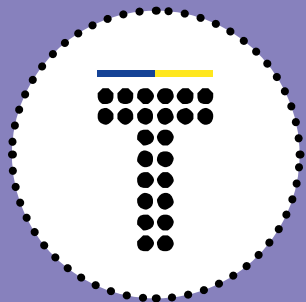


comeos



Digitale turbo voor de Brusselse handel

www.comeos.be

for commerce
and services

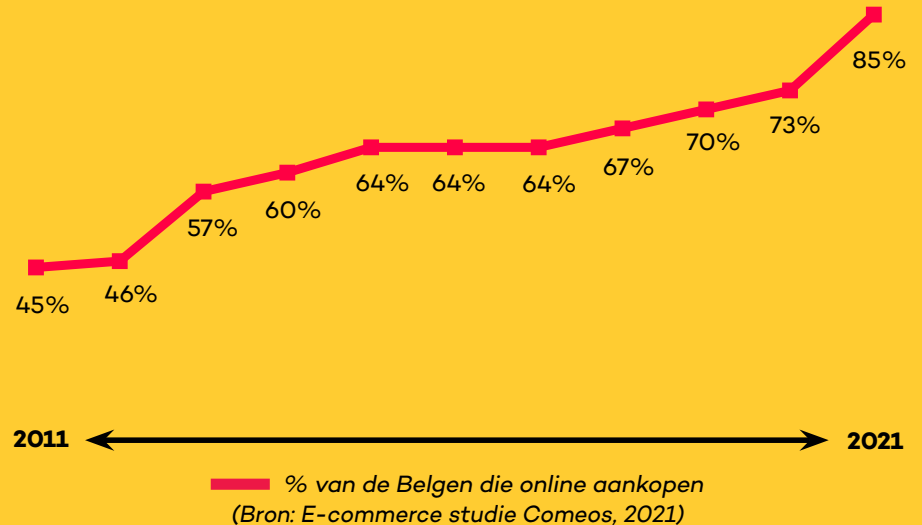


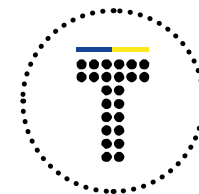
De wereld is snel veranderd...

146.000 extra Brusselse e-commerce gebruikers

Grootste stijging in jaren

- ▶ In 2020 startte 12% van de Belgen met het gebruik van e-commerce
- ▶ 86% van de e-commerce gebruikers koopt minstens 1 keer per maand online, in 2020 was dit slechts 56%.

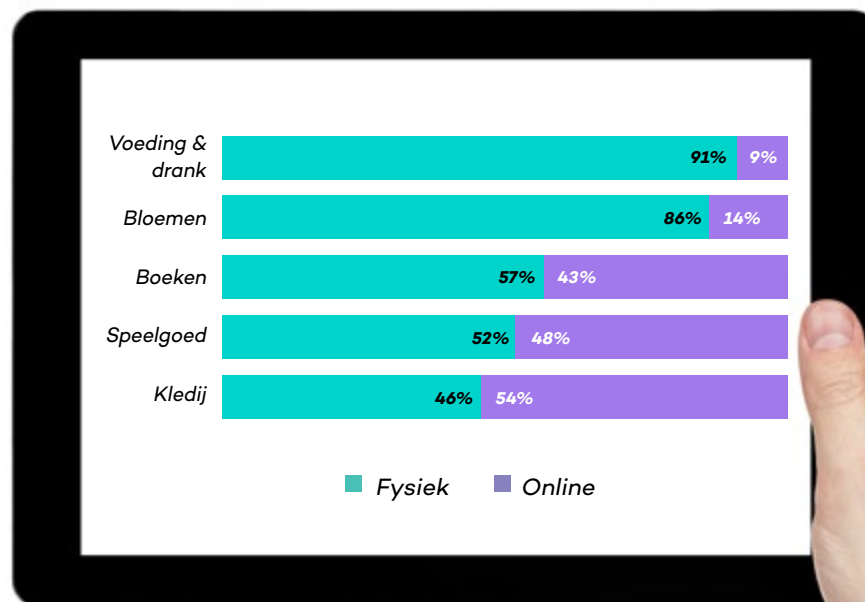




Verschuiving van fysiek naar online

Online wint

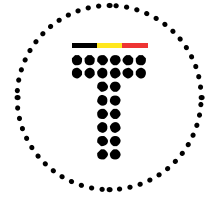
- ▶ Op dit moment is de verschuiving naar online nog beperkt in de food
- ▶ Maar in andere categorieën is de evolutie drastisch:
- ▶ Zo was vorig jaar online het belangrijkste kanaal voor fashion aankopen in België



