat over de laatste kilometer van het leveringstraject en over pistes om die levering duurzamer te maken.

De methode van de vragenlijst bestaat erin dat de deskundigen een reeks hypothesen, die op basis van de nota CRB 2018-3201 werden opgesteld, bevestigen of ontkrachten. De vragenlijst draait hoofdzakelijk rond de ecologische duurzaamheid in de laatste kilometer, maar staat ook stil bij sommige meer algemene voorwaarden van de leveringsmarkt.

Tot op heden hebben de deskundigen van vijf ondernemingen de vragenlijst beantwoord: Groep Mestdagh, Carrefour Belgium, Colruyt Group, Delhaize en Deliveroo. De antwoorden bevestigen grotendeels de belangrijkste hypothesen die we hadden geformuleerd.

Dit document bevat de standpunten waarover een consensus bestaat of die door de meerderheid van de bevrageden worden gedeeld. Ze zijn gegroepeerd in twee algemene fiches en vier thematische fiches:

Fiche 1: De levering van pakjes in de laatste kilometer: tendensen

Fiche 2: Een duurzame levering van pakjes in de laatste kilometer: welke pistes?

Fiche 3: De prijsdifferentiatie voor een duurzame levering van pakjes in de laatste kilometer

Fiche 4: De nieuwe technologieën voor een duurzame levering van pakjes in de laatste kilometer

Fiche 5: De nieuwe organisatievormen voor een duurzame levering van pakjes in de laatste kilometer

Fiche 6: De transparantie voor een duurzame levering van pakjes in de laatste kilometer

1. Fiche 1: De levering van pakjes in de laatste kilometer: tendensen

De bevroegde deskundigen zijn van oordeel dat, in hun sector, de volgende vijf tendensen zullen doorzetten in de toekomst.

1.1 De e-commerce zal blijven groeien.

De elektronische transacties van goederen en diensten tussen ondernemingen en particulieren zijn de voorbije jaren fors toegenomen. De uitgaven van de Belgische consumenten in dit domein, waarvan de meer gangbare term B2C-e-commerce is, zouden in 5 jaar tijd bijna zijn verdubbeld¹.

1.2 De thuisleveringen en de terugzending van producten zullen blijven toenemen.

Vandaag kiest de consument openlijk voor thuislevering. Volgens een enquête van Comeos verklaart 64% van de consumenten dat ze thuis doen leveren².

De sterke groei in de sector van de B2C-e-commerce brengt een stijging mee van het aantal pakjes die dagelijks aan de klanten worden geleverd. Thuisleveringen doen evenwel inherente logistieke problemen rijzen. Gefragmenteerde verzendingen, vruchteloze leveringspogingen en de terugzending van producten door de consument naar de leverancier³ vormen belemmeringen voor een efficiënte levering in de laatste kilometer.

Volgens sommige schattingen zou bijna 75% van de totale kosten voor de levering van fysieke goederen via de e-commerce worden gemaakt in de laatste kilometer⁴.

De deskundigen verwachten niet alleen dat de thuisleveringen zullen toenemen, ze zijn het er logischerwijze ook over eens dat **de vruchteloze leveringspogingen en de terugzending van producten eveneens in aantal zullen groeien**.

We wijzen er ook op dat de terugzending van producten wordt bevorderd door nieuwe consumptiegewoonten (de jongste categorieën van consumenten zenden meer producten terug dan de anderen) en door handelspraktijken die bepaalde e-retailers invoeren (gratis terugzending).

¹ De uitgaven inzake B2C-e-commerce zouden van 2013 tot 2017 zijn gestegen van 5,4 tot 10,1 miljard euro. Voor meer informatie over de ontwikkeling van de e-commerce, zie de nota CRB 2018-2894 van het secretariaat van de CRB.

