

La Région pourra payer « de justesse » son personnel en 2025

Le CEO de la chambre de commerce et d'industrie de Bruxelles (Beci), Thierry Geerts, a estimé mercredi que la Région bruxelloise pourrait ne plus disposer de liquidités financières dès juillet. Le ministre des Finances Sven Gatz (Open VLD) indique que les besoins sont couverts « de justesse » cette année.

JULIEN THOMAS

Et si la Région bruxelloise ne parvenait bientôt plus à payer ses fonctionnaires et ses prestataires ? Lourdemment déficitaire (1,6 milliard d'euros en 2024), l'entité pourrait avoir des difficultés à plus ou moins court terme à disposer des liquidités suffisantes. A en croire le CEO de la chambre de commerce et d'industrie de Bruxelles (Beci), Thierry Geerts, ce scénario cauchemard pour la capitale pourrait survenir bien plus tôt qu'on ne le pense parfois. Ce mercredi, sur l'antenne du média local BX1, l'ex-responsable de Google Belgique s'est montré très précis en évoquant les alentours de juillet et d'août. Contacté dans la journée, il persiste et signe : « Il n'y a pas un moment précis naturellement. On sait qu'il y a une réduction des lignes de crédit. Ce sont des crédits que la Région n'utilisait pas encore mais dont elle allait avoir besoin. C'est quelque part vers juillet ou août qu'il n'y aura plus le cash disponible. Donc, il y aura un vrai problème. Il faut arrêter de penser que ne pas avoir de gouvernement, c'est un peu théorique. Il y a le vrai problème de ne plus pouvoir payer les factures et les salaires à un certain moment. »

Thierry Geerts explique faire cette estimation sur la base de ses échanges avec différents professionnels du secteur bancaire. Il renvoie aussi à la décision fin février de Belfius de réduire sa ligne de crédit de trésorerie de 500 à 200 millions d'euros. Selon le patron de Beci, d'autres banques devraient suivre le mouvement : « Les banques n'y peuvent rien. Depuis 2010, elles doivent satisfaire à un certain nombre de ratios de solvabilité. Si la Région n'a pas un capitaine à bord qui peut dire "je vais maîtriser les finances", il n'y a aucune banque qui peut rajouter des lignes de crédit. Ce n'est pas une question de vouloir ou pas vouloir. Elles ne peuvent pas. » Pour rappel, neuf mois après les élections, les négociations pour former un gouvernement bruxellois se trouvent dans l'impasse. Les veto, les calculs et les postures d'une série d'acteurs politiques empêchent d'avancer dans la mise en place d'une nouvelle majorité régionale.

La Région peut toujours emprunter Interrogé sur le risque d'une incapacité prochaine de la Région bruxelloise de payer ses fonctionnaires ou ses prestataires, le cabinet du ministre des Finances Sven Gatz (Open VLD) ne livre pas une réponse particulièrement rassurante : « Le ministre l'a précisé à plusieurs reprises au parlement récemment : cette année-ci, la liquidité de la Région est couverte, de justesse. Mais couverte. La Région continue bien à obtenir des emprunts à des conditions relativement intéressantes, mais dans des masses moins importantes qu'avant. » Pour rappel, lundi, les sept partis impliqués dans le processus de négociation ont officiellement chargé le libéral flamand de proposer prochainement un projet de budget pour le reste de l'année 2025. L'objectif est notamment de tenter de rassurer les marchés financiers.

Les Belges ont dépensé 17,4 milliards d'euros en ligne en 2024

En 2024, les Belges ont dépensé 17,4 milliards d'euros sur internet. Si les internautes achètent surtout des services, les ventes de jouets progressent aussi fortement, alors qu'elles baissent sur le terrain physique.

JULIEN BIALAS

Les années se suivent, se ressemblent et tendent à confirmer les nouvelles habitudes prises par les consommateurs. Selon l'étude annuelle menée par Becom, la fédération du commerce électronique, les Belges ont dépensé en 2024, pour leurs achats en ligne, 17,4 milliards d'euros. Jamais un tel chiffre n'avait été atteint dans notre pays. En comparaison avec 2023 – année qui avait déjà battu bien des records –, les Belges ont dépensé un milliard d'euros supplémentaire sur internet (+ 6,7%). L'inflation, qui s'est établie à 4,3% l'an dernier, peut expliquer cette hausse, mais en partie seulement.