Verhouding Belgen die voornamelijk in fysieke winkel kopen versus online
(Bron: Comeos, enquête april 2021)

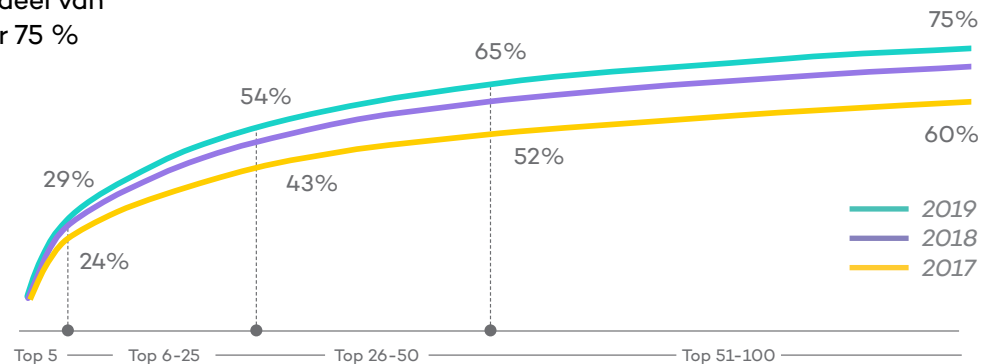


Meeste groei naar grote buitenlandse spelers



Leidt tot enorme marktconcentratie

- ▶ Tussen 2017 en 2019 steeg het marktaandeel van de 100 grootste webshops van 60% naar 75 %
- ▶ De koek groeit maar een steeds groter deel van deze koek komt bij een beperkt aantal spelers terecht.
- ▶ Tijdens corona boekten de drie grootste buitenlandse platformen 85% meer omzet

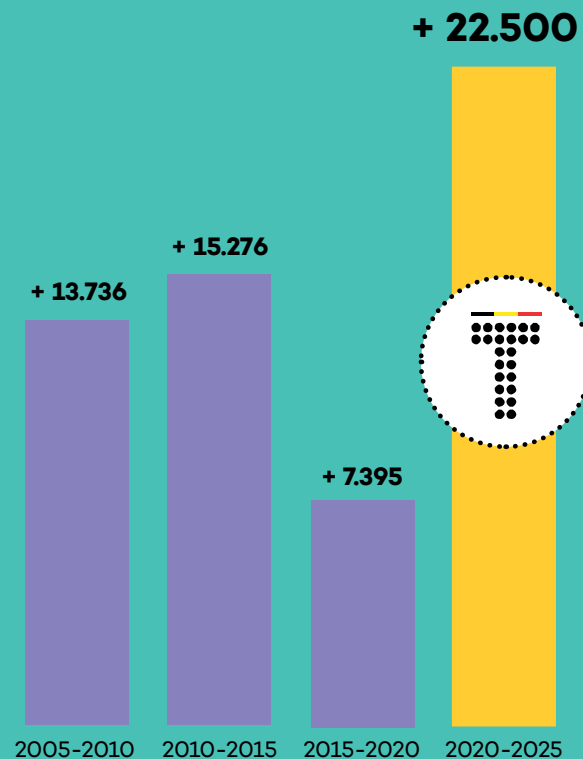


De vijf grootste onlinebedrijven hadden al een kwart van de markt in handen. Op twee jaar steeg dat naar bijna 30%. (Bron: Statista)

Zware impact op tewerkstelling

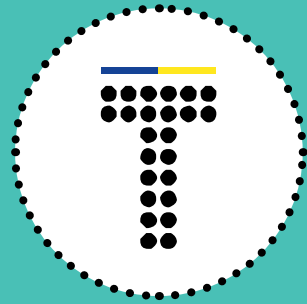
Jobmotor in de handel sputtert

- ▶ Laatste 5 jaar 7.500 jobs onder ons potentieel gebleven
- ▶ Met de volledige uitvoering van ons plan, de Digitale Turbo voor de Belgische handel, halen we **22.500 jobs tegen 2025**



