

La logistique aide l'e-commerce

Les entreprises d'e-commerce mises en lumière durant la conférence «Logistics Day» du Cluster for Logistics ont besoin de prix plus «transparents».

Le Cluster for Logistics (C4L) organisait hier sa conférence sur l'un des domaines en pleine expansion du moment, le commerce électronique.

De notre journaliste
Aude Forestier

Le chiffre interpelle. Seulement 7 % des PME au Luxembourg vendent en ligne alors que 93 % de la population luxembourgeoise utilise internet. Il y a de quoi se poser des questions, surtout si ce sont des acteurs du commerce électronique et qu'ils veulent vendre au-delà des frontières luxembourgeoises. Les ventes des entreprises d'e-commerce luxembourgeoises ont atteint 531 milliards d'euros en 2014, d'après le Cluster. Le Premier ministre, Xavier Bettel, a même récemment déclaré que la révