

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 362
van **GRETE REMEN**
datum: 2 maart 2018

aan **PHILIPPE MUYTERS**
VLAAMS MINISTER VAN WERK, ECONOMIE, INNOVATIE EN SPORT

Buitenlandse e-commerce - Impact op verkoopcijfers van Belgische handelaars

Belgische winkeliers zagen tussen december 2016 en december 2017 hun verkoopcijfers dalen met 2,5%. In Europa deed alleen Luxemburg slechter. In de rest van Eurozone spreekt men van een positieve trend. Daar zijn de verkopen bij kleinhandelaars in diezelfde periode met 1,9% toegenomen. We hinken achterop. Volgens de cijfers van Eurostat is de daling bij de Belgische kleinhandel vooral te wijten aan de concurrentie van buitenlandse webshops. Unizo verduidelijkt wel dat de groei van e-commerce niet het probleem is, maar wel de voorkeur van de Vlaamse en Belgische consument voor buitenlandse webshops.

Twinkle.be lijstte eind vorig jaar de populairste webshops van de Belg op. Uit hun enquête bleek dat de top 6 van die lijst geen hoofdbureau had in België. Ook het e-commerce rapport van Comeos bevestigt dat verhaal. Hun studie, die in 2017 werd gepubliceerd en betrekking had op het jaar 2016, raamde de totale omzet van e-commerce in ons land op 7,43 miljard euro. Dat was een stijging van 15% t.o.v. 2015. 53,7% van de bestellingen in 2016 werd echter in het buitenland verwerkt. Aan de hand van die vaststellingen concludeerde Comeos dat er 13.700 potentiële jobs niet werden gecreëerd in België.

De BeCommerce marktmonitor registreerde in de periode van januari 2017 tot september 2017 7,35 miljard euro aan online uitgaven van Belgische consumenten. Een stijging met 10% tegenover dezelfde periode een jaar eerder. E-commerce groeit dus nog steeds zeer sterk in Vlaanderen en België. Samen met het positieve consumentenvertrouwen dat de Nantionale Bank van België (NBB) optekende en de goede resultaten van het kmo-rapport van Unizo kunnen we dus spreken over een enorm potentieel voor Vlaamse handelaars inzake e-commerce. Er rest alleen de consument die zijn weg moet vinden naar Vlaamse en Belgische webshops en de uitbouw van dergelijke goede webshops. Storesquare, een platform dat lokale handelaars bundelt onder één webshop, is daar een goed voorbeeld van. Uit een recente enquête van Unizo bij 400 handelaars bleek echter dat de helft van de Vlaamse zelfstandigen geen webshop heeft. Slechts de helft van de Vlaamse zelfstandigen doet aan e-commerce.

Vlaanderen neemt alreeds initiatieven om handelaars in het online-verhaal te doen stappen. Zo lanceerde de minister 'Het Internet Ook Uw Zaak'. De maatregel behaalt positieve resultaten: de online verkopen in ons land stegen tussen december 2016 en december 2017 met 56%. In onze buurlanden zien ze echter een verdubbeling. We groeien, maar niet snel genoeg.

Een recent studie van GfK Belgium verwees naar het belang van de offline winkels in België: in 2017 gebeurde 90% van alle uitgaven aan fysieke producten nog steeds offline. Belgische retailers blijven dus belangrijk, maar moeten zich aanpassen aan de digitale trends om de voeling met de online shoppers niet te verliezen. 3 op 4 Belgische consumenten zien ook in de toekomst een belangrijke rol weggelegd voor traditionele winkels. Zelfs bij jongeren gaat het om 7/10.

GfK stelt dat de toekomst van retail ligt in een phygital model. Dit is een retail omgeving waarin fysieke en digitale ervaringen in elkaar overgaan en elkaar aanvullen om de consument zo een goede, geïntegreerde ervaring te bieden over verschillende kanalen heen. Vandaag de dag zien we dit ook al bij bijvoorbeeld 'click en collect'. 15% van de consumenten verkiest momenteel deze methode. Verschillende consumenten gebruiken nu o.a. ook al hun smartphone in de winkel voor een betere ervaring. Als we hier goed op inspelen, kan Vlaanderen de vruchten op korte termijn plukken.

