

Commerce: l'indispensable digitalisation

Comment se porte l'e-commerce au Luxembourg?
Où se situent les commerces dans leur processus
de transformation digitale? **Nicolas Henckes**, directeur
de la Confédération luxembourgeoise du commerce,
et **Carlo Thelen**, directeur général de la Chambre de
commerce du Luxembourg, dressent un état des lieux.

Comment l'e-commerce est-il aujourd'hui déployé au Luxembourg? Et comment le Grand-Duché se positionne-t-il à ce sujet, au regard des autres pays européens et de ses voisins?

CARLO THELEN Le dernier rapport *Digital Economy and Society Index (DESI)* d'Eurostat nous livre des informations intéressantes à cet égard. Cet indice, qui évalue l'évolution des pays de l'Union européenne vers une économie et une société numériques, place le Luxembourg à la 10^e position du classement sur les 28 pays analysés, devant l'Allemagne (12^e) et la France (15^e), mais derrière la Belgique (9^e). Si nous nous attachons à l'usage qui est fait d'internet au Luxembourg, nous remarquons que l'e-commerce est aujourd'hui ancré dans les pratiques des résidents, notamment grâce à l'importante utilisation d'internet dans le pays et à sa forte connectivité. Ainsi, 93% des habitants du pays déclarent utiliser internet, contre 85% en moyenne dans l'Union européenne, 87% en France, 89% en Belgique, et 91% en Allemagne. Trois quarts de ces utilisateurs réalisent des achats sur le web. En 2018, les résidents grand-ducaux ont ainsi dépensé quelque 800 millions d'euros en ligne, selon Statista. Les résidents luxembourgeois achètent donc davan-

tage sur internet que la moyenne européenne (71%) et que les Belges (72%). Cette pratique est cependant moins présente au Luxembourg qu'en France (77%) et qu'en Allemagne (84%). Mais ce que nous constatons également, c'est qu'il existe un déséquilibre entre la pratique des commerçants et les attentes des consommateurs. En effet, seulement 16% des utilisateurs d'internet vendent leurs produits ou services sur le web, contre 23% en moyenne au sein de l'UE. Et seuls 7% à 9% des commerçants ont une offre en ligne. 87,5% des achats en ligne sont effectués sur des sites étrangers, d'après Cross-Border Commerce. Nous n'en sommes donc encore qu'aux balbutiements du commerce électronique et de la transformation digitale des commerces sur le territoire luxembourgeois. Il est toutefois important de préciser que ce rapport 2020 se base sur des données récoltées en 2019, avant la crise sanitaire, donc...

Cela signifie-t-il que la situation a désormais changé et que la crise sanitaire a donné un coup d'accélérateur à l'e-commerce au Luxembourg?

NICOLAS HENCKES Effectivement. La crise sanitaire, et surtout le premier confinement, a obligé bon nombre de consommateurs, mais surtout de vendeurs, à investir le web. Avant la pandémie, les entreprises commerçantes ne ressentaient pas forcément le besoin de proposer leurs biens en ligne, ni même, pour certaines, d'y être actives, ou tout simplement présentes. Même si la situation commençait un peu à se tendre, la plupart des commerces luxembourgeois avaient la chance de se trouver dans une situation relativement confortable, et ils pouvaient se contenter de «faire comme ils ont toujours fait». Il en résultait une grande méconnaissance de l'e-commerce, de son fonctionnement, de sa valeur ajoutée pour les clients et pour l'entreprise, des mécanismes de communauté que cela implique de mettre en place, etc. La crise a exacerbé l'intérêt et l'importance du digital. S'ils voulaient

«On a trop
longtemps
opposé vente
physique et
vente en ligne.»

NICOLAS HENCKES
Directeur
CLC

