



ANALYSE

2016/12

L'E-commerce étend sa toile

L'e-commerce étend sa toile.

Lors de notre dernière étude touchant à l'avenir de la distribution alimentaire en Wallonieⁱ, nombreux ont été à évoquer internet comme une évolution intéressante de la façon de faire leurs courses. Selon les résultats de notre enquête, une personne sur vingt plaçait l'e-commerce en tête des modes de distribution du futur. Plus rapides, moins chères et plus accessibles, les courses sur le web associées à un service de livraison à domicile seraient, pour 4,9% des personnes interrogées, « la solution idéale de l'avenir. »ⁱⁱ

A contrario, d'autres sondés disaient avoir peur pour les petits commerces locaux et s'inquiétaient pour leur survie dans un futur trusté par les grandes enseignes et leur déclinaison sur la toile. Mais alors, l'e-commerce, est-il une solution d'avenir ou un danger pour les emplois locaux ? Est-il en train de transformer fondamentalement nos manières de consommer ? Ne renvoie-t-il pas à cette tendance à la déshumanisation de nos vies sociales si bien incarnée par les réseaux sociaux ? Jetons-nous dans la toile de ce mode de consommation sujet à tant de fantasmes.

L'e-commerce dans les grandes lignes

Il y a quelques mois, BeCommerceⁱⁱⁱ, l'association belge des entreprises actives dans la vente par internet, l'annonçait fièrement, le chiffre d'affaire pendant les fêtes de fin d'année 2015 a dépassé le milliard d'euros^{iv}, soit 14% des ventes en ligne annuelles.

Un milliard d'euros, quel symbole ! Quelle sensation d'ampleur, de gigantisme et de puissance économique incomparable. Avec cette annonce, le commerce en ligne paraît être en plein boom. Par ailleurs, en précisant que cela ne représente « que » 14% des ventes annuelles, BeCommerce montre que ce milliard symbolique n'est, en réalité, qu'une faible partie du phénomène.

Concrètement, le chiffre d'affaire total de l'e-commerce en Belgique en 2015 s'élevait à environ 7 milliards d'euros^v. En outre, cette même année, trois quart des internautes belges ont fait un achat sur internet et un tiers l'ont fait au moins une fois par mois. Ces chiffres sont d'ailleurs en évolution par rapport à 2011. Il y a quatre ans, seulement un Belge sur deux (58%) s'était essayé à l'e-commerce et seulement un sur six (17%) le pratiquait une fois par mois^{vi}.

Enfin, point d'orgue de cette communication destinée à démontrer le progrès de l'e-commerce en Belgique : 22% des « e-consommateurs » ont fait leur premier achat en ligne cette année 2015^{vii}. Mais que cachent ces chiffres ? S'agit-il réellement d'une preuve de succès ou d'une communication savamment orchestrée de manière à masquer une réalité mitigée ?

Même s'ils sont en progression, ces 7 milliards générés par les achats en ligne ne représentent qu'une portion très limitée du commerce de détail^{viii}.

Par ailleurs, selon les statistiques européennes, les Belges sont largement en retard par rapport à leurs voisins. Si, en 2015, 58% d'entre nous avaient procédé à ce type d'achat, c'est en deçà de la moyenne européenne qui se situe à 60% et bien en dessous des 82% affichés par la Grande-Bretagne, des 77% de l'Allemagne et des 69% de la France^{ix}. Pire, en Wallonie, seulement 9% des entreprises vendent leurs biens ou services par internet et seulement 3% disposent d'une e-boutique digne de ce nom^x

Remis en perspective, ces chiffres donnent donc une toute autre impression que le milliard d'euros annoncé fièrement par BeCommerce.

La Belgique et surtout la Wallonie sont en retard et l'e-commerce, même s'il progresse, ne semble pas susciter une adhésion massive tant du côté des consommateurs que des entreprises. Ce simple constat permet dès lors de tordre le cou à de nombreuses idées reçues et de répondre aux inquiétudes des consommateurs rencontrés lors de notre enquête sur la distribution.

Les petites boutiques en ligne de mire?

Le retard belge en matière de commerce en ligne permet d'éclairer d'une lumière critique les fausses croyances et présupposés touchant à la question de l'avenir de nos boutiques traditionnelles face à la croissance d'internet dans nos modes de consommation. « Internet va tuer nos petits commerces. » « Amazon a signé la mort des librairies traditionnelles. » Voilà quelques-unes des phrases que l'on entend régulièrement et qui méritent de faire l'objet d'une certaine remise en contexte critique.

Internet, par l'intermédiaire des géants du commerce mondialisé, serait en train de tuer les petites structures locales. Même les plus réputés, comme Virgin, auraient été poussés à la faillite par les magasins en ligne. Tandis que, de leur côté, certaines personnes interrogées lors de notre étude sur la distribution disaient craindre pour les épiceries locales qui ne pouvaient rivaliser avec les grandes enseignes de supermarchés qui se mettaient à l'e-commerce.

