



Décider d'avancer.

Communiqué de presse

Bruxelles, le 13 avril 2016

L'Observatoire CBC Banque des PME/TPE¹ pointe les contradictions des entrepreneurs envers l'e-commerce : Conscientes que l'e-commerce peut influencer positivement leur marché et leur chiffre d'affaires, seules 19% y ont recours

**CBC Banque propose aux entreprises wallonnes de tester l'e-commerce
grâce à l'ouverture de Pop-up Webshops**

- Paradoxalement, si le belge achète de plus en plus en ligne, encore peu d'entreprises belges vendent sur Internet. Selon l'Observatoire CBC banque, seules 19% des PME/TPE font actuellement de l'e-commerce. Et seulement 24% l'ont déjà envisagé.
- Pourtant, aujourd'hui, 4 PME/TPE sur 5 sont présentes sur Internet. Et elles ont bien conscience que l'e-commerce (peut) influence(r) positivement leur marché et leur chiffre d'affaires. Les deux principaux avantages de l'e-commerce plébiscités par ces entreprises sont la présence des Belges sur Internet (pour 50%) et une augmentation du chiffre d'affaires (pour 46%). Tout ce qui touche à l'organisation, la livraison, les retours et les systèmes de paiement, est considéré comme le principal frein à l'e-commerce.
- Outre les résultats de l'Observatoire, CBC Banque dévoile aujourd'hui ses engagements pris envers les PME/TPE et les indépendants wallons dont l'octroi d'1 milliard d'euros de crédits professionnels en 2016 et l'accompagnement dans leur transition digitale.
- Dans ce cadre, depuis début avril, CBC Banque offre aux entreprises wallonnes la possibilité de tester durant 6 mois l'efficacité du commerce en ligne grâce au Pop-up Webshop, accessible via le lien : <https://www.cbcpopupwebshop.be/>. Du 4 mai au 7 juin, CBC organisera également 5 formations dans 5 villes wallonnes, encadrées par des spécialistes de l'e-commerce, pour aider les futurs entrepreneurs en ligne à se lancer dans l'e-commerce.

Les PME croient en elles

L'Observatoire CBC Banque a sondé les PME/TPE sur les facteurs qui influencent leur croissance ou au contraire les freinent. Les deux grands leviers de croissance cités sont l'esprit entrepreneurial (57%) et l'innovation (48%). Le 3^{ème} levier cité est la baisse des coûts du travail, soulignant encore une fois combien la croissance chez les PME/TPE est associée à la création d'emplois. Les deux premiers leviers témoignent quant à eux du dynamisme propre aux PME/TPE à toujours vouloir avancer. Les grands freins cités sont quant à eux liés à des facteurs externes : la crise économique pour 61% et les coûts connexes (charges, énergie) pour 50%. Le trio de tête est fermé par le manque de temps pour 37% d'entre elles.

« Nous ne sommes pas surpris par ces résultats. Nous ressentons très bien ce dynamisme des PME/TPE wallonnes chez CBC. Nous constatons leur volonté d'avancer et ce malgré la conjoncture économique difficile. Comme le montre l'Observatoire, elles sont convaincues de la nécessité d'innover : l'innovation au niveau marketing est la raison d'innovation la plus fréquente dans le top 3 cité par les entreprises interrogées. Le niveau management vient en deuxième position, suivi par l'innovation scientifique-technologique. Nous avons décidé de les accompagner dans cette volonté d'innovation, ce que nous avons formalisé par 12 engagements très concrets envers elles, dont entre autres l'octroi d'1 milliard d'euros de crédits professionnels en 2016 », commente Olivier Morel, Directeur du Marché Entreprises & Professionnels de CBC Banque.

¹ Enquête IPSOS réalisée en mars 2016 auprès d'un échantillon de 300 PME & TPE établies en Belgique



Décider d'avancer.