² Comeos, « E-commerce Belgium 2018 », p.24

³ De belangrijkste oorzaken van de grote negatieve externe effecten van thuislevering zijn:

- de gefragmenteerde verzendingen: de leveringsvoertuigen stoppen bij elk domicilie om pakjes te leveren, wat hogere logistieke kosten meebrengt dan wanneer wordt geleverd aan depots en langere routes genereert doordat meer plaatsen moeten worden bezocht;
- de vruchteloze leveringspogingen: wanneer de geadresseerden niet aanwezig zijn op het ogenblik van de levering. Deze vruchteloze leveringspogingen zijn een grote uitdaging voor de levering van e-commerceproducten. Ze verhogen het aantal kilometers die nodig zijn om het product bij de consument te brengen. Ze zijn duur omdat het product meestal weer moet worden meegenomen en/of een tweede keer moet worden geleverd.
- de terugzending: het gaat over 10 tot 15% van de bestelde producten. Bovendien wijzen sommige studies uit dat meer producten worden teruggezonden door jongere klanten, wat een stijging van het aantal in de komende jaren doet vermoeden.

⁴ met name volgens gegevens die Joris Beckers tijdens de vergadering van 8 november 2018 in de CRB heeft verstrekt.

De thuislevering is in de ogen van alle bevroagde deskundigen een interessante uitdaging. Hun antwoorden variëren evenwel wat de impact van de terugzending van producten en van het beleid van gratis terugzending op het *businessmodel* van de ondernemingen betreft. Beide zouden de winstmarges verkleinen, terwijl de terugzending van producten in zekere mate een belemmering zou vormen voor de transitie naar duurzamere diensten. Een van de deskundigen geeft aan dat het beleid van gratis terugzending een gevaar kan vormen voor het *businessmodel* van de klassieke retailers. Toch benaderen de deskundigen deze tendensen in het algemeen op een positieve manier; ze zouden interessante uitdagingen vormen.

1.3 De toename van de thuisleveringen zal voor meer milieu- en logistieke uitdagingen zorgen in de laatste kilometer van het leveringstraject (last mile).

Het totaaleffect van de e-commerce op de mobiliteit is nog niet duidelijk vastgesteld. Tot nog toe kan moeilijk een link worden gelegd tussen de ontwikkeling van de e-commerce en het totale aantal kilometer dat wordt afgelegd om de producten van de fabriek naar de consument te brengen. Het is ook moeilijk om te beoordelen of de overschakeling op onlineverkoop het totale aantal verkochte fysieke producten en dus de bevoorrading via pakjes doet toenemen⁵.

De ontwikkeling van de e-commerce gaat gepaard met de vervanging van klassieke aankopen door onlineaankopen, waardoor het rechtstreekse transport van het product naar de particulier in de plaats komt van het transport door de koper, van de winkel tot thuis. In deze context rijst de vraag welke van beide transporten het meest vervuilend is. Vervangt het e-commercetransport de verplaatsing van een particulier naar de winkel volledig? Welk transport brengt de meeste kilometers mee? Leidt de e-commerce niet gewoon tot meer aankopen en dus tot meer transport? Het debat is in volle gang en terwijl sommigen een verband zien tussen e-commerce en toenemend wegtransport wegens de fragmentering van de leveringen, zien anderen in e-commerce een opportuniteit om de leveringen te groeperen teneinde de goederen op een duurzamere manier tot bij de consumenten thuis te brengen.

Dit neemt evenwel niet weg dat de ontwikkeling van de e-commerce een nettotoename van het aantal geleverde pakjes bij de consumenten meebrengt en dat dit een reeks gevolgen heeft inzake duurzaamheid.

Wanneer de pakjes rechtstreeks aan de consument worden geleverd, wat meestal het geval is in deze sector, krijgt men immers te maken met de logistieke problemen die de thuislevering vandaag kenmerken. Deze problemen, die al werden aangehaald (gefragmenteerde verzendingen, vruchteloze leveringspogingen en terugzending van producten door de consument), verhogen de druk op het wegennet, met name in stedelijke gebieden⁶. Daaruit kunnen problemen van congestie, luchtvervuiling, verkeersonveiligheid en geluidsoverlast (negatieve externe effecten) voortvloeien die zich grotendeels in de laatste kilometer van het leveringstraject voordoen.

⁵ Sommige studies suggereren dat het gebruik van het kanaal van de onlineverkoop zou gepaard gaan met een toenemende vraag naar producten door de consumenten (hoeveelheidseffect groter dan substitutie-effect). De studie van Duch-Brown et al. (2017) bv. geeft aan dat de overschakeling op onlineaankopen de hoeveelheid verkochte elektronische producten vergroot. Er valt dus een consumptiegroei-effect te vrezen dat in sommige gevallen tot meer goederenvervoer zou leiden. Voor andere producten vermindert de overschakeling op onlineaankopen de bevoorradingbeperkingen evenwel aanzienlijk (e-books, e-tickets enz.).

