

CHAMBRE DES REPRÉSENTANTS
DE BELGIQUE

10 mars 2022

PROPOSITION DE RÉSOLUTION

**sur l'importance du commerce électronique
et la nécessité d'aider nos entreprises
à le développer**

(déposée par
Mme Katrien Houtmeyers et consorts)

BELGISCHE KAMER VAN
VOLKSVERTEGENWOORDIGERS

10 maart 2022

VOORSTEL VAN RESOLUTIE

**betreffende het belang van de e-commerce
en het steunen van onze ondernemingen
in de ontwikkeling daarvan**

(Ingediend door
mevrouw Katrien Houtmeyers c.s.)

N-VA	: Nieuw-Vlaamse Alliantie
Ecolo-Groen	: Ecologistes Confédérés pour l'organisation de luttes originales – Groen
PS	: Parti Socialiste
VB	: Vlaams Belang
MR	: Mouvement Réformateur
CD&V	: Christen-Democratisch en Vlaams
PVDA-PTB	: Partij van de Arbeid van België – Parti du Travail de Belgique
Open Vld	: Open Vlaamse liberalen en democraten
Vooruit	: Vooruit
cdH	: centre démocrate Humaniste
DéFI	: Démocrate Fédéraliste Indépendant
INDEP-ONAFH	: Indépendant - Onafhankelijk

Abréviations dans la numérotation des publications:		Afkorting bij de numering van de publicaties:	
DOC 55 0000/000	Document de la 55 ^e législature, suivi du numéro de base et numéro de suivi	DOC 55 0000/000	Parlementair document van de 55 ^e zittingsperiode + basisnummer en volgnummer
QRVA	Questions et Réponses écrites	QRVA	Schriftelijke Vragen en Antwoorden
CRIV	Version provisoire du Compte Rendu Intégral	CRIV	Voorlopige versie van het Integraal Verslag
CRABV	Compte Rendu Analytique	CRABV	Beknopt Verslag
CRIV	Compte Rendu Intégral, avec, à gauche, le compte rendu intégral et, à droite, le compte rendu analytique traduit des interventions (avec les annexes)	CRIV	Integraal Verslag, met links het definitieve integraal verslag en rechts het vertaald beknopt verslag van de toespraken (met de bijlagen)
PLEN	Séance plénière	PLEN	Plenum
COM	Réunion de commission	COM	Commissievergadering
MOT	Motions déposées en conclusion d'interpellations (papier beige)	MOT	Moties tot besluit van interpellaties (beige gekleurd papier)

DÉVELOPPEMENTS

MESDAMES, MESSIEURS,

Au fil des siècles, l'humanité s'est constamment réinventée et a adopté de nouvelles formes de technologie afin d'améliorer son quotidien. Après la machine à vapeur, les inventions successives de l'électricité, du télégraphe et du téléphone ont finalement abouti, aujourd'hui, à l'internet et à la "5G". Beaucoup de choses ont également changé en ce qui concerne la manière dont nous commerçons les uns avec les autres. Les évolutions que nous avons connues au siècle dernier, comme l'arrivée des centres commerciaux et des grandes chaînes de supermarchés, ont également fait l'objet (à juste titre) de critiques, mais une fois lancées, ces tendances n'ont pu être arrêtées. Lorsque, pour des millions de consommateurs, les avantages l'emportent sur les inconvénients, la masse optera toujours pour plus de commodité, un plus grand choix de produits et des prix plus bas. Il n'en va pas autrement pour le commerce électronique, si bien qu'aujourd'hui, acheter en ligne est devenu un aspect incontournable de notre comportement de consommateur. Ne pas avancer, c'est reculer. Il en va de même si l'on ne monte pas dans le train du commerce électronique.

Le nombre de Belges qui achètent en ligne augmente rapidement. La crise du COVID-19 a donné un coup d'accélérateur supplémentaire à l'essor des transactions en ligne. En 2021, selon les chiffres des fédérations sectorielles Safeshops et BeCommerce, le commerce électronique a généré dans notre pays un chiffre d'affaires d'environ 10 milliards d'euros, soit une augmentation de 10 % par rapport à 2020. Le secteur représente ainsi 2,12 % de notre PIB. En 2020, pas moins de 80 % des internautes belges ont effectué un achat en ligne. En 2020 toujours, le nombre de boutiques en ligne belges a augmenté en moyenne de 52 unités par jour, soit une augmentation de 65 %. On en compte désormais près de 50 000.