Jobgroei in de Belgische handel
(Bron: RSZ, raming Comeos)





**...Aanpassing kan enkel
met een turbo**

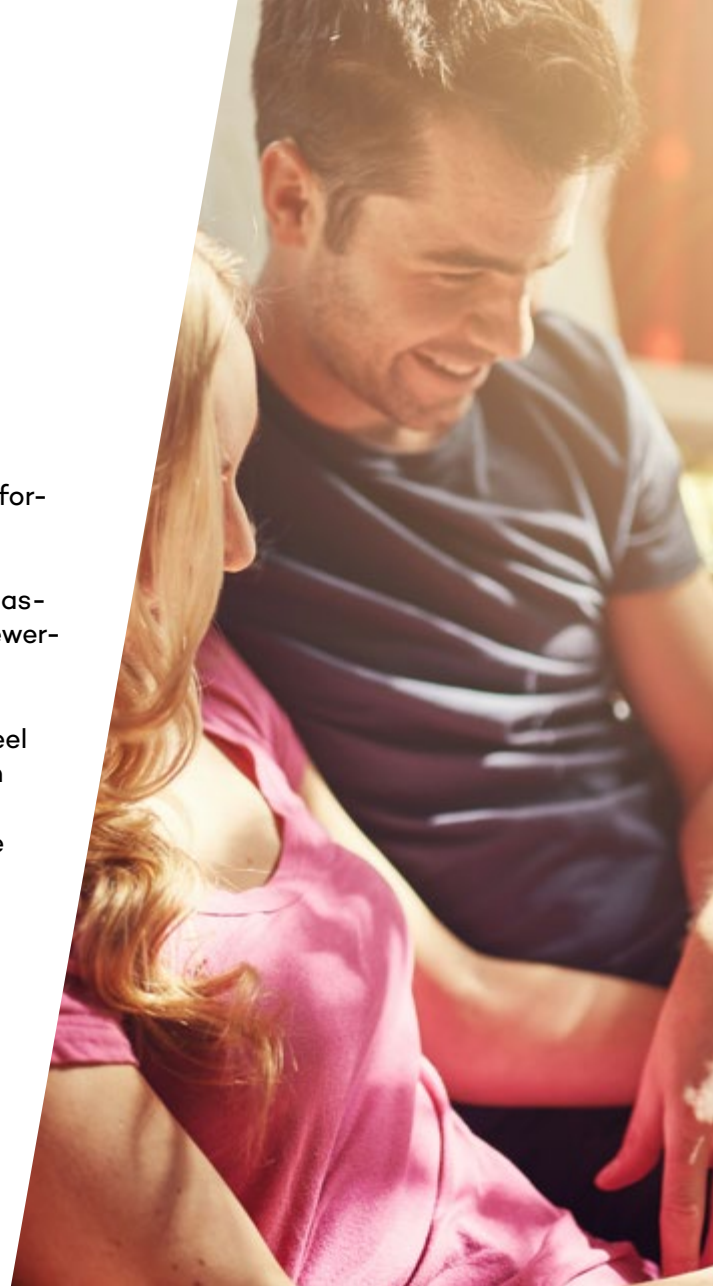
Deze aanpassingen hebben we nodig

Het winkelen is ingrijpend aan het veranderen. De afgelopen vijf jaar verdubbelde de onlinehandel in ons land (zie grafiek rechts). Die transformatie was al bezig, maar de coronacrisis heeft er een turbo opgezet.

Die evolutie is onomkeerbaar. Daarom is er nood aan een ambitieus masterplan voor de digitale handel. Een plan dat de winkel, de winkelmedewerker en de winkelomgeving van de toekomst duurzaam versterkt.

De winkel van de toekomst zal omnichannel zijn. Fysiek én digitaal. Veel klassieke winkels zoeken nog volop hun weg in die nieuwe realiteit van e-commerce, click & collect, home delivery, marktplaatsen. Ze staan niet alleen voor aanzienlijke digitale investeringen, ze moeten hun hele businessmodel omgooien.

