



# RAPPORT

CCE 2022-0400

**Rapport intermédiaire au Premier ministre  
concernant le Rapport « Facts & Figures »  
sur l'e-commerce**

CCE  
Conseil Central de l'Economie  
Centrale Raad voor het Bedrijfsleven  
CRB



## **Rapport intermédiaire au Premier ministre concernant le Rapport « Facts & Figures » sur l'e-commerce**

**Bruxelles  
11.02.2022**

## Table des matières

<b>Introduction .....</b>	<b>3</b>
<b>1. Description du domaine d'étude .....</b>	<b>3</b>
<b>2. Approche du Rapport « Facts &amp; Figures » sur l'e-commerce .....</b>	<b>4</b>
2.1 Qu'entend-on par « e-commerce » ? .....	5
2.2 Interaction entre les fournisseurs de commerce électronique et d'autres secteurs ?.....	5
2.3 Comment la Belgique se compare-t-elle aux autres pays en matière d'e-commerce ?....	6
2.4 Comment les entreprises belges traitent-elles l'e-commerce ? .....	6
2.5 Quelles sont les possibilités offertes par l'e-commerce ?.....	7

## Introduction

Lors du dernier conclave budgétaire, le gouvernement a décidé que le Premier ministre lancera une « E-commerce Strategy 4 Belgium », rassemblant les acteurs du domaine de l'e-commerce, avec la collaboration du ministre de l'Économie et du Travail, du ministre des Finances, du ministre de la Mobilité, de la ministre des Entreprises publiques et de la Poste, du secrétaire d'État à la Digitalisation et du secrétaire d'État à la Relance et aux Investissements stratégiques.

Pour développer cette stratégie, le gouvernement souhaite faire appel au Conseil central de l'économie.

Entre-temps, le 9 décembre 2021, le CCE a également reçu une demande d'avis complémentaire de la vice-première ministre De Sutter concernant le verdissement de l'e-commerce. La notion de verdissement renvoie ici principalement au fait de rendre les livraisons e-commerce plus durables, une thématique sur laquelle le CCE a déjà émis deux avis.

Compte tenu de l'ampleur du débat lancé par le Premier ministre et de la demande complémentaire de la vice-première ministre De Sutter, les partenaires sociaux réunis au CCE ont mis en place une trajectoire flexible. Cette trajectoire doit permettre aux partenaires sociaux de s'informer de façon approfondie, à travers plusieurs rapports partiels, sur toutes les facettes de l'e-commerce en Belgique.

L'ensemble de ces rapports partiels seront examinés en détail par la sous-commission « E-commerce Strategy 4 Belgium » en collaboration avec les commissions consultatives spéciales « Distribution » et « Consommation ». Ils seront ensuite soumis à l'approbation du Bureau du CCE.

Ces rapports partiels approuvés pourront ensuite être utilisés par les membres des commissions, au même titre que les avis et rapports que le CCE a déjà produits, pour les aider à formuler des recommandations. Là encore, les membres prévoient la possibilité de scinder ces recommandations en avis partiels.

## 1. Description du domaine d'étude

Les membres examineront au sein du CCE les aspects économiques de l'e-commerce, laissant aux autres institutions le soin de se prononcer, le cas échéant, sur d'autres aspects. Ainsi, le CNT pourrait par exemple se pencher sur tout ce qui concerne le droit du travail.

Le rôle croissant de l'e-commerce a entraîné des changements structurels importants dans toutes les industries. D'abord à travers le développement de l'e-commerce B2B, débuté il y a une trentaine d'années et comprenant les plateformes de commerce électronique entre entreprises ; et plus récemment, l'e-commerce B2C et C2C, qui via son accès direct au consommateur, amplifie les possibilités de vente à distance et modifie le secteur de la distribution. Ces transformations ont généré une réorganisation dans la façon dont certains produits sont fabriqués, commercialisés et achetés, comme en témoignent les industries du voyage et du tourisme ou des médias.

On parle d'e-commerce Business to Consumer (B2C) lorsque les entreprises vendent électroniquement aux consommateurs finaux alors que les solutions de commerce électronique se limitaient aux communications entre les grandes entreprises dans des secteurs spécifiques qui avaient ouvert des canaux de communication dédiés. Ces transactions entre entreprises sont aussi connues sous le nom de B2B par Electronic Data Interchange (EDI). Depuis la fin des années 90, de nombreuses entreprises ont perçu les avantages de la vente directe aux consommateurs et aux entreprises via le web. La croissance du commerce via le web B2B, B2C et C2C, propulsée par

l'avènement du World Wide Web, s'est progressivement renforcée avec l'amélioration des navigateurs web, les progrès de connectivité, l'utilisation accrue d'internet et une meilleure éducation à son utilisation.