Selon une enquête sur le commerce électronique en Europe, le consommateur belge a dépensé en 2020 en moyenne 571 euros pour des achats en ligne, ce qui est toutefois nettement moins que d'autres Européens. Les Néerlandais y consacraient en effet 929 euros en moyenne. Selon l'office belge de statistique Statbel, 28 % des acheteurs en ligne belges dépensent au moins 500 euros en ligne chaque trimestre. Ils n'étaient encore que 19 % en 2019. Statbel a également constaté que les produits et services les plus souvent achetés en ligne en 2020 étaient des vêtements, des chaussures ou des accessoires (67,7 %). Dans notre pays, un vêtement sur deux s'achète déjà en ligne à l'heure actuelle.

TOELICHTING

DAMES EN HEREN,

Door de eeuwen heen hebben we ons als mensheid steeds heruitgevonden en nieuwe vormen van technologie omarmd om onze levens beter te maken. Van de stoommachine, de uitvinding van elektriciteit, de telegraaf en de telefoon tot uiteindelijk het internet en 5G in onze huidige generatie. Ook als het aankomt op hoe we met elkaar handeldrijven, is er veel veranderd. Ontwikkelingen waar we in de vorige eeuw kennis mee maakten, zoals de komst van winkelcentra en grote ketens, konden eveneens rekenen op (terechte) punten van kritiek, maar eens gelanceerd kon je deze trends niet meer tegenhouden. Wanneer voor miljoenen consumenten de voordelen groter zijn dan de nadelen, dan zal de massa altijd opteren voor meer gebruiksgemak, grotere keuze aan producten en lagere prijzen. Met e-commerce is dat niet anders en ondertussen is online winkelen een vast gegeven geworden in ons winkelgedrag. Stilstaan is achteruitgaan. Dat is evenzeer zo met het negeren van de e-commercetrein.

Het aantal Belgen dat online aankopen verricht neemt hand over hand toe. Door de COVID-19-crisis versnelde ook de evolutie naar meer online transacties. In 2021 zorgde de e-commerce in ons land voor een omzet van zo'n 10 miljard euro, blijkt uit cijfers van sectorfederaties Safeshops en BeCommerce. Dat is een toename van 10 % tegenover 2020. De sector zorgde daarmee voor 2,12 % van ons bbp. Liefst 80 % van de Belgische internetgebruikers deed in coronajaar 2020 een online aankoop. In 2020 kwamen er ook elke dag gemiddeld 52 Belgische webwinkels bij, een stijging van 65 %, tot bijna 50 000.

Volgens de "enquête e-commerce in Europe" spendeerden we in 2020 gemiddeld 571 euro per persoon aan online aankopen. Daarmee geven we beduidend minder uit online dan andere Europeanen. Nederlanders zouden gemiddeld 929 euro uitgeven via online winkelen. Volgens het Belgisch statistiekbureau Statbel geeft 28 % van de Belgische online shoppers op kwartaalbasis 500 euro of meer online uit, tegenover 19 % in 2019. Statbel stelde ook vast dat de populairste producten en diensten die we online kochten in 2020 kleding, schoenen of accessoires (67,7 %) waren. Eén op twee kledingstukken in ons land wordt vandaag reeds online gekocht.

On ne sait pas exactement combien d'emplois le commerce électronique génère dans notre pays. Selon la fédération des commerces Comeos, c'est difficile à dire car dans de nombreux secteurs et pour de nombreux emplois, il n'est pas possible d'opérer la distinction. Une personne qui emballe et expédie une commande mais qui travaille également pour le magasin doit-elle ou non être considérée comme quelqu'un qui travaille dans le secteur du commerce électronique? C'est souvent à la fois l'un et l'autre. Ce qui est certain, c'est qu'un chiffre d'affaires d'environ 10 milliards d'euros garantit des dizaines de milliers d'emplois.