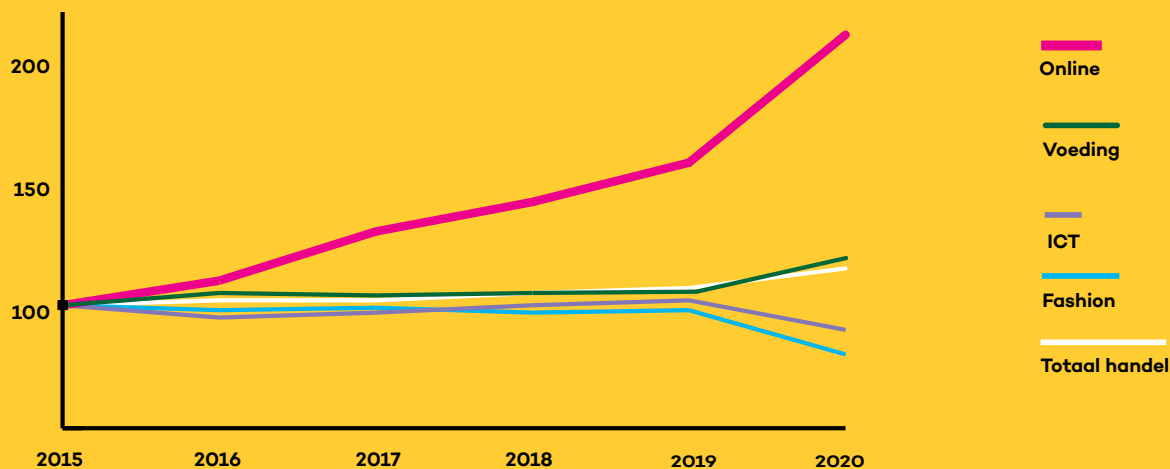
Geen winkels van de toekomst **zonder winkelmedewerkers van de toekomst**. Ook hun rol transformeert. Er zijn nieuwe uitdagingen op vlak van jobs en vaardigheden.





De winkelomgeving van de toekomst zal er tenslotte helemaal anders uitzien. Consumenten zullen online blijven shoppen. Maar een grote groep mensen hunkert nog altijd – na het voorbije jaar misschien wel meer dan ooit tevoren? – naar een échte, authentieke winkelervaring. Maar ook hier moeten gelijke

voorwaarden gelden voor alle winkels. Met deze **digitale turbo voor de Brusselse handel** bieden we een perspectief voor de toekomst. Onze beleidsvoorstellen kunnen **3.400 nieuwe jobs creëren in Brussel**. Zo kan de handel een hoofdrol spelen in de **relance van de lokale Brusselse economie**.



Index evolutie Belgische handel (2015=100) (Bron: Statbel 2021)



Voorstel 1

Logistieke hubs en smart cities

Ambitie: Stadscentra doen herleven

In de digitale handel zijn er **generalistische platformen** die veel producten aanbieden en vaak wereldwijd actief zijn. Daartegenover staan de meer **klassieke webshops**, die specialist zijn in hun niche.

We hebben **niet zozeer nood aan een Brussels nieuw algemeen platform**, dat de concurrentie met de grote internationale spelers nooit zal winnen. Wel kan een lokaal online platform soelaas bieden waarop lokale handelaars hun meerwaarde kunnen aantonen.





Comeos stelt voor:

In het **handelsvestigingsbeleid** rekening houden met de nieuwe omnichannel realiteit en ruimte voorzien voor **lokale samenwerking tussen handelaars, logistieke hubs,...** die b.v. voor lokale click & collect extra mogelijkheden bieden. Op een lokaal online platform kan er ook plaats zijn voor extra voordelen of diensten voor de consumenten.

Voorstel 2

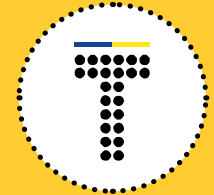
Digitale opleidingen voor bedrijven

Ambitie: Opleidingsimpuls voor bedrijfsleiders

Retailers moeten kunnen inzetten op fysiek én digitaal. Corona heeft dit proces nog versneld. Dit betekent heel concreet dat er ook geïnvesteerd moet worden **in online marketing, online aanwezigheid, online productbeleving, AI, enz.**

We zien dat de **Gewesten** middelen vrijmaken om de ontwikkeling van e-commerce bij zelfstandigen en kmo's te ondersteunen met gerichte opleidingen voor bedrijven. Ook Comeos geeft via zijn Comeos Academy opleidingen, zonder ondersteuning vanuit de overheid.





