

# Le développement du e-commerce et ses impacts sur l'emploi

Gérard Valenduc  
Fondation Travail-Université asbl ([www.ftu-namur.org](http://www.ftu-namur.org))  
Prof. UCL et UNamur





# Plan de la présentation

- Qu'est-ce que l'e-commerce ?
  - Les différentes formes de commerce électronique
  - Les nouveautés à attendre dans les années à venir
- Où en est l'e-commerce chez nous ?
  - Les usages de l'e-commerce par les Wallons (enquêtes AWT)
  - Les freins et les incitants au commerce en ligne
  - Les acteurs économiques
- Comment estimer les effets sur l'emploi ?
  - L'emploi dans les activités de commerce électronique
  - Les retombées sur l'emploi dans le commerce "classique"



# Qu'est-ce que l'e-commerce ?

- Les différentes formes de commerce électronique
  - B2C (business-to-consumer): la partie émergée de l'iceberg
  - B2B (business-to-business): une longue histoire
    - Réseaux télématiques interentreprises (années '80), échange électronique de données (EDI, années '90), intranet dans les groupes transnationaux (années '90), développement des plateformes de commerce électronique entre entreprises
    - Rôle croissant des intermédiaires (notamment la logistique), reconversion des grossistes
  - C2C (consumer-to-consumer): une innovation poussée par les utilisateurs?
    - L'échange ou le troc: le cas de la musique, le troc de services
    - La brocante et les enchères en ligne (eBay)



# Qu'est-ce que l'e-commerce ?

- Les différentes formes de commerce électronique
  - L'évolution récente: de l'information à la transaction
    - "Dématérialisation" de certains produits
      - Musique, lecture, tickets, jeux, factures, etc.
    - Du catalogue en ligne à la vente en ligne
      - Une étape intermédiaire: la vérification de la disponibilité, la commande en ligne sans paiement anticipé
      - Un nouveau rôle pour les intermédiaires: le cas des agences de voyage
    - Une extension vers la communication multimédia
      - De la combinaison texte / image / son à la "visite virtuelle"...
      - ... et à la simulation
    - La barrière du paiement: une question de confiance >> sécurité
      - Construction et érosion d'un capital de confiance: le cas de la banque électronique



# Qu'est-ce que l'e-commerce ?

- Les différentes formes de commerce électronique
  - Une chaîne de comportements
    - S'informer en ligne
      - Faire du lèche-vitrine sur internet, feuilleter les catalogues
      - Utiliser des comparateurs de prix
    - Commander en ligne
      - Choisir un produit, envoyer une commande
      - Faire une réservation
    - Payer en ligne
      - Divers moyens de paiement électronique
    - Suivre ses achats jusque la livraison (en cas de livraison)
    - (Devoir) recourir à un service après-vente en ligne
      - Réclamations, recours, pannes, échanges, etc.



# Qu'est-ce que l'e-commerce ?

## ● Les nouveautés à attendre

- L'e-commerce mobile
  - Développement vers les smartphones et les tablettes, avec inclusion de fonctions de paiement en ligne, de fonctions de géolocalisation et utilisation des codes QR
  - Développement des environnements virtuels (simulation)
- L'e-commerce "personnalisé" (=ciblé)
  - Développement des technologies et des logiciels de ciblage: traçage des consommateurs, profilage, marketing électronique direct (via e-mail, bluetooth, etc.)
  - Développement du "social commerce": utilisation de Facebook ou autres réseaux sociaux pour des animations commerciales, la réputation des marques (bouton "like"), les ventes flash, le buzz (rumeur électronique), etc.



Je l'ai rencontré  
sur Fesse-Bouc

Et moi sur  
Hïï-Bêêêêê





# Où en est l'e-commerce ?

## ● Préalable: où en est la fracture numérique ?

- La situation en Belgique (2011)
  - Diffusion d'internet: +41% sur la période 2005-2011, soit +5% par an en moyenne
  - Connexion internet à domicile: 77% des ménages (50% en 2005)
  - Proportion d'utilisateurs d'internet: 82% des personnes de 16 à 74 ans (58% en 2005)
    - Mais 96% dans la tranche d'âge 16-24 et 90% dans la tranche d'âge 25-54
  - Utilisation régulière d'internet au travail: 50% de la population active occupée (salariés et indépendants)
- Quelques inégalités persistantes
  - En fonction du revenu
  - En fonction du niveau d'instruction





# Où en est l'e-commerce ?

## ● Les usages de l'e-commerce par les Wallons (2011)

### ● S'informer

- 56% des utilisateurs d'internet s'informent sur internet avant d'acheter, 33% utilisent des comparateurs de prix

### ● Commander

- 50% des utilisateurs d'internet ont fait des achats en ligne en 2011
  - 27% sur des sites commerciaux uniquement
  - 5% sur des sites d'enchère uniquement
  - 16% à la fois sur des sites commerciaux et d'enchère
  - 13% ont vendu sur des sites d'enchère

### ● Payer

- 45% par carte de crédit
- 23% bancontact, 17% paypal
- 16% paiement à la livraison