La partie de l'e-commerce la plus visible pour le grand public est le B2C, qui concerne l'achat et la vente en ligne. Les vendeurs mettent des produits à la vente à travers des plateformes en ligne qui les rendent visibles, remplaçant alors les vitrines des magasins traditionnels. Les acheteurs parcourent et achètent des produits sur leur ordinateur, tablette, smartphone et plus récemment sur leur téléviseur.

Pour répondre à toutes les questions du Premier ministre, l'analyse comportera à la fois des chiffres économiques, sociaux et environnementaux. Dans la première phase, l'analyse se limitera aux « facts & figures » demandés par le Premier ministre. Dans la deuxième phase, il sera procédé à une interprétation commune des statistiques. Enfin, des recommandations seront élaborées sur cette base.

Les recommandations relatives aux aspects économiques et environnementaux seront traitées par le CCE. Le cas échéant, d'autres aspects pourront être traités par un autre Conseil compétent, par exemple le CNT.

Dans ce contexte, comme l'a demandé le Premier ministre, nous ferons une analyse de l'e-commerce dans son ensemble. Nous voulons ainsi identifier les segments belges (B2B, B2G, B2C, C2C) de l'e-commerce qui sont à la traîne. Nous nous focaliserons ensuite sur ces segments à la traîne au moyen d'une analyse statistique approfondie. Cette analyse pourra s'appuyer, entre autres, sur la comparaison entre les segments et les éléments qui expliquent pourquoi certains segments de l'e-commerce sont plus performants que d'autres.

## **2. Approche du Rapport « Facts & Figures » sur l'e-commerce**

Dans le cadre du Rapport « Facts & Figures » sur l'e-commerce, la demande du Premier ministre s'articule autour de cinq questions. Nous mentionnons ci-après les travaux qui ont déjà été effectués en la matière et expliquons comment les membres du CCE entendent répondre à ces questions.

Les membres souhaitent avant tout documenter (objectiver) ces cinq questions autant que possible au moyen de (cinq ou plus) Rapports « Facts & Figures », qui seront élaborés par le secrétariat du CCE. Ces rapports partiels font partie d'une série de rapports qui, ensemble, constitueront le Rapport « Facts & Figures » sur l'e-commerce demandé au CCE par le Premier ministre.

L'élaboration de plusieurs rapports partiels permet aux membres de travailler de manière flexible et d'informer le gouvernement à intervalles réguliers sur l'état d'avancement de leurs travaux, notamment par le biais de ces rapports partiels.

Cela permettra également aux membres de publier progressivement des informations sur les Facts & Figures de l'e-commerce.

Deux rapports partiels ont déjà été rédigés par le secrétariat dans le cadre de cette demande d'avis ; ils s'intitulent « Enjeux du commerce électronique pour le secteur de la distribution en Belgique » et « E-commerce : Emploi Facts & Figures ». Ces notes feront l'objet de discussions au sein de la sous-commission « E-commerce strategy 4 Belgium » dans le courant du mois de janvier. Elles seront ensuite soumises à l'approbation du Bureau du CCE.

Dans les chapitres suivants, nous décrivons la méthode de travail qui sera utilisée par le secrétariat, à la demande des membres du CCE, pour documenter au mieux chacune des cinq questions du Premier ministre.

Dans son travail d'étude, le secrétariat du CCE fera appel autant que possible à d'autres institutions telles que le SPF Économie, la BNB, le BFP ou l'IBPT afin de garantir un maximum d'efficacité. Il s'appuiera aussi sur l'expertise des différents conseils régionaux (SERV, CESRW, CESRBC et WSR). L'objectif est également de constituer progressivement un réseau de connaissances qui pourra aider les partenaires sociaux et le gouvernement dans l'élaboration des politiques.

## **2.1 Qu'entend-on par « e-commerce » ?**

Question : Qu'entend-on par « e-commerce » ? En d'autres termes, quelle définition est utilisée ? Il existe une définition dans la loi du 5 mars 2017. Est-il souhaitable d'utiliser cette définition ? Pourquoi ou pourquoi pas ?

