

# Le défi du commerce digital

Seules 7 % des PME au Luxembourg proposent la vente en ligne, un retard que veulent combler les acteurs publics et privés du pays.

Si les résidents au Grand-Duché sont 93 % à utiliser internet, les entreprises, elles, sont à la traîne. Un chiffre trop bas, selon la Chambre de commerce qui le compare à une moyenne de 14 % des entreprises proposant de la vente en ligne au niveau européen.

De notre journaliste  
Audrey Somnard

Le monde du commerce digital était réuni, hier, lors de la conférence «Atelier digital Luxembourg», pour mieux comprendre les opportunités et défis du commerce en ligne.

Le Premier ministre, Xavier Bettel, est revenu sur des questions très concrètes qui touchent le consommateur lambda: «Quand on choisit un hôtel aujourd'hui, le wifi est un service qui est devenu un droit, la connexion à internet étant un enjeu déterminant.» La Commission européenne définit ainsi plusieurs domaines: tout d'abord la connectivité du pays, le capital humain, le degré d'utilisation d'internet par ses résidents. «Le Luxembourg fait partie des leaders européens dans ces trois domaines. À l'époque où j'étais bourgmestre, les résidents rechignaient à l'installation de la fibre, les mêmes qui se plaignent aujourd'hui de ne pas avoir de bonne connexion», note Xavier Bettel. Pour ce qui est des deux derniers domaines privilégiés par la Commission européenne, l'intégration des nouvelles technologies dans les entreprises ainsi que les e-administrations, le Luxembourg est à la traîne: «Il y a du boulot! Il faut avancer là-dessus. C'est la responsabilité du secteur public, mais c'est notre coresponsabilité pour le développement du commerce», poursuit le Premier ministre.

## ➤ Cinq piliers pour le numérique

«Le Luxembourg est très en avance en tant que consommateur en ligne, ce qui n'est pas le cas pour les entreprises. Il y a clairement un gros potentiel "export" pour le digital. Jusque-là, les entreprises luxembourgeoises n'osent pas. Seulement 13 % des recherches en ligne aboutissent vers un site de société luxembourgeoise dans le pays, c'est trop peu», explique Thierry Geerts, directeur de Google Belux. Le géant américain a vu dans le Luxembourg

