

<<Inbreuken eerder uitzondering dan regel>>



* Het Laatste Nieuws/Waasland, Het Laatste Nieuws/Westkust, Het Laatste Nieuws/Westhoek, Het Laatste Nieuws/Vakantie, Het Laatste Nieuws/Pajottenland, Het Laatste Nieuws/Vlaamse Ardennen, Het Laatste Nieuws/Oostkust, Het Laatste Nieuws/De Nieuwe Gazet, Het Laatste Nieuws/Mandelstreek, Het Laatste Nieuws/Middenkust, Het Laatste Nieuws/Mechelen-Lier, Het Laatste Nieuws/Leiestreek, Het Laatste Nieuws/Limburg, Het Laatste Nieuws/de Ring-Brussel, Het Laatste Nieuws/Kempen, Het Laatste Nieuws/Gent-Wetteren-Lochristi, Het Laatste Nieuws/Gent-Eeklo-Deinze, Het Laatste Nieuws/Dendermonde, Het Laatste Nieuws/Denderstreek, Het Laatste Nieuws/Leuven-Brabant, Het Laatste Nieuws/Brabant-Hageland, Het Laatste Nieuws/Antwerpen Zuid, Het Laatste Nieuws/Antwerpen Stad, Het Laatste Nieuws/Antwerpen Noord

<<Onze missie is om de Belgische webshops te ondersteunen en de e-commerce in ons land te helpen groeien>>, zegt Dekocker. <<Dat doen we onder meer via ons kwaliteitslabel, dat een veilige en betrouwbare shopomgeving garandeert.>> Dekocker is al negen jaar algemeen directeur van safeshops.be, dat als associatie van de Belgische e-commerce nauw zicht houdt op de sector.

Hoe staat de Belgische e-commerce ervoor? Het lijkt voor de lokale webshops onbegonnen werk om op te tornen tegen de grote buitenlandse spelers?

<<Zoals bekend is corona een enorme boost geweest. Vorig jaar zijn er in ons land 20.000 webshops bijgekomen. Dat is bijna de helft van de 49.000 webshops die er vandaag in totaal zijn. De meeste Belgische spelers zijn klein. Zo'n 42.000 webshops draaien een omzet van minder dan 100.000 euro per jaar. Toch zien we dat er zich ook grote, Belgische spelers vormen, zoals AS Adventure of Torfs. Zo'n 1.200 bedrijven, ofwel 3 procent van de markt, staat in voor 86 procent van de totale omzet. Daartoe behoren geen giganten als Bol, Amazon of Zalando, omdat zij vanuit het buitenland opereren. Natuurlijk zijn zij de grootste spelers, ze bestaan ook al 15 à 25 jaar. Maar door de enorme toename vorig jaar is de kans dat een consument bij een Belgische webshop koopt wel veel groter geworden.>>

Ook bij ons is het vrijdag Black Friday. Hoe belangrijk is die dag voor de Belgische webshops?

<<Vier jaar geleden hadden nog niet veel consumenten gehoord van Black Friday. Vandaag de dag ligt dat helemaal anders. Veel mensen bereiden zich er goed op voor. Vroeger was de actiedag iets van de grote ketens, maar tegenwoordig beseffen veel kleine handelaars dat Black Friday ook iets voor hen is. 80 tot 85 procent van onze leden doen er dan ook aan mee.>>

Toch zeggen meer bedrijven bewust niét mee te doen. En TestAankoop waarschuwt weer voor kortingen die toch niet zo straf zijn als ze geafficheerd worden.

<<De e-commercesector heeft het recht om zich te tonen en elk bedrijf positioneert zich zoals het wil. Bovendien hebben veel consumenten dankzij de kortingen toegang tot producten die ze anders niet zouden kunnen kopen. Er zijn een aantal cases bekend van grote handelaren waarbij fouten gemaakt zijn met de kortingen. Dat moet je erkennen. Maar zaken die bewust prijzen wel of niet doen zakken om kortingen straffer te doen lijken, dat gaat volgens mij om een zware minderheid.>>

Een undercoverreportage van Het Laatste Nieuws en 'VTM Nieuws' toonde deze week aan hoe PostNL illegalen, zwartwerkers en zelfs kinderen inzet om pakjes rond te brengen in ons land. Transporteconoom Roel Gevaers (UA) pleit voor een grondige hervorming.

<<Er is een arbeidswetgeving en die moet nageleefd worden. Zo simpel is het. Maar ik hoop nog altijd dat deze inbreuken - als ze bevestigd worden door een rechter - eerder uitzondering dan regel zijn. Ik ga ervan uit dat dit incidenten zijn, en geen beleid. We mogen er niet van uitgaan dat dit een intentioneel verhaal is.>>

Moet er dan echt niets veranderen? <<Een pakje leveren kan nooit helemaal gratis zijn>>, zei Gevaers ook nog. <<Toch willen multinationals gratis blijven leveren, waardoor de pakjesbedrijven moeten volgen.>>

<<Het is zeker zo dat de logistieke partners onder druk staan. Ook het arbeidstekort in de hele economie is een groot probleem. Die druk speelt mee in het nemen van beslissingen. Tegelijk is het geen goed idee om zelfstandige contracten of flexibele arbeid te verbieden, want bedrijven moeten net kunnen inspelen op die piekmomenten. Het is trouwens ook niet zo dat de verzendkosten helemaal niet worden doorgerekend. Grote spelers verdelen die kosten over hun producten. Probleem is dat het niet op een transparante manier gebeurt naar de consument, waardoor die gewoon is geraakt aan schijnbaar gratis leveringen en kleine webshops moeite hebben om te volgen, omdat hun marges kleiner zijn.>>

Moeten we dan niet naar duurdere pakketjes, waarbij de verzendkosten worden doorgerekend aan de consument?

<<In een ideale wereld aanvaardt de consument dat de transportkosten gewoon betaald moeten worden. Maar ik vrees dat het daar te laat voor is. Kan je dat de consument kwalijk nemen? Ik vind van niet. Het is de verantwoordelijkheid van de tripartite consument, logistieke partner en webshop. De kosten moeten doorgerekend worden, maar het is volgens mij mogelijk om dat binnen het huidige marktsysteem te organiseren, met correcte verloning, arbeidsvoorwaarden en doorrekening van externe factoren zoals overlast en congestie. Tegelijk blijft het altijd een volumebusiness, waarbij je door meer volume lagere prijzen kan afdwingen.>>

Greet Dekocker