



e-Commerce: un secteur en expansion kidnappé par les sites étrangers!

Patricia Ceysens devient présidente de la Fédération des commerçants en ligne BeCommerce. Elle succède ainsi à Geneviève Vitré-Cahon, Directrice-Générale de La Redoute Benelux. Avant d'accepter ce poste début juillet dernier, Patricia Ceysens a été ministre de l'Économie au sein du gouvernement Flamand. Cette personnalité politique, particulièrement en phase avec le monde de l'économie, nous livre ses ambitions qu'elle nourrit pour l'e-commerce en Belgique.

Votre profil politique est impressionnant! Mais permet-il de servir votre nouvelle mission à la tête de BeCommerce?

Ma carrière politique m'a permis d'établir de nombreux contacts avec les acteurs économiques, y compris à l'extérieur du pays et au niveau des plus hautes instances européennes. C'est d'ailleurs en qualité de ministre de l'Économie que j'ai assistée, en janvier 2008, à la constitution de l'ASBL. Aujourd'hui encore, j'occupe le poste de Présidente de la Commission Économie, Innovation, Science, Travail et Économie Sociale du Parlement flamand.

Votre livre "e-mama" en dit long sur votre vision de l'Internet ...

J'ai écrit ce livre lorsque j'occupais le portefeuille de ministre chargée de l'e-Government. Il s'agit d'un plaidoyer pour l'e-travail, où j'y développe mon expérience de l'implémentation des nouvelles technologies dans le travail et au niveau de l'économie. À vrai dire, je suis une 'early adopter' en matière d'innovations technologiques ...

Quelles sont vos ambitions pour l'e-commerce belge?

Il y a plusieurs challenges à relever dans ce secteur particulier. Le premier consiste à mieux faire connaître les atouts du commerce en ligne auprès des consommateurs! Selon les derniers chiffres dont je dispose (rapport publié en avril 2011), l'économie Internet valait 8,6 milliards d'euros en 2009, soit 2,5 % du PNB.

Le second objectif consiste à poursuivre la croissance de l'e-commerce, tant du côté de l'offre que de la demande. Pour cela, il faut poursuivre notre travail destiné à rassurer les consommateurs en matière d'achats en ligne.

Le label Thuiswinkel bénéficie d'une notoriété plus importante parmi les in-



Patricia Ceysens

ternateurs hollandais par rapport à BeCommerce en Belgique ... Pourquoi cette différence d'impact entre les deux labels?

Thuiswinkel a davantage de membres que BeCommerce, car les Pays-Bas peuvent compter sur un nombre nettement plus élevé d'e-commerce. La Belgique, en revanche, connaît un gros problème lié à l'entrepreneuriat, qu'il s'agisse de commerce classique ou d'e-commerce. Il y a donc beaucoup de travail à fournir pour élever notre niveau d'entrepreneuriat; à commencer par le soutien à la création de nouvelles boutiques en ligne pour répondre à la demande croissante des consommateurs ...

Parviendrez-vous à faire de BeCommerce un label aussi fort que Thuiswinkel aux Pays-Bas?

BeCommerce souhaite, grâce à ma nomination, s'inscrire dans la tradition de l'organisation Thuiswinkel.org qui a réalisé un grand pas en avant depuis la Présidence de l'ancien Ministre Ed Nijpels; un homme politique qui ne venait pourtant pas du secteur du commerce. Je pense que la présence de personnalités politiques proches du milieu économique représente un atout pour gérer au mieux les intérêts des commerçants actifs sur Internet.

Quels sont les principaux freins à l'entrepreneuriat dans notre pays?

C'est connu, les Belges préfèrent la

sécurité. On constate dans notre pays une certaine résistance à la prise de risques, alors que les Hollandais sont plus audacieux et se lancent plus volontiers dans de nouveaux projets commerciaux.

Certains évoquent également des freins liés à des facteurs administratifs, financiers, ou encore aux coûts élevés des communications Internet (fixes et mobiles) ...

Les autorités politiques et économiques ont déjà beaucoup travaillé sur les aspects administratifs. Il est dorénavant possible de créer sa start-up online assez facilement. Je l'ai constaté par moi-même en créant mon propre e-Shop pendant les vacances ... Après, c'est une question de motivation et d'habitude. Il n'en reste pas moins que les frais d'abonnement Internet sont toujours plus élevés chez nous par rapport aux pays voisins. Un aspect qui reste donc à améliorer. Nous y travaillons ...

Votre constat de l'e-commerce en Belgique? Diverses études montrent qu'environ 50% des achats effectués par les consommateurs belges sont réalisés sur des sites étrangers ...

Nous sommes confrontés à un double phénomène qui débouche sur une impression dominante: notre e-commerce est fortement tourné vers l'extérieur! D'une part, le secteur fait la part belle aux sites étrangers, et d'autre part, les consommateurs belges achètent énormément à l'extérieur.

Je constate également, à l'instar de beaucoup de citoyens, que les prix proposés sur les sites étrangers sont souvent plus attractifs que sur les sites belges. Nous sommes confrontés à des problèmes de compétitivité liés aux coûts plus élevés du travail. Mais ce phénomène touche sans doute moins l'e-commerce que d'autres secteurs/canaux de l'économie. ●