À la demande du CCE, le SPF Économie a produit sur cette question un premier projet de rapport intitulé : « La définition de l'e-commerce ne doit pas être réductrice ». Ce rapport sera discuté par les membres de la sous-commission « E-commerce strategy 4 Belgium ». Ce qui est certain, c'est que l'analyse du CCE concernant la problématique des aspects économiques de l'e-commerce s'étendra au-delà des secteurs définis dans la loi du 5 mars 2017.

## **2.2 Interaction entre les fournisseurs de commerce électronique et d'autres secteurs ?**

Question : Comment fonctionne l'interaction entre les fournisseurs de commerce électronique et les autres secteurs concernés tels que, par exemple, le commerce de détail (services physiques) ? Quelles impulsions positives et négatives l'e-commerce donne-t-il à ces autres secteurs ?

Il s'agit d'une question sur la chaîne de valeur de l'e-commerce.

Les deux rapports partiels déjà réalisés, à savoir « Enjeux du commerce électronique pour le secteur de la distribution en Belgique » et « E-commerce : Emploi Facts & Figures », donnent déjà un bon aperçu des forces et faiblesses de la chaîne de valeur en termes d'activités et de nouvelles évolutions, ainsi que de l'impact sur l'emploi et l'implantation d'entreprises.

Outre l'activité économique et l'emploi dans le secteur du commerce électronique de détail, les rapports examineront les évolutions de l'emploi et les formes d'emploi et d'activités dans les secteurs qui fournissent des services au commerce électronique de détail, à savoir le secteur de la logistique et les secteurs des services de TIC. Il sera également important de voir dans quelle mesure la présence du commerce électronique de détail stimule l'activité économique, l'emploi et la vente de produits et services belges. Nous essaierons également de faire des comparaisons avec les pays voisins et les autres pays européens.

Au moyen d'un diamant d'analyse de Porter, nous voulons compiler les conclusions de plusieurs rapports dans une seule analyse. Notre intention est d'examiner quels sont les facteurs qui déterminent l'état de forme de l'e-commerce en Belgique. S'agit-il de facteurs de demande liés aux consommateurs, de facteurs d'offre, de la solidité des entreprises d'approvisionnement et de services, de concurrence et d'interaction dans le secteur ?

Une meilleure compréhension de l'interaction entre les entreprises actives dans la chaîne de valeur devrait aider les membres à formuler des recommandations concrètes pour la deuxième contribution.

### **2.3 Comment la Belgique se compare-t-elle aux autres pays en matière d'e-commerce ?**

Question : Comment la Belgique se compare-t-elle à nos pays voisins pour attirer des activités et des investissements de commerce électronique ? Quelles sont les explications possibles d'une possible sur- ou sous-performance de notre pays ?

Sur base de l'analyse de l'emploi, on peut obtenir une esquisse très grossière de l'implantation d'activités d'emploi dans les entrepôts du secteur de la logistique ainsi que chez les « pure players » en Belgique et dans les pays voisins.

Pour avoir une image vraiment précise de la capacité à attirer des activités e-commerce, il faudrait procéder à une analyse plus détaillée (ce qui prend du temps) pour établir un lien spécifique entre les investissements et l'activité e-commerce en Belgique et dans les pays voisins. Par exemple, il est très difficile de distinguer les investissements dans le commerce électronique des investissements dans le commerce de détail ordinaire chez les « acteurs mixtes » qui investissent dans les deux. En outre, nous souhaitons également examiner les performances de la Belgique par rapport aux pays voisins en matière d'emploi dans l'e-commerce.

La forme que prend l'e-commerce en Belgique dépend également dans une large mesure des consommateurs belges et de leurs préférences, de la fréquence des achats en ligne et du volume de leurs achats. Une comparaison entre le comportement d'achat des consommateurs belges et celui des consommateurs des pays voisins ne peut être omise dans cette analyse.

Pour en savoir plus sur les investissements dans l'e-commerce, nous contacterons notamment la BNB afin de lui demander si elle peut contribuer aux travaux en la matière.

Il n'est pas certain qu'il existe des statistiques suffisamment détaillées (chez Eurostat, la BNB, AD Statistics Belgium et l'Observatoire des PME du SPF Économie) pour distinguer les activités d'e-commerce des autres activités de commerce de détail, de logistique, de services TIC, etc.