⁶ Door de gefragmenteerde verzendingen die de thuislevering kenmerken, zou de vervuilende uitstoot van de leveringsvoertuigen evenwel ook zeer groot zijn in landelijke gebieden. Deze voertuigen moeten lange afstanden afleggen om het product naar het domicilie van de consument te brengen.

Ten slotte nemen deze negatieve externe effecten grotere vormen aan in een land als België, dat steeds meer kampt met grote mobiliteitsproblemen, waar het wegens verzadigd is tijdens de piekuren en waar te weinig wordt geïnvesteerd in infrastructuur.

1.4 De leveringen in ophaalpunten zullen blijven toenemen

De levering van pakjes als gevolg van de onlinevraag naar fysieke goederen kan twee vormen aannemen: de thuislevering (hier ook met inbegrip van de levering op de werkplek) en de levering in een ophaalpunt. Deze laatste wordt aangevuld met een traject naar de consument - ook in verschillende vormen - dat door diverse actoren, waaronder natuurlijk de consument zelf, wordt afgelegd.

De ophaalpunten kunnen de vorm aannemen van pick-uppunten⁷ of pakjesautomaten op strategische plaatsen. De deskundigen menen dat deze ophaalpunten de komende jaren een alsmear belangrijkere rol gaan spelen in de levering in de laatste kilometer.

Ten slotte zijn ze unaniem van oordeel dat **het gebruik van een netwerk van pick-uppunten duurzamer is dan gefragmenteerde (thuis)leveringen.**

1.5 Leveringen de dag zelf (same day deliveries) zijn een trend die sterker zal worden

De sterke concurrentiedruk die de operatoren van de onlinemarktplaatsen, met name bepaalde grote e-retailers, onder impuls van de consumenten via de technologieën van de e-commerce uitoefenen, zet de actoren van de e-commerce ertoe aan te differentiëren op andere terreinen dan de prijzen, bv. op het vlak van het dienstenaanbod. Zo zijn een aantal handelspraktijken kenmerkend voor de sector: gratis levering, gratis terugzending van producten en, meer recent, levering de dag zelf.

Uit deze vijf tendensen leiden de deskundigen een grote uitdaging af:

1.6 Ze zijn het eens over het feit dat het risico bestaat dat de consumenten zullen vasthouden aan hun voorkeur voor thuislevering en voor de terugzending van producten die daaruit voortvloeit.

1.7 Bijgevolg bestaat de grote uitdaging erin middelen te vinden om de thuislevering duurzaam te maken⁸.

⁷ Pick-up- of afhaalpunten zijn punten zoals boekhandels, benzinestations, supermarkten enz. die de goederen uit de leveringsvoertuigen opslaan tot de consumenten ze komen halen of tot een andere dienst de levering overneemt. Ze kunnen worden beschouwd als microconsolidatiecentra waar verschillende transporteurs hun pakjes kunnen deponeren en waar een milieuvriendelijkere leveringsdienst de levering kan overnemen om de pakjes bij de geadresseerden te brengen. De pick-uppunten kunnen ook worden gebruikt voor de dienstverlening na verkoop. Ze vergemakkelijken bv. de terugzending van pakjes en slaan de pakjes op die vruchteloos werden geleverd (opslagpunt).

De pick-uppunten zijn een poging om tegemoet te komen aan de talrijke logistieke uitdagingen in de laatste leveringsfasen. De opslag in die punten ondervangt de genoemde logistieke problemen en beperkt de negatieve externe effecten in de laatste kilometer van het leveringstraject. In het hele land komen er punten bij, maar men vindt ze vooral in stedelijke gebieden. Er is een ongelijke verdeling tussen de regio's met een hoge en een lage bevolkingsdichtheid.

⁸ Ophaalpunten staan thuislevering niet in de weg, integendeel. Ze kunnen dienen als depot van waaruit andere actoren de levering kunnen overnemen met duurzamere vervoermiddelen.