Comeos stelt voor:

Voorzie **opleidingsondersteuning voor bedrijfsleiders en handelaars**, op het vlak van omnichannel, voor middelgrote en grote bedrijven (b.v. familiale kmo's,...).



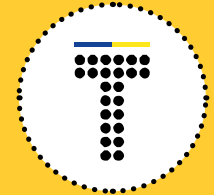
Voorstel 3

Digitale toets voor nieuwe wetgeving

Ambitie: Gelijke spelregels voor iedereen

De consument koopt meer en meer online maar daar gelden niet dezelfde regels als in de fysieke winkels. Fysieke winkels hebben **verplichtingen op het vlak van terugneme van producten (Recupel, matrassen,...), milieu, verpakkingen, enz.**





Comeos stelt voor:

Invoeren van een **digitale toets voor elke nieuwe wet** zodat te allen tijde dezelfde regels gelden voor online en offline spelers en tussen digitale spelers onderling op alle mogelijke beleidsdomeinen.



Voorstel 4

Digitale vaardigheden voor werknemers

Ambitie: 25.000 winkelmedewerkers sectoraal opleiden

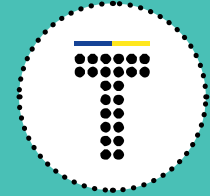
De handelssector zal in de komende twee jaar sterk inzetten op een **sectoraal opleidingsaanbod**. Via tripartite akkoorden met de vakbonden en de overheden wordt ook het duaal leren in de handel verder ontwikkeld, om zo meer talent naar onze sector te loodsen. Het sectoraal opleidingsaanbod zet ook sterk in op digitale vaardigheden in de handelssector.

De Brusselse beleidsplannen zetten sterk in op opleiding en digitale vaardigheden. Upskilling en reskilling van medewerkers is ook in de handel van essentieel belang. Op die manier zijn werknemers beter gewapend in hun job, die mee evolueert.



Digitale turbo voor de Brusselse handel





Comeos stelt voor:

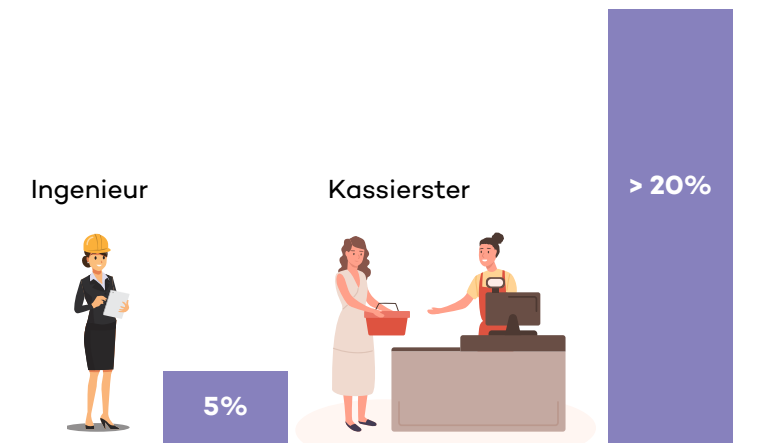
Een **opleidingsimpuls voor de handel** door ondersteuning van de Brusselse regering op het vlak van digitale vaardigheden. Momenteel bereiken we vanuit 4 sectorale sociale fondsen zo'n 5.000 werknemers op 2 jaar. Met 6,5 mio EUR bijkomende steun zouden **we 5 keer zoveel werknemers kunnen bereiken.**



Voorstel 5

Lagere lasten op arbeid

Ambitie: Bijkomende jobs creëren

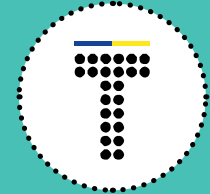


Loonkostenhandicap in België versus buurlanden

Bron: Berekening Comeos

De vorige regeringen hebben werk gemaakt van een verlaging van de loonlasten (b.v. doelgroepkortingen en extra netto) en een beheersing van de loonkosten, om ze meer in lijn te brengen met de buurlanden. Dat is gelukt op de hogere lonen maar voor de lagere lonen is dat niet het geval. Waardoor vandaag de dag een ingenieur niet zoveel meer kost in België dan in de buurlanden, maar een kassierster of een logistieke medewerker is hier tot een kwart duurder.