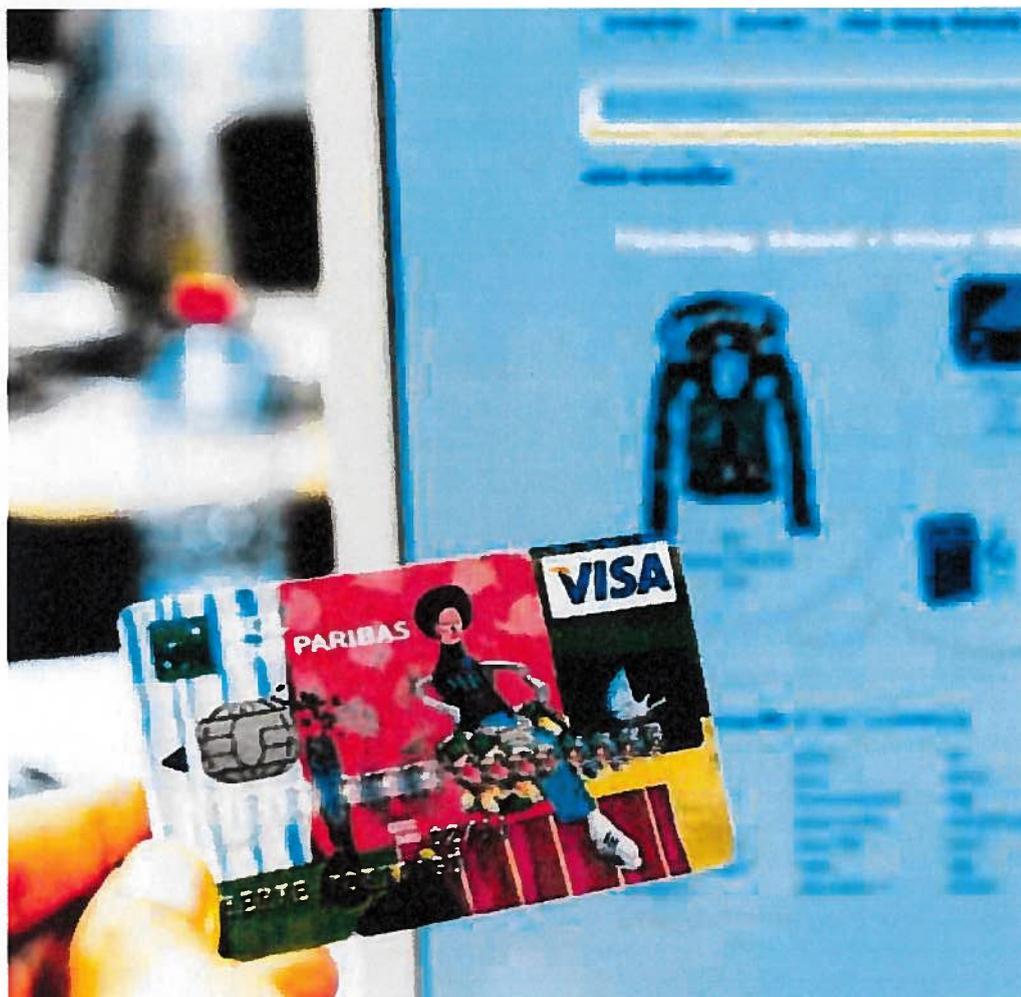


Photo: Hervé montakgu

En plus des grands noms du commerce en ligne, des initiatives luxembourgeoises commencent à fleurir sur la toile.

ce potentiel de développement sur le secteur du digital et s'est associé, avec «House of Training» pour proposer aux entreprises des formations gratuites pour montrer l'intérêt du digital, les former sur place puis par la suite avec des modules vidéo. Une réalité qu'expérimente Xavier Bettel lui-même: «Je vais sur internet pour commander mes billets de train ou d'avion, j'avoue. Même si je consomme peu en ligne pour le reste, les tailles diffèrent d'une marque à l'autre pour les vêtements par exemple. Mais il faut être présent, car si vous n'y êtes pas, quelqu'un y sera à votre place.»

La stratégie Digital Lëtzebuerg veut préparer le pays au numérique

via 5 piliers: les infrastructures (avec notamment des data centers), le soutien à l'innovation et la recherche (Xavier Bettel a insisté sur le fait qu'aucun budget de recherche a été coupé), le développement des compétences numériques (avec, par exemple, un projet de «digital single market» en UE). «Des emplois vont disparaître, mais d'autres vont être créés. Il faut être préparés pour les emplois de demain et former les jeunes pour cela. On est sur le quai de la gare, il faut monter dans le train. C'est le client qui aujourd'hui fait le choix. Nous avons l'exemple d'Amazon qui a commencé à 7 personnes, ils sont aujourd'hui 1 000. Digital Lëtze-

buerg est une collaboration entre le pouvoir public et privé», a ajouté Xavier Bettel.

Et c'est à travers des exemples concrets que s'est poursuivie la conférence. Des projets luxembourgeois qui se développent en ligne: luxcaddy.lu, yourshop.lu, weloveto.travel.lu, electronic-shop.lu et notamment flibco.lu qui connaît un grand succès avec des trajets en bus vers les aéroports de Charleroi, Hahn ou encore récemment le Findel. Les dirigeants de ces entreprises ont partagé leur expérience, leurs difficultés au lancement du projet, mais tous ont conscience du potentiel de leur présence.

[www.houseoftraining.lu](http://www.houseoftraining.lu)