

20% des PME font de l'e-commerce



Sud Presse *,
Ven. 15 avr. 2016, Page 48

Les PME et les très petites entreprises (TPE) du sud du pays sont conscientes des avantages de l'e-commerce, mais seules 19% y ont actuellement recours, ressort-il d'un sondage réalisé par CBC Banque et Ipsos.

Face à ce constat, et pour encourager son utilisation, la banque lance un appel à projets visant à offrir un site et un accompagnement à 10 entreprises, a-t-elle annoncé lors d'une conférence de presse mercredi.

Pour son premier «Observatoire des PME & TPE», CBC a sondé en mars dernier 300 entreprises wallonnes de 250 employés maximum.

Un enjeu majeur

Il ressort que, si le Belge achète de plus en plus sur Internet, à peine 19 % des entreprises sondées pratique déjà l'e-commerce et elles ne sont que 24% à l'avoir déjà envisagé. Or, « c'est un enjeu majeur », souligne Olivier Morel, directeur du marché Entreprises & professionnels de CBC Banque. De plus, une PME/TPE sur cinq est encore absente d'Internet, un chiffre « gigantesque et inquiétant ».

Le sondage révèle par contre un réel intérêt pour l'innovation, considérée comme levier de croissance.

Un frein logistique

Mais l'importance de la combinaison entre technologie, marketing et management : « est très difficile à capter par la petite PME en général. Il y a beaucoup d'entreprises de petite taille en Wallonie, souvent avec un dirigeant qui s'occupe de tout, et qui n'a donc pas le temps de développer de nouveaux projets » ajoute M. Morel. « Oser l'e-commerce, c'est aussi accepter de changer son mode de fonctionnement, revoir complètement son business model, mais aussi parfois son produit, ce qui peut constituer un frein », ajoute Damien Jacob, expert en e-commerce. Pour 30% des PME, le principal frein est d'ailleurs logistique, alors que « cela peut être facilement externalisé » et que des subsides existent, pointe Olivier Morel.

Synergie entre le physique et le numérique

Outre la vente en ligne, une présence active sur Internet et une synergie entre point de vente et site ("web-to-store") peut aussi être utile, selon Damien Jacob, car les consommateurs ont tendance à se renseigner en ligne sur un produit avant de l'acheter en magasin.

91 % par e-mail

L'enquête se penchait encore sur les moyens de commande utilisés par les PME qui vendent sur Internet. Il apparaît que la majorité (91%) reçoit ses commandes par e-mail et qu'elles sont très peu nombreuses à disposer d'une plate-forme de vente, alors que « baser son e-commerce sur l'email est dangereux et peu efficient », estime CBC Banque. La livraison a par ailleurs tendance à se faire en main propre et le virement reste le mode de paiement privilégié, ce qui « n'est pas très sécurisant quand on ne connaît pas la solvabilité du client ».

La Belgique en retard

De manière générale, la Belgique reste en retard sur ses voisins en termes de vente en ligne, poursuit Damien Jacob. À titre de comparaison, quelque 2.000 sites d'e-

commerce étaient recensés en Wallonie en 2014, contre 180.000 en France l'an dernier. « Il y a un réel déficit des acteurs qui se lancent », avec pour résultat que le citoyen se tourne davantage vers l'étranger. « Sur le plan de l'e-commerce, le Belge est donc massivement importateur », et privilégie les Pays-Bas, la France, le Royaume-Uni et l'Allemagne. « Les success stories existent en Wallonie, mais il n'y en a pas assez », commente l'expert.

10 PME pourront tester

Pour encourager l'utilisation de l'e-commerce et face à la frilosité des PME, CBC a lancé lundi son projet «CBC popup webshop», offrant à 10 PME, clientes ou non de la banque, l'occasion de tester durant six mois une plate-forme d'e-commerce personnalisée et un accompagnement par des experts, leur permettant de faire un choix en connaissance de cause. Un jury indépendant sélectionnera les PME qui bénéficieront de cette aide, sur base de critères tels que l'attractivité du produit et le potentiel de réussite.

Formation dans 5 villes

Une formation sera ensuite organisée dans cinq villes pour permettre aux futurs entrepreneurs en ligne de se lancer et d'entendre les témoignages des lauréats.

Un projet excitant

«C'est un projet très excitant. Nous allons essayer que les entreprises se posent la question de l'e-commerce, ou au moins de l'e-business » ' (devis en ligne, prise de rendez-vous, etc.), conclut Olivier Morel. En trois jours, la banque a déjà reçu 120 réponses.

Les potentialités de développement sont donc réelles puisque le consommateur semble s'orienter de plus en plus vers ce mode d'achat. Ce type d'initiative est donc susceptible d'encourager les entreprises wallonnes à sauter le pas. L'investissement humain, logistique, organisationnel et financier qu'il représente semble être le dernier frein pour les petites structures, tant les prévisions macroéconomiques semblent les inciter à se développer dans cette voie.

Un vecteur d'emploi

La mise en place d'un service de vente en ligne implique évidemment une chaîne logistique susceptible de créer de l'emploi local. Entrepreneurs et investisseurs, n'hésitez plus, et lancez-vous dans la grande aventure de l'e-commerce !

Les candidatures peuvent être envoyées jusqu'au 24 avril sur le site <https://www.cbcpopupwebshop.be/>

Y.D.

Y.D. ■