

92% Europese bedrijven niet klaar voor de digitale interne markt

Onderzoek door Ricoh: Verdieping in en voorbereiding op de 'Digital Single Market' is nodig. Zeker omdat de meerderheid van Europese bedrijven voor 2020 uitbreidingsplannen heeft op het Europese continent.

Vilvoorde, 4 november 2015 – Veruit de meeste Europese bedrijven (92%) geven toe niet klaar te zijn voor de introductie van de digitale interne markt van de EU. Nieuw onderzoek in opdracht van [Ricoh](#) bevestigt dit. De introductie van de 'Digital Single Market' lijkt de meest baanbrekende regeling van dit decennium te worden. Toch lijkt het erop dat miljoenen bedrijven niet zullen profiteren van deze nieuwe regeling. Daarmee laten ze een geschatte bijdrage van €415 miljard aan de Europese economie aan zich voorbij gaan¹.

Slechts de helft van de bedrijven (51%) weet überhaupt dat de door de EU voorgedragen [digitale interne markt](#) eind 2016 van kracht wordt. Het idee achter deze regelgeving is standaardisatie van Europa's online markt, zodat dezelfde content, producten en diensten in heel Europa tegen dezelfde prijzen beschikbaar zijn. Uit het onderzoek, gehouden onder 1360 ondernemers in EU-landen, blijken bedrijven in Scandinavië (28%), België/Luxemburg (29%) en Portugal (30%) het minst op de hoogte.

#	Percentage bedrijven per land dat op de hoogte is van de digitale interne markt van de EU		#	Percentage bedrijven per land dat <u>nog niet</u> klaar is voor de digitale interne markt van de EU	
1.	Italië	70%	1.	Polen	97%
-	Frankrijk	70%	2.	Frankrijk	95%
2.	Spanje	65%	-	Duitsland	95%
3.	Duitsland	61%	3.	België/Luxemburg	94%
4.	Verenigd Koninkrijk	57%	4.	Verenigd Koninkrijk	92%
5.	Polen	47%	-	Spanje	92%
-	Oostenrijk	47%	-	Portugal	92%
6.	Hongarije	46%	5.	Hongarije	91%
7.	Nederland	43%	6.	Italië	91%
8.	Portugal	30%	7.	Scandinavië	90%
9.	België/Luxemburg	29%	8.	Oostenrijk	88%
10.	Scandinavië	28%	9.	Nederland	86%

De lage bekendheid met en voorbereiding op de digitale interne markt is vooral verontrustend, omdat op dit moment slechts 7% van het MKB in de EU handel drijft buiten de eigen landsgrenzen. Dit percentage moet omhoog om groei in de Europese economie te realiseren². En de meeste Europese bedrijven (65%) geven ook aan dat ze van plan zijn de komende vijf jaar uit te breiden naar andere Europese landen. Maar deze ambitieuze groeiplannen worden alleen realiteit als ze de digitale interne markt omarmen. Bedrijven in Oostenrijk, Hongarije en de Scandinavië hebben de meeste plannen om in 2020 over de landsgrens heen te gaan.

Opvallend is ook dat ondanks de onbekendheid met de nieuwe regelgeving, veel respondenten wel denken dat de 'Digital Single Market' verschillende voordelen oplevert:

- stijging aantal EU-klienten (56%)
- betere kansen om nieuwe markten te betreden (52%)
- verbetering van interne efficiëntie eigen bedrijf (44%)

Daartegenover staat dat 24% van de onderzochte bedrijven aangeeft niet te geloven dat de digitale interne markt voordelen oplevert. Zorgen over de impact ervan op hun bedrijf spelen daarbij een rol. Verder geeft 40% aan niet klaar te zijn voor toenemende concurrentie, 37% is bang voor de gevolgen daarvan en 34% denkt niet over voldoende financiële middelen te beschikken om de nieuwe kansen te grijpen. Een derde van de respondenten denkt dat de digitale interne markt alleen leidt tot onnodig veel extra regelgeving.