### **2.4 Comment les entreprises belges traitent-elles l'e-commerce ?**

Question : Comment les entreprises belges traitent-elles l'e-commerce ? En moyenne, ont-elles réagi rapidement et de manière appropriée ou, au contraire, ont-elles réagi relativement tard par rapport aux concurrents à l'étranger ? Quelles sont les explications à cela ?

L'étude approfondie de cette question est une tâche importante pour le secrétariat, car les réponses permettront de mieux comprendre comment la concurrence et l'interaction se déroulent entre les entreprises opérant dans le secteur. Il s'agit d'un élément requis dans le cadre de l'analyse de Porter demandée.

Comment les entreprises belges se situent-elles par rapport aux stratégies omnicanales ? Les compétences numériques sont-elles suffisamment développées en Belgique et existe-t-il des formations en la matière dans notre système d'enseignement ? Quel est l'état général de l'entrepreneuriat en Belgique et de l'entrepreneuriat numérique en particulier ? Comment l'enseignement et la société appréhendent-elles l'entrepreneuriat ? Quelles sont les stratégies d'innovation dans le secteur de la distribution et les secteurs connexes ? Les forces du marché dans le secteur concerné sont-elles suffisamment stimulantes pour innover ? Y a-t-il eu et y a-t-il encore suffisamment de capital-risque disponible pour l'entrepreneuriat e-commerce en Belgique ?

## 2.5 Quelles sont les possibilités offertes par l'e-commerce ?

Question : Dans quelle mesure le commerce électronique subit-il actuellement des changements majeurs (par exemple en raison de la crise corona, de l'importance croissante de la durabilité et du problème du dernier kilomètre, de la 5G, de l'impact sur la demande de transport et la congestion ...) ? Quelles opportunités cela pourrait-il créer pour la Belgique ?

La pandémie de COVID-19 a considérablement accéléré le développement de l'e-commerce en Belgique et dans le monde. En raison des mesures de confinement et de restriction, une grande partie de la société s'est retrouvée cloîtrée chez elle. Les consommateurs belges ont été « contraints » de faire appel au commerce en ligne. La technologie numérique et le commerce en ligne ont permis à la population de ne pas être complètement coupée de la vie sociale. Avec l'aide de l'e-commerce, la population a continué à avoir accès à des biens et services essentiels et moins essentiels. Le secteur de la distribution s'est tourné vers le canal de vente en ligne, ce qui lui a permis de mieux survivre pendant cette crise sanitaire.

L'e-commerce est l'une des composantes de la révolution numérique qui, à son tour, est un moteur essentiel d'une société en mutation rapide. D'une part, cette révolution numérique offre de nombreuses possibilités de réagir de manière flexible et rapide aux crises et aux incertitudes, mais d'autre part, elle comporte également des risques importants en termes de cohésion sociale et de fracture numérique, entre autres.

L'e-commerce est une source d'opportunités mais aussi de menaces. Les partenaires sociaux ont identifié les principaux domaines dans lesquels ils souhaitent travailler :

- le changement climatique : notamment la durabilité des transports, la logistique de l'e-commerce et le dernier kilomètre ;
- relier le développement technologique aux applications numériques : 5G, électrification des véhicules de livraison, emballages communicants intelligents, possibilités du big data et des algorithmes... ;
- les possibilités numériques pour gérer ou atténuer les crises et les pandémies ;
- l'emploi (par exemple, la qualité de l'emploi, la création d'emplois, les opportunités d'emploi pour les personnes peu ou hautement qualifiées, etc.) ;
- les difficultés et opportunités pour les indépendants et les PME dans le domaine de l'e-commerce ;
- l'analyse des différences entre les entreprises nationales et étrangères en termes de fiscalité, de TVA, de législation sur la consommation, de contrôles (non seulement sur la législation relative à la protection des consommateurs, mais aussi, par exemple, sur les soldes et les ventes à perte), d'application des obligations environnementales (par exemple, paiement de cotisations environnementales par les boutiques en ligne étrangères), de retours gratuits ..... Il convient également d'examiner comment et où naissent les positions dominantes de plateformes électroniques et leur impact, notamment, sur la concurrence. Cette problématique figure notamment dans l'accord de gouvernement.