2. Fiche 2: Een duurzame levering van pakjes in de laatste kilometer: welke pistes?

De eerste fiche geeft aan, op basis van het oordeel van een panel deskundigen, dat de groei van de thuisleveringen gepaard zal gaan met een toenemend aantal milieu- en logistieke uitdagingen in de laatste kilometer van het leveringstraject. Aangezien het risico bestaat dat de consumenten zullen vasthouden aan hun voorkeur voor thuislevering, bestaat de grote uitdaging erin middelen te vinden om de thuislevering duurzaam te maken en de ophaalpunten te blijven valoriseren.

In deze context is het noodzakelijk om te denken aan zo veel mogelijk oplossingen die de komende jaren zouden kunnen opduiken. Er bestaan (ten minste) vier hefboomen die veranderingen teweeg kunnen brengen:

1. De eerste heeft betrekking op de maatregelen van prijsdifferentiatie en toegangsbeperking die het gedrag van de economische spelers kunnen beïnvloeden. Prijsdifferentiatie is een economisch beleidsinstrument dat het economisch gedrag van de spelers kan veranderen via prijsinterventies. Toegangsbeperking voor voertuigen gaat iets verder omdat dwingende regels worden opgesteld die de toegang van welbepaalde voertuigen tot sommige geografische zones beperken.
2. Nieuwe leveringstechnologieën. Deze hebben een verschillende aard en functie. Ze kunnen betrekking hebben op het type leveringsvoertuig, de verpakking, de bestemming van de levering of de nieuwe organisatievormen die worden ondersteund door de NICT-technologieën.
3. Nieuwe organisatievormen inzake levering die zijn gebaseerd op samenwerking en medewerking van de partijen die bij de markt van de levering van pakjes zijn betrokken. Ze zullen in de nabije toekomst milieu- en efficiëntiewinst in de laatste kilometer mogelijk maken.
4. Maatregelen ter bevordering van meer transparantie over de leveringsopties, onder meer door de consumenten bewuster te maken van de kosten van thuislevering.

De deskundigen zijn van oordeel dat deze vier hefboomen de komende decennia antwoorden zullen bieden op de duurzaamheidsuitdagingen die de laatste kilometer van het leveringstraject voor de markt van de levering van pakjes stelt. Er werd geen enkele voorkeur uitgesproken over de hefboom die het meest efficiënt zou zijn om de duurzaamheidsdoelstelling te bereiken.

3. Fiche 3: De prijsdifferentiatie voor een duurzame levering van pakjes in de laatste kilometer

De deskundigen zijn het eens over wat volgt.

3.1 Prijsdifferentiatie en toegangsbeperkingen zullen steeds vaker worden gebruikt door de overheid

In de economie zijn negatieve externe effecten kosten voor een partij die er niet voor heeft gekozen die kosten te dragen. De uitstoot van een voertuig bv. komt ten laste van de personen errond.

Zoals in de vorige fiche werd vermeld, hebben de thuisleveringen de neiging om in de laatste kilometer negatieve externe effecten te genereren in de vorm van vervuiling (CO₂, NO_x en andere deeltjes), lawaaihinder en congestie. Prijsdifferentiatie dient zich aan als een economisch instrument dat deze externe kosten kan internaliseren. Via passende prijsinterventies kan er m.a.w. voor worden gezorgd dat de kosten hoofdzakelijk ten laste komen van de partijen die ervoor kiezen ze te veroorzaken.

Gelet op het slechte rapport van België inzake mobiliteit en vervuiling en op de toenemende milieueisen van de bevolking, zal prijsdifferentiatie de komende jaren steeds vaker worden gebruikt om ertoe aan te zetten milieuvriendelijkere alternatieven aan te wenden.

3.2 Wegenbelastingen zullen vaker worden toegepast

Wegenbelastingen zijn een voorbeeld van prijsdifferentiatie. Het gaat om heffingen die de bestuurder onmiddellijk betaalt voor het gebruik van een weg of een welbepaald wegennet in een stad, regio of land. Wegenbelastingen omvatten stedelijke tolheffing, wegentol, op afstand of tijd gebaseerde heffingen en heffingen om het gebruik van bepaalde categorieën van voertuigen en brandstoffen of van meer vervuilende voertuigen te ontmoedigen.

