



AVIS

CCE 2020-2280

**La crise du COVID-19 et les confinements
dopent l'e-commerce et dévitalisent
le secteur classique de la distribution**

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





Avis

La crise du COVID-19 et les confinements dopent l'e-commerce et dévitalisent le secteur classique de la distribution

Les autorités publiques face à un défi majeur : développer l'e-commerce en Belgique et améliorer sa durabilité en symbiose avec le commerce physique

Bruxelles
26.11.2020

Saisine

Les conséquences de la crise du COVID-19 sur le secteur de la distribution sont énormes dans le domaine de l'e-commerce et du commerce physique. Dans la foulée du nouvel accord de gouvernement, les membres de la CCS Distribution souhaitent communiquer au gouvernement leurs analyses et recommandations quant à cette problématique.

Le présent avis a été approuvé le 26 novembre 2020 par la CCS Distribution.

Avis

Analyse des effets de la crise du COVID-19 sur le secteur de la distribution

Au cours de ce deuxième confinement renforcé, le secteur de la distribution est à nouveau l'un des secteurs les plus touchés de l'économie belge. Le secteur craint une répétition des pertes de chiffre d'affaires observées lors du premier confinement à la suite de la fermeture obligatoire des magasins. Ainsi, le secteur du commerce de détail non alimentaire avait enregistré durant la semaine du 30/03 une perte de chiffre d'affaires de 86% (BNB, chiffres de l'ERMG). Après la réouverture des magasins le 11 mai, le secteur a pu reprendre son souffle pendant un certain temps et la perte de revenus a été considérablement réduite. Cependant, la dernière enquête de la BNB indique encore une perte de 19% du chiffre d'affaires durant la semaine du 20/10 par rapport à la même période en 2019. Durant la semaine du 10/11, la perte de chiffre d'affaires se creuse sensiblement à -51%. Dans le commerce de gros, le chiffre d'affaires était en baisse de 50% au 30/03 et la perte se situait encore à 15% au 20/10. Durant la semaine du 10/11, ce recul du chiffre d'affaires augmente encore à -19%. Les commerces de détail alimentaires sont restés ouverts pendant toute la crise et ont logiquement fait beaucoup mieux, avec une perte de chiffre d'affaires de seulement 3% dans la semaine du 30/03 et un modeste recul de 1% au 20/10. La perte de chiffre d'affaires a été plus élevée (9%) durant la semaine du 10/11.

Ce nouveau confinement entraîne une nouvelle baisse de l'activité commerciale des entreprises. L'inquiétude du secteur s'est clairement renforcée en octobre par rapport à septembre de cette année, passant de 6,4 sur 10 à 7 (6,9 le 10/11), soit un niveau similaire à celui d'avril. Cette inquiétude accrue s'accompagne d'une augmentation des craintes de faillite, en particulier dans le commerce de détail alimentaire et le commerce de détail non alimentaire, de respectivement 11% et 10%. Dans le commerce de gros, le risque de faillite reste limité à 1%. Durant la semaine du 10/11, le risque de faillite dans le commerce de détail non alimentaire et le commerce de gros s'accroît pour s'établir à respectivement 17% et 9%. En octobre, les investissements prévus pour 2020 dans le commerce de détail non alimentaire et le commerce de gros sont inférieurs de respectivement 26% et de 24% aux niveaux d'avant la crise. Dans le commerce de détail alimentaire, les investissements se replient de 15%. Au cours de la semaine du 10/11, le commerce de détail revoit encore à la baisse ses intentions d'investissement, de -34% dans le non-alimentaire et -27% dans l'alimentaire. Les intentions d'investissement du commerce de gros restent assez stables (-23%).

L'indicateur de confiance des consommateurs de la BNB a chuté au cours des mois d'été jusqu'à son plus bas niveau depuis 1985. Cette évolution est allée de pair avec la résurgence des infections au coronavirus. L'amélioration tendancielle de la confiance des consommateurs qui a suivi s'est à nouveau inversée après la publication des résultats de l'enquête d'octobre. Il est à noter que cette enquête a été finalisée avant l'annonce de la mise en place d'un couvre-feu et de la fermeture de l'horeca. Ce sont surtout les perspectives d'épargne moins favorables qui ont été la principale raison de ce pessimisme accru dans l'enquête.

