

BELGISCHE SENAAT

ZITTING 2017-2018

19 APRIL 2018

Voorstel van resolutie betreffende de coördinatie tussen de Federale Staat en de deelstaten inzake de ontwikkeling van *e-commerce* in België

(Ingediend door Olivier Destrebecq c.s.)

TOELICHTING

De beslissing van het onlinehandelsbedrijf Zalando om zijn nieuw logistiek centrum (en de bijbehorende 1 500 rechtstreekse banen) in Nederland te vestigen in plaats van in België heeft in ons land veel stof doen opwaaien. Het toont aan hoe belangrijk het voor politieke verantwoordelijken is om de ontwikkeling van deze sector, die voor vele banen en voor economische groei zorgt, te bevorderen.

België moet zijn inspanningen opdrijven om buitenlandse investeringen in *e-commerce* aan te trekken. Er zijn trouwens al verschillende maatregelen in die zin voorgesteld.

De ontwikkeling van *e-commerce* in België vereist echter ook een grotere onlineaanwezigheid van de Belgische handelaars, met inbegrip van de kleinere. Zij kampen immers met een steeds hardere concurrentie van grote internetbedrijven met een breed aanbod, die de gewoonten van de consumenten veranderen en de fysieke handelaars onder druk plaatsen.

Deze laatste zijn niet gedoemd om te verdwijnen, maar kunnen zich integreren in de *e-commerce* door zich te profileren als vitrines van een breed onlineaanbod.

Belgische consumenten zijn over het algemeen voorstanders van onlinehandel, maar er rijzen nog vragen

SÉNAT DE BELGIQUE

SESSION DE 2017-2018

19 AVRIL 2018

Proposition de résolution relative à la coordination entre l'État fédéral et les entités fédérées quant au développement de l'*e-commerce* en Belgique

(Déposée par Olivier Destrebecq et consorts)

DÉVELOPPEMENTS

La décision de l'entreprise de commerce électronique Zalando de choisir les Pays-Bas au détriment de la Belgique pour implanter son nouveau centre logistique (et les 1 500 emplois directs qui y étaient associés) a fait grand bruit dans notre pays, mettant en lumière les enjeux considérables qui se présentent aux décideurs politiques pour favoriser le développement de ce secteur porteur de nombreux emplois et de croissance économique.

La Belgique doit en effet poursuivre ses efforts en termes d'attractivité pour les investisseurs étrangers actifs dans l'*e-commerce* ; plusieurs voix se sont d'ailleurs élevées pour évoquer toute une série de mesures à prendre en ce sens.

Mais le développement de l'*e-commerce* en Belgique passe également par une meilleure présence en ligne des commerçants belges, en ce compris les plus petites enseignes. Celles-ci subissent en effet une concurrence accrue de la part des grands sites Internet dont l'offre importante de produits modifie les habitudes des consommateurs et met sous pression les commerces physiques.

Toutefois, ces derniers n'ont pas vocation à disparaître mais plutôt à s'intégrer dans le développement de l'*e-commerce* en ligne, agissant comme vitrines d'une offre en ligne abondante.

En outre, bien que les consommateurs belges soient globalement adeptes du commerce en ligne, des

over de toegankelijkheid van deze nieuwe diensten voor de hele bevolking, en over de beveiliging van elektronische betalingen.

Er moet dus een globaal en gecoördineerd antwoord komen op de vele reglementaire en economische uitdagingen voor de ontwikkeling van *e-commerce*, door zich te concentreren op drie assen : de aantrekkelijkheid van België voor buitenlandse investeerders in *e-commerce*, de ontwikkeling van de onlineactiviteiten van de Belgische handelaars en een brede en veilige toegang voor de consumenten.

Zowel de federale overheid als de Gemeenschappen en Gewesten hebben hierin een rol te spelen, aangezien de elektronische omwenteling in onze maatschappij en onze economie aanpassingen vereist in zowel de arbeidswetgeving, de steun aan bedrijven, de opleidingen, als in het bepalen van nieuwe productievormen, de mobiliteit, enz.