La Fédération des entreprises de Belgique (FEB) estime que les entraves au commerce électronique ont coûté en moyenne 0,4 % de croissance du PIB par an à notre pays au cours de la décennie écoulée. Nous sommes passés à côté de dizaines de milliers de nouveaux emplois et de la prospérité liée à cette création d'emplois. Il ne s'agissait pas uniquement d'emplois pour des personnes peu qualifiées ou à l'aube de leur carrière professionnelle, mais aussi d'emplois d'ingénieur, d'informaticien et de manager. Il est clair que la rigidité de notre législation sur le travail et nos coûts salariaux élevés nous ont fait rater en grande partie le train du commerce électronique ces dernières années. La conséquence est que de nombreux emplois ont été créés à l'étranger, surtout dans les secteurs de la distribution et de la logistique. Comeos indique ainsi que quelque 15 000 travailleurs sont occupés dans des centres de distribution situés le long de nos frontières (aux Pays-Bas, en Allemagne et en France). Le secteur du commerce risque lui-même de connaître le même sort. En effet, le secteur de la vente de détail stagne en Belgique, alors que son chiffre d'affaires a augmenté de 10 à 15 % chez nos voisins ces dernières années. Cela s'explique en partie par le fait que le chiffre d'affaires réalisé dans notre pays par le commerce électronique revient à de grands acteurs établis à l'étranger.

Comeos a estimé qu'en 2017, les pays voisins, en particulier les Pays-Bas, nous avaient ravi 17 000 emplois dans le secteur du commerce électronique. Des magasins en ligne comme Amazon, Zalando, Coolblue et Bol.com livrent depuis des années des colis au départ de centres de distribution situés juste au-delà de la frontière belge. Des chiffres d'Eurostat montrent aussi clairement que les Belges achètent davantage auprès d'acteurs étrangers que les Néerlandais et les Allemands. Zalando, Decathlon, Colruyt sont autant d'exemples d'enseignes qui ont tenté d'ouvrir un centre de distribution dans notre pays, mais qui y ont renoncé en raison de la rigidité de notre législation, notamment en matière de travail de nuit.

En outre, le Conseil central de l'économie (CCE) constate que les salaires payés par les entreprises en

Het is onduidelijk hoeveel jobs de e-commerce in ons land creëert. Volgens de handelsorganisatie Comeos is dat moeilijk te zeggen omdat er in veel sectoren en jobs geen onderscheid te maken valt. Iemand die in de winkel een bestelling inpakt en verzendt, maar ook voor de winkel werkt, is dat iemand die voor de e-commerce-sector werkt of niet? Het is vaak een én-én-verhaal. Wel is zeker dat een omzet van zo'n 10 miljard euro garant staat voor tienduizenden jobs.

Volgens het Verbond van Belgische Ondernemingen (VBO) hebben de belemmeringen op vlak van e-commerce ons land het afgelopen decennium gemiddeld 0,4 % bbp-groei per jaar gekost. We lieten tienduizenden nieuwe jobs, en de daarbij horende welvaart, aan ons voorbij gaan. Niet enkel jobs voor kortgeschoolden of mensen die aan het begin van hun loopbaan staan maar ook voor ingenieurs, informatici en managementprofielen. Het is duidelijk dat we de afgelopen jaren door onze rigide arbeidswetgeving en hoge loonkosten de trein van e-commerce grotendeels hebben gemist, waardoor er vooral in de distributie en logistiek veel jobs naar het buitenland zijn gevloeid. Comeos stelt dat langs onze grenzen (in Nederland, Duitsland en Frankrijk) zo'n 15 000 werknemers in distributiecentra werken. Hetzelfde dreigt te gebeuren in de handel zelf. Terwijl de retail in onze buurlanden een omzetgroei boekt van 10 tot 15 % de afgelopen jaren, stagneert de sector in België. Een deel van de verklaring is dat de omzet in ons land via e-commerce wegvloeit naar grote spelers die in het buitenland gevestigd zijn.

Comeos raamde dat in 2017 in België 17 000 banen in e-commerce verloren zijn gegaan aan de buurlanden, in het bijzonder Nederland. Webwinkels als Amazon, Zalando, Coolblue en Bol.com leveren al jaren vanuit distributiecentra net over de Belgische grens. Cijfers van Eurostat maken ook duidelijk dat we in België meer bij buitenlandse spelers kopen, dan in landen als Nederland en Duitsland gebeurt. Zalando, Decathlon, Colruyt enzovoort hebben allemaal geprobeerd om een distributiecentrum te bouwen in ons land, maar haakten af wegens de rigide regelgeving, zoals die rond nachtarbeid.