Tot slot speelt Europa een belangrijke rol in het e-commerce verhaal. Zo maakte het Europees Parlement twee weken geleden nog komaf met geoblocking. Voor consumenten zal het nu veel gemakkelijker zijn om producten uit andere lidstaten te kopen. Vlamingen kunnen bijvoorbeeld in Bulgarije iets kopen, maar omgekeerd kan dit evengoed. De prijzen van de producten zullen de richting sterk bepalen. Toch moet de consument oppassen: de lokale consumentenwetgeving zal van toepassing zijn en levering is niet gegarandeerd.

In februari van dit jaar berichtte BeCommerce dat 71% van de Europese e-shoppers grensoverschrijdend koopt. De afschaffing van geoblocking kan dat aandeel nog vergroten en biedt dus zeker kansen. Niet onbelangrijk hierbij is dat 50% van de Europese e-shoppers koopt op webshops buiten de Unie. Gelijke wetgeving vanuit Europa is daarbij belangrijk.

1. Hoe evalueert de minister deze rapporten en cijfers?
2. Welke verwachtingen heeft de minister inzake de afschaffing van geoblocking? Verwacht de minister een positieve impact op het aantal buitenlandse bestellingen bij Vlaamse retailers, of eerder een negatieve impact waarbij Vlamingen nog meer zullen kopen via buitenlandse webshops?
3.
 - a) Hoe evalueert de minister de werking van 'het internet ook uw zaak'? Kunnen we spreken van een succesverhaal? Graag een opdeling per provincie en bedrijfssector inzake het aantal e-scans. Indien mogelijk ook een opdeling van de bedrijfsgrootte naargelang het aantal werknemers.
 - b) Acht de minister het wenselijk om de campagne uit te breiden, of bij te sturen om onze ondernemers beter te wapenen tegen buitenlandse webshops?
 - c) Acht de minister het nodig om in de campagne ook extra aandacht te voorzien voor nieuwe ontwikkelingen zoals phygital retail?
 - d) Acht de minister het noodzakelijk om de consument bewust te maken van de effecten van zijn koopgedrag en hem te stimuleren om ook aan Vlaamse en Belgische webshops te denken bij zijn aankopen?
4. Hoe evalueert de minister de werking van de online en lokale marktplaats Storesquare? Heeft het initiatief veel succes? Zijn er cijfers beschikbaar over het aantal bestellingen?

ANTWOORD

op vraag nr. 362 van 2 maart 2018

van **GRETE REMEN**

1. De cijfers in de geciteerde rapporten bevestigen de trend die al een paar jaar zichtbaar is: de Vlaamse consument heeft na jaren de kat uit de boom gekeken te hebben, e-commerce omarmd. Voor sommige sectoren loopt de online verkoop op tot 10 à 15%. Uit de nieuwste E-commerce Barometer voor België van Safeshops.be en The House of Marketing blijkt dat niet alleen de consumenten de weg naar online gevonden hebben: in 2017 zat de grootste groei van handelaars met webverkoop zelfs in het segment met een omzet beneden de 100.000€. Ook de waarde van de transacties in dat segment steeg sterk: van 106.344.038€ in 2016 naar 157.371.461€ in 2017. De verschillende initiatieven die de voorbije jaren georganiseerd werden om handelaars te overtuigen van het potentieel van het internet, waaronder "Het Internet. Ook uw zaak", hebben dus wel degelijk effect gehad.
2. Het afschaffen van geoblocking komt in eerste instantie de consument ten goede: die krijgt een groter aanbod waar uit gekozen kan worden en waarbinnen prijzen kunnen vergeleken worden. De eengemaakte markt krijgt dus ook een online dimensie.