De Senaat kan dus een globale discussie op gang brengen over de ontwikkeling van *e-commerce* in België. Dit voorstel van resolutie geeft een eerste overzicht van de toestand en van wat er op het spel staat voor de regeringen. Het wil de verschillende bestuursniveaus aansporen tot een gecoördineerde aanpak om het potentieel van *e-commerce* in België ten volle te benutten.

Volgens de Algemene Directie Statistiek van de Federale Overheidsdienst (FOD) Economie (peiling 2017 « ICT-gebruik bij de huishoudens » (1)), hebben 60 % van de Belgen in 2017 minstens eenmaal een bestelling geplaatst op het internet. Dat is een hoog cijfer dat al sinds jaren in stijgende lijn gaat, wat bewijst dat de Belgen zeer geïnteresseerd zijn in onlineaankopen.

Het adviesbureau RETIS, dat gespecialiseerd is in *e-commerce*, stelt echter vast : « *si la balance commerciale de la Belgique est globalement positive, avec une économie tournée vers l'exportation, cette situation est opposée en matière de commerce en ligne : les consommateurs belges achètent en ligne massivement à l'étranger* ». Er zijn dus te weinig Belgische webshops, en de bestaande webshops verkopen te weinig in het buitenland.

Het geval Zalando heeft aangetoond dat er een hevige concurrentie woedt tussen de verschillende landen om de belangrijke actoren in *e-commerce* aan te trekken. Zij moeten immers verschillende logistieke centra

questions se posent notamment sur l'accessibilité de ces nouveaux services à l'ensemble de la population ainsi que sur la sécurité des paiements en ligne.

Il s'agit donc de répondre de manière globale et coordonnée aux nombreux défis règlementaires et économiques relatifs au développement de l'*e-commerce* en se concentrant sur trois vecteurs : l'attractivité de la Belgique pour des investisseurs étrangers actifs dans l'*e-commerce*, le développement de l'activité en ligne des commerçants belges et un accès large et sécurisé pour les consommateurs.

Dans cette optique, tant l'autorité fédérale que les Régions et les Communautés sont concernées par l'enjeu, puisque la transformation numérique de notre société et de notre économie passe aussi bien par une adaptation des règles du travail que par le soutien aux entreprises et la formation, ou encore la définition d'une nouvelle forme de production, la gestion de la mobilité, etc.

À ce titre, le Sénat peut entamer une réflexion globale sur le développement de l'*e-commerce* en Belgique. La présente proposition de résolution dresse un premier aperçu de la situation et des enjeux pour les gouvernements et vise ainsi à encourager tous les niveaux de pouvoir à adopter une approche coordonnée pour libérer le plein potentiel de l'*e-commerce* en Belgique.

Selon la direction générale (DG) Statistique du service public fédéral (SPF) Économie (enquête 2017 « Utilisation des TIC auprès des ménages » (1)), 60 % des consommateurs belges (entre seize et septante-quatre ans) ont passé au moins une commande en ligne en 2017. C'est un chiffre important qui tend à évoluer positivement depuis plusieurs années, montrant l'attrait des consommateurs belges pour les offres en ligne.

Toutefois, le cabinet-conseil RETIS, spécialisé dans l'*e-commerce*, note que « *si la balance commerciale de la Belgique est globalement positive, avec une économie tournée vers l'exportation, cette situation est opposée en matière de commerce en ligne : les consommateurs belges achètent en ligne massivement à l'étranger* ». Il n'y a donc pas assez d'*e-shops* belges, et, parallèlement, ceux-ci ne vendent pas suffisamment à l'étranger.

Le cas Zalando l'a montré : il existe une forte concurrence entre États pour attirer les grands acteurs de l'*e-commerce*. Ceux-ci doivent en effet implanter plusieurs sites logistiques à travers l'Europe pour assurer

(1) <https://statbel.fgov.be/nl/themas/huishoudens/ict-gebruik-huishoudens>.