We moeten erin slagen om mensen die laaggeschoold zijn aan de slag te krijgen, voor die mensen moeten we een job creëren.



Comeos stelt voor:

Dat de Brusselse regering de lasten op arbeid verder verlaagt, vooral in de looncategorie van de **middenlage lonen** (1.800 tot 2.400 euro bruto/maand).

Een gerichte verlaging van de loonlasten (zowel inzake netto als loonkost) zal nog meer dan andere maatregelen voor extra jobs zorgen.

Voorstel 6

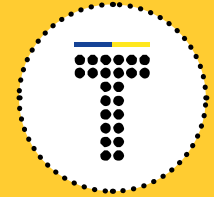
Europese digitale, data- en mededingingsstrategie

Ambitie: Digitale strategie met rechten en plichten voor alle spelers

Vanuit het oogpunt van mededinging vragen vooral **platformen en netwerken** specifieke aandacht.

De huidige definities met betrekking tot marktaandeel, marktdominantie en marktmacht zijn niet meer aangepast aan de digitale economie. Zo heeft de Europese Commissie al de aandacht gevestigd op het gebruik van niet-publieke data van derde-aanbieders door Amazon. Zo legt Amazon enerzijds strenge voorwaarden op aan de derde-aanbieders op zijn platform en gebruikt het de transactiedata om diezelfde aanbieders te beconcurreren.





Comeos stelt voor:

De Brusselse regering moet mee de kar trekken in het Europees debat om de Europese wetgeving omtrent mededinging te moderniseren zodat digitale platformen, net zoals traditionele bedrijven, op dezelfde manier worden onderworpen aan **controle en beperkingen** in functie van hun marktmacht.

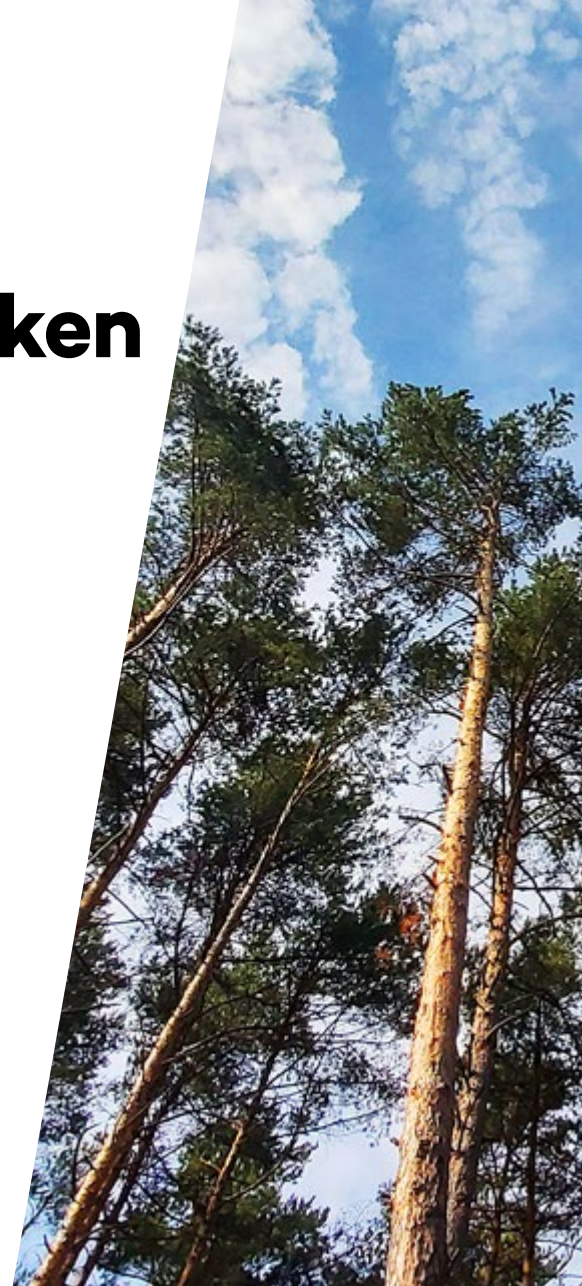
Voorstel 7

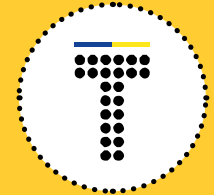
Consument bewust maken van de klimaatimpact van leveringen