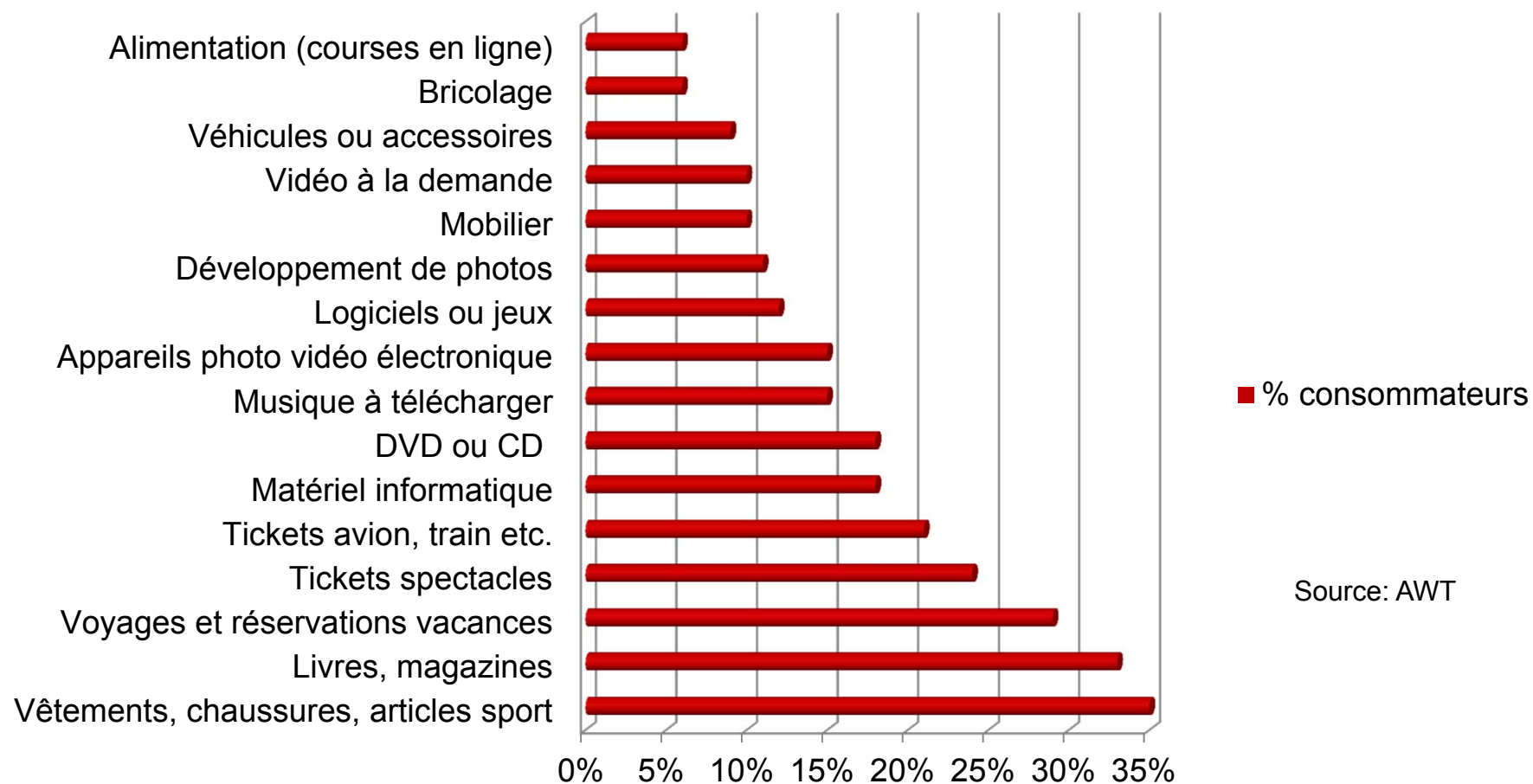


# Où en est l'e-commerce ?

- Les usages de l'e-commerce par les Wallons (2011)
  - Suivi et livraison
    - 59% des acheteurs ont effectué un suivi en ligne (tracking)
    - Colis livré à domicile 69%, point relais 41%, au boulot 6%
  - Service après-vente
    - 70% de consommateurs très satisfaits, 27% assez satisfaits, 3% insatisfaits de leur achat (produit non conforme, produit jamais livré, produit de qualité médiocre).
    - En cas de problème: d'abord le téléphone (61%), puis le mail (51%)

# Où en est l'e-commerce ?

## Les usages de l'e-commerce par les Wallons (2011)





# Où en est l'e-commerce ?

## ● Les freins et les incitants à l'e-commerce

### ● Les avantages perçus

- Gains de temps (65%), prix plus avantageux (52%), livraison facile (37%), possibilité d'acheter 24h/24 (32%), pas de déplacement (26%), catalogue en ligne (25%)
- Facteurs de confiance à un vendeur: paiement sécurisé (70%), réputation (69%), confidentialité des données personnelles (47%), commentaires d'autres consommateurs (41%), magasin qui existait avant (35%)

### ● Les facteurs qui influencent l'achat (côté demande)

- Publicité télé, radio, journal (60%), publicité magazine spécialisé (36%), publicité web (34%), commentaires sur un réseau social (17%), commentaire sur un forum (15%)



# Où en est l'e-commerce ?

- Les freins et les incitants à l'e-commerce
  - Les facteurs qui poussent à l'achat (côté offre): les stratégies commerciales
    - Prix préférentiels, exclusivité, fidélisation
    - Enrôlement du consommateur: donner son avis, recommander
  - Les raisons de ne pas acheter en ligne
    - Manque de confiance dans l'e-commerce (30%), préférer voir avant d'acheter (24%), pas besoin de ça (23%)
    - Pas d'accès à internet (1%), pas de carte de crédit (2%)
  - Quelques points sensibles
    - Le commerce des médicaments
    - Les achats par les mineurs d'âge
    - Les aspects juridiques (TVA, protection du consommateur)



# Où en est l'e-commerce ?

## ● Les acteurs économiques de l'e-commerce

- Distinction entre trois catégories: les "purs", les mixtes et les intermédiaires
  - Les "purs": ceux qui ne vendent qu'en ligne
    - Exemples: Amazon, Dell, Ryanair
    - Reconversion (difficile) de la vente par correspondance
  - Les mixtes: vente "physique" + vente en ligne
    - Exemples: Fnac, Mediapart, Ikéa, Esprit, E5mode, Decathlon, Sncb
  - Les intermédiaires
    - Nouveaux intermédiaires  
Exemples: Ogone (paiement par carte), Kiala (distribution)
    - Redéploiement du secteur de la logistique et du courrier express



# Où en est l'e-commerce ?

## ● Les acteurs économiques de l'e-commerce

- Poids économique actuel
  - 2.5% du PIB (selon AWT), 3% du chiffre d'affaires du commerce de détail (selon Comeos)
  - "Mais ça va changer" et "on est en retard par rapport à nos voisins" (selon tous en chœur)
  - Selon AWT: 23% des entreprises qui vendent en ligne en Wallonie sont des "purs" vendeurs, 77% des mixtes
- Forte internationalisation
- Motivations économiques
  - Selon AWT: augmenter le chiffre d'affaires (81%), diminuer les coûts de distribution (41%), conquérir de nouveaux marchés (38%), conquérir d'autres profils de clientèle (32%)



# Comment estimer les effets sur l'emploi ?

## ● L'emploi dans les activités e-commerce

### ● Un potentiel de création d'emplois

- Selon AWT (2011): 22% des entreprises wallonnes qui font de l'e-commerce déclarent avoir l'intention de recruter, 15% l'ont fait
- Selon la fédération patronale française de la vente à distance (FEVAD, 2010):
  - L'e-commerce représente en France 34000 emplois directs et 26000 emplois indirects (logistique, acheminement)
  - Emploi direct en hausse de 9% sur 2009-2010 (12% chez les "purs"), emplois indirects en hausse de 16%
  - Prévision 2011: croissance de 5 à 10% des effectifs
  - Profil des emplois: jeunes (84% entre 25 et 40 ans, 11% moins de 25 ans), mieux payés que dans la moyenne du secteur du commerce (+13%)





# Comment estimer les effets sur l'emploi ?

## ● L'emploi dans les activités e-commerce

- La question des emplois indirects
  - L'e-commerce brouille les frontières entre la logistique, le commerce de gros et le commerce de détail
  - Le secteur de la logistique a des stratégies de développement différentes du secteur du commerce
    - L'e-commerce B2C est un marché en croissance pour la logistique, mais il pèse encore peu par rapport au B2B
  - Les effets indirects sont toujours difficiles à mesurer ... et les résultats sont souvent controversés
    - Sur le plan syndical: besoin de mettre en commun les expériences vécues dans le secteur de la logistique et dans le commerce de détail



# Comment estimer les effets sur l'emploi ?

- Les retombées sur l'emploi dans le commerce "classique"
  - La question clé: substitution et/ou complémentarité
    - Hypothèse complémentarité: effet potentiellement positif sur l'emploi
    - Hypothèse substitution: effet potentiellement négatif
    - Grandes différences selon les segments de marché
      - Exemple: marché de la musique – marché du livre – marché du prêt-à-porter – marché des produits alimentaires



# Comment estimer les effets sur l'emploi ?

- Les retombées sur l'emploi dans le commerce "classique"
  - L'utilisation de l'e-commerce comme épouvantail ou comme menace pour justifier des restructurations
    - Citation de D. Michel, patron de Comeos, dans La Libre, 1/06/2012: "Le commerce en ligne va amplifier les handicaps structurels du commerce en Belgique, que ce soit les coûts salariaux, la flexibilité des travailleurs et les taxes. Si les produits sont plus chers en Belgique à cause notamment de ces handicaps, le risque est grand de voir les Belges acheter sur des sites étrangers et mettre ainsi en péril l'emploi en Belgique."