(1) <https://statbel.fgov.be/fr/themes/menages/utilisation-des-tic-aupres-des-menages/>.

doorheen Europa vestigen om snel te kunnen leveren, wat een essentieel aspect is van dit soort activiteit. Naast de geografische ligging spelen de flexibiliteit en de arbeidskosten ook een doorslaggevende rol in de keuze van *e-commerce*bedrijven, waar massaal nachtwerk wordt verricht.

De federale regering heeft trouwens verschillende maatregelen genomen om de loonhandicap met de buurlanden te dichten, om de loonkosten voor de werkgevers te verminderen, het nachtwerk te stimuleren en de btw op semi-industriële en logistieke onroerende goederen te verlagen. Maar er zijn meer inspanningen nodig om de achterstand ten opzichte van bijvoorbeeld Nederland in te halen.

De automatisering van het werk in de logistieke centra en de opkomst van robots wijzen er bovendien op dat de loonlasten niet het enige doorslaggevende argument zijn om al dan niet in België een centrum te bouwen. De noodzaak van een snelle levering vereist een goede mobiliteit en bereikbaarheid op de weg. Op dit vlak lijkt België onder een slecht internationaal imago, dat moet worden rechtgezet. De Gewesten spelen een belangrijke rol in het uitstippelen van een beleid dat een goede bereikbaarheid voor de logistieke centra waarborgt, alsook een vlot verkeer op de hoofdwegen en in de steden.

Ook moeten de (federale en gewestelijke) maatregelen om bedrijven aan te trekken, worden genomen in samenspraak met alle publieke actoren, en de communicatie met de bedrijven moet worden geëvalueerd om aanpassingen aan te brengen aan zowel de communicatiestrategie als de te nemen maatregelen door een bepaald beleidsniveau.

Naast onze aantrekkingskracht in het buitenland, stelt men ook een sterke stijging vast van *e-commerce* door Belgische bedrijven. RETIS schat dat meer dan drieduizend Belgische *e-commerce*handelaars vandaag actief zijn. Het adviesbureau schatte ook dat er eind 2016 in België meer dan vijfduizend personen voornamelijk in onlineverkoop werken (in de categorie « *business-to-consumer* »).

Bovendien heeft de website « *Safeshops.be* » aangetoond dat het aantal transacties op Belgische *e-commerce*platforms in 2017 met 40 % is gestegen. Er is ook een sterke stijging van het aantal Belgische *e-commerce*bedrijven met een omzet van minder dan 100 000 euro, hoewel zij ruim in de minderheid blijven ten opzichte van de grotere platforms. In totaal

un service de livraison rapide, essentiel pour ce type d'activité. Outre la position géographique des sites, la flexibilité et le coût du travail ont souvent été présentés comme des éléments déterminants dans le choix des entreprises actives dans l'*e-commerce*, celles-ci ayant massivement recours au travail de nuit.

Le gouvernement fédéral a d'ailleurs pris diverses mesures visant à combler le handicap salarial avec nos pays voisins, à réduire le coût du travail pour les employeurs, à faciliter le travail de nuit ou encore à réduire la TVA sur l'immobilier professionnel semi-industriel et logistique. Mais des efforts restent nécessaires pour combler le retard, notamment vis-à-vis des Pays-Bas.

En outre, l'automatisation des tâches dans ces centres logistiques et l'émergence des robots laissent à penser que le coût du travail ne constitue pas le seul argument de poids dans l'installation ou non de centres logistiques en Belgique. Ainsi, l'assurance d'une livraison rapide passe par des besoins importants de mobilité et d'interconnexions routières. Et à ce titre, la Belgique pâtit d'une mauvaise image à l'international qu'il convient de rectifier. Les Régions ont ici un rôle prépondérant dans la définition de politiques favorisant un accès aisé aux centres logistiques et une fluidité sur les grands axes ainsi que dans les villes.