Ambitie: Klimaatimpact van leveringen transparant maken

Iedereen die bezig is met de ontwikkeling van e-commerce in België en Europa stoot op de **moeilijke rendabiliteit** op een markt waar grote globale spelers de toon zetten met gratis leveringen. Verkopen met verlies is niet toegelaten, maar alle producten gratis thuis leveren, gaat eveneens voorbij aan de reële kosten en de impact op het klimaat.

In het kader van de Europese Green Deal moeten **alle sectoren CO2-neutraal worden** en dus ook de handel. Klanten moeten daarover informatie krijgen.





Comeos stelt voor:

Maak de **klimaatimpact van de *last mile* levering**, van het winkelpunt of magazijn tot bij de klant, zichtbaar. Dat kan met een klimaatlabel, gelijkaardig aan het energielabel voor elektro. Op die manier wordt het bewustzijn bij de consument voor duurzame alternatieven (lokaal ophaalpunt, korte keten levering,...) vergroot en kan hij een bewuste keuze maken.

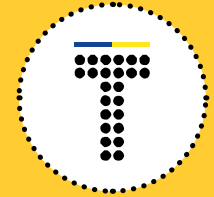
Voorstel 8

Slimme kilometerheffing op alle vervoer van toepassing

Ambitie: Gedragsturende kilometerheffing voor burgers en bedrijven

Vandaag gelden er in de Gewesten **kilometerheffingen voor zwaar transport** boven 3,5 ton, terwijl het aantal lichte bestelwagens exponentieel stijgt (b.v. e-commerce leveringen) en zij niet aan deze belasting onderhevig zijn. In een dichtbevolkt land als België zou een slimme kilometerheffing, zowel op professioneel als privé vervoer, nochtans een belangrijke bijdrage kunnen leveren aan bewuster transportgedrag en minder congestie op de autowegen, die de economie vandaag miljarden euro's aan productiviteitsverlies kost.





Comeos stelt voor:

Voer een slimme kilometerheffing in voor zwaar transport maar ook voor bestelwagens en personenwagens, waarbij het **tijdens de spits duurder is dan op andere momenten**. Deze forse lastenverhoging dient gecompenseerd te worden door een sterke lastenverlaging op mobiliteit of arbeid.