Gelet op de verwachte sterke groei van de B2C-e-commerce en op druk ervan op de logistiek voor het vervoer van de producten, zal de druk op het distributienetwerk de komende jaren wellicht toenemen. Als de nodige maatregelen niet worden genomen, zal dit allicht leiden tot een toenemend verkeer van vervuilende voertuigen, vervuilings- en mobiliteitsproblemen op de stadswegen en andere negatieve externe effecten.

Al enkele jaren pakt de overheid het probleem aan door maatregelen te nemen om dat transport te reguleren, bv. door lage-emissiezones en zones zonder auto's of transportvoertuigen in te voeren naar het voorbeeld van de systemen die bestaan of worden overwogen op regionaal niveau⁹.

⁹ Zie bv. Le Soir, 28/08/2019, « Taxe kilométrique à Bruxelles: les automobilistes seront taxés à l'usage, annonce la ministre de la Mobilité. » Beschikbaar op: <https://www.lesoir.be/244330/article/2019-08-28/taxe-kilometrique-bruxelles-les-automobilistes-seront-taxes-lusage-annonce-la>

Het risico van dergelijke lokale en regionale initiatieven is dat ze gepaard gaan met een vermenigvuldiging van bijzondere regels, waarbij geen geharmoniseerd regelgevend kader op een hoger (federaal of zelfs Europees) beleidsniveau wordt uitgetekend. Het ontbreken van deze harmonisatie - ten minste op regionaal of federaal niveau - maakt wegenbelastingen minder efficiënt, minder verstaanbaar voor de gebruikers en meer discriminerend. We wijzen in deze context op het voornemen van het Brussels gewest om een stedelijk tolsysteem in te voeren.

Alle deskundigen zijn evenwel van oordeel dat die systemen vroeg of laat in Europa en in de rest van de wereld zullen worden geïmplementeerd. Het systeem van de kilometerheffing bestaat al voor vrachtwagens in België en zou dus gemakkelijk kunnen worden uitgebreid tot andere wegtransporten van goederen en personen, ook in de sector van de e-commerceleveringen.

4. Fiche 4: De nieuwe technologieën voor een duurzame levering van pakjes in de laatste kilometer

De deskundigen zijn het eens over wat volgt.

4.1 De komende decennia zullen de nieuwe leveringstechnologieën een belangrijke rol vervullen in de transitie naar een duurzamere laatste kilometer.

Een lijst met verschillende technologieën werd voorgelegd aan de deskundigen¹⁰. De deskundigen zijn unaniem van oordeel dat, in hun sector, de elektrische fiets de laatste kilometer van het leveringstraject duurzamer zal maken. Dit is het enige unanieme standpunt. De technologieën waarover een grote meerderheid een gunstig oordeel velde, zijn: de verpakkingstechnologieën, de beveiligde toegang tot de woning, de beveiligde toegang tot een pakjesbox buiten de woning, de elektrische wagens en bestelwagens, de zelfrijdende voertuigen, de levering bij burens en de *crowd delivery* (levering door werknemers die zijn verzameld rond een onlineplatform). De minste gunstige reacties kregen de traditionele fietsen, de bromfietsen en de drones.

Tabel B.1: De toekomst van de last mile: TOP 5 van de technologieën

<i>V: Welke technologieën zullen over 15 jaar het meest worden waargenomen in de laatste kilometer?</i>	<i>V: Welke technologieën zouden volgens u over 15 jaar in de laatste kilometer moeten worden toegepast om hem duurzamer te maken?</i>
A:	A:
#1 Elektrische fiets	#1 Elektrische fiets
#2 Verpakkingstechnologieën	#2 Verpakkingstechnologieën
#3 Box buiten de woning met beveiligde toegang	#3 Box buiten de woning met beveiligde toegang
#4 Crowd delivery	#4 Crowd delivery
#5 Levering bij burens	#5 Zelfrijdende voertuigen