De même, la publicité des mesures (tant fédérales que régionales) prises pour attirer les entreprises doit faire l'objet d'une participation de tous les acteurs publics, et les échanges avec les entreprises doivent être évalués pour adapter tant la stratégie de communication que les mesures à prendre par l'un ou l'autre niveau de pouvoir.

Outre notre attractivité à l'international, on remarque que l'*e-commerce* par des entreprises belges est en forte croissance dans notre pays. RETIS estime ainsi que plus de trois mille e-commerçants belges sont aujourd'hui actifs. Le cabinet-conseil évaluait également à plus de cinq mille le nombre de personnes travaillant essentiellement dans la vente en ligne (dans la catégorie « *business-to-consumer* ») en Belgique fin 2016.

De plus, le site « *Safeshops.be* » a montré que les plateformes belges de commerce en ligne ont vu le volume de transactions sur leurs sites augmenter de 40 % en 2017. Il observe également une forte croissance des acteurs belges de l'*e-commerce* dont le chiffre d'affaires est inférieur à 100 000 euros, bien que ceux-ci restent largement minoritaires face aux plus grandes

hebben de Belgen voor 5,8 miljard euro op Belgische websites gekocht.

Er zijn regionale verschillen, zoals de grotere stijging van het aantal *e-commerce*handelaars in Vlaanderen. Deze groei kan verklaard worden door het grotere aantal opgerichte bedrijven, maar ook door de langere levensduur ervan. Er kunnen dus op gewestelijk niveau maatregelen worden genomen om de bestaande *e-commerce*handelaars te helpen hun activiteiten te consolideren en uit te breiden.

Het consultancybedrijf PwC rangschikte Wallonië op de vierde plaats op vijftig inzake aantrekkingskracht voor investeerders die logistieke centra willen uitbouwen. Er zijn dus troeven die moeten worden uitgespeeld en er is nood aan administratieve vereenvoudiging, met name voor de sites waar logistieke centra zich kunnen vestigen.

Zoals gezegd, is het dus zaak om doelstellingen te bepalen op het vlak van mobiliteit, zowel wat de toegang tot de logistieke centra betreft als de leveringstermijnen in de steden. Een coherente strategie om de leveringsdiensten doeltreffend, geconnecteerd en duurzaam te laten werken moet ons land een voorkeurspositie geven bij de keuze van *e-commerce*bedrijven.

Op gewestelijk niveau kunnen ook andere maatregelen worden genomen om plaatselijke bedrijven aan te moedigen hun onlineactiviteiten uit te breiden, bijvoorbeeld door opleidingen in digitale technologie te verstrekken aan ondernemers.

Sinds de zesde Staatshervorming kunnen ook specifieke maatregelen worden genomen betreffende de rol en de evaluatie van regionale agentschappen voor buitenlandse handel, die de Gewesten internationaal promoten.

Een laatste aspect is de toegang van de burgers tot onlinediensten. De bevolking moet over de nodige tools kunnen beschikken. Om dit te bereiken is een digitale opleiding nodig (in scholen, universiteiten en via *ad hoc*-opleidingen), een betere connectiviteit en een betere beveiliging van onlinebetalingen en voorkoming van oplichterij.

In het algemeen heeft ons land er alle belang bij om de digitale weg in te slaan. *E-commerce* is immers slechts een afspiegeling van de vele uitdagingen die de

plateformes. De manière globale, les Belges ont effectué pour 5,8 milliards d'euros d'achat en ligne sur des sites belges.

Des disparités régionales existent, notamment en constatant une croissance plus marquée du nombre d'*e-commerçants* en Flandre. Cette croissance s'expliquerait par un plus grand nombre de créations d'entreprises, mais aussi par une plus grande longévité de celles-ci. Des mesures peuvent donc être prises au niveau régional pour aider les entrepreneurs en *e-commerce* existants à renforcer leurs activités et à s'étendre.