Bovendien stelt de Centrale Raad voor het Bedrijfsleven (CRB) vast dat de lonen van Belgische bedrijven veel

Belgique augmentent beaucoup plus rapidement qu'en France, qu'en Allemagne et qu'aux Pays-Bas, ce qui met en péril la compétitivité des entreprises belges. Le CCE estime que le handicap salarial de la Belgique atteindra 1,2 % en 2022.

Le commerce électronique est une réalité et les consommateurs utilisent cette nouvelle possibilité. Nous ne pouvons et ne souhaitons pas revenir en arrière. S'il est vrai que le commerce électronique pose certains défis, il conviendrait néanmoins de les relever au lieu de les ignorer, et d'exploiter les possibilités qu'il offre dans l'intérêt des consommateurs et de nos entreprises. Or, cela fait des années que nous sommes à la traîne par rapport à nos voisins et que nous passons à côté de la prospérité et des emplois que génère le commerce électronique en raison de la rigidité de notre législation sur le travail et de nos coûts salariaux élevés. Nous plaçons dès lors pour des emplois et des règles en matière de travail du soir et de nuit de qualité, afin que chaque entrepreneur puisse développer des activités de commerce électronique sur notre territoire.

Indépendamment de ces défis, le commerce électronique présente indéniablement de nombreux avantages. Il offre ainsi une grande flexibilité aux consommateurs en leur permettant de réaliser un achat où et quand ils le souhaitent et de comparer les prix plus facilement. C'est le cas pour les biens, mais certainement aussi pour les services tels que la réservation d'hôtels et de voyages. En outre, le commerce électronique offre aux entreprises la possibilité d'atteindre un public plus large, voire de toucher un public international, comme nos voisins du Nord l'ont démontré avec des marques comme bol.com et booking.com.

Il va sans dire que la concurrence du commerce électronique se fait surtout sentir dans les petits commerces. C'est pourquoi il est important que les règles du jeu soient respectées et que des conditions de concurrence équitables soient créées pour l'ensemble des acteurs du commerce de détail. Il convient d'exploiter pleinement les possibilités offertes par la technologie. Simultanément, nous devons réfléchir à la manière dont nous pouvons assister nos petits et grands commerçants dans cette transition numérique.

Pour les consommateurs, les achats hors ligne et en ligne sont de plus en plus liés. Chacun connaît la tendance qu'ont certains consommateurs de se rendre dans un magasin physique afin de tester un produit ou d'essayer un vêtement qu'ils commanderont ultérieurement en ligne. Il est évident que les boutiques en ligne et les magasins physiques se renforcent mutuellement. En réalité, ces deux types de commerce ne s'excluent

sneller stijgen dan die in Frankrijk, Duitsland en Nederland. Dat brengt de concurrentiepositie van Belgische bedrijven in gevaar. De CRB schat dat de Belgische loonkostenhandicap in 2022 oploopt tot 1,2 %.

De e-commerce is er en consumenten maken er gebruik van. Dan kunnen en willen wij niet zomaar de klok terugdraaien. E-commerce komt gepaard met enkele uitdagingen, maar laat ons deze aanpakken in plaats van ze de rug toe te keren, en de kansen ervan omarmen in het belang van de consumenten en onze ondernemingen. We hinken al jaren achter op onze buurlanden. De welvaart en werkgelegenheid die voortvloeit uit e-commerce houden wij al jaren tegen door rigide arbeidsvoorwaarden en hoge loonkosten. Wij pleiten dan ook voor kwalitatieve jobs en regels rond avond- en nachtwerk zodat elke ondernemer bij ons e-commerce kan ontwikkelen.

Naast de uitdagingen, kunnen we er niet omheen dat e-commerce ook heel wat voordelen biedt. Zo geeft het consumenten de nodige flexibiliteit om een aankoop te verrichten waar en wanneer zij dat willen en kunnen prijzen eenvoudiger vergeleken worden. Dat is voor goederen, maar zeker ook voor diensten, zoals het boeken van hotels en reizen, het geval. Voor ondernemingen geeft het daarenboven de mogelijkheid om een breder publiek te bereiken en eventueel zelfs een internationaal publiek aan te boren. Dat hebben onze noorderburen met merken zoals Bol.com en Booking.com ook aangetoond.

Het spreekt voor zich dat de concurrentie van e-commerce vooral voelbaar is bij kleinere handelszaken. Daarom is het belangrijk dat de spelregels worden gerespecteerd en dat er werk wordt gemaakt van een gelijk speelveld tussen alle retail spelers. De mogelijkheden die technologie biedt dienen we volop te benutten. Tegelijkertijd dienen we na te denken hoe we onze handelaars, klein en groot, kunnen bijstaan in deze digitale transitie.

Voor de consumenten raken het offline en online kopen steeds meer verstrengeld. Iedereen kent de tendens waarbij consumenten een fysieke winkel bezoeken om een product te testen of een kledingstuk te passen, dat ze later online bestellen. Het is duidelijk dat webwinkels én een fysieke winkel elkaar versterken. In werkelijkheid is het geen of-of-, maar een en-enverhaal. We willen graag inzetten op bruisende steden, levende

pas, ils se complètent. Nous souhaitons miser sur des villes dynamiques et des noyaux urbains vivants et nous estimons que cela va de pair avec le développement numérique.

Il convient également de veiller à ce qu'un emploi dans ce secteur soit correctement rémunéré et à ce que les personnes qui souhaitent travailler le soir ou la nuit ne doivent pas se tourner vers l'étranger. Les autorités publiques doivent stimuler les investissements visant à développer les secteurs de la logistique et des services numériques et à attirer de l'emploi. Cela peut se faire à travers des campagnes ciblées et des incitants fiscaux temporaires en vue de rattraper le retard de plusieurs années que la Belgique accuse dans le domaine du commerce en ligne.

Enfin, nous ne pouvons évidemment pas réduire le commerce électronique au B2C. Le commerce électronique dans les activités B2B constitue aussi un pôle de croissance important. Le traitement numérique de commandes entre grossistes, fabricants, fournisseurs et autres vendeurs B2B accroît l'efficacité de la procédure d'achat et permet également de reproduire une commande plus aisément. Les acteurs B2B bénéficient évidemment des mêmes avantages que les consommateurs, par exemple la facilité de comparer les prix de différents magasins (en ligne) et l'automatisation de processus de travail.

kernen en we begrijpen dat dit hand in hand gaat met het digitale verhaal.

Ook moeten we erop toezien dat een job in deze sector op een correcte vergoeding kan rekenen en dat wie 's avonds of 's nachts wil werken hiervoor niet naar het buitenland moet uitwijken. De overheid moet investeringen stimuleren die de logistieke en IT-dienstensector uitbouwt en werkgelegenheid aantrekt. Dat kan via gerichte campagnes en tijdelijke fiscale stimulansen om onze jarenlange achterstand op e-commerce vlak in te halen.

Tot slot, e-commerce mogen we uiteraard niet verengen tot B2C. Een belangrijke groeipool is de e-commerce op vlak van B2B-activiteiten. Het digitaal kunnen verwerken van bestellingen tussen groothandelaars, fabrikanten, leveranciers en andere B2B-verkopers verhoogt de inkoop efficiëntie en maakt het ook eenvoudiger een bestelling te herhalen. Uiteraard spelen voor B2B-spelers dezelfde voordelen als voor consumenten, zoals onder andere het eenvoudiger vergelijken van prijzen van de verschillende (web)winkels en het automatiseren van werkprocessen.

Katrien HOUTMEYERS (N-VA)
Anneleen VAN BOSSUYT (N-VA)
Michael FREILICH (N-VA)

PROPOSITION DE RÉSOLUTION

LA CHAMBRE DES REPRÉSENTANTS,

A. considérant que le commerce électronique fait partie intégrante de notre comportement d'achat et que le nombre de Belges qui effectuent des achats en ligne est en augmentation;

B. considérant que la tendance à la hausse des achats en ligne s'accélère en raison de la crise du COVID-19;

C. considérant que les obstacles au commerce électronique qui existent dans notre pays nous ont coûté en moyenne 0,4 % de croissance du PIB par an au cours de la décennie écoulée;

D. considérant que la Belgique impose des conditions de travail sévères et des règles strictes en matière de travail de nuit, qui poussent les détaillants en ligne à s'installer juste de l'autre côté de la frontière, chez nos voisins, ce qui a déjà coûté à notre pays des dizaines de milliers d'emplois;

E. vu le handicap de la Belgique en matière de coûts salariaux, dont on estime qu'il atteindra 1,2 % en 2022, alors qu'en 2019, l'augmentation des salaires depuis l'année de référence 1996 était encore conforme à celle observée chez nos voisins;