Voor handelaars kan dit extra concurrentie betekenen, maar het is ook en vooral een kans om grensoverschrijdend te verkopen. Handelaars kunnen daarbij gefaseerd te werk gaan en het aantal landen waar ze op mikken met marketing en logistiek, beperken. Ze zijn immers niet verplicht in de ganse Europese Unie te leveren. Bovendien is er ook een administratieve vereenvoudiging: ze moeten niet de consumentenwetgeving bestuderen van de specifieke landen waar ze zich op richten: ze mogen gewoon de Belgische consumentenwetgeving toepassen.

3. a) "Het Internet. Ook uw zaak" kan zeker een succes genoemd worden: meer dan 50.000 bezoekers meldden zich op de portaalsite. Het aantal handelaars dat aan webverkoop doet, bleek na de campagne gestegen te zijn van 18 naar 32%. Van de 1350 ingevulde e-scans zijn er 1293 ingevuld door handelaars (er werden ook scans ingevuld door consultants, voor opleidingsdoeleinden, préstarters, ...), als volgt verdeeld over provincies en detailhandelbranches:

Antwerpen	341
Limburg	232
Oost-Vlaanderen	308
Vlaams-Brabant + Brussel	106
West-Vlaanderen	288
Elders	18

Boeken	24
CD/DVD/Games	9
Computer	35
Doe-het-zelf	47
Elektronische apparaten	17
Farmaceutische producten	25
Fietsen, auto's, motorfietsen	65
Huishoudapparaten	9
Interieurdecoratie	74
Kleding	163
Meubelen	31
Persoonlijke verzorgingsproducten	39
Schoenen	40
Speelgoed	33
Sportartikelen	41
Telecom	11
Tuinartikelen	34
Voeding	55
Restaurants/catering	78
Overige	463

- b) Na de evaluatie van "Het internet. Ook uw zaak" werd een consultatie gehouden bij handelaars, gemeentebesturen, kmo-organisaties, ... Op basis van de consultatie werd de opdracht gegeven een vervolg te realiseren op "Het internet. Ook uw zaak", met een verschuiving van de focus: van sensibilisering naar het aanzetten tot actie. Er zal ook meer aandacht zijn voor de competenties die nodig zijn om succesvol online actief te zijn. De nieuwe campagne wordt binnenkort gelanceerd.
- c) In de nieuwe campagne zal uiteraard ook aandacht zijn voor het phygital-concept, eigenlijk een variant op omnichannel, waarbij de fysieke winkel en de digitale dimensie elkaar versterken. De consument heeft immers een voorkeur voor dit concept.
- d) De Vlaamse consument koopt graag lokaal, ook online. Merkwaardig genoeg wordt dat onder meer aangetoond door de cijfers van de Nederlandse webwinkel Coolblue die in een straal van 15 km rond haar fysieke winkels in Wilrijk, Lochristi en Zaventem, een hogere verkoop noteert. Met de komst van platformen als Storesquare, Cityfashion, Beedrop, ... aangevuld met de webwinkels van Vlaamse handelaars is er eindelijk meer lokaal aanbod. Het komt er nu op aan om dat professioneel in de markt te zetten.
4. Een nieuw marktplatform moet het probleem overwinnen dat handelaars er geen producten op plaatsen als er niet voldoende belangstelling van consumentenkant is en dat consumenten op hun beurt niet geïnteresseerd zijn als er niet genoeg aanbod van handelaars is. Storesquare lijkt die fase voorbij. Storesquare is een dochter van het beursgenoteerde Roularta. De bekendmaking van resultaten van Storesquare is strikt gereguleerd. Uit de persberichten is wel interessante informatie te halen: Storesquare heeft in december 2017 1.000.000 bezoekers gehaald, 5 maal meer dan in december 2016. Op het platform werden in december producten van 1000 handelaars aangeboden. Ook in december trad ING toe tot het kapitaal van Storesquare met het oog op een expansie naar de Nederlandse markt. Verder wil

Storesquare ook de conversieresultaten offline doormeten: het platform is er van overtuigd dat online aanwezigheid de verkoop in de fysieke winkels ondersteunt (phygital).