Que ces dernières se rassurent. Selon les chiffres, si l'importance globale du commerce électronique est relativement faible, il l'est encore plus en matière alimentaire^{xi}. En outre, les achats en ligne les plus couramment effectués en Belgique en 2015 étaient les vêtements (50%) et les réservations d'hôtels et de séjours (38%). L'alimentaire, lui, ne représentait qu'une part de 9%, ce qui le situe même en deçà des achats de produits pharmaceutiques (12%)^{xii}.

Par ailleurs, il est notable que toutes les enseignes de grande distribution ne se sont pas encore sérieusement mises au commerce en ligne. Si les leaders tels que Colruyt ou Delhaize cherchent visiblement à développer leur présence sur internet, les initiatives des autres groupes, elles, paraissent encore assez timides.

De même, il est remarquable qu'un géant tel qu'IKEA n'ait franchi le cap qu'en 2015 et que son premier web-shop belge n'ouvrira qu'en 2017^{xiii}. Cette timidité envers la vente en ligne des grands groupes semble dès lors montrer une chose, contrairement à ce que l'on peut entendre çà et là, le détricotage actuel du tissu des petites enseignes n'est pas directement imputable à l'éclosion de l'e-commerce, loin s'en faut.

En outre, les études démontrent que les pratiques des « e-consommateurs » ne conduisent pas au remplacement des enseignes en dur par leurs homologues virtuelles. Les habitudes en matière d'achat en ligne sont bien plus complexes que cette division manichéenne entre les « gentils » magasins ayant pignon sur rue et les « vilains » web-shops. En réalité, les pratiques sont en train de se diriger vers ce que les experts nomment le « web-to-store »^{xiv}.

En effet, à l'exception du tourisme et des réservations culturelles, les consommateurs disent avoir besoin de toucher, sentir voire ressentir le produit pour acheter^{xv}. Dans ce cadre, le site internet fait figure d'étape préparatoire à l'achat. Il sert à cibler son choix, comparer les prix et déterminer les lieux de vente proches de chez soi et c'est au magasin que la grande majorité des clients veulent encore concrétiser leurs achats^{xvi}.

Cette importance de l'achat physique et du magasin comme lieu de rencontre et d'expérience est d'ailleurs tellement ancrée dans les pratiques que les géants du commerce en ligne se sont mis à créer des lieux de vente en dur. C'est notamment le cas du leader mondial, Amazon, qui a ouvert sa première boutique à Seattle en 2015 de même que Google à Londres^{xvii}.

Dès lors, au vu des pratiques actuelles des consommateurs, il n'apparaît pas que poser les termes des enjeux de l'e-commerce comme une lutte entre les boutiques traditionnelles et les web-shops soit pertinent mais bien davantage d'internet comme un outil mis à disposition des clients.

L'avenir ne sera donc pas synonyme de disparition des magasins en dur mais d'une nécessaire complémentarité entre support physique et virtuel accessible partout et tout le temps. Une chose semble cependant évidente.

Demain, chaque magasin, petit comme grand, devra investir dans un site internet efficace et capable de guider les consommateurs dans leur choix.

L'e-commerce, en ligne droite vers l'exclusion?

Malgré sa faiblesse actuelle en Belgique, le commerce en ligne est en pleine croissance et s'imposera progressivement comme outil indispensable dans nos pratiques de consommation quotidienne. Prix moins élevés, accessibilité à toute heure, facilité de comparaison des produits, temporisation des achats et donc diminution des achats impulsifs, l'e-commerce représente un avantage indéniable pour les consommateurs de demain.

Cependant, si les points positifs du commerce en ligne semblent de plus en plus faire l'unanimité, le risque d'exclusion sociale qu'il engendre semble beaucoup moins attirer l'attention médiatique. Pourtant, le risque de voir une partie de la société tout simplement exclue des avancées qu'incarne l'e-commerce est bien réel.

En effet, faire des achats en ligne demande, dans de nombreux cas, la détention d'une carte de crédit afin de sécuriser au mieux la transaction. Or, nous avons pu le voir dans une analyse précédente^{xviii}, le passage par ce type de carte pose un réel danger de surendettement. La multiplication de ces cartes et la facilité de paiement qu'elles procurent poussent toujours plus de consommateurs vers les difficultés financières. En outre, la dématérialisation de l'argent que ces cartes induisent est renforcée par le caractère irréel de l'achat par les voies électroniques. De ce fait, cela augmente encore un peu plus le risque de déconnexion entre les consommateurs et la réalité des biens qu'ils acquièrent et accentue le risque de surendettement.

Par ailleurs, l'e-commerce incarne un risque d'exclusion bien plus élevé encore : la fracture numérique. En effet, si cela peut sembler évident, faire ses achats en ligne demande d'avoir accès à internet à haut débit. Toutefois, en Belgique, le taux de personnes n'ayant pas d'ordinateur et d'accès à internet est bien plus élevé que l'on ne le croit généralement. Cette fracture numérique touche, en effet, près d'un Belge sur cinq. Ainsi, 19% des citoyens ne disposent pas du matériel nécessaire aux achats sur internet.