Ainsi, la société de consultance PwC classait la Wallonie en quatrième position sur cinquante en termes d'attractivité pour les investisseurs en matière d'accueil des plateformes logistiques. Des atouts peuvent donc être promus et des simplifications administratives mises en œuvre, notamment en ce qui concerne les sites sur lesquels les centres logistiques peuvent s'implanter.

Il s'agit dès lors, comme évoqué précédemment, de fixer des objectifs en termes de mobilité, tant en ce qui concerne l'accès aux centres logistiques qu'en termes de livraison dans les villes. Une stratégie cohérente permettant le développement de services de livraison efficaces, connectés et durables doit offrir une position préférentielle à notre pays dans le choix des entreprises d'*e-commerce*.

Toujours au niveau régional, d'autres mesures peuvent être prises pour encourager les entreprises locales à développer leur présence en ligne, par exemple sous forme de formations digitales à destination des entrepreneurs.

Plus spécifiquement, et suite à la sixième réforme de l'État, des mesures spécifiques peuvent être prises quant au rôle et à l'évaluation des agences régionales à l'exportation, chargées de la promotion des Régions à l'international.

Enfin, et en ce qui concerne l'accès des citoyens au service en ligne, il est nécessaire de donner à la population les outils nécessaires en la matière. Cela passe notamment par la formation des citoyens au numérique (via l'école, l'université et les formations *ad hoc*), une meilleure connectivité ainsi qu'à un renforcement de la sécurité des paiements en ligne et de la prévention aux arnaques.

Globalement, notre pays tirerait de grands bénéfices à s'approprier le tournant numérique, le commerce en ligne n'étant que le reflet de nombreux défis à relever par

overheden van het land moeten aangaan : economische aantrekkelijkheid, aanpassingen aan de arbeidsmarkt, veranderingen in de economische modellen, opleiding en toegankelijkheid. Door het beleid van de verschillende beleidsniveaus op elkaar af te stemmen met het oog op een ambitieuze gemeenschappelijke doelstelling op het vlak van digitale handel en economie, kan België een internationale uitstraling verkrijgen en worden Belgische handelaars gestimuleerd in een sector die groei en werkgelegenheid met zich meebrengt.

toutes les autorités du pays, mêlant attractivité économique, adaptation du marché du travail, transformation des modèles économiques, formation et accessibilité. En accordant les politiques publiques des différents niveaux de pouvoir vers un objectif commun ambitieux de développement du commerce et de l'économie en ligne, la Belgique peut se doter d'un rayonnement international et favoriser l'émergence d'acteurs belges dans un secteur d'avenir porteur de croissance et d'emploi.

Olivier DESTREBECQ.

VOORSTEL VAN RESOLUTIE

De Senaat,

Gelet op :

A. het potentieel van *e-commerce* op het vlak van groei en werkgelegenheid ;

B. de noodzaak voor ons land om buitenlandse investeerders in *e-commerce* aan te trekken en de kansen op het vlak van werkgelegenheid die dit met zich meebrengt ;

C. de noodzaak van een grotere onlineaanwezigheid van Belgische handelaars en van een omvorming van hun economische modellen om de concurrentie het hoofd te bieden en banen te scheppen ;

D. de huidige afwezigheid van grote Belgische spelers in *e-commerce* ;

E. de grote belangstelling van de consumenten voor onlineaankopen ;

F. de noodzaak van een snelle, gemakkelijke en veilige toegang tot deze diensten ;

G. de mobiliteitskwestie in ons land die onze competitiviteit en aantrekkingskracht in het buitenland aantast ;

H. de vele maatregelen die op alle beleidsniveaus moeten worden genomen om het hoofd te bieden aan de concurrentie uit de buurlanden en om een *e-commerce* « *made in Belgium* » te ontwikkelen ;