Verwachte voordelen voor het bedrijf		Verwachte zorgen voor het bedrijf	
Meer EU-klienten	56%	Meer concurrentie	42%
Minder drempels om nieuwe markten te betreden	52%	Meer IT-vereisten	41%
Meer inkomsten	52%	Belemmeringen inzake btw	36%
Hogere winstgevendheid	50%	Onzekerheid over gegevensbescherming buiten de eigen landsgrenzen	34%
Lagere bedrijfskosten	48%	Investeringsnodig om nieuwe markten te betreden	34%
Snellere introductie van nieuwe producten/diensten	47%	Neerwaartse druk op prijzen van producten en/of diensten	32%
Efficiëntere interne processen en systemen	44%	Gebrek aan duidelijke regels voor e-commerce buiten de landsgrenzen	29%

Eric gryson, CEO Ricoh Belgium/Luxembourg zegt: "Tot nu toe slagen ondernemers er niet in grip te krijgen op de enorme impact die de naderende digitale interne markt op hun bedrijf zal hebben. Zorgelijk is dat directeuren kennelijk geen druk voelen om hun organisaties voor te bereiden op een Europese economie die steeds meer digitaal aangestuurd zal worden."

Wellicht zijn bepaalde bedrijven minder enthousiast over de nieuwe regelgeving, omdat ze zich zorgen maken over de digitale capaciteiten van hun eigen land. Slechts 9% van de Europese ondernemers zegt dat hun eigen land 'erg sterk' is op het gebied van digitale technologie, vaardigheden en infrastructuur. Terwijl twee derde in Scandinavië van mening is dat ze op het digitale vlak een sterke positie innemen, is dit aandeel in Polen en Spanje slechts één vijfde en in Frankrijk en Italië maar 15%. Volgens de [Digital Economy and Society Index](#) van de Europese Commissie³ vormen van de 28 EU-lidstaten, Denemarken, Zweden, Finland en Nederland samen de top van digitaal sterke landen in Europa en de rest van de wereld, terwijl Polen, Italië en Spanje zich in de zwakste helft van Europa bevinden.

Gryson voegt hieraan toe: “Europese bedrijven die vooruitdenken, beginnen nu al met het stroomlijnen, digitaliseren en standaardiseren van hun processen en zullen daarmee een duidelijk concurrentievoordeel kunnen opbouwen. Als Europa met eigen bedrijven echt wil kunnen wedijveren met de digitale reuzen die traditioneel uit Amerika en in toenemende mate uit China komen, is dit een onontbeerlijk proces.”

Lees meer op www.ricoh.nl/thoughtleadership.

¹ <http://ec.europa.eu/priorities/digital-single-market/>

² http://europa.eu/rapid/press-release_IP-15-4919_en.htm

³ http://europa.eu/rapid/press-release_IP-15-4475_en.htm

| Over Ricoh |

Ricoh is een wereldwijd opererend technologiebedrijf, gespecialiseerd in breed inzetbare oplossingen voor kantooromgevingen, zoals documentmanagement systemen, production printing en IT-diensten. Het hoofdkantoor van de Ricoh Group is gevestigd in Tokio en is actief in meer dan 200 landen en regio's. In het financiële jaar dat afliep op 31 maart 2015 realiseerde de Ricoh Group wereldwijd een verkoopomzet van 2.231 miljard yen (ongeveer 18.5 miljard USD).

De omzet van het bedrijf is in hoofdzaak afkomstig van producten, oplossingen en diensten die de interactie tussen mensen en informatie verbeteren. Ricoh produceert verder ook bekroonde digitale camera's en gespecialiseerde industriële producten. Het staat bekend voor de kwaliteit van zijn technologie, het uitzonderlijke niveau van zijn klantenservice en zijn initiatieven voor duurzaam ondernemen.

Onder de vlag van de nieuwe baseline, *imagine. change.* helpt Ricoh bedrijven de manier waarop ze werken te veranderen en de collectieve verbeelding van de medewerkers te benutten.

Voor meer informatie, ga naar www.ricoh.be/pers

Voor meer informatie, contacteer:

Blue Chilli
Sophie Lambert
Tel.: +32 (0) 477 91 45 72
E-mail: sophie@bluechilli.be

Bezoek onze website: <http://www.ricoh.be>
Vind ons op Facebook: <https://www.facebook.com/RicohBelgium>
Volg ons op Twitter: www.twitter.com/RicohBelgium