

Waarom elektronische facturatie niet van de grond komt

Al 10 jaar lang wordt er gesproken van elektronische facturatie, maar amper een paar procent van onze ondernemingen heeft de stap al gezet. Waarom? De leveranciers steken de hand in eigen boezem en beloven eenvoudigere en goedkopere oplossingen voor de kmo's. #Olivier Fabes

Sinds eind oktober voert Isabel campagne via affiches en radiospots om zijn elektronische facturatieapplicatie Zoomit meer bekendheid te geven bij het grote publiek. De onderneming is ontstaan uit de banksector, voor wie het nog niet wist, en ze hoopt via deze campagne op een stijging van het aantal elektronische facturen die via uw e-bankingapplicatie, waarin Zoomit geïntegreerd is, worden doorgestuurd. Nu Electrabel sinds kort behoort tot de groep van 'elektronische uitgevers van facturen', zou het aantal online behandelde facturen plots gaan verdubbelen.

Toch is er nog heel veel werk aan de winkel. Eind vorig jaar schatte het VBO dat amper 1% van de facturen (op een totaal van ongeveer een miljard verstuurd facturen) elektronisch werd uitgewisseld in België. Vandaag is dat ongetwijfeld al 4%, maar we zitten dus nog zeer ver van de doelstelling van 50% tegen 2015, die de federale minister van economie Vincent Van Quickenborne heeft vooropgesteld. België is nochtans pionier op het vlak van elektronische betalingen in het algemeen, maar het kon zijn relatief langdurige ervaring op het vlak van elektronische facturatie niet vertalen in een sterk penetratiepercentage. Volgens de Duitse onderneming Billentis is dit percentage het grootst in Frankrijk en Duitsland (meer dan 6%), om nog maar te zwijgen van de Scandinavische landen (meer dan 15% van de facturen is er elektronisch).

Geen win-win

"Het staat vast dat elektronische facturatie minder snel van de grond komt dan verwacht, stelt Christian Luyten, verantwoordelijke communicatie bij Isabel, vast. Reden: "Een hele tijd dachten de techno-

logieleveranciers dat de postzegels die de verzender van de facturen uitspaart zou volstaan om een emulatie tot stand te brengen. Maar de ontvanger moet er ook baat bij hebben. Hij heeft er namelijk weinig belang bij dat hij een elektronische

platform. "We hebben de taak om oplossingen aan te bieden die meer naar de ontvanger gericht, eenvoudig, goedkoper en hybride zijn, rekening houdend met het feit dat elektronica en papier naast elkaar kunnen bestaan."

De grootdistributie is de sector die het verst staat op het vlak van elektronische facturatie. Carrefour en Delhaize versturen het merendeel van hun facturen nu al in elektronische vorm naar hun grootste leveranciers. François Van Uffelen, algemeen directeur van Babelway, gespecialiseerd in elektronische gegevensuitwisseling, kent deze sector maar al te goed. "Terwijl een grote uitgever bereid is om tienduizenden euro neer te tellen om te besparen op portkosten, zal een kleine leverancier er slechts enkele honderden euro voor over hebben om de elektronische facturen heel eenvoudig te integreren in zijn boekhouding."

De kostprijs van de elektronische facturatie zou kunnen dalen met de komst van nieuwe platformen die eerder ontworpen zijn voor kmo's



Remember GM

Velen lijken wel te dromen van de dag waarop de elektronische factuur standaard erkend wordt door alle boekhoudkundige software. Dat is nog niet voor morgen, volgens Philippe Tailleux, baas van de uitgever van boekhoudkundige software Sage Bob Software. Hij trekt een parallel met edi (electronic data interchange) in de jaren '80. "Al in '86 wilde General Motors zijn edi-systeem inburgeren bij al zijn leveranciers. Dat is nooit gelukt omdat het veel te duur was voor de kleinste leveranciers." Volgens hem is de prijs per transactie die de leveranciers van e-invoicing momenteel vragen, overdreven in vergelijking met de reële kostprijs. "Maar de prijzen gaan dalen doordat er nieuwe platformen voor elek-

factuur in pdf ontvangt, die hij toch nog moet afdrukken."

Gert Roeckx, ceo van Certipost, is het volledig eens met de diagnose dat er geen sprake is van *win-win* tussen de uitgever en de ontvanger, en hij laat er zich op voorstaan dat 85.000 ondernemingen zijn aangesloten op zijn

tronische flows de kop opsteken, die eerder ontworpen zijn voor de kmo's", voegt Philippe Tailleur er nog aan toe. Intussen is het afwachten geblazen om te zien welke nieuwe platformen de overhand zullen krijgen. Door die afwach- tende houding zou de verschijning van een geïntegreerde oplossing 'elektronische facturatie-boek- houding' nog op zich laten wach- ten tot ergens in... 2013.