Des records en pagaille

Le nombre de transactions effectuées en ligne progresse aussi pour s'élever à 179 millions (+ 4,6% par rapport à l'année passée). En moyenne, le montant d'une transaction est de 97 euros. Le second semestre 2024 – marqué par la rentrée scolaire, le Black Friday et les fêtes de fin d'année – a été particulièrement bon pour le secteur.

En réalité, tous les chiffres relevés par l'étude de Becom confirment que l'e-commerce est profondément (et de plus en plus) ancré dans les habitudes de consommation des Belges. Pas moins de 96% des Belges de plus de 15 ans ont fait des achats en ligne au cours de l'année écoulée. Plus marquant encore, pour la première fois les Belges ont effectué un quart de leurs dépenses sur internet (25,2% précisément contre 74,8% pour le marché physique). A titre de comparaison, en 2019, les dépenses en ligne ne pesaient « que » pour 19,7% des dépenses totales. L'e-commerce progresse donc bien plus rapidement que le marché physique, qui, de son côté, a vu ses ventes (en valeur) n'augmenter que de 2,5% l'année passée.

Les services majoritairement achetés

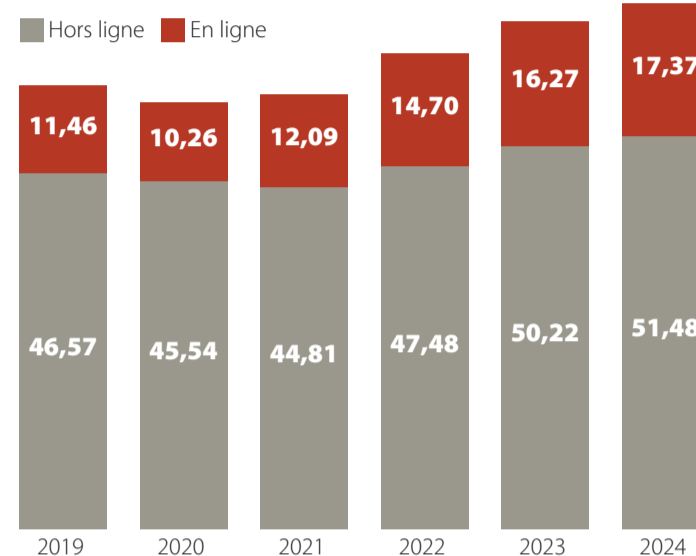
Les dépenses captées par internet ne sont cependant pas uniformes selon les secteurs. Ainsi, l'e-commerce ne représente que 15% des dépenses consenties pour des biens et des produits (85% du chiffre d'affaires est assuré hors ligne). La dynamique s'inverse complètement pour les services puisque les achats sur internet concentrent 69% des ventes (en valeur).

Les catégories de produits et services achetés sur internet restent aussi assez similaires d'année en année. Sous le prisme du nombre de transactions effectuées, le podium est composé des achats de vêtements, de jeux de *gaming* et de jeux de hasard, et des services de médias et de divertissement (abonnement, streaming...). Si ce classement est analysé sur la base des montants dépensés, les voyages, les billets d'avion et l'hébergement et les vêtements trônent les premières places du classement.

Dans presque toutes les catégories analysées par Becom, les ventes en ligne progressent. Des hausses parfois spectaculaires alors que, dans le même temps, le marché hors ligne marque le coup, voire s'effondre. C'est le cas du marché du jouet (+ 11,16% en ligne, - 27,65% hors ligne) ou des tickets de train (+ 14,97% sur le net, - 4,13% sur le marché physique).

Total des dépenses effectuées par les Belges en 2024

En milliards d'euros



En 2024 : 1 milliard d'euros supplémentaire (+6,7%) ont été dépensés en ligne et 1,2 milliard d'euros supplémentaire (+2,5%) hors ligne.