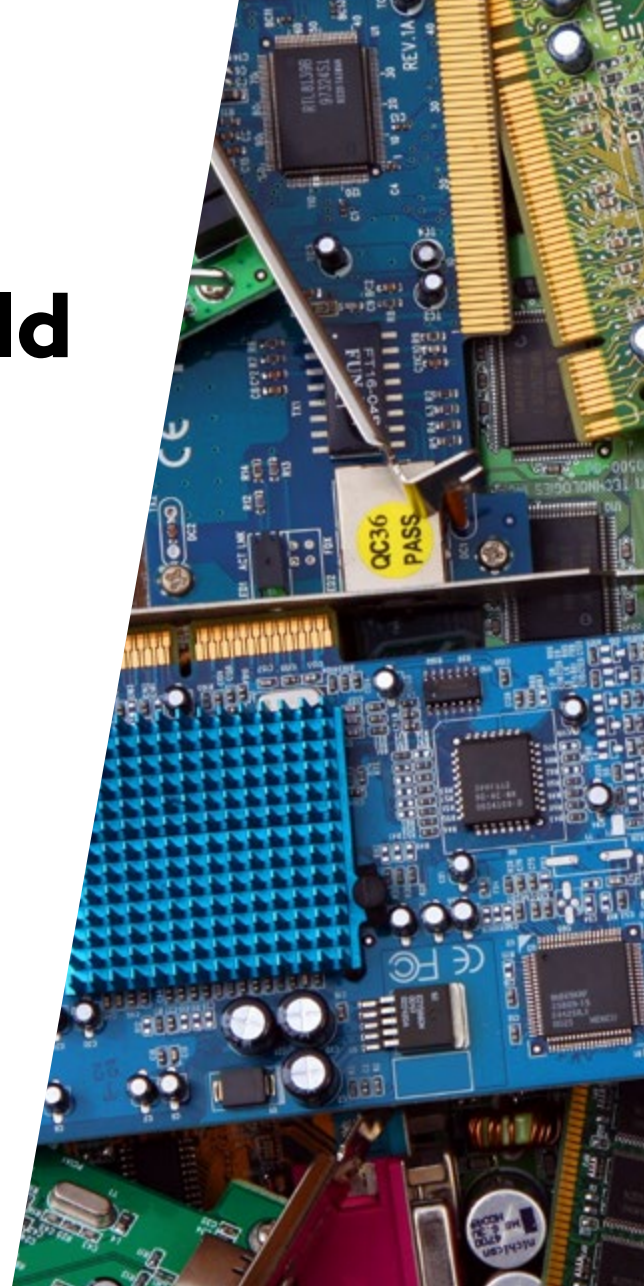
Voorstel 9

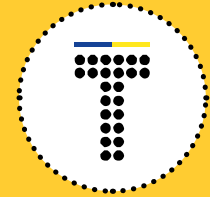
Gelijk milieu speelveld

Ambitie: Milieuverplichtingen voor iedereen van toepassing

De regionale milieuwetgevingen leggen de “producenten” (producenten, handelaars,...) een reeks **afvalverplichtingen** op, maar viseren niet expliciet de verkopen van buitenlandse producenten via online marktplaatsen aan Brusselse consumenten. Daardoor ontsnappen deze verkopen grotendeels aan de verplichtingen inzake uitgebreide producentenverantwoordelijkheid (UPV).

Dat leidt tot **onaanvaardbare en oneerlijke concurrentie** ten aanzien van fysieke handelaars en Brusselse webshops. Die laatsten moeten namelijk milieubijdragen betalen aan verschillende afvalbeheersorganisaties (Bebat, Recupel, Fost Plus,...). Ze hebben ook informatieverplichtingen naar de consument toe en moeten ook afgedankte batterijen en elektro van consumenten terugnemen, en dit ook bij thuisleveringen.





Comeos stelt voor:

Zorg dat er **gelijke regels gelden tussen fysieke en digitale winkels en tussen digitale winkels onderling**. Ook marktplaatsen van buiten Europa moeten aan de verplichtingen van de Europese interne markt hier voldoen.



Voorstel 10

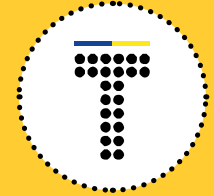
Handhaving ook op buitenlandse digitale spelers

Ambitie: Controle op alle actoren

De inspectie op onlineactiviteiten uit het buitenland is niet mee gegroeid met **de toenemende instroom van buitenlandse goederen** die door Belgische consumenten worden aangekocht.

De controle op die geïmporteerde goederen **op talrijke, specifiek Brusselse verplichtingen** laat op dit moment te wensen over. Denken we bijvoorbeeld maar aan de verplichtingen omtrent bijdrage aan recyclageorganisaties zoals Recupel, Bebat en verpakkingshellingen.

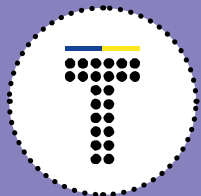




Comeos stelt voor:

Een **Interfederale Trade Crime Unit** met evenveel aandacht van de inspectiediensten (fiscaal, sociaal, economie, milieu) voor binnenlandse als voor buitenlandse digitale handelaars, actief op de Brusselse markt.

comeos



“ Wij hebben alle troeven in huis om in Brussel de digitale handel volledig uit te bouwen. Met dit plan zetten we een stevige turbo op de sector en de tewerkstelling! ”

Lora Nivesse,
Head Comeos Wallonië/Brussel



Dominique Michel,
ceo Comeos



www.comeos.be

for commerce
and services