

N Regelg. kleinhandel A2
MH/AB/AS
772-2017

Brussel, 11 oktober 2017

ADVIES

over

**DE RAADPLEGING VAN DE EUROPESE COMMISSIE
OVER REGELGEVING VOOR DE KLEINHANDEL IN EEN SITUATIE MET
MEERDERE VERKOOPKANALEN**

(goedgekeurd door het bureau op 2 oktober 2017,
bekrachtigd door de algemene vergadering van de Hoge Raad op 11 oktober 2017)

Situering van de Hoge Raad voor de Zelfstandigen en de KMO

De Hoge Raad voor de Zelfstandigen en de KMO is een Belgische federale adviesraad opgericht bij de wet van 24 april 2014 betreffende de organisatie van de vertegenwoordiging van de zelfstandigen en de kmo's. Hij groepeerd meer dan 170 door de Belgische overheid erkende beroeps- en interprofessionele organisaties die de belangen van de zelfstandigen en de kleine en middelgrote ondernemingen (kmo's) verdedigen. De Hoge Raad bestaat in zijn huidige vorm reeds meer dan 50 jaar. Hij heeft drie opdrachten.

De Hoge Raad treedt op als spreekbuis van de Belgische zelfstandigen, vrije beroepen en kmo's. Volgens de Belgische definitie zijn kmo's die ondernemingen die in het kader van de Europese KMO-definitie worden aangeduid als micro- en kleine ondernemingen. De Hoge Raad vervult die rol onder meer door het geven van formele adviezen en dit in de eerste plaats aan de betrokken Ministers van de Belgische federale regering maar ook aan het Belgische Parlement en aan de Europese instanties. De adviezen van de Hoge Raad bestrijken alle mogelijke facetten van het beroepsleven van zelfstandigen en kmo's: het algemeen KMO-beleid, de beroepsreglementeringen, de handelspraktijken, de problematiek van de betalingsachterstand, administratieve vereenvoudiging, enz.

De Hoge Raad heeft ook een vertegenwoordigende bevoegdheid in die zin dat hij vertegenwoordigers afvaardigt naar beheers- of raadgevende organen van diverse socio-economische instanties. Aldus duidt de Hoge Raad in een dertigtal officiële instanties de vertegenwoordigers van de zelfstandigen en de kmo's aan.

Tot slot vormt de Hoge Raad ook een overlegplatform voor de zelfstandigen en de kmo's.

De Hoge Raad is opgenomen in het gemeenschappelijk transparantieregister van het Europees Parlement en de Europese Commissie onder het registratienummer 59919253482-83.

In antwoord op de raadpleging van de Europese Commissie over regelgeving voor de kleinhandel in een situatie met meerdere verkoopkanalen en na raadpleging van de commissie Marktpraktijken op 5 september 2017 heeft het Bureau van de Hoge Raad voor de Zelfstandigen en de KMO bij hoogdringendheid op 2 oktober 2017, via een voor dit doel voorziene on-line vragenlijst, onderstaand advies uitgebracht, dat werd bekrachtigd door de algemene vergadering van de Hoge Raad op 11 oktober 2017.

I. Inleiding

Als we kijken naar het aantal ondernemingen en werknemers vormt de klein- of detailhandel de grootste sector in de niet-financiële zakelijke economie van de EU. De detailhandel alleen is goed voor 4,5 % van de toegevoegde waarde en 8,6 % van de werkgelegenheid in de EU. Bijna 5,5 miljoen ondernemingen zijn actief in de detail- en groothandelssector van de EU (3,6 miljoen in de detailhandel en 1,8 miljoen in de groothandel — in totaal 23 % van alle niet-financiële sectoren van de economie in 2014). De meeste van deze ondernemingen zijn kleine en middelgrote ondernemingen, die tevens 66 % van de toegevoegde waarde van de sector en 70 % van de werkgelegenheid genereren. De detailhandel is ook nauw verbonden met andere sectoren van de economie (groothandel, fabrikanten, boeren, vervoer en logistiek en andere vormen van zakelijke dienstverlening). Bovendien brengt de sector de eengemaakte markt bij de Europese consument. Het concurrentievermogen van de sector is daarom van essentieel belang voor de economie van de EU.

De sector ondergaat momenteel ingrijpende veranderingen door de snelle ontwikkeling van de elektronische handel, die niet alleen invloed heeft op de manier waarop consumenten winkelen (ze kunnen online winkelen, ongeacht het tijdstip, op websites die vaak ver van hun woonplaats gevestigd zijn), maar ook het landschap van de detailhandel verandert. De ontwikkelingen wijzen erop dat de toekomst ligt bij kleinhandel met meerdere verkoopkanalen, waarbij detailhandelaars zowel offline als online (via hun eigen webwinkel of via platforms) actief zijn. Een andere trend is de oprichting van platforms waarop detailhandelaars hun producten in online "winkelcentra" kunnen verkopen. Sommige van die platforms bieden niet alleen zo'n virtueel winkelcentrum, maar hebben een eigen productassortiment ontwikkeld waarmee zij rechtstreeks concurreren met hun klanten in de kleinhandel.

Op 28 oktober 2015 heeft de Commissie de strategie voor de eengemaakte markt¹ aangenomen, waarin zij een reeks initiatieven en maatregelen aankondigde om de aanzienlijke economische belemmeringen weg te nemen die een rem vormen op de Europese plannen voor werkgelegenheid, groei en investeringen.

De verantwoordelijkheid om de vestiging en de exploitatie van winkels in de kleinhandel te reglementeren, ligt in de eerste plaats bij de lidstaten. Zij beschikken over een beoordelingsmarge bij het vormgeven van hun regelgevingskaders, mits die in overeenstemming zijn met de in het Verdrag vastgelegde fundamentele vrijheid van vestiging, het vrij verrichten van diensten en de dienstenrichtlijn.

