

L'enjeu de l'e-commerce

Économie En province de Liège, environ 52 % de particuliers achètent en ligne.

Si le Belge, toujours plus pressé, achète de plus en plus en ligne (57 % des ménages selon l'enquête de l'Agence wallonne du Numérique), le nombre d'e-commerçants reste, lui, proportionnellement faible dans notre pays par rapport aux pays limitrophes. Un retard qui est encore plus marqué en Wallonie où seulement 15 % des entreprises vendent en ligne (commandes par e-mails compris), et encore moins disposent d'un e-shop. En province de Liège, environ 52 % de particuliers ont acheté en ligne au cours des douze derniers mois, majoritairement à l'étranger.

"On se rend compte qu'il y a encore un défi à relever en Wallonie pour percevoir l'enjeu du numérique auprès des PME qui ne perçoivent pas complètement les opportunités qui se présentent à elles grâce au numérique", souligne Damien Jacob, fondateur de Retis - cabinet liégeois de conseil en termes d'e-commerce - et chargé de cours en e-commerce à HEC-Liège. "Le numérique a notamment la capacité de faire venir des consommateurs dans un point de vente physique de proximité", précise celui qui estime que l'e-commerce doit être perçu comme une nouvelle phase d'évolution du commerce traditionnel, sans pour autant le substituer. Par ailleurs, ce dernier constate un taux d'abandon important de projets e-commerce. "Enormément de commerçants pensent que c'est une question de coût. Or, c'est plus une question stratégique", explique-il.

"C'est une erreur pour les commerces de se dire qu'ils vont ouvrir un site e-commerce sans avoir réfléchi au préalable à leur stratégie de vente", témoigne



Ce mardi, près de 350 commerçants et entrepreneurs se sont rendus au congrès-salon E-Forum de Liège.

pour sa part Marie-Alexandra Janssens, responsable de l'e-commerce des Chaussures Maniet.

La transition numérique

Cette concurrence numérique internationale plus accrue force donc les commerçants à modifier leur stratégie marketing en étant davantage présents sur le Web (réseaux sociaux, site Web, e-shop...) de façon à élargir leur visibilité et attirer l'attention du consommateur. Certains choisissent la formule 100 % numérique, d'autres préfèrent combiner le canal traditionnel avec le digital : boutique en ligne (achat ou réservation...) et physique.

"Nous ne sommes pas de ceux qui disent qu'il faut à tout prix vendre en ligne", insiste Damien Jacob. "Il n'y a pas non plus de solution toute faite pour les petits commerces en ville". Toutefois, "il existe des opportunités de s'informer et d'acquiescer des compétences, notamment de gestion des réseaux sociaux. Les commerces ont aussi besoin de comprendre les besoins de leur clientèle pour adapter leur plateforme à celle-ci en utilisant les mêmes canaux", développe-t-il.

"Nous ne sommes pas de ceux qui disent qu'il faut à tout prix vendre en ligne."

Damien Jacob
Fondateur de Retis.

Partant de l'ensemble de ces diagnostics constatés, le spécialiste a pris l'initiative d'organiser un congrès-salon "E-Forum" dédié à l'e-commerce et à la transformation numérique des en-

treprises en Belgique francophone, qui s'est tenu mardi à La Fabrik d'Herstal. Le choix de Liège s'est imposé car la province est "un des pôles les plus actifs en Wallonie avec le Brabant wallon". Cet E-Forum a rassemblé l'offre (des agences Web, des spécialistes de l'e-marketing...) et la demande (PME, PMI, commerçants), mais aussi des experts en la matière. L'objectif étant de permettre le partage d'informations, d'outils pour encourager les PME et commerçants à exploiter le numérique "ou à aller plus loin", à travers des exposants, conférences, tables rondes, etc. À l'avenir, Damien Jacob envisage également d'implanter un "ecom Lab" à Liège, à savoir une sorte d'incubateur e-commerce qui mêlerait experts, porteurs de projets, investisseurs, enseignants, ou encore des prestataires web.