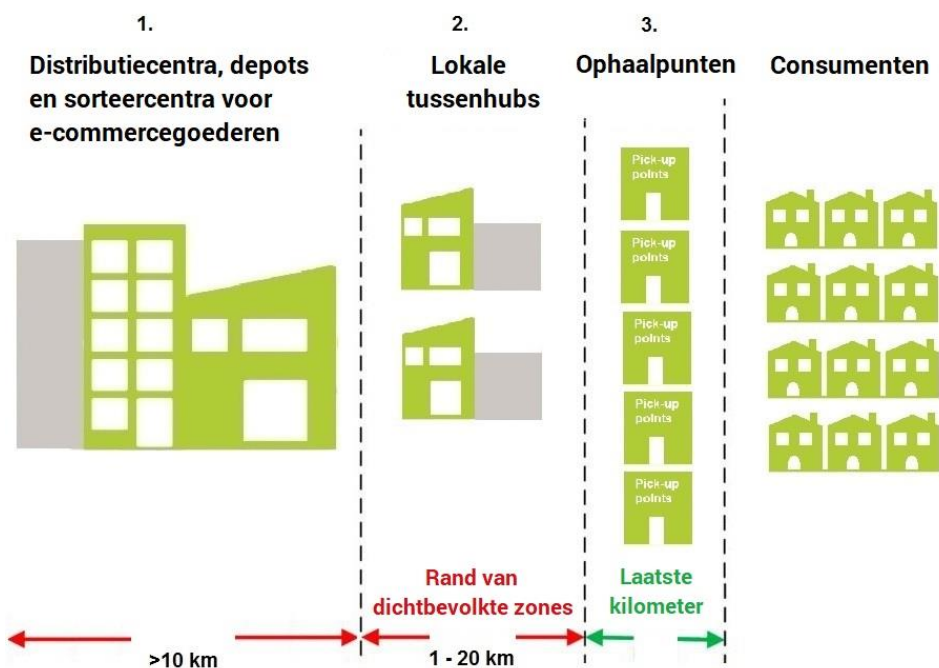
De deskundigen zijn het er bovendien over eens dat de automatisering van de logistiek alsmear belangrijker zal worden in hun sector. Eén deskundige vermoedt evenwel meer opportuniteiten voor informaticatoepassingen (applicaties) dan voor de eigenlijke fysieke automatisering. Een andere suggestie heeft betrekking op het belang van voertuigen die rijden op aardgas, meer bepaald de *CNG-vans*.

¹⁰ De lijst bevat de volgende technologieën: zelfrijdende voertuigen, de traditionele fiets, de elektrische fiets, crowd delivery, levering bij burens, drones, elektrische wagens of bestelwagens, bromfietsen, verpakkingstechnologieën (recycleerbare en bioafbreekbare verpakking/verpakking met de juiste afmetingen), beveiligde toegang tot de woning en beveiligde toegang tot een pakjesbox buiten de woning.

5. Fiche 5: De nieuwe organisatievormen voor een duurzame levering van pakjes in de laatste kilometer

In de bevoorradingsketen, tussen de distributiecentra en de ophaalpunten, kunnen tal van andere consolidatie- of transportcentra bestaan die het vervoer van de goederen vergemakkelijken. Door dicht bij de consument te komen, dalen de kosten van de bevoorradingsketen en worden de leveringstermijnen korter. Bovendien zijn de bedrijfsterreinen gewoonlijk duurder in stedelijke gebieden. Er moeten derhalve compromissen worden gezocht op het vlak van toegankelijkheid, grondkosten en bevolkingsdichtheid om de bevoorradingsketen te optimaliseren. De conceptie van een optimaal systeem kan beterschap brengen op zowel economisch als milieugebied.

De onderstaande figuur bevat 3 soorten van logistieke installaties die de distributieketen van goederen in de e-commerce voorstellen.



Het e-commerce-distributiecentrum

De distributiecentra, depots en sorteercentra van het e-commercekanaal zijn grootschalige installaties die een geautomatiseerde en semi-geautomatiseerde sortering van de producten uitvoeren. Ze bieden *cross-docking* configuraties aan en zijn vaak gevestigd waar de bedrijfsterreinen minder duur zijn, buiten de steden, en waar ze toegang hebben tot de regionale distributie.

De bevroegde deskundigen merken op wat volgt.