¹ Mededeling van de Commissie aan het Europees Parlement, de Raad, het Europees Economisch en Sociaal Comité en het Comité van de Regio's, De eengemaakte markt verbeteren: meer mogelijkheden voor mensen en ondernemingen, COM(2015) 550 final.

De integratie van de detailhandelsmarkt in de EU heeft in belangrijke mate plaatsgevonden via vestigingen over de grens. De tien grootste detailhandelaars in de EU zijn multinationale bedrijven en sommige ervan hebben winkels in de meeste van de 28 lidstaten. De regelgeving waaraan zij bij het opzetten van vestigingen gebonden zijn, is van cruciaal belang voor het succes van zulke investeringen. Met de ontwikkeling van de elektronische handel worden de Europese kleinhandelsmarkten ook via grensoverschrijdende verkoop in toenemende mate geïntegreerd.

Elektronische handel biedt nieuwe mogelijkheden voor detailhandelaars. Het is makkelijker geworden consumenten in andere lidstaten te bereiken, vooral voor kleinere bedrijven. Door online aanwezig te zijn, kunnen zij grenzen overschrijden zonder te hoeven investeren in fysieke gebouwen. De grensoverschrijdende uitbreiding van de kleinhandelsmarkt zorgt er mede voor dat Europese consumenten profiteren van de eengemaakte markt in de vorm van een ruimer commercieel aanbod. Meer dan 40 % van de Europese onlinekopers koopt ten minste eenmaal per jaar producten in het buitenland aan en bijna 2 op de 3 hebben ten minste eenmaal in hun leven een grensoverschrijdende aankoop gedaan. Onlineplatforms helpen kleine en middelgrote ondernemingen hun producten en diensten online te verkopen en klanten in de hele EU te benaderen.

Digitalisering verandert de detailhandel in vele opzichten. De regelgevingskaders zijn echter vaak tientallen jaren geleden ingevoerd en zijn niet aangepast aan de nieuwe situatie die door de elektronische handel is ontstaan. Bij het vaststellen van de beste praktijken die de vestiging van detailhandelszaken vergemakkelijken en de beperkingen bij de exploitatie ervan verminderen, moet rekening worden gehouden met de nieuwe realiteit in de detailhandel, waarbij fysieke en digitale handel worden gecombineerd in een omgeving met meerdere verkoopkanalen.

Deze openbare raadpleging is bedoeld om de inbreng van belanghebbenden te verzamelen en zo de beste praktijken in de detailhandel in de context van de hierboven genoemde follow-upmaatregelen van de strategie voor de eengemaakte markt te inventariseren. De diensten van de Commissie hebben al uitgebreide informatie verzameld over nationale rechtskaders en de openbare beleidsdoelstellingen daarachter (zie voor gedetailleerde informatie de routekaart, te vinden op https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/initiatives/ares-2017-2131884_en). Deze openbare raadpleging is bedoeld als aanvulling op dit feitenonderzoek en richt zich met name op:

- de gevolgen van de groei van de elektronische handel en het veranderende consumentengedrag voor de detailhandel en het bijbehorende regelgevingskader;
- kansen en belemmeringen voor de integratie van de detailhandelsmarkt in de EU.

De Europese Commissie is geïnteresseerd in de standpunten van alle belanghebbenden, in het bijzonder van detailhandelaars, relevante bevoegde overheidsinstanties en consumenten. In overeenstemming met de beginselen voor betere regelgeving zullen de resultaten van deze openbare raadpleging op geschikte wijze worden gepubliceerd; dit geldt ook voor de antwoorden, voor zover de respondenten met de openbaarmaking van hun antwoorden hebben ingestemd.

II. Informatie over de respondent

III. Contactgegevens en publicatie

IV. Ontwikkelingen in de detailhandel: zich aanpassen aan een omgeving met meerdere verkoopkanalen

Digitalisering leidt tot structurele veranderingen in de detailhandel. De voornaamste motor hierachter is de elektronische handel, die niet alleen invloed heeft op de manier waarop consumenten winkelen (ze kunnen online winkelen, ongeacht het tijdstip, op websites die vaak ver van hun woonplaats gevestigd zijn), maar ook het landschap van de detailhandel verandert. Zo starten fysieke of "traditionele" detailhandelaars met onlineactiviteiten om beter opgewassen te zijn tegen de concurrentie van de zogeheten "pure players" (d.w.z. detailhandelaars die alleen online actief zijn, zonder enige fysieke aanwezigheid op de markt). Tegelijkertijd zijn sommige "pure players" aan het nadenken over de vraag of een fysieke aanwezigheid op de markt wellicht nodig is om de consumenten beter te bereiken. De ontwikkelingen wijzen erop dat de toekomst ligt bij kleinhandel met meerdere verkoopkanalen, waarbij detailhandelaars dus zowel offline als online (via hun eigen webwinkel of via platforms) actief zijn. Een andere trend is de oprichting van platforms waarop detailhandelaars hun producten in online "winkelcentra" kunnen verkopen. Sommige van die platforms bieden niet alleen zo'n virtueel winkelcentrum, maar hebben een eigen productassortiment ontwikkeld waarmee zij rechtstreeks concurreren met hun klanten in de kleinhandel.

In dit veranderende landschap moeten de regelgevingskaders de detailhandelaars helpen zich aan te passen en hen in staat stellen te profiteren van alle mogelijkheden die de elektronische handel hun biedt.

* Wat zijn volgens u de belangrijkste veranderingen in de koopgewoonten van consumenten als gevolg van de elektronische handel?

Vooraleer een keuze te maken, is de consument meer en meer geneigd het beschikbare marktaanbod voor hetzelfde product, enerzijds in de fysieke verkooppunten en anderzijds via elektronische handel, na te gaan. Hij doet dus meer aankopen via internet. Deze tendens zal de komende jaren sterker worden. Het aandeel van de aankopen dat de consument via internet verricht, zal sterk stijgen in de sector van de kleinhandel.

In deze context doet de Hoge Raad opmerken dat de taak van het inlichten van de consument en het communiceren over de technische of andere kenmerken van de producten vooral neerkomt op de fysieke kleinhandelaar. Deze plukt echter de vruchten van de verkoop van de producten waarover informatie gegeven werd niet wanneer die producten online gekocht worden.

De fysieke kleinhandelondernemingen worden op die manier geconfronteerd met de druk van de verkoop via internet. Indien zijn hun omzet niet willen zien dalen, zullen zij zich moeten aanpassen aan deze evolutie en hun producten en diensten aanbieden via elektronische distributiekanaal (eigen internetsite, platform voor elektronische handel).

* Denkt u dat het als gevolg van de toenemende elektronische handel nodig is om de regelgevingskaders te herzien en zo ja, op welke gebieden?

Het stijgende aandeel van de elektronische handel in de verkoop van de kleinhandel betekent niet dat men een verschillend reglementair kader moet voorzien al naargelang de digitale of fysieke distributiewijze. In het algemeen verdient een geharmoniseerd kader dat zowel op de verkoop van persoon tot persoon als op de online verkoop van toepassing is de voorkeur.

Bepaalde categorieën specifieke producten zouden echter beter gereguleerd moeten worden. Op het gebied van volksgezondheid kunnen producten zoals geneesmiddelen bijvoorbeeld een rechtstreekse impact hebben op de gezondheid van de consument/patiënt. Deze producten hebben bijgevolg een specifieke begeleiding nodig om een ongepast gebruik of bijwerkingen te voorkomen (zie infra rubriek V).

Onafhankelijk van de mogelijkheden die geboden worden door de elektronische handel moet benadrukt worden dat de bestaansreden van de kleinhandel in het algemeen en de zelfstandige kleinhandel in het bijzonder voor een groot deel afhangt van de lokale en regionale markt. De impact van de elektronische handel op de kleinhandel is groot, maar complementair ten opzichte van het gewicht van de fysieke kleinhandel op de lokale markten. Er moet dus veel aandacht besteed worden aan het belang en de toekomstige ontwikkelingen van de lokale en regionale markten en aan het reglementaire kader voor de verkoop op deze markten, zowel van persoon tot persoon als online.

* Welke kansen biedt de ontwikkeling van de elektronische handel voor uw onderneming of uw leden?

De mogelijkheid om potentieel een groter cliënteel te bereiken;
De verkoop is niet meer beperkt tot de Belgische binnenlandse markt;
Groeimogelijkheid voor de omzet van de onderneming op andere markten op intracommunautair niveau, maar ook op verder afgelegen markten;
Een grotere verscheidenheid aan producten en diensten aanbieden aan de consument.

Door de bloei van de elektronische handel worden de handelaars geconfronteerd met talrijke onzekerheden. Zij hebben vaak niet het nodige kapitaal om zich in de elektronische handel te lanceren. Zij hebben ook niet altijd een exact idee van alle aspecten van de elektronische handel die belangrijk kunnen zijn voor hun onderneming. Europa zou de handelaars en kmo's moeten helpen om zich via de elektronische handel te ontwikkelen en meer rekening moeten houden met de noden van de kleine ondernemingen, opdat deze gebruik zouden kunnen maken van de mogelijkheden die door de elektronische handel geboden worden. Europa zou concrete initiatieven in die richting moeten opstarten.

Voor de handelssector is het belangrijk de ontwikkeling van de elektronische handel van nabij op te volgen, niet alleen in het algemeen maar ook in verband met het ontstaan van nieuwe vormen van online en offline handel in de toekomst.

De Hoge Raad doet opmerken dat de grootdistributie beter geplaatst is dan de kleinhandel om te genieten van de voordelen van de elektronische handel. Hij benadrukt echter dat de sector van de kleinhandel zowel op nationaal als op Europees niveau hoofdzakelijk gevormd wordt door kmo's. De laatste jaren hebben de kmo's de grootste bijdrage geleverd aan de economische ontwikkeling en aan het creëren van werkgelegenheid in de landen van de EU. Indien men de werkgelegenheid in de toekomst wil beschermen, moet de Commissie dus absoluut haar acties meer richten op het bijstaan en begeleiden van de kmo's die zich willen lanceren in de elektronische handel.

* Heeft de toenemende elektronische handel een rol gespeeld in recente evaluaties van de regelgevingskaders die van invloed zijn op de kleinhandel?

- Ja
 Nee
 Geen mening/niet van toepassing

* Specificeer en leg uit

De overheid is zich bewust van de interactie tussen de twee vormen van handel – fysiek en elektronisch - en houdt rekening met dit aspect bij het opstellen van de reglementaire kaders. Deze kaders moeten tegemoet komen aan de fundamentele bekommernis voor de belangen van de zelfstandigen, de buurtwinkels en de kmo's in de distributie.

De reglementaire kaders moeten rekening houden met de noodzaak de markten in de sector van de kleinhandel competitief te houden. Het is immers belangrijk de co-existentie van alle vormen en formaten van handel te bewaren, dus ook de zelfstandige kleinhandel en het belangrijke arbeidspotentieel dat hij vertegenwoordigt. Er moet geen onderscheid gemaakt worden in de reglementaire kaders naar gelang de offline of online distributiewijze van de kleinhandel.

V. De vestiging van detailhandelszaken in de EU vergemakkelijken

Hindernissen voor markttoegang in de traditionele detailhandel verschillen van die in andere sectoren omdat zij nauw verband houden met de locatie, waarbij een vestiging op de juiste locatie van cruciaal belang is voor het succes van de fysieke detailhandel.

De regelgevingsvoorwaarden voor vestiging zijn vaak afhankelijk van het oppervlak van een verkooppunt, in combinatie met vereisten die verband houden met de beoogde locatie ten opzichte van het stadscentrum of de te verkopen producten.

* Wordt de markttoegang gehinderd door voorwaarden voor de vestiging van detailhandelszaken, en zo ja, wat zijn volgens u de belangrijkste hindernissen?

De Hoge Raad meent dat de reglementeringen voor de vestiging van detailhandelszaken onmisbaar zijn voor het behoud van een evenwichtige organisatie en een eerlijke concurrentie tussen de verschillende handelsvormen in de distributie. Dit is het doel en de finaliteit van deze regelgeving. Dit evenwicht is niet alleen essentieel voor het voortbestaan van de kleine distributieondernemingen, maar ook om een antwoord te kunnen bieden op het variabel en zeer divers koopgedrag van de consumenten.

De voorwaarden die verband houden met de stedenbouwkundige voorschriften van de vestigingsplaats, met de vereisten op vlak van veiligheid, van toegang tot het wegennet of van lokalisatie van (toegang tot) de plaats waar men zich wenst te vestigen, moeten volgens de Hoge Raad niet beschouwd worden als hindernissen voor de markttoegang. Indien ze in verhouding zijn tot hun doel zijn deze voorwaarden nodig. Er bestaat immers een specifiek verband tussen distributie en ruimtelijke ordening. Veel lidstaten hechten prioritair belang aan dit aspect omdat zij met precisie de gevolgen van de recente ontwikkelingen op de omgeving van de distributie willen evalueren, zowel op sociaal vlak als op het gebied van ruimtelijke ordening (onder meer de oprichting van grote commerciële centra, handelscomplexen en winkels langs de grote banen).

In een land met een grote bevolkingsdichtheid van de grootte van België en de Gewesten waaruit het bestaat, zijn de vereisten op vlak van stedenbouw en ruimtelijke ordening bijzonder belangrijk.

Anderzijds zijn specifieke vestigingsvoorwaarden verantwoord in bepaalde sectoren. In de sector van de verkoop van geneesmiddelen is het bijvoorbeeld logisch dat de wetgever omwille van de volksgezondheid voorwaarden voorzien heeft voor de verkoop van die geneesmiddelen en voor de vestiging van de verkooppunten die instaan voor de verdeling ervan (apotheken). Er moet echter worden vastgesteld dat de ontwikkeling van de elektronische handel in die sector vooral de grote spelers begunstigd heeft die alleen de verkoop van die producten aanmoedigen, en niet de raadgevingen en diensten die nodig zijn om de gezondheid van de consument/patiënt te verbeteren en te verzekeren. Om de machtsverhoudingen tussen de verschillende spelers op de markt (kleinhandelaar – grootdistributeur) beter in evenwicht te brengen, zou het omwille van de volksgezondheid logisch zijn de online verkoop van geneesmiddelen te omkaderen.

* Hoe kunnen de hindernissen die voortkomen uit nationale/regionale regelgeving voor de vestiging van detailhandelszaken worden aangepakt?

In België wordt de vestiging van detailhandelszaken geregeld door een geregionaliseerd reglementair kader. Deze vestigingsreglementeringen werden in het verleden aangepast aan de criteria die door Europa vastgelegd werden. Zij zijn geen rem op de vestiging van detailhandelszaken.

* Welke voorwaarden voor de vestiging van detailhandelszaken vindt u het belangrijkste voor uw openbare beleidsdoelstellingen? Leg uit waarom.

De detailhandel moet maximaal geïntegreerd worden in de andere functies van de stadscentra om de levensvatbaarheid van deze stedelijke en gemeentelijke centra en ook de rendabiliteit van de desbetreffende detailhandelszaken te garanderen.

Men moet de aandacht vestigen op het feit dat het bouwen van grote commerciële zones in de stadsrand de stadcentra niet alleen ontdoet van hun kleine buurtwinkels en levendigheid, maar ook in de buitenwijken en op het nabijgelegen platteland de leegloop van die buurtwinkels veroorzaakt.

Dit alles toont aan dat het nodig is op Europees niveau een evenwichtig beleid in te voeren, dat rekening houdt met de machtsverhoudingen tussen de verschillende spelers in de sector van de detailhandel (zelfstandige, kleine detailhandelszaak en grootdistributie).

* Heeft u buiten de regels voor de vestiging van detailhandelszaken nog andere maatregelen genomen om de vitaliteit van stadscentra te bevorderen?

- Ja
- Nee
- Geen mening/niet van toepassing

* Geef a.u.b. informatie over de concrete initiatieven

De lokale overheden nemen maatregelen van verschillende aard, in functie van de stedelijke en milieucontext, bijvoorbeeld aangaande het beheer van de toegangswegen tot de steden, het beheer van de parkings in de stadscentra, enz.

Op Europees vlak zou er diepgaand nagedacht moeten worden om te bepalen hoe de lokale overheden de harmonieuze ontwikkeling van de zelfstandige handel in de steden zouden kunnen ondersteunen en de stedelijke commerciële kernen een nieuwe impuls zouden kunnen geven.

De bestaande procedures voor de vestiging van detailhandelszaken in veel lidstaten worden door detailhandelaars als langdurig en complex gezien. Uit informatie die door de diensten van de Commissie is verzameld, blijkt dat de werkelijke termijn voor het verkrijgen van de voor vestiging benodigde vergunningen aanzienlijk langer kan zijn dan de bij wet vastgestelde termijn. In de praktijk kan het opzetten van een vestiging, zelfs na een definitieve positieve beschikking, jaren duren, bijvoorbeeld doordat concurrenten gerechtelijke procedures misbruiken om het betreden van de markt door een nieuwe concurrent zoveel mogelijk te vertragen.

