



# VERSLAG

CRB 2022-0400

Tussentijds verslag aan de eerste minister  
over het 'facts and figures'-  
verslag inzake e-commerce

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





## **Tussentijds verslag aan de eerste minister over het 'facts and figures'-verslag inzake e-commerce**

**Brussel  
11.02.2022**

## Inhoudstafel

<b>Inleiding</b> .....	<b>3</b>
<b>1. Omschrijving van het studiedomein</b> .....	<b>3</b>
<b>2. Aanpak van het verslag met facts &amp; figures inzake e-commerce</b> .....	<b>4</b>
2.1 Wat moet men verstaan onder "e-commerce"? .....	5
2.2 Interactie tussen aanbieders van e-commerce en andere sectoren? .....	5
2.3 Hoe scoort België inzake e-commerce t.o.v. andere landen? .....	6
2.4 Hoe gaan de Belgische bedrijven om met e-commerce? .....	6
2.5 Welke opportuniteiten brengt e-commerce? .....	7

## Inleiding

Tijdens het voorbije begrotingsconclaaf heeft de regering beslist dat de eerste minister een "E-commerce Strategy 4 Belgium" zal lanceren, waarin de actoren op het gebied van e-commerce worden samengebracht, met de medewerking van de minister van Economie en Werk, de minister van Financiën, de minister van Mobiliteit, de minister van Overheidsbedrijven en Post, de staatssecretaris voor Digitalisering en de staatssecretaris voor Relance en Strategische Investerings.

Om deze strategie te ontwikkelen wenst de regering een beroep te doen op de Centrale Raad voor het Bedrijfsleven.

Ondertussen heeft de CRB op 9 december 2021 ook een complementaire adviesvraag van vice-eersteminister De Sutter gekregen m.b.t. de vergroening van de e-commerce. Met vergroening wordt hier in de eerste plaats de verduurzaming van de e-commerceleveringen bedoeld, waarover de CRB reeds twee adviezen heeft uitgebracht.

Gezien de ruime vraagstelling van de eerste minister en de complementaire vraag van vice-eersteminister De Sutter hebben de sociale partners die in de CRB zijn verenigd een flexibel traject uitgewerkt. Dit traject moet de sociale partners toelaten om zich via meerdere deelverslagen ten gronde te informeren over alle facetten van e-commerce in België.

Al deze deelverslagen zullen door de subcommissie E-commerce strategy 4 Belgium samen met de bijzondere commissies Distributie en Verbruik grondig worden besproken. Daarna zullen ze ter goedkeuring aan het dagelijks bestuur van de CRB worden voorgelegd.

Deze goedgekeurde deelverslagen zullen daarna, samen met de adviezen en verslagen die de CRB reeds heeft geproduceerd, de leden van de commissies helpen om aanbevelingen te formuleren. Ook hier voorzien de leden in de mogelijkheid om deze aanbevelingen op te splitsen in deeladviezen.

## 1. Omschrijving van het studiedomein

De leden zullen binnen de CRB de economische aspecten van de e-commerce bespreken, waarbij het in voorkomend geval aan andere instellingen toekomt om zich uit te spreken over andere aspecten. Zo kan de NAR zich buigen over alles wat betrekking heeft op de arbeidsrechtelijke aspecten.

De groeiende rol van de e-commerce heeft in alle industrietakken tot aanzienlijke structurele veranderingen geleid. In de eerste plaats door de ontwikkeling van de B2B e-commerce, die zo'n 30 jaar geleden begon en de platforms voor elektronische handel tussen ondernemingen omvat; en meer onlangs door de B2C en C2C e-commerce, die door zijn directe toegang tot de consument de mogelijkheden van verkoop op afstand verruimt en de distributiesector verandert. Deze veranderingen hebben een reorganisatie teweeggebracht in de wijze waarop bepaalde producten worden vervaardigd, op de markt worden gebracht en worden gekocht, zoals te zien is in de reis- en toerisme-industrie of in de media.

Business-to-consumer (B2C) e-commerce houdt in dat ondernemingen langs elektronische weg aan eindgebruikers verkopen. Terwijl e-commerce-oplossingen beperkt bleven tot communicatie tussen grote bedrijven in specifieke sectoren die speciaal daarvoor communicatiekanalen hadden geopend. Deze business-to-businessstransacties worden ook wel B2B of Electronic Data Interchange (EDI) genoemd. Sinds het eind van de jaren negentig hebben veel bedrijven de voordelen ingezien van rechtstreekse verkoop aan consumenten en ondernemingen via het web. De groei van de B2B-, B2C- en C2C-handel via het web, die werd gestimuleerd door de komst van het World Wide Web, werd

geleidelijk aan versterkt door de verbetering van de webbrowsers, vooruitgang in de connectiviteit, het toegenomen gebruik van het internet en betere scholing in het gebruik ervan.