I. het feit dat zowel de federale overheid als de Gemeenschappen en Gewesten een rol te spelen hebben in een globale en coherente strategie om *e-commerce* te ontwikkelen,

Vraagt de verschillende regeringen :

1. gezamenlijk te werken aan een nationale, gecoördineerde strategie voor *e-commerce*, die gebaseerd is op de deelaspecten « internationale aantrekkelijkheid », « onlineontwikkeling van nationale actoren » en « toegankelijkheid voor de burgers » ;

2. in samenspraak met de verschillende overheden, te analyseren in hoeverre er niet meer rekening moet worden gehouden met het aspect « mobiliteit en

PROPOSITION DE RÉOLUTION

Le Sénat,

Vu :

A. vu le potentiel que représente l'*e-commerce* en termes de croissance et d'emplois ;

B. vu la nécessité pour notre pays d'attirer des investisseurs étrangers actifs dans l'*e-commerce* et les opportunités en termes d'emplois que cela représente ;

C. vu le besoin de développer la présence en ligne des commerçants belges et la nécessité de transformer leurs modèles économiques pour faire face à la concurrence et créer des emplois ;

D. vu l'absence, actuellement, de grands acteurs belges actifs dans le commerce en ligne ;

E. vu l'attrait des consommateurs pour les services d'achat en ligne ;

F. vu la nécessité d'un accès rapide, aisé et sécurisé à ces services ;

G. vu les enjeux de mobilité dans notre pays qui pèsent sur notre compétitivité et notre attraction à l'international ;

H. vu les nombreuses mesures à prendre à tous les niveaux de pouvoir pour répondre à la concurrence des États voisins et pour développer le commerce en ligne « *made in Belgium* » ;

I. vu l'implication tant de l'État fédéral que des Régions et des Communautés dans une vision globale et cohérente de développement du commerce en ligne,

Demande aux différents gouvernements :

1. de travailler de concert pour élaborer une stratégie nationale coordonnée sur l'*e-commerce*, comprenant les volets « attractivité internationale », « développement en ligne des acteurs nationaux » et « accessibilité aux citoyens » ;

2. d'analyser en concertation avec les différentes entités dans quelle mesure l'aspect « mobilité et interconnexion routière » ne devrait pas être davantage pris

interconnectie van de wegen » om internationale *e-commerce*bedrijven aan te trekken ;

3. de inspanningen op het vlak van digitalisering in de beleidsdomeinen die cruciaal zijn voor de sector van de *e-commerce* verder te zetten, in het bijzonder een beleid inzake mobiliteit dat efficiënte, geconnecteerde en duurzame leveringsdiensten bevordert, dat gekoppeld wordt aan een slim vervoersysteem (ITS) en aan digitale opleidingen voor ondernemers ;

4. geregeld de contacten te evalueren tussen de federale en gewestelijke agentschappen voor buitenlandse handel en de buitenlandse bedrijven die actief zijn in *e-commerce*, teneinde de maatregelen die hen aanbelangen op een coherente wijze bekend te maken.

26 maart 2018.

en considération dans un soucis d'attractivité internationale des acteurs de l'*e-commerce* ;

3. de poursuivre les efforts de digitalisation dans les politiques clés pour le secteur de l'*e-commerce*, et notamment une politique de mobilité favorisant des services de livraison efficaces, connectés et durables, intégrés dans un réseau de transport intelligent (ITS) et une politique de formation digitale à destination des entrepreneurs ;

4. d'évaluer régulièrement les contacts entre les agences fédérale et régionales pour le commerce extérieur et les entreprises étrangères actives dans l'*e-commerce* pour assurer une publicité cohérente des mesures à leur égard.

Le 26 mars 2018.

Olivier DESTREBECQ.
Anne BARZIN.
Rik DAEMS.
Lode VEREECK.
Jean-Paul WAHL.
Alain DESTEXHE.
Yves EVRARD.
Gilles MOUYARD.