- 5.1 **België telt vandaag te weinig van deze distributiecentra. De meeste bevinden zich in het buitenland.**
- 5.2 **De distributiecentra van de e-retailers in het buitenland leggen de markt van de levering in de laatste kilometer in België hun eigen spelregels op.**

- 5.3 **Eerlijke concurrentievoorwaarden (*level playing field*) zijn noodzakelijk voor de transitie naar een duurzame laatste kilometer.**
- 5.4 **Drie van de vijf bevroegde deskundigen zijn van oordeel dat de concurrentievoorwaarden ongelijk zijn (twee blijven neutraal), dat de ondernemingen in België het m.a.w. moeilijk hebben om te concurreren met de ondernemingen in het buitenland.**
- 5.5 **Drie van de vijf bevroegde deskundigen (twee blijven neutraal) menen dat de levering in de laatste kilometer in België steeds meer zal worden gedomineerd door een handvol leveranciers in het buitenland.**

De lokale tussenhubs

Lokale tussenhubs zijn middelgrote installaties, zoals centra voor de levering van pakjes en depots voor stedelijke logistiek. Ze maken gewoonlijk een cross-dockingconfiguratie mogelijk voor het laden van bestelwagens. Ze zijn vaak gevestigd aan de rand van metropolen, waar ze toegang hebben tot dichtbevolkte zones.

De bevroegde deskundigen merken op wat volgt.

- 5.6 **België telt vandaag te weinig van deze tussenhubs.**
- 5.7 **Nieuwe lokale tussenhubs zouden het mogelijk maken de efficiëntie van het distributiesysteem te verbeteren en de levering duurzamer te maken.**
- 5.8 **Als ze conceptueel goed zijn ontworpen, zouden deze nieuwe lokale tussenhubs kunnen helpen bij het beheer van de omgekeerde logistiek (de terugzending van producten door de klanten naar depots en/of leveranciers).**
- 5.9 **Als ze conceptueel goed zijn ontworpen, zouden deze nieuwe lokale tussenhubs kunnen dienen om een systeem van ophaling van recycleerbaar afval en aan statiegeld onderworpen verpakkingen in te voeren.**
- 5.10 **Als gebruikers de lokale hubs delen, kan dit ertoe bijdragen om de bevoorradingsketens te optimaliseren.**
- 5.11 **In dat opzicht is nauwere samenwerking tussen de verleners van logistieke diensten wenselijk.**
- 5.12 **Iedereen zou, zonder enige discriminatie, toegang moeten hebben tot de hubs (*level playing field*).**

De ophaalpunten

De ophaalpunten kunnen de vorm aannemen van pick-uppunten of pakjesautomaten op strategische plaatsen.

Pick-uppunten zijn plaatsen in de buurt waar online gekochte goederen worden opgeslagen tot de consument die ze heeft gekocht ze komt ophalen. De meeste pick-uppunten zijn buurtwinkels die pakjes leveren voor rekening van een logistieke operator.

De pick-uppunten leveren evenwel niet alleen pakjes aan de consument, ze kunnen ook zorgen voor de dienstverlening na verkoop door bv. de terugzending van de pakjes te beheren. Ze worden ook gebruikt om pakjes te stockeren die vruchteloos thuis werden geleverd, waarmee ze de rol van opslagpunt vervullen. Op die manier kunnen ze worden beschouwd als microconsolidatiecentra waar verschillende transporteurs hun pakjes kunnen deponeren, waarna een milieuvriendelijkere leveringsdienst de verzending naar de geadresseerden kan overnemen.

Volgens het VIL (Vlaams Instituut voor de Logistiek) kan de levering in pick-uppunten de ecologische voetafdruk van de levering van pakjes aanzienlijk verkleinen en in sommige gevallen de uitstoot met wel 80% reduceren (in minder dichtbevolkte zones). De pick-uppunten zijn dus een ecologisch alternatief voor de thuislevering.

De bevroegde deskundigen merken op wat volgt.

5.13 De pick-uppunten zullen een alsmaar belangrijker rol spelen in de laatste kilometer van het leveringstraject.

5.14 Het gebruik van een netwerk van pick-uppunten is in het algemeen duurzamer dan gefragmenteerde (thuis)leveringen.

5.15 De pick-uppunten zouden toegankelijk moeten zijn voor alle concurrenten om een buitensporige proliferatie te vermijden.