De mogelijkheid om relevante, nauwkeurige en begrijpelijke informatie online te vinden en om administratieve procedures online uit te voeren, is cruciaal voor ondernemingen die gebruik willen maken van de voordelen van de eengemaakte markt. Met het oog hierop heeft de Commissie onlangs haar goedkeuring gehecht aan een voorstel voor een verordening tot invoering van één digitale toegangspoort waarop burgers en bedrijven op eenvoudige wijze toegang krijgen tot informatie, procedures en ondersteuning, en tot de probleemoplossende diensten die zij nodig hebben voor de uitoefening van hun rechten in de interne markt.

- * Welk(e) element(en) van de vestigingsprocedures moet(en) met name worden vereenvoudigd, en hoe?

In België valt deze materie onder de bevoegdheid van de Gewesten. Zoals hierboven vermeld werd, werden deze reglementeringen voor de vestiging en de bijhorende procedures in het verleden aangepast om te beantwoorden aan de criteria die door Europa vastgesteld werden. Zij vormen geen rem op de vestiging van detailhandelszaken.

- * Op welke vlakken kunnen onlineprocedures bijdragen tot meer transparantie in de procedures voor de vestiging van detailhandelszaken?

Door een betrouwbare informatiebron te zijn voor de kandidaat-ondernemers en door ook alle nodige garanties te bieden op het vlak van de kwaliteit van de informatie die aan deze kandidaat-ondernemers verschaft wordt.

- * Is in uw land informatie over procedures voor de vestiging van detailhandelszaken online beschikbaar, en zo ja, welke?

In België is die informatie beschikbaar op de verschillende overheidsniveaus: federaal (FOD Economie), regionaal en lokaal (verschillende organen voor de ondersteuning van starters). Op elk overheidsniveau zijn er gespecialiseerde organen belast met de begeleiding van de bedrijven bij de stappen die zij moeten ondernemen om te beantwoorden aan de voorwaarden voor de lokale of regionale vestigingsprocedure.

VI. Voorschriften voor de dagelijkse exploitatie van detailhandelszaken

Op basis van de indicator voor de regulering van de productmarkten van de OESO en de tot nu toe via het feitenonderzoek verzamelde informatie hebben de diensten van de Commissie vastgesteld dat de volgende voorwaarden van invloed zijn op de exploitatie van winkels in de detailsector:

1. Voorwaarden met betrekking tot verkoopactiviteiten (regelgeving over openingstijden, verkoopacties en kortingen en productspecifieke verkoopbeperkingen, bv. Receptvrije geneesmiddelen).
2. Voorwaarden met betrekking tot de herkomst van de producten (regelgeving of door het bedrijfsleven gegenereerde belemmeringen die detailhandelaars beperken in hun mogelijkheden om producten te betrekken bij wie en waar zij dat willen).
3. Specifieke belastingen voor de detailhandel.

- * Wordt de ontwikkeling binnen de EU van uw detailhandelsactiviteiten of die van uw leden beïnvloed door eventuele voorwaarden voor de exploitatie van winkels in de detailsector?

- Ja
 Nee
 Geen mening/niet van toepassing

Het gemak waarmee consumenten tegenwoordig in de onlineomgeving op elk tijdstip de door hen gewenste producten en diensten kunnen kopen, vormt een uitdaging voor traditionele detailhandelaars. Inderdaad gaf bijna de helft van de respondenten in een recente enquête aan dat de mogelijkheid om op elk moment van de dag of week een bestelling te doen van cruciaal belang is bij de beslissing om online te kopen. Dit zet fysieke winkels onder druk om aan de verwachtingen van deze consumenten te voldoen. In dit verband hebben sommige lidstaten hun regelgeving onlangs herzien om meer flexibiliteit te bieden op het vlak van de openingstijden. Die flexibiliteit kan weliswaar worden aangepast aan de werkelijke behoeften van de consument, maar kan problematisch zijn voor kleinere detailhandelaars en werknemers.

* Welke eventuele maatregelen op het gebied van de regelgeving rond winkelopeningstijden zouden nationale overheden kunnen nemen om detailhandelaars en werknemers te helpen zich aan te passen aan de nieuwe voorkeuren en verwachtingen rond winkelen van de consument ?

De regels inzake openings- en sluitingstijden houden in België gelijke tred met de evoluties van het koopgedrag van de consumenten. In de praktijk stelt men zelfs vast dat de detailhandel niet volledig gebruik maakt van de mogelijkheden die geboden worden door de wetgeving aangaande de uurregeling en openingsmogelijkheden van de winkels. Het bestaande reglementaire kader met zijn talrijke uitzonderingen en afwijkingen volstaat dus en wordt door de kmo's niet ervaren als een obstakel.

* Hoe kan de regelgeving inzake winkelopeningstijden rekening houden met de specifieke uitdagingen van kleine detailhandelaars ?

Verkoopacties en kortingen zijn van essentieel belang voor de commerciële strategie van detailhandelaars. Zij bieden een kans om nieuwe klanten aan te trekken, het gebruik van een bepaald distributiekanaal te bevorderen of voorraden te verkleinen en te vernieuwen. Verkoopacties en kortingen lijken bijzonder belangrijk voor onlineverkopers om consumenten aan te trekken op hun websites.

Veel van de regelgeving op het gebied van verkoopacties en kortingen, zoals termijnen voor de seizoensuitverkoop, is ontworpen met het oog op fysieke winkels. Nu de grensoverschrijdende elektronische handel toeneemt, wordt de toepassing van dergelijke voorschriften, die van land tot land verschillen, op de elektronische handel problematisch. Consumenten zijn steeds meer geneigd ook buiten hun nationale markten te zoeken naar de gunstigste aanbiedingen en zijn bereid te wisselen tussen verkopers binnen de hele EU. Daarom kan regelgeving die detailhandelaars minder vrijheid biedt om het juiste tijdstip te kiezen voor verkoopacties, een voordeel opleveren voor onlineverkopers uit lidstaten met minder strenge regels op het gebied van verkoopacties en kortingen.

