



UN SECTEUR EN CROISSANCE

LE NOMBRE D'E-COMMERÇANTS BELGES A DOUBLÉ EN QUATRE ANS

La Belgique compte près de 2.600 commerçants actifs principalement en ligne. La croissance est forte, mais le secteur reste fragile : chaque jour, on dénombre deux nouvelles sociétés pour une cessation d'activités.

Le commerce en ligne se développe en Belgique. D'après une nouvelle étude réalisée par la société de consultation Retis, le nombre d'e-commerçants belges a progressé de 15% en 2015 (derniers chiffres disponibles). Depuis 2008, le secteur a triplé de volume pour atteindre 2.588 entités déclarant une activité commerciale tournée principalement vers la vente en ligne. «Cela montre le dynamisme du secteur, en phase avec

la demande des consommateurs», souligne Damien Jacob, consultant en stratégie e-commerce chez Retis.

La plupart de ces commerçants sont des indépendants qui se lancent dans une nouvelle activité, souvent en solo. A peine 5% d'entre eux emploient plus de cinq personnes. «Ce sont des projets encore assez jeunes, qui ne sont finalement pas si éloignés que cela du commerce classique», pointe Damien Jacob. Le taux d'échec est relativement important: chaque jour, deux nouvelles entreprises se créent, mais une autre cesse ses activités. «Les projets pâtissent souvent d'une sous-capitalisation de départ, explique le consultant. Les entrepreneurs se basent sur le coût de développement de leur site internet, mais sous-estiment certaines dépenses, notamment au niveau du marketing, du juridique ou du service après-vente.»

Dans l'ombre d'Amazon

Les plateformes belges d'e-commerce ne sont pas près de concurrencer des géants comme Amazon ou Zalando. Mais elles ont les capacités de se faire une place à l'ombre de ces mastodontes. Pour autant qu'elles trouvent un positionnement différent. «Jouer sur les prix par rapport à ce type d'acteur est voué à l'échec, indique Damien Jacob. Il vaut mieux faire valoir d'autres atouts comme le service, le conseil ou des valeurs particulières comme les produits éco-responsables, par exemple.» C'est sur ce créneau que jouent des acteurs comme eFarmz.be ou Circle.be, des e-commerces de produits bio et locaux.

D'autres acteurs belges se positionnent sur des niches inexplorées par les géants du secteur, dans lesquelles ils peuvent caresser l'espoir de devenir des références internationales. Des sites comme Tasset.com (instruments de musique classique), Sellerie-online.be (équitation), Ya-too.com (produits dérivés de bandes dessinées) ou PadLStore.com (nautisme) poursuivent cette stratégie d'hyper-spécialisation et explorent les débouchés possibles à l'étranger.

© GILLES QUOISTIAUX

VOTRE SOCIÉTÉ EST-ELLE PRÊTE POUR L'E-COMMERCE ?

A l'heure du tout digital, beaucoup de patrons s'interrogent sur la nécessité de tenter l'aventure de la vente en ligne. Pour répondre à ces questionnements, la jeune entreprise wallonne Inoopa propose un outil d'analyse *online*. Sur la base d'une série d'informations publiques et de critères propres, un algorithme détermine si les entreprises doivent se lancer dans l'e-commerce, ou pas. Inoopa pro-

pose un score et un rapport de base à 100 euros. La jeune firme noue actuellement une série de partenariats avec des acteurs *B to B* qui proposent ses rapports à leurs clients (banques, etc) ou qui souhaitent qualifier des bases de données et identifier des prospects. Elle vient de nouer un partenariat avec Roularta (éditeur de *Trends-Tendances*, entre autres) via sa filiale Roularta Business

Information et le *Trends Top*. Ce spécialiste des infos financières des entreprises va, d'une part, enrichir les rapports d'Inoopa, et d'autre part, se servir des compétences d'Inoopa pour donner, dès juin 2017, à toutes les entreprises belges les données utiles pour se développer en e-business. Les deux acteurs collaboreront sur le modèle du partage de revenus. © C.C.