Entre-temps, une deuxième vague de contamination a atteint notre pays, ce qui a contraint le gouvernement à imposer un « confinement renforcé ». Il ne fait aucun doute que l'impact économique des mesures de confinement strictes et de la fermeture des secteurs non essentiels se fera clairement sentir. Cependant, l'étendue et l'ampleur des conséquences pour l'économie belge ne sont pas encore connues. Ce qui est certain, c'est que les résultats de l'enquête de novembre de l'ERMG sont nettement moins bons que ceux de l'enquête d'octobre.

Dans une certaine mesure, le télétravail a pu soutenir l'activité économique dans quelques-unes des composantes du secteur. Dans le commerce de gros, 43% des travailleurs faisaient du télétravail à temps plein ou à temps partiel au 20/10. Cela représente une augmentation sensible et continue pendant la pandémie. Pour des raisons organisationnelles, cela a été moins le cas dans le secteur du commerce de détail. Bien que la part des télétravailleurs à temps plein et à temps partiel ait augmenté en octobre dans le commerce de détail non alimentaire (21%) et dans le commerce de détail alimentaire (14%), elle était nettement inférieure à la moyenne belge (44%). Le télétravail, en particulier le télétravail à temps plein, n'est donc pas une possibilité dans tous les secteurs et toutes les entreprises. C'est ce qu'il ressort également des résultats de l'enquête de novembre qui a été réalisée après l'introduction de la norme générale de télétravail à temps plein. La part des télétravailleurs à temps plein et à temps partiel dans le secteur de la distribution se replie à 28% dans le commerce de gros, 14% dans le commerce de détail non alimentaire et 5% dans le commerce de détail alimentaire. On peut également supposer qu'une partie des télétravailleurs du secteur de la distribution ont été placés en chômage temporaire. Il ressort de l'enquête de novembre de l'ERMG que tous les sous-secteurs du secteur de la distribution sont confrontés à une augmentation de la proportion de chômeurs temporaires. Le commerce de détail non alimentaire affiche la hausse la plus élevée, de 5% (20/10) à 37% (10/11).

Les partenaires sociaux du secteur de la distribution font remarquer qu'une attention particulière doit être accordée aux entreprises et aux secteurs dans lesquels le télétravail est plus difficile ou n'est pas autorisé, comme le secteur de la distribution. D'autre part, il faut également garder à l'esprit que le télétravail ne présente pas que des avantages et peut aussi engendrer des problèmes dans les entreprises où il devient permanent, par exemple en raison de l'isolement des travailleurs, d'un contrôle difficile pour les employeurs, etc.

Outre l'impact négatif sur les contacts sociaux et les activités économiques, la crise du COVID-19 a également entraîné un changement radical dans le comportement d'achat des consommateurs. Un plus grand nombre de personnes se sont tournées vers les achats en ligne, ce qui a donné lieu à une expansion plus rapide du commerce électronique de marchandises. Si la vente de produits en ligne a considérablement augmenté au cours du premier semestre 2020, les chiffres de GFK et de BeCommerce montrent que le commerce électronique en Belgique s'est toutefois contracté de 10%¹. Cette baisse s'explique par la stagnation des ventes de services en ligne du secteur des voyages et des loisirs, qui représentait en 2019 la moitié de toutes les dépenses belges en matière d'e-commerce. En revanche, les achats de biens en ligne ont augmenté de 33% au cours du premier semestre 2020, la consommation dans le secteur de la distribution se déplaçant des magasins physiques vers les entreprises d'e-commerce nationales et étrangères. Si les boutiques en ligne belges se développent d'année en année et représentent un peu plus de la moitié des achats en ligne en Belgique², la proportion de Belges qui font des achats en ligne à l'étranger affiche aussi une tendance à la hausse en 2019. Cette évolution contraste avec celle de la France et des Pays-Bas, pays voisins, où l'on observe une tendance à la baisse du nombre d'achats en ligne effectués à l'étranger par la population.

¹ https://www.standaard.be/cnt/dmf20200914_97658140

² <https://www.marketing.be/inspire-content/nl/corona-doet-e-commerce-boomen-maar-niet-iedereen-wint>

Selon le tableau de bord numérique de la Commission européenne, en 2019, 43,2% des personnes basées en Belgique ont acheté en ligne auprès de vendeurs établis dans d'autres pays européens³. Ce pourcentage est sensiblement supérieur à celui observé dans nos pays voisins (Pays-Bas 32,7%, France 24,8% et Allemagne 21% en 2019).

En raison de la crise du COVID-19, les achats d'e-commerce sont en hausse à la fois dans les boutiques en ligne belges et étrangères. Toutefois, la proportion de Belges qui achètent également ou exclusivement dans des boutiques en ligne étrangères est nettement plus élevée que dans les pays voisins. Cela représente une importante fuite de revenus pour l'économie belge.

Les « mesures de confinement » et le basculement permanent de la consommation vers les canaux de vente en ligne ont en outre un impact très négatif sur l'activité économique et l'emploi dans le secteur de la distribution physique.

De plus, la forte croissance des achats en ligne, et par conséquent des livraisons à domicile, génère une multitude de flux logistiques et de mobilité qui ne résistent souvent pas au test de durabilité.

Constats et recommandations générales

Les partenaires sociaux du secteur de la distribution constatent que la crise du COVID-19 et les confinements ont dopé les achats d'e-commerce des Belges sur les sites web belges et étrangers et dévitalisé le secteur classique de la distribution.

Les différents niveaux de pouvoir en Belgique font face à un défi gigantesque : développer l'e-commerce en Belgique et améliorer sa durabilité en symbiose avec le commerce physique.

Dans ce contexte, les différents niveaux de pouvoir sont invités à faire les démarches nécessaires pour définir ensemble une politique cohérente fixant des objectifs concrets et à mettre à contribution à cette fin les services compétents de l'administration aux niveaux fédéral et régional (lisez : les connaissances et ressources nécessaires pour relever les défis de l'e-commerce ne sont pas présentes au sein des administrations respectives).

Dans ce cadre, la CCS s'engage à continuer à soutenir les niveaux de pouvoir en formulant des recommandations politiques spécifiques et concrètes pour développer l'e-commerce en Belgique et améliorer sa durabilité en symbiose avec le commerce physique et local.

Recommandations spécifiques et concrètes

Les partenaires sociaux du secteur affirment leur soutien à l'intention de l'accord de gouvernement de garantir des conditions de concurrence équitables entre les entreprises belges et étrangères, avec les mêmes contrôles et dans le respect de la législation belge, en particulier en ce qui concerne l'e-commerce. Comme indiqué plus haut, la crise du COVID-19 a accéléré la numérisation et le déploiement de l'e-commerce dans notre pays, entraînant un basculement de la consommation vers les entreprises d'e-commerce belges et étrangères. **L'étude du CCE intitulée « Le pouvoir des grandes plateformes numériques : Comment et pourquoi les géants du numérique sortiront renforcés à l'issue de la pandémie »** analyse les conséquences de ces développements sur le fonctionnement du marché et en particulier sur la compétitivité des grandes plateformes, les « Big Tech ». Sur la base de cette étude, la CCS Distribution rendra un avis sur le sujet, que le gouvernement entend soutenir en prenant les mesures annoncées dans l'accord de gouvernement.

³ <https://www.ccecrb.fgov.be/p/fr/771/la-conjoncture-economique-dans-le-secteur-de-la-distribution-mai-2020>

Dans leur avis « **Euvrer pour une logistique de l'e-commerce et un last mile durables** », les partenaires sociaux du secteur de la distribution ont attiré l'attention des décideurs politiques sur un certain nombre de leviers, à savoir : la politique de différenciation des prix, les nouvelles formes d'organisation, les applications technologiques et les mesures favorisant la transparence. Ces quatre leviers peuvent et doivent contribuer de manière significative à rendre la logistique de l'e-commerce, et en particulier le « last mile », plus durable.

Les différents niveaux de pouvoir y sont également appelés à dégager d'urgence un consensus sur une politique cohérente comprenant des objectifs et mesures concrets afin de rendre la logistique de l'e-commerce et le « last mile » plus durables en Belgique. Sans une approche politique coordonnée, il y a un risque de voir apparaître au niveau local une multitude de solutions de « second rang » qui pourraient nuire au développement durable de l'économie belge.

Les partenaires sociaux sont en effet convaincus que la durabilisation de la logistique de l'e-commerce, et en particulier du « last mile » et des retours de produits, peut également offrir de nombreuses possibilités de croissance économique durable. Ils s'attendent à ce que cela crée de nouveaux processus logistiques desquels émergeront des partenariats entre acteurs privés, d'une part, et entre des acteurs privés et des acteurs publics, d'autre part.

Dans ce contexte, la CCS Distribution poursuivra en collaboration avec la CCS Consommation l'élaboration d'avis complémentaires concernant l'amélioration de la durabilité de la logistique de l'e-commerce et du « last mile ». Durant ces travaux de suivi, les quatre leviers identifiés joueront notamment un rôle structurant majeur.