F. considérant que les magasins physiques et la vente en ligne se renforcent mutuellement;

G. considérant que le commerce électronique est un secteur de croissance important pour les échanges B2C, mais aussi pour les activités B2B;

H. considérant que M. Magnette (PS) a déclaré dans le magazine Humo du lundi 7 février 2022 vouloir faire de la Belgique le premier pays sans commerce électronique, ce qui constituerait un véritable retour en arrière;

DEMANDE AU GOUVERNEMENT FÉDÉRAL:

de lever les obstacles au développement du commerce électronique dans notre pays en prenant notamment les mesures suivantes:

a) créer des conditions de concurrence équitables entre tous les acteurs du commerce de détail et prendre des mesures à cette fin, l'objectif étant que les entreprises nationales soient traitées de la même façon que les grands acteurs internationaux, y compris en termes de traitement fiscal et d'inspections fiscales;

VOORSTEL VAN RESOLUTIE

DE KAMER VAN VOLKSVERTEGENWOORDIGERS,

A. gelet op het feit dat e-commerce een vast gegeven is in ons winkelgedrag en het aantal Belgen dat online aankopen verricht toeneemt;

B. gelet op het feit dat de evolutie naar meer online aankopen door de COVID-19-crisis versnelt;

C. gelet op het feit dat de belemmeringen op e-commerce in ons land ons het afgelopen decennium gemiddeld 0,4 % bbp-groei per jaar hebben gekost;

D. gelet op de strenge arbeidsvoorwaarden en regels voor nachtarbeid in ons land, waardoor onlinetailers zich vestigen net over de grens in onze buurlanden, wat ons land al tienduizenden jobs heeft gekost;

E. gelet op de Belgische loonkostenhandicap, die naar schattingen in 2022 oploopt tot 1,2 %. Terwijl in 2019 de stijging van de lonen sinds het referentiejaar 1996 nog in lijn met onze buurlanden lag;

F. gelet op het gegeven dat fysieke winkels en online verkoop elkaar versterken;

G. gelet op het feit dat e-commerce op vlak van B2C, maar ook op vlak van B2B-activiteiten, een belangrijke groeipool is;

H. gelet op de uitspraak van de heer Magnette (PS) in het magazine Humo op maandag 7 februari 2022: "Laat België maar het eerste land zonder e-commerce worden" ons terug wil sturen in de tijd,

VERZOEKT DE FEDERALE REGERING:

de belemmeringen voor de ontwikkeling van e-commerce in ons land op te heffen, onder meer door:

a) een gelijk speelveld te creëren tussen alle retail spelers en hiertoe maatregelen te nemen zodat binnenlandse ondernemingen op dezelfde manier worden behandeld als grote internationale spelers, onder meer op vlak van fiscale behandeling en inspecties;

b) œuvrer à la mise en place d'un marché du travail flexible pour le commerce électronique, en particulier pour le travail du soir et de nuit, tout en respectant les mesures de protection sociale;

c) éliminer le handicap en termes de coûts salariaux;

d) créer un cadre légal solide pour les personnes actives dans le secteur du commerce électronique et pour les travailleurs de plateformes, tout en garantissant la flexibilité nécessaire;

e) évaluer la loi du 26 juillet 1996 relative à la promotion de l'emploi et à la sauvegarde préventive de la compétitivité et activer le mécanisme d'ajustement nécessaire afin d'atténuer le handicap salarial.

17 février 2022

b) werk te maken van een flexibele arbeidsmarkt voor e-commerce, in het bijzonder voor avond- en nachtwerk met inachtneming van sociale beschermingsmaatregelen;

c) de loonkostenhandicap weg te werken;

d) een degelijk wettelijk kader te creëren voor medewerkers van de e-commerce en platformwerkers waarbij de nodige flexibiliteit wordt gegarandeerd;

e) de wet van 26 juli 1996 tot bevordering van de werkgelegenheid en tot preventieve vrijwaring van het concurrentievermogen te evalueren en het nodige bijsturingsmechanisme te activeren om de loonhandicap te milderen.

17 februari 2022

Katrien HOUTMEYERS (N-VA)
Anneleen VAN BOSSUYT (N-VA)
Michael FREILICH (N-VA)