* Heeft u nagedacht over de gevolgen van de elektronische handel voor uw benadering van de regelgeving op het gebied van verkoopacties en kortingen?

- Ja
- Nee
- Geen mening/niet van toepassing

- * Licht toe op welke wijze.

De elektronische handel mag geen voorwendsel zijn om de regelgeving op het gebied van verkoopacties te dereguleren. Er mag geen onderscheid gemaakt worden in de regelgeving op het gebied van verkoopacties, kortingen en verkoop met verlies naar gelang de online of offline distributiewijze van de verkoop.

Het idee van deregulering van de verkoopbevordering komt constant terug en getuigt van een beperkende benadering. Er moet rekening gehouden worden met andere elementen, zoals het belang van de invoering van een coherente organisatie tussen de verschillende actoren van de distributie en van het behoud van een eerlijke en evenwichtige concurrentie tussen enerzijds de kleine ondernemingen in de detailhandel, inclusief de buurtwinkels, en anderzijds de grote distributiebedrijven.

- * Worden beslissingen bij het winkelen beïnvloed door verkoopacties en kortingen?

- Ja
- Nee
- Geen mening/niet van toepassing

- * Is die invloed veranderd door de elektronische handel? Licht toe.

Het zich toespitsen op het prijsaspect van de verkoop door alleen te mikken op de laagst mogelijke prijs is voor de consument geen garantie voor de kwaliteit van de producten en diensten die hem in de toekomst aangeboden zullen worden. Er moet worden benadrukt dat de detailhandel in de eerste plaats de consument van dienst is door de kwaliteit en de diversiteit van de aangeboden producten en diensten, door individuele raad en door de nabijheid van de onderneming.

Daarnaast moet de aandacht gevestigd worden op het feit dat de verwachtingen van de consument op het gebied van milieu, productiewijze, kwaliteit en informatie, de kosten en dus de prijs van de aangeboden producten verhogen. Dit heeft ook zijn terugslag op de aankoopbeslissingen van de consument. Prijsverhoging op een markt betekent dus niet noodzakelijk dat de concurrentievoorwaarden niet doelmatig zijn.

De Hoge Raad beklemtoont het belang van een evenwichtige regelgeving. In het merendeel van de gevallen zijn de ondernemingen eerder vragende partij voor een wetgeving, aangezien die als doel heeft het evenwicht te waarborgen tussen de verschillende handelsvormen en ook toestaat gezonde relaties te onderhouden tussen de handelaar en de consument.

Alle lidstaten beperken de verkoop van bepaalde categorieën producten, zoals alcohol, tabak en geneesmiddelen, op grond van gezondheidsoverwegingen. Sommige beperken ook reclame-uitingen of acties en de verkoop aan minderjarigen, verbieden de verkoop via internet of staan distributie alleen in gespecialiseerde winkels toe. In alle lidstaten is de verkoop van receptplichtige geneesmiddelen aan apotheken voorbehouden. In veel lidstaten kunnen bepaalde receptvrije geneesmiddelen buiten apotheken worden verkocht, maar daarbij kunnen specifieke vereisten gelden, zoals specifieke vergunningen voor de winkel of het aanwijzen van een apotheker als de persoon die gemachtigd is om geneesmiddelen aan het publiek te verstrekken.

Volgens de EU-wetgeving kunnen apotheken receptplichtige geneesmiddelen ook online verkopen. In sommige lidstaten is het apotheken toegestaan zowel receptplichtige als receptvrije geneesmiddelen online te verkopen. Uit hoofde van EU-wetgeving is het consumenten toegestaan om geneesmiddelen die in hun eigen land receptvrij zijn, online bij webwinkels in andere lidstaten te bestellen, maar alleen onder bepaalde voorwaarden. Met zulke voorwaarden wordt bijvoorbeeld gewaarborgd dat consumenten dezelfde geneesmiddelen in hun nationale taal verkrijgen, ongeacht of ze die bij fysieke apotheken kopen of via verkoop op afstand. Dergelijke maatregelen maken eveneens een rationeel gebruik van geneesmiddelen, de bestrijding van vervalste geneesmiddelen en het melden van bijwerkingen door consumenten aan de gezondheidsautoriteiten mogelijk.

* Bent u tevreden over de huidige mogelijkheden om producten te kopen/verkopen die beperkt zijn tot specifieke distributiekkanalen?

- Ja
 Nee
 Geen mening/niet van toepassing

* Vermeld de betrokken producten (bv. alcohol, tabak, geneesmiddelen, levensmiddelen, voedingssupplementen, medische hulpmiddelen) en leg uit waarom u al dan niet tevreden bent.

Geneesmiddelen

Geneesmiddelen zijn geen consumentenproducten zoals alle anderen. Ze zijn bestemd voor specifieke patiënten en pathologieën. Een patiënt die ten onrechte een geneesmiddel zou nemen, zou negatieve gezondheidsgevolgen kunnen ondervinden. Een specifiek distributiekanaal is dus volstrekt gerechtvaardigd.

Specifieke distributiekkanalen voor bepaalde producten zoals bijzondere voeding met medicinale werking lijken ook gerechtvaardigd omwille van de specifieke maatregelen aangaande bewaring, traceerbaarheid, bestrijding van vervalsing, enz. Om diezelfde redenen zou er een uitbreiding van die specifieke kanalen moeten worden voorzien voor bepaalde medische hulpmiddelen.

* Vindt u de bestaande verkoopkanalen voor producten waarvoor beperkingen gelden geschikt, gezien de doelstellingen met het oog op de volksgezondheid (bv. rationeel gebruik, risico van vervalsing of melding van bijwerkingen)?