Het deel van de e-commerce dat voor het grote publiek het meest zichtbaar is, is B2C, waarbij het gaat om online kopen en verkopen. Verkopers bieden producten te koop aan via onlineplatforms die ze zichtbaar maken en waarmee ze de traditionele etalages vervangen. De kopers browsen en kopen producten op hun computer, tablet, smartphone, en sinds kort ook op hun tv.

Om op alle vragen van de eerste minister te antwoorden, zal de analyse zowel economische, sociale als ecologische cijfers bevatten. In de eerste fase zal de analyse zich beperken tot de facts & figures zoals gevraagd door de eerste minister. In de tweede fase zal een gemeenschappelijke interpretatie van de statistieken worden gemaakt. Uiteindelijk zullen op basis hiervan aanbevelingen worden uitgewerkt.

De aanbevelingen aangaande de economische en ecologische aspecten zullen door de CRB worden behandeld. In voorkomend geval kunnen andere aspecten door een andere bevoegde raad worden behandeld, zoals de NAR.

In dit kader zullen we, zoals wordt gevraagd door de eerste minister, een analyse maken van de e-commerce in zijn geheel. Hiermee willen we de Belgische segmenten (B2B, B2G, B2C, C2C) van de e-commerce die een achterstand hebben, identificeren. Daarna zullen we via een diepgaande statistische analyse focussen op de segmenten met een achterstand. Deze analyse zal o.a. kunnen steunen op de vergelijking tussen de segmenten en de elementen die uitleggen waarom bepaalde van de segmenten van e-commerce beter presteren dan andere.

## **2. Aanpak van het verslag met facts & figures inzake e-commerce**

In het kader van het verslag met facts & figures inzake e-commerce vraagt de eerste minister om o.a. op vijf vragen te antwoorden. Hieronder geven we aan wat reeds werd gedaan en hoe de leden van de CRB van plan zijn om op deze vragen te antwoorden.

De leden willen eerst en vooral die vijf vragen zo veel mogelijk documenteren (objectiveren) aan de hand van (vijf of) meerdere facts & figures-verslagen, die het secretariaat van de CRB zal produceren. Deze deelverslagen maken deel uit van een reeks verslagen die samen vorm moeten geven aan het "E-commerce facts & figures-verslag" dat door de eerste minister aan de CRB als eerste bijdrage werd gevraagd.

Door te werken met meerdere deelverslagen willen de leden flexibel werken en de mogelijkheid hebben om de regering op regelmatige tijdstippen te informeren over de vooruitgang van hun werkzaamheden, o.a. aan de hand van deze deelverslagen.

Hierdoor zullen de leden ook de mogelijkheid hebben om geleidelijk aan de inzichten over de facts & figures inzake e-commerce naar buiten te brengen.

Twee deelverslagen werden door het secretariaat reeds in het kader van deze adviesvraag geproduceerd, namelijk « Enjeux du commerce électronique pour le secteur de la distribution en Belgique » en « E-commerce : Emploi Facts & Figures ». Deze nota's worden in de loop van de maand januari door de subcommissie E-commerce strategy 4 Belgium besproken. Daarna worden ze ter goedkeuring aan het dagelijks bestuur van de CRB voorgelegd.

In de hoofdstukken hieronder geven we aan hoe het secretariaat op verzoek van de leden van de CRB te werk zal gaan om elke van de vijf vragen van de eerste minister zo goed mogelijk te documenteren.

Het secretariaat van de CRB zal bij zijn studiewerk zoveel mogelijk een beroep doen op andere instellingen, zoals de fod Economie, de NBB, het FPB, het BIPT..., om efficiënt te werken. Er zal ook een beroep worden gedaan op de kennis van de regionale raden (SERV, CESRW, Brupartners en WSR). Het doel is ook om geleidelijk aan een kennisnetwerk uit te bouwen, dat de sociale partners en de regering kan helpen bij het uittekenen van het beleid.

## **2.1 Wat moet men verstaan onder "e-commerce"?**

Vraag: Wat moet men verstaan onder "e-commerce"? Met andere woorden, welke definitie hanteert men? Er bestaat een definitie in de wet van 5 maart 2017. Is het wenselijk om deze definitie te gebruiken? Waarom wel of waarom niet?

Op verzoek van de CRB heeft de fod Economie een eerste ontwerp van verslag gemaakt over deze vraag met de titel: "La définition de l'e-commerce ne doit pas être réductrice". Dit verslag zal in de subcommissie E-commerce strategy 4 Belgium door de leden worden besproken. Zeker is dat de CRB de problematiek m.b.t. de economische aspecten van de e-commerce ruimer zal bekijken dan de sectoren die worden gedefinieerd in de wet van 5 maart 2017.

## **2.2 Interactie tussen aanbieders van e-commerce en andere sectoren?**

Vraag: Hoe verloopt de interactie tussen de aanbieders van e-commerce en de andere betrokken sectoren zoals bv. de detailhandel (fysieke dienstverlening)? Welke positieve en negatieve impulsen gaan er van de e-commerce uit naar deze andere sectoren?

Dit is een vraag over de waardeketen van e-commerce.

De twee reeds geproduceerde deelverslagen, namelijk « Enjeux du commerce électronique pour le secteur de la distribution en Belgique » en « E-commerce : Emploi Facts & Figures », geven reeds een goed overzicht van de sterktes en zwaktes van de waardeketen op het vlak van activiteit en nieuwe evoluties, alsook van de impact op de werkgelegenheid en de vestiging van bedrijven.

In de verslagen zal naast de economische activiteit en de werkgelegenheid in de e-commerce detailhandel o.a. worden gekeken naar de evoluties in de werkgelegenheid en de vormen van werkgelegenheid en de activiteiten in de sectoren die diensten verlenen aan de e-commerce detailhandel, namelijk de logistieke sector en de ict- dienstverlenende sectoren. Belangrijk zal ook zijn om te kijken in welke mate de aanwezigheid van e-commerce detailhandel de economische activiteit, de werkgelegenheid en de verkoop van Belgische producten en diensten stimuleert. We zullen ook proberen om vergelijkingen te maken met de buurlanden en andere Europese landen.

Door middel van een diamant van Porter-analyse willen we de vaststellingen uit meerdere verslagen in een analyse bundelen. We willen zien welke factoren de fitheid van e-commerce in België bepalen. Zijn dat vraagfactoren die betrekking hebben op de consumenten, aanbodfactoren, de sterkte van de toeleverende en dienstverlenende bedrijven, de concurrentie en de wisselwerking in de sector ?

Een beter zicht op de wisselwerking tussen de bedrijven die actief zijn in de waardeketen moet de leden helpen bij het formuleren van concrete aanbevelingen voor de tweede bijdrage.

### **2.3 Hoe scoort België inzake e-commerce t.o.v. andere landen?**

Vraag: Hoe scoort België ten opzichte van onze buurlanden in het aantrekken van e-commerce-activiteiten en -investeringen? Wat zijn mogelijke verklaringen voor een eventuele bovenmaatse of ondermaatse prestatie van ons land?

Op basis van de werkgelegenheidsanalyse krijgt men een zeer ruwe schets van de vestiging van werkgelegenheidsactiviteit in warehouses in de logistieke sector alsook bij de “pure players” in België en de buurlanden.

Om echt een scherp beeld te krijgen van het aantrekken van e-commerce-activiteiten zou een meer gedetailleerde analyse moeten gebeuren (waarvoor tijd nodig is) om investeringen specifiek te linken aan e-commerce-activiteit in België en in de buurlanden. Zo is het heel moeilijk om e-commerce-investeringen van gewone detailhandelinvesteringen te scheiden bij “mixed players” die in beide investeren. Verder willen we ook onderzoeken hoe België in vergelijking met de buurlanden scoort op het vlak van e-commercewerkgelegenheid.

Hoe de e-commerce vorm krijgt in België, hangt in sterke mate ook af van de Belgische consument en zijn voorkeuren, van de frequentie van online aankopen en van het volume van zijn aankopen. Een vergelijking tussen het shoppinggedrag van de Belgische consument en dat van de consumenten in de buurlanden kan in deze analyse niet ontbreken.

Voor een verdere analyse van de e-commerce-investeringen zullen we o.a. contact opnemen met de NBB om te zien of zij de werkzaamheden op dit vlak zou kunnen ondersteunen.

Het is niet duidelijk of er voldoende gedetailleerde statistieken (bij Eurostat, de NBB, AD Statistics Belgium en het KMO-Observatorium van de fod Economie) bestaan om e-commerce-activiteiten te scheiden van andere activiteiten in de detailhandel, de logistiek, de ict-diensten...

### **2.4 Hoe gaan de Belgische bedrijven om met e-commerce?**

Vraag : Hoe gaan de Belgische bedrijven om met e-commerce? Hebben ze, gemiddeld gezien, hierop snel en gepast ingespeeld of hebben ze daarentegen relatief laat gereageerd in vergelijking met hun concurrenten in het buitenland? Welke verklaringen bestaan hiervoor?

Deze vraag van nabij documenteren is voor het secretariaat een belangrijke opdracht omdat antwoorden hierop betere inzichten zullen leveren over hoe de concurrentie en de wisselwerking tussen bedrijven in de sector verloopt. Dit is een onderdeel dat nodig is in het kader van de gevraagde Porter-analyse.

Hoe zijn Belgische bedrijven omgegaan met omnichannelstrategieën? Is er voldoende digitale geletterdheid in België en zijn er opleidingen in ons onderwijs die deze aanleren? Hoe is het algemeen gesteld met het ondernemersniveau in België en het digitaal ondernemerschap in het bijzonder? Hoe gaan onderwijs en maatschappij om met ondernemerschap? Hoe staat het met de innovatiestrategieën in de distributiesector en aanverwante sectoren? Is de marktwerking in de betrokken sector voldoende stimulerend om te innoveren? Was en is er genoeg risicokapitaal beschikbaar voor e-commerce-ondernemerschap in België?

## 2.5 Welke opportuniteiten brengt e-commerce?

Vraag: In welke mate is de e-commerce vandaag in volle verandering (bv. als gevolg van de coronacrisis, het toenemende belang van duurzaamheid en de lastmileproblematiek, 5G, de impact op de transportvraag en de congestie...)? Welke opportuniteiten zou dit voor België kunnen teweegbrengen?

De COVID-19-pandemie heeft de ontwikkeling van e-commerce in België en in de wereld gevoelig versneld. Als gevolg van de lockdowns en de inperkende maatregelen ging een groot deel van de samenleving op slot. De Belgische consumenten deden 'noodgedwongen' een beroep op de onlinehandel. Dankzij de digitale technologie en de onlinehandel kon worden vermeden dat de bevolking compleet werd afgesneden van het maatschappelijke leven. Met behulp van e-commerce bleef voor de bevolking de toegang tot zowel essentiële als minder essentiële goederen en diensten verzekerd. De distributiesector zocht zijn weg verder naar het onlineverkoopkanaal en slaagde er op die manier in beter te overleven tijdens deze gezondheidscrisis.

E-commerce is één van de onderdelen van de digitale omwenteling, die op haar beurt een belangrijke motor is van een snel veranderende maatschappij. Deze digitale omwenteling biedt enerzijds tal van mogelijkheden om flexibel en vlot in te spelen op o.a. crisissen en onzekerheden, anderzijds houdt deze ook belangrijke risico's in voor o.a. de sociale cohesie en de digitale kloof.

E-commerce biedt opportuniteiten en houdt ook bedreigingen in. De sociale partners onderkennen grote domeinen waarop ze willen werken:

- klimaatverandering: o.a. de verduurzaming van transport, de e-commercelogistiek en last mile;
- technologieontwikkeling koppelen aan digitale toepassingen: 5G, elektrificatie leveringsvoertuigen, intelligente communicerende verpakkingen, mogelijkheden van big data en algoritmen ... ;
- digitale mogelijkheden om crisissen en pandemieën te beheersen of te verzachten;
- de werkgelegenheid (o.a. tewerkstellingkwaliteit, de creatie van jobs, tewerkstellingskansen voor laag- en hooggeschoolden, ...);
- moeilijkheden en mogelijkheden van zelfstandigen en kmo's bij e-commerce;
- analyse van de verschillen tussen binnen- en buitenlandse ondernemingen op het vlak van fiscaliteit, btw, consumentenwetgeving, controles (niet alleen op consumentenwetgeving, maar ook bv. op wetgeving inzake solden en verkoop met verlies), handhaving van milieuverplichtingen (bv. betaling van milieubijdragen voor buitenlandse webshops), gratis retours.... Ook onderzoek naar hoe en waar dominante posities van e-platformen ontstaan en de impact ervan op o.a. concurrentie. Dit domein werd o.a. opgenomen in het regeerakkoord.

De beleidsplannen (o.a. Nationaal Energie- en Klimaatplan, Europese Green Deal...) proberen een krachtig antwoord op de maatschappelijke uitdagingen en risico's (o.a. opwarming van de aarde, pandemie(ën)) te geven. We moeten als maatschappij in het verlengde van deze plannen verder nadenken over duurzamere manieren om onze samenleving te organiseren, met meer oog voor de maatschappelijke kosten en baten van de keuzes die we maken. De digitale omwenteling en e-commerce bieden opportuniteiten om hierbij te helpen.

Het secretariaat van de CRB heeft van zijn leden de opdracht gekregen om de opportuniteiten en bedreigingen in het kader van deze domeinen verder te documenteren.

Op het vlak van deze domeinen heeft de CRB reeds nota's en adviezen geproduceerd.



Twee nota's handelen over de wisselwerking tussen COVID-19 en digitale platformen en de belangrijke impact op e-commerce:

- [Distributie : De versterking van de technologie-reuzen tijdens de lockdown \(fgov.be\)](#)
- [Distributie : Een duurzame markt voor de levering van pakjes \(fgov.be\)](#)

Twee adviezen en twee nota's verdiepen zich in de verduurzaming van de e-commerce-logistiek en de mogelijkheden om deze verduurzaming door te trekken naar andere sectoren.

- [Handelspraktijken : Nood aan een gecoördineerd beleid voor een duurzame e-commerce-logistiek en last mile \(fgov.be\)](#)
- [Distributie : Een duurzame e-commerce-logistiek en 'last mile' \(fgov.be\)](#)
- [Distributie : Visie van experts over een duurzame e-commerce-logistiek \(fgov.be\)](#)
- [Distributie : Visie van bedrijfsdeskundigen op de toekomst van de e-commerceleveringen \(fgov.be\)](#)

## Aanpak van het advies over e-commerce

Vervolgens wordt door de eerste minister gevraagd om op basis van van het verslag met facts & figures inzake e-commerce een tweede bijdrage voor te bereiden, waarin de nadruk wordt gelegd op het formuleren van concrete voorstellen. Ideaal zou de regering deze tweede bijdrage graag in de loop van maart/april 2022 ontvangen.

De voorstellen kunnen o. a. betrekking hebben op de mobiliteit, de ruimtelijke ordening, de fiscaliteit, de arbeidsorganisatie, de concurrentie, met name tussen Belgische en buitenlandse platformen/ondernemingen, de prijs van de leveringen, de illegale handelspraktijken van bepaalde buitenlandse spelers, de modal shift en de verduurzaming van de last mile enz.

De leden engageren er zich in deze context toe om een constructieve bijdrage te leveren aan het overleg over de ontwikkeling van een duurzaam, sociaal en ecologisch e-commerceverdienmodel voor België. Ambitie en realisme moeten hierbij hand in hand gaan. Hoewel in de context van deze problematiek op Europees niveau beleidsacties moeten worden ondernomen, mag dit de Belgische regering er niet van weerhouden ook zelf beleidsinitiatieven te nemen.

De leden van de CRB hebben besloten om aan twee adviezen te werken die complementair zijn.

Het eerste advies zal aanbevelingen formuleren in het kader van de eerste vier vragen van de eerste minister. Dit advies zal sterk focussen op de waardeketen van e-commerce in België. De focus zal hier liggen op aanbevelingen voor de ontwikkeling van een duurzaam, sociaal en ecologisch e-commerceverdienmodel voor België. Dit advies zou in grote mate moeten steunen op de diamant van Porter-analyse die het sluitstuk moet zijn van de geproduceerde verslagen.

Het tweede advies zal moeten focussen op de opportuniteiten en bedreigingen van e-commerce en digitale ontwikkelingen (vraag 5 van de eerste minister). De sociale partners onderkennen hier meerdere domeinen waarop zij wensen te werken, namelijk de klimaatverandering met o.a. transport- en congestieproblematieken, nieuwe technologische ontwikkelingen, het inspelen op crisissen zoals pandemieën, het aanpakken van uitdagingen op het vlak van werkgelegenheid en o.a. de tewerkstellingkwaliteit, werken aan een gelijk speelveld voor bedrijven in binnen- en buitenland op het vlak van fiscaliteit, btw, consumentenbescherming...

In de context van dit advies kreeg de CRB ook een complementaire vraag van vice-eersteminister De Sutter, die zich toespitst op de vergroening van de e-commerce. Met vergroening gaat het hier in de eerste plaats over de verduurzaming van de e-commerceleveringen, waarover de CRB reeds twee adviezen heeft uitgebracht.

De leden hebben dan ook beslist om dit advies samen met vraag vijf van de eerste minister te behandelen in het kader van het advies over de opportuniteiten en bedreigingen van e-commerce en digitale ontwikkelingen.

De leden van de CRB sluiten niet uit dat de twee grote adviezen verder zullen worden uitgewerkt via deeladviezen.