Challengers

Elektronische facturatie is niet voorbehouden aan Certipost, maar is eerder b2b-gericht, en Isabel heeft eerder een b2c-focus met Zoomit. De laatste maanden heb- ben andere actoren, die vaak scheep gegaan zijn met interna- tionale projecten, de neiging om de markt meer dynamiek te geven en ze misschien van de grond te la- ten komen. Naast Babelway zijn UnifiedPost en B2Boost twee an- dere 'challengers' die zouden kun- nen helpen om het aanbod voor kmo's algemeen toegankelijk te maken.

"Er bestaat immers geen norm en elektronische facturatie blijft daar- om vrij complex, maar onze toege- voegde waarde is net dat we de ver- schillende formaten transparant met elkaar verbinden voor alle onder- nemingen, klein en groot," beves- tigt Laurent Marcelis, algemeen directeur UnifiedPost, een onder- neming die gevestigd is in Terhul- pen en actief is in de hele Benu- lux. Volgens hem dwingt een toenemend aantal grote onderne- mingen, meer bepaald Johnson & Johnson, hun leveranciers dood- eenvoudig om over te stappen op

elektronische uitwisseling. Afhan- kelijk van de volumes vraagt Uni- fiedPost tussen 15 en 30 cent per factuur (tegenover 1 euro of meer voor de zegel). Het grootste voor- deel van de elektronische factuur zou echter de winst zijn die gemaakt wordt bij de behandeling en de op- volging van de factuur, en die zou schommelen tussen 5 en 10 euro per stuk. De installatiekosten van een 'basishub' voor elektronische facturen zouden minstens 5.000 euro bedragen. Dat is niet onoverkome- lijk, "maar ongetwijfeld te veel voor een kmo die maar een honderdtal facturen per jaar verstuurt," geeft Laurent Marcelis toe, die ervan over- tuigd is dat de prijzen nog zullen da- len met de standaardisatie.

Via de printer

B2Boost, oorspronkelijk een 'hub' die zich toelegt op de video- spelindustrie, heeft zich gediver- sifieerd naar elektronische factu- ratie, onder druk van zijn klanten. Zijn grootste klant inzake e-invoic- ing is het telecombedrijf BT Glo- bal Services, waarvan B2Boost de facturen van 15 administratieve af- delingen 'opvangt' en ze publiceert op een portal waar de klanten ze gaan downloaden. B2Boost ver- stuurde bovendien de eerste ge- dematerialiseerde elektronische factuur naar de Europese Commis- sie, in het kader van het project E-Prior.

De Brusselse onderneming ont- wikkelde voor de kmo's een 'Print2EDI'-oplossing op basis van het 'printer'-sturingsprogramma van een pc, dat de facturen omzet in een gestructureerd formaat en ze ver- bindt met een 'hub' wanneer ze wor-

5 FACTOREN DIE ELEKTRONISCHE FACTURATIE AFREMME

- 1 **KOSTPRIJS:** kmo's zijn niet bereid om duizenden euro's uit te geven, alleen maar om postzegels uit te sparen.
- 2 **COMPLEXITEIT:** momenteel is er geen universeel formaat voor elektronische facturen en zo te zien is dit nog niet meteen voor morgen.
- 3 **JURIDISCHE ONZEKERHEID:** een Europese richtlijn bepaalde dat een factuur op papier en een elektronische factuur op dezelfde manier verwerkt moeten worden. Maar er blijft nog juridische onduidelijkheid over de vereiste om de integriteit en de authenticiteit van de facturatiegegevens te verzekeren. Welke gevolgen brengt deze vereiste met zich mee? Een grote onderneming kan dergelijke interne integriteitcontroles gemakkelijk invoeren, maar dat geldt niet voor een kmo.
- 4 **VERTROUWELIJKHEID:** geen enkele onderneming zal het op prijs kunnen stellen dat al haar facturen open en bloot te zien zijn op een elektronisch platform.
- 5 **MARKETINGUITDAGING:** de papieren factuur blijft een bevoor- recht 'contact met de klant' voor de merken, die dit kanaal vaak gebruiken om aan cross-selling te doen. Sommige merken schrikken ervoor terug om de elektronische facturatie erdoor te drukken zolang ze hen niet dezelfde voordelen biedt op het vlak van marketing.



den verstuurd naar de printer. "Onze connector is gratis. We hebben nog geen precieze 'pricing' per factuur bepaald, maar het is duidelijk dat dit veel minder zal kosten dan een postzegel, en bovendien geniet de kmo van een archiveringsoplossing voor 10 jaar. De kans is trouwens

erg groot dat de grote onderne- mingen deze oplossingen zullen aan- bieden aan hun leveranciers. Want het is vooral de ontvanger die er baat bij heeft," voorspelt Philippe Geleyn, medeoprichter van B2Boost. De openbare sector en kmo's zijn de twee prioriteiten van B2Boost.#



back-ups kunnen u gestolen worden?

het beste alternatief:
www.merak.be



ISO 9001 - PCI DSS - ISO/IEC 27001 CERTIFIED