- Ja
 Nee
 Geen mening/niet van toepassing

- * Vermeld de betrokken producten (bv. alcohol, tabak, geneesmiddelen, levensmiddelen, voedingssupplementen, medische hulpmiddelen) en licht uw antwoord toe.

Geneesmiddelen

De verplichting de strikte voorschriften voor de volksgezondheid na te leven, rechtvaardigt de aflevering van geneesmiddelen in een apotheek. Het is belangrijk een volledig farmaceutisch dossier te hebben van de patiënt. Bepaalde categorieën gezondheidsproducten kunnen een rechtsreeks impact hebben op de gezondheid en indien ze ten onrechte ingenomen worden, kunnen ze rechtstreekse gevolgen hebben op de lopende behandeling van de patiënt en op de ziekten waar hij aan lijdt.

De tussenkomst van de apotheker is essentieel voor een passend gebruik van de geneesmiddelen, om de patiënt te beschermen tegen de wisselwerking tussen geneesmiddelen, contra-indicaties, over- of onderdosering, enz. Bovendien staat de apotheker garant voor de kwaliteit van het geneesmiddel dat hij aflevert.

- * Bent u van mening dat bijzondere voorwaarden gerechtvaardigd zijn bij de onlineverkoop van producten waarvoor beperkingen gelden?

- Ja
- Nee
- Geen mening/niet van toepassing

De onlineverkoop van voorschriftplichtige geneesmiddelen moet niet onderworpen worden aan bijzondere vereisten, maar aan een verbod op onlineverkoop.

- * Vermeld de betrokken producten (bv. alcohol, tabak, geneesmiddelen, levensmiddelen, voedingssupplementen, medische hulpmiddelen) en licht uw antwoord toe.

Geneesmiddelen

In België is de onlineverkoop van voorschriftplichtige geneesmiddelen momenteel verboden. De therapeutische relatie en het persoonlijke contact tussen een apotheker en zijn patiënt is van primordiaal belang voor dit soort producten. Dit rechtstreekse contact kan niet gedigitaliseerd worden.

Patiënten die behandeld worden met voorschriftplichtige geneesmiddelen moeten kunnen genieten van farmaceutische zorgen die verleend worden binnen het kader van een therapeutische relatie en van een persoonlijk contact tussen een apotheker en zijn patiënt. Dit rechtstreekse contact kan niet gedigitaliseerd worden. Om deze reden moet de online dienstverlening altijd gebaseerd zijn op een reeds bestaande therapeutische relatie.

In België wordt er onderzoek gedaan naar het gebruik van digitale oplossingen voor het verhogen van de toegankelijkheid van geneesmiddelen en farmaceutische zorgen voor bepaalde categorieën patiënten. Dit kan echter alleen gebeuren binnen het kader van een bestaande relatie met een door de patiënt gekozen (referentie)apotheker en steeds met het oog op de verbetering van de zorg die aan de patiënt verleend wordt.

Alle verkooppromotie voor geneesmiddelen moet verboden worden.

De laatste jaren hebben veel lidstaten regels aangenomen waarmee korte toeleveringsketens worden bevorderd om het milieueffect van de detailhandel te beperken en inspanningen ter bevordering van de duurzaamheid te stimuleren. Detailhandelaars ondersteunen die ontwikkelingen op veel verschillende manieren. In bepaalde gevallen lijken deze nieuwe maatregelen echter verder te gaan dan wat noodzakelijk is om dit rechtmatige doel te bereiken, wat leidt tot een onevenredig zware inperking van de vrijheid van detailhandelaars om hun producten in overeenstemming met de voorkeuren van de consument in te kopen, en tot het afremmen van grensoverschrijdend inkopen. Deze voorschriften vormen met name een hindernis voor detailhandelaars die in meerdere lidstaten actief zijn en als gevolg daarvan grensoverschrijdende toeleveringsketens hebben opgebouwd om efficiënter te kunnen werken, de productiviteit te verhogen en kosten te besparen, wat uiteindelijk in het voordeel is van de consument.

Naast voorwaarden met betrekking tot de herkomst van producten die uit regelgeving kunnen voortvloeien, kan er sprake zijn van door het bedrijfsleven gegenereerde belemmeringen die detailhandelaars beperken in hun mogelijkheden om producten te betrekken bij wie en waar ze willen. Deze kunnen bijvoorbeeld de vorm hebben van territoriale leveringsbeperkingen, die door sommige multinationale leveranciers worden opgelegd en die detailhandelaars ervan weerhouden identieke of soortgelijke goederen in andere lidstaten in te kopen om deze vervolgens in de lidstaat waar zij gevestigd zijn te verkopen.

* Hebt u of hebben uw leden te maken met regelgevende beperkingen met betrekking tot de herkomst en /of de plaats van inkoop van uw producten?

- Ja
- Nee
- Geen mening/niet van toepassing

* Als u te maken hebt met regelgevende beperkingen, wat zijn de concrete gevolgen van deze beperkingen voor uw onderneming? Splits uw antwoord uit naar lidstaat als u in meerdere lidstaten actief bent.

De beperkingen in het kader van de bevoorrading van producten zijn praktijken die vaak voortvloeien uit een onevenwichtige machtsverhouding tussen twee dienstverleners. De kmo's, zko's en zelfstandigen zijn de belangrijkste slachtoffers van dit soort praktijken. De Hoge Raad heeft deze situatie reeds meermaals aan de kaak gesteld.

De diversiteit van het aanbod zal verkleinen. Op termijn zullen de bedrijven die van zulke praktijken gebruik maken, zich in een monopolie- of quasi-monopoliepositie bevinden en de enigen zijn die de prijsvorming bepalen. Uiteindelijk zullen de consumenten geconfronteerd worden met een beperking van het productaanbod op de markt en zullen de prijzen hoger liggen dan de werkelijke waarde van het product op een gezonde competitieve markt. Er zal eveneens een negatief effect op de werkgelegenheid te betreuren zijn, aangezien de kleine ondernemingen die slachtoffer worden van die praktijken gedwongen zullen zijn hun deuren te sluiten.