En somme, si, en tant que mouvement d'éducation permanente, nous nous devons de rationaliser les présupposés incriminant trop facilement le commerce en ligne, nous tenons également à inscrire cette analyse dans une réflexion à l'accès à l'information comme service public. À ce titre, il est particulièrement préoccupant que les communes rurales aient à souffrir d'un manque cruel d'investissements informatiques^{xix} et sont, de ce fait, menacées par un risque aigu de fracture numérique touchant tant les citoyens que les entreprises.

Nous sommes, en effet, là, face à un cercle vicieux. Car au-delà du manque d'accès à internet pour le consommateur, nos responsables politiques et économiques doivent prendre conscience que ce sous-investissement pousse les commerces à ne pas investir dans un support en ligne. Or, au vu de l'évolution des pratiques de consommation, cette absence d'existence en ligne va irrémédiablement mener à la destruction de leur activité et nuira donc à l'activité économique de notre région toute entière.

La vente en ligne n'est pas qu'une affaire d'Amazon. Toutefois, pour l'instant, seuls 30% des produits achetés sur internet sont belges^{xx}, et ce, davantage à cause d'une insuffisance de l'offre que d'un manque de demande. À l'heure du tout au local, si l'on veut que nos boutiques régionales puissent prendre le train du commerce en ligne pour s'inscrire comme alternative crédible aux géants du business mondialisé, nous devons veiller à ce qu'elles disposent d'infrastructures valables et d'une clientèle ayant aisément accès à internet.

Corentin de Favereau
Chargé d'études et d'analyses ACRF-Femmes en milieu rural



Avec le soutien de



Cette analyse est disponible au format PDF sur notre site Internet www.acrf.be

L'ACRF-Femmes en milieu rural souhaite que les informations qu'elle publie soient diffusées et reproduites. Toutefois, n'oubliez pas, dans ce cas, de mentionner la source et de nous transmettre copie de la publication.

Merci !

ⁱ DE FAVEREAU, C., *Vous ne ferez plus vos courses comme avant*, Etudes ACRF 2015, ACRF, 2015.

ⁱⁱ DE FAVEREAU, C., *Vous ne ferez plus vos courses comme avant*, Etudes ACRF 2015, ACRF, 2015.

ⁱⁱⁱ <http://www.becommerce.be/fr/a-propos-de-becommerce/a-propos-de-becommerce> Site consulté le 24 mai 2016.

^{iv} <http://www.becommerce.be/fr/presse/communiquede-presse/d/detail/l-e-commerce-belge-atteint-1-milliard-pendant-les-fetes> Site consulté le 24 mai 2016.

^v <https://www.digimedia.be/News/fr/19111/l-e-commerce-belge-a-atteint-le-milliard-pendant-les-fetes.html> Site consulté le 26 mai 2016.

^{vi} <http://www.retis.be/introduction/statistiques-belgique> Site consulté le 25 mai 2016.

^{vii} <http://www.retis.be/introduction/statistiques-belgique> Site consulté le 25 mai 2016.

^{viii} En 2013, l'e-commerce ne représentait qu'à peine 5% du commerce de détail en général.

<http://www.comeos.be/menu.asp?id=7568&lng=fr> Site consulté le 27 mai 2016.

^{ix} <http://www.retis.be/introduction/statistiques-belgique> Site consulté le 25 mai 2016.

^x <http://www.retis.be/introduction/statistiques-belgique> Site consulté le 25 mai 2016.

^{xi} <http://www.retis.be/introduction/statistiques-belgique> Site consulté le 25 mai 2016.

^{xii} A ce propos, en tant que mouvement d'éducation permanente, il nous semble crucial de préciser qu'il est hautement déconseillé de se fournir en médicaments sans passer par son médecin ou à tout le moins, son pharmacien.

^{xiii} <http://www.gondola.be/fr/news/non-food/ikea-ouvre-son-webshop-belge-lan-prochain> Site consulté le 27 mai 2016.

^{xiv} « D'internet au magasin »

^{xv} <http://www.latribune.fr/opinions/tribunes/20130205trib000746766/le-e-commerce-un-vrai-faux-coupable.html> Site consulté le 26 mai 2016.

^{xvi} <http://www.latribune.fr/opinions/tribunes/20130205trib000746766/le-e-commerce-un-vrai-faux-coupable.html> Site consulté le 26 mai 2016.

^{xvii} <http://www.lefigaro.fr/societes/2015/03/16/20005-20150316ARTFIG00001-les-e-commerçants-ouvrent-des-boutiques-en-ville.php> Site consulté le 24 mai 2016

^{xviii} DE FAVEREAU, C., *Endettement : achetez votre misère à crédit*, ACRF-Femmes en milieu rural, Assesse, 2016

^{xix} <http://www.lesoir.be/1191894/article/economie/2016-04-25/reseau-fixe-carte-des-communes-connectees-au-haut-debit> Site consulté le 30 mai 2016.

^{xx} <http://www.retis.be/introduction/statistiques-belgique> Site consulté le 25 mai 2016.