De netwerken van pick-uppunten ontwikkelen zich in heel België: in de ondernemingen, de postkantoren, de benzinstations enz. De concurrentie tussen de operatoren op de distributiemarkt heeft een buitensporige en inefficiënte proliferatie van pick-uppunten in dichtbevolkte zones teweeggebracht, terwijl er in minder dichtbevolkte regio's te weinig zijn¹¹.

5.16 Iedereen zou, zonder enige discriminatie, toegang moeten hebben tot de pick-uppunten (*level playing field*).

5.17 De pakjesautomaten zullen ook een alsmaar belangrijker rol spelen in de laatste kilometer van het leveringstraject.

Naar een betere samenwerking

De deskundigen zijn van oordeel dat:

5.18 De ontwikkeling van de e-commerce en de noodzakelijke logistieke reorganisatie die eruit voortvloeit opportuniteiten creëert voor samenwerking en medewerking tussen de privésector en de overheid in de transitie naar een duurzamere leveringsmarkt.

¹¹ Dit punt werd uiteengezet door Joris Beckers van de Universiteit Antwerpen tijdens de vergadering van 8 november 2018 in de CRB (zie kader).

Kader 5.1 Enkele ideeën van de deskundigen

- Een lokaal concessiesysteem ontwikkelen om de levering tussen de transporthubs en de ophaalpunten te verzekeren. De leveringen vanuit verschillende bronnen zouden zo worden gegroepeerd in een enkele vrachtwagen die aan een welbepaald ophaalpunt zou leveren. De deskundige verwijst naar het distributiesysteem dat in Monaco werd opgezet. De laatste kilometer zou vervolgens worden afgelegd door de klant zelf of via levering met de fiets of bestelwagen als de klant niet over het gepaste vervoermiddel beschikt. De deskundige wijst erop dat, om duurzame oplossingen toe te passen, er nood is aan een krachtige politieke visie en een vastbesloten engagement. “In België”, voegt hij eraan toe, “zijn de verantwoordelijkheden veel te verspreid en ik acht het niet mogelijk dat “de markt” automatisch naar de meest geschikte oplossing grijpt. Het zou kunnen dat de Europese regelgeving moet worden aangepast om het bestaan van dergelijke lokale monopolistische leveranciers mogelijk te maken.”
- Het *Physical internet* ontwikkelen. Dat internet wordt door de Fransman Éric Ballot, de Canadees Benoit Montreuil en de Amerikaan Russell D. Meller gedefinieerd als volgt: “Het fysieke internet is een alomvattend logistiek systeem dat voordeel haalt uit de onderlinge verbinding van bevoorradingsnetwerken via een gestandaardiseerd geheel van samenwerkingsprotocollen, modulaire containers en intelligente interfaces met het oog op een betere efficiëntie en duurzaamheid”. In dit systeem worden de stromen gebundeld “om de vullingsgraad van de vrachtwagens te verhogen en dus de uitstoot van broeikasgassen te verminderen”¹².
- De *White label logistics* ontwikkelen. Het witte label bestaat erin diensten uit te besteden aan andere ondernemingen zonder dat deze laatste als de leveranciers worden beschouwd.

¹² 17/03/2016, L'usine nouvelle, « L'internet physique, atout de la supply chain », beschikbaar op <https://www.usinenouvelle.com/article/l-internet-physique-atout-de-la-supply-chain.N383723>

6. Fiche 6: De transparantie voor een duurzame levering van pakjes in de laatste kilometer

De deskundigen zijn unaniem van oordeel wat volgt.

- 6.1 De consumenten worden onvoldoende bewust gemaakt van de economische kosten van de thuislevering en van de negatieve externe effecten ervan.**
- 6.2 De consumenten worden onvoldoende bewust gemaakt van de negatieve externe effecten van vruchteloze leveringen en van de terugzending van producten (*reverse logistics*).**

De meerderheid van de deskundigen van oordeel wat volgt.

- 6.3 Een grotere bewustmaking zou de consumenten ertoe aanzetten duurzamere keuzes te maken.**
- 6.4 De overheid zou bewustmakingscampagnes ter attentie van de consumenten moeten organiseren.**
- 6.5 Transparantie over de leveringsopties is noodzakelijk om de transitie naar een duurzame laatste kilometer tot stand te brengen.**