* Bent u op de hoogte van eventuele beperkingen met betrekking tot de herkomst van de producten waarmee detailhandelaars in uw land te maken hebben?

Ja

Nee

Geen mening/niet van toepassing

* Licht toe.

De kleinhandelaars in kleine lidstaten, zoals België, kunnen niet genieten van lagere prijzen als territoriale beperkingen van het aanbod niet verboden worden. Zij zullen zich immers niet meer kunnen bevoorraden op competitievere markten. Deze beperkingen vervalsen dus de concurrentie tussen de ondernemingen en verminderen de diversiteit van het marktaanbod.

Voor farmaceutische producten verhinderen de aanbodbeperkingen die door bepaalde multinationale leveranciers opgelegd worden dat de detailhandelaars zich op het buitenland zouden richten om zich te voorzien van identieke of gelijkaardige goederen en deze zouden verdelen in de Lidstaat waar zij gevestigd zijn. Deze opzettelijke onbeschikbaarheid van farmaceutische bedrijven (contingentering/quota's) brengt de gezondheid van de patiënten in gevaar (bv. onbeschikbaarheid van insuline).

* Hebt u of hebben uw leden te maken gehad met territoriale leveringsbeperkingen en zo ja, met betrekking tot welke producten?

Uit een enquête die in 2015 uitgevoerd werd bij apothekers, blijkt dat zij regelmatig (minstens 3 maal per dag) geconfronteerd worden met onbeschikbaarheid in het kader van de bevoorrading van bepaalde geneesmiddelen. De desbetreffende producten zijn zeer variabel maar omvatten ook essentiële geneesmiddelen.

* Wat zijn de belangrijkste gevolgen van territoriale leveringsbeperkingen voor de detailhandelsactiviteiten van u of uw leden in de EU?

Zoals hierboven vermeld, vervalsen de beperkingen de concurrentie tussen de bedrijven en verkleinen ze de diversiteit van het marktaanbod. In bepaalde gevallen kunnen ze zelfs schadelijke gevolgen hebben op het vlak van volksgezondheid.

Verbreken van de continuïteit van de patiëntenzorg.

In verschillende lidstaten moeten detailhandelaars specifieke belastingen voor de detailhandel betalen, d.w.z. belastingen die uitsluitend voor detailhandelaars worden geheven (de btw en belastingen op producten, zoals alcohol, tabak, energie en suikerhoudende producten, vallen dus buiten het toepassingsgebied van deze openbare raadpleging). Deze belastingen komen bovenop de algemene directe of indirecte belastingen die alle ondernemingen betalen. Specifieke belastingen voor de detailhandel kunnen op vloeroppervlak of omzet, of een combinatie van beide, gebaseerd zijn. Als de omzet als belastinggrondslag wordt gebruikt, worden internetwinkels soms expliciet van het toepassingsgebied uitgesloten, waardoor de belastingdruk alleen op de offlinedetailhandelaars komt te liggen.

* Kennen de landen waar u of uw leden actief zijn belastingen die specifiek zijn voor de detailhandel?

- Ja
- Nee
- Geen mening/niet van toepassing

* Beschrijf ze kort en maak duidelijk (indien van toepassing) of op online- en offline-activiteiten verschillende belastingregelingen van toepassing zijn.

* Hebben deze specifieke belastingen voor de detailhandel invloed gehad op de grensoverschrijdende activiteiten van u of uw leden, en zo ja, welke?

* Zijn er in uw land belastingen die specifiek zijn voor de detailhandel?

- Ja
- Nee
- Geen mening/niet van toepassing

* Beschrijf ze kort en maak duidelijk (indien van toepassing) of op online- en offline-activiteiten verschillende belastingregelingen van toepassing zijn.

* Wat kan er worden gedaan om ervoor te zorgen dat de nationale regelgevingskaders op het gebied van belastingen de gelijke behandeling van online- en offlinedetailhandelaars waarborgen?

VII. Nalevingslast

De afgelopen jaren heeft het fenomeen betere regelgeving, en met name het probleem van de nalevingsof administratieve lasten voor het bedrijfsleven, steeds meer aandacht gekregen op internationaal niveau, op EU-niveau en in de lidstaten. Met enquêtes in een aantal lidstaten is getracht de mening van bedrijven te peilen met betrekking tot de lasten van regelgeving, met de conclusie dat procedures die bedoeld zijn om de naleving van voorschriften te waarborgen voor hen een aanzienlijke last betekenen. Dit geldt met name voor kleine en middelgrote ondernemingen — en dus voor de meeste detailhandelaars. De Commissie heeft echter geen studies gevonden die zich specifiek richtten op de nalevingslasten voor de detailhandel.

- * Wat zijn de eventuele specifieke kenmerken van regelgevingskaders voor de detailhandel met de grootste invloed op de nalevingslasten van detailhandelaars?

Voor de verkoop van geneesmiddelen in apotheken moeten er talrijke specifieke regelgevingen inzake volksgezondheid nageleefd worden (verplichting tot het hebben van een voorraad geneesmiddelen, medische hulpmiddelen in de apotheek, een kwaliteitshandboek, een farmaceutisch dossier van de patiënt hebben, enz.)

- * Met welke eventuele moeilijkheden hebt u te maken bij de handhaving van de bestaande regelgeving op het gebied van de offline- en onlinedetailhandel?

Voor de detailhandel in geneesmiddelen vraagt de overheid vaak dezelfde gegevens. Er zou een uniek contactpunt moeten voorzien worden, waar het “only once”-principe toegepast wordt op alle betrokken overheidsdiensten, tot welk overheidsniveau ze ook behoren (federaal, gewestelijk, gemeentelijk, ...)