Source: Fédération du commerce électronique en Belgique

l'experte « L'e-commerce n'est pas responsable des difficultés du commerce physique »

ENTRETIEN

J.B.S

L'e-commerce en Belgique atteint des sommets. Greet Dekocker, directrice de Becom, la fédération belge du commerce électronique à l'initiative de l'enquête, revient sur les grands enseignements de son rapport annuel.

Les Belges n'ont jamais dépensé autant d'argent en ligne. Qui en profite ? Des acteurs locaux ou des grandes marketplaces étrangères telles que Temu et Shein ?

Un peu les deux. Nous finalisons actuellement une autre étude et on constate que le chiffre d'affaires des commerçants belges est resté relativement stable en Belgique alors que leurs ventes ont augmenté à l'étranger. Mais c'est vrai qu'avec Temu et Shein, beaucoup de produits chinois arrivent en Belgique. On peut conclure que l'e-commerce devient de plus en plus international et qu'il y a une forte concurrence entre les marketplaces. Temu ne « pique » pas seulement des clients aux marchands belges, il prend des parts de marché à d'autres grandes plateformes. Mais s'il y a des vendeurs belges sur Amazon ou Bol qui profitent de la marketplace pour exporter leurs produits, il n'y a pas sur Temu, donc c'est un peu négatif pour nous et nos membres.

Le secteur de la distribution physique souffre et certains accusent l'e-commerce qui, lui, progresse. Vous partagez cette analyse ?

Des entreprises ont réussi à comprendre et à développer une stratégie pour le numérique. Pour moi, les offres sont complémentaires. Je ne crois pas que l'e-commerce soit responsable de la situation du commerce physique. C'est une combinaison de plusieurs facteurs. Les acteurs qui sont aujourd'hui en difficulté n'ont souvent pas anticipé le virage

numérique et n'ont pas investi suffisamment.

On observe que les ventes en ligne de jouets et de tickets pour les transports publics augmentent fortement cette année. Mais ce sont deux secteurs où l'offre en physique est également en baisse. Donc c'est assez logique que les ventes physiques diminuent aussi. Il y a des changements sur le marché. C'est aux entreprises de les embrasser, de revoir leurs structures et de réfléchir à comment répondre aux nouveaux besoins. Bien entendu, les règles du jeu doivent être équitables pour tous les acteurs, y compris les plateformes étrangères, souvent chinoises.

Pour vous, c'est possible de combiner une offre physique et digitale ?

Oui. Le problème avec l'e-commerce c'est que c'est un jeu de volume. Ceux qui ont du volume ont de meilleurs prix, sont mieux référencés en ligne. Mais de grands acteurs belges ou des plus petits, positionnés dans un marché de niche, ont du succès et réussissent à exporter leurs produits dans le monde. C'est surtout une manière différente de vendre, qui demande d'autres compétences.

Les entrepreneurs belges ont investi assez tard, en comparaison avec d'autres pays, dans l'e-commerce. Pourquoi ?

En Belgique, le réseau *retail* est plus dense que dans les pays voisins où les distances et les besoins étaient plus grands. Les entrepreneurs belges ont sous-estimé le confort et la facilité de commander en ligne. Le secteur rattrape son retard, mais les marketplaces poursuivent aussi leur rapide croissance.

Vous dites dans votre étude que l'intelligence artificielle va impacter très fortement l'e-commerce. Pourquoi ?

L'IA va permettre de guider le consommateur et de limiter les efforts qu'il doit faire pour trouver le produit qu'il cherche. Ces outils vont avoir beaucoup de données sur nous, ils nous connaîtront mieux que nous-mêmes. L'IA va faire toutes les choses un peu ennuyantes, comme le remplissage automatique d'informations personnelles. Cette technologie va facilement être implantée sur les *webshops*. Cela va donner la possibilité de digitaliser encore plus les processus complexes.



Les acteurs qui sont aujourd'hui en difficulté n'ont souvent pas anticipé le virage numérique et n'ont pas investi suffisamment