Les plans politiques (par exemple, le Plan national Énergie-Climat, le Green Deal européen...) tentent d'apporter une réponse forte aux défis et risques sociétaux (par exemple, le réchauffement climatique, les pandémies). Dans le prolongement de ces plans, nous devons réfléchir en tant que société à des modes d'organisation plus durables, en tenant davantage compte des coûts et bénéfices sociétaux des choix que nous faisons. La révolution numérique et l'e-commerce offrent des opportunités en la matière.



Le secrétariat du CCE a été chargé par ses membres de documenter davantage les opportunités et les menaces dans ces domaines.

Dans ce cadre, le CCE a déjà produit quelques notes et avis.

Deux notes traitent de l'interaction entre la pandémie de COVID-19 et les plateformes numériques et de l'impact significatif sur l'e-commerce :

- [Distribution :Le renforcement des géants du numérique en période de confinement \(fgov.be\)](#)
- [Distribution :Un marché durable pour la livraison de colis \(fgov.be\)](#)

Deux avis et deux notes se penchent sur la manière de rendre la logistique de l'e-commerce plus durable et sur les possibilités d'étendre ces pratiques à d'autres secteurs.

- [Pratiques du commerce :Nécessité d'une politique coordonnée pour une logistique de l'e-commerce et un last mile durables \(fgov.be\)](#)
- [Distribution :Une logistique de l'e-commerce et un last mile durables \(fgov.be\)](#)
- [Distribution :Vision d'experts sur une logistique durable de l'e-commerce \(fgov.be\)](#)
- [Distribution :Vision d'experts d'entreprises sur le futur des livraisons e-commerce \(fgov.be\)](#)

## Approche de l'avis sur l'e-commerce

Le Premier ministre a également demandé qu'une deuxième contribution soit préparée sur la base du Rapport « Facts & Figures » sur l'e-commerce, laquelle se concentrera sur la formulation de propositions concrètes. Idéalement, le gouvernement souhaiterait recevoir cette deuxième contribution en mars/avril 2022.

Les propositions peuvent porter, entre autres, sur la mobilité, l'aménagement du territoire, la fiscalité, l'organisation du travail, la concurrence, notamment entre les plateformes/entreprises belges et étrangères, le prix des livraisons, les pratiques commerciales illégales de certains acteurs étrangers, le transfert modal et le caractère plus durable du dernier kilomètre, etc.

Dans ce contexte, les membres s'engagent à apporter une contribution constructive à la concertation sur le développement d'un modèle commercial d'e-commerce durable, social et écologique pour la Belgique. Ambition et réalisme doivent aller de pair à cet égard. Bien que des actions politiques doivent être prises au niveau européen dans le cadre de cette problématique, cela ne devrait pas empêcher le gouvernement belge de prendre lui-même des initiatives politiques.

Les membres du CCE ont décidé de travailler à l'élaboration de deux avis complémentaires.

Le premier avis formulera des recommandations relatives aux quatre premières questions du Premier ministre. Cet avis se focalisera sur la chaîne de valeur de l'e-commerce en Belgique. L'accent sera mis sur les recommandations pour le développement d'un modèle commercial d'e-commerce durable, social et écologique pour la Belgique. Cet avis devrait s'appuyer largement sur le diamant de l'analyse de Porter, qui doit servir de pierre angulaire aux rapports produits.

Le deuxième avis devra se concentrer sur les opportunités et les menaces de l'e-commerce et des développements numériques (question 5 du Premier ministre). Les partenaires sociaux ont identifié à cet égard plusieurs domaines qu'ils souhaitent aborder, à savoir le changement climatique, dont les problématiques du transport et de la congestion, les nouveaux développements technologiques, la réponse aux crises telles que les pandémies, les défis dans le domaine de l'emploi, et notamment la

qualité de l'emploi, la recherche de conditions de concurrence équitables pour les entreprises nationales et étrangères en termes de fiscalité, de TVA, de protection des consommateurs, etc. Dans le cadre de cet avis, le CCE a également reçu une question complémentaire de la vice-ministre De Sutter, portant sur le verdissement de l'e-commerce. La notion de verdissement renvoie ici principalement au fait de rendre les livraisons e-commerce plus durables, une thématique sur laquelle le CCE a déjà émis deux avis.

Les membres ont donc décidé de traiter cet avis en même temps que la cinquième question du Premier ministre dans le cadre de l'avis sur les opportunités et les menaces de l'e-commerce et des développements numériques.

Les membres du CCE n'excluent pas la possibilité de compléter les deux avis principaux par des avis partiels.