Communiqué de presse

E-commerce : entre conscience du potentiel et frilosité

Aujourd'hui, 4 PME/TPE sur 5 sont présentes sur Internet mais seules 19% font actuellement de l'e-commerce. Et seulement 24% l'ont déjà envisagé. Les dirigeants de ces entreprises sont bien conscients que l'e-commerce (peut) influence(r) positivement leur marché et leur chiffre d'affaires mais ils semblent avoir du mal à passer le cap. Dans le top 3 des avantages de l'e-commerce, les deux principaux sont la présence des consommateurs sur Internet (pour 50%) et une augmentation du chiffre d'affaires (pour 46%). Tout ce qui touche à la logistique pour retourner les produits (pour 34%), livrer les produits (pour 31%) et les systèmes de paiement (pour 28%), est considéré comme le principal frein à l'e-commerce.

Selon CBC Banque et à l'instar des initiatives du gouvernement fédéral et régional ("Digital Belgium" et "Digital Wallonia"), stimuler plus d'entreprises à saisir l'opportunité de l'Internet constitue un enjeu économique important. « *Les opportunités de l'e-commerce sont très nombreuses; proposer un canal supplémentaire de vente bien sûr, mais aussi d'avant-vente. Une approche de "web-to-store" est en effet souvent très judicieuse pour animer les points de vente* », commente Damien Jacob, spécialiste en e-business et professeur HEC-ULG en e-commerce.

12 engagements concrets envers les PME/TPE et les indépendants wallons

Afin de soutenir l'entrepreneuriat et l'économie wallonne, CBC Banque vient de prendre 12 engagements dont:

- 1 milliard d'euros de crédits professionnels octroyés aux entreprises et aux indépendants en 2016.
- Près de 100% de l'épargne des clients de CBC réinvestie dans l'économie réelle de la région via des crédits aux clients privés et professionnels.
- 90% des décisions en matière de crédits prises localement.
- L'accompagnement de ses clients dans la transition digitale.

« *Un des piliers de notre stratégie d'expansion 2020 en Wallonie est de placer le client au centre de nos préoccupations, qu'il soit un particulier ou une entreprise, en assurant une proximité et une accessibilité unique en Wallonie. Nos délais pour octroyer des crédits sont rapides car les décisions sont prises par des directeurs locaux qui connaissent parfaitement bien la région, les entreprises et les secteurs. En finançant leurs projets et en conseillant leurs investissements, nous participons au développement de l'économie réelle wallonne. CBC Banque se veut être un partenaire utile pour les entreprises dans leur transformation digitale et leur croissance. Ces 12 engagements sont un signal clair vers les entreprises wallonnes de notre confiance en leur capacité d'expansion* » explique Olivier Morel.

Pop-up Webshop : tester l'efficacité du commerce en ligne grâce à un magasin en ligne éphémère

Face à la frilosité des PME/TPE envers l'e-commerce, CBC offre, ce mois-ci, la possibilité de tester une plateforme durant 6 mois pour faire un choix en connaissance de cause. Ainsi, CBC accompagne les entrepreneurs et leur offre la création et la production d'un webshop personnalisé, le stockage, la logistique, le trafic,... Il est possible d'y déposer sa candidature jusqu'au 24 avril 2016 sur <https://www.cbcpopupwebshop.be/>

CBC organisera également 5 séminaires dans 5 villes wallonnes, de début mai à début juin, pour aider les entrepreneurs à se lancer dans l'e-commerce. Les séminaires seront donnés par des experts en e-business, e-commerce, moyens de paiement et aides publiques qui répondront à toutes les questions liées au développement d'une plateforme d'e-commerce.

Agenda des séminaires : 04/05 à Louvain-La-Neuve ; 26/05 à Namur ; 31/05 à Liège ; 02/06 à Mons ; 07/06 à Charleroi.

Communiqué de presse



Décider d'avancer.

Contact Presse

PRIDE

Aurélie Coeckelbergh / Laure Miquel-Jean

aurelie.coeckelbergh@pr-ide.be / Laure.miquel-jean@pr-ide.be

0479 261 613 / 0477 31 71 61

Press Room CBC: <http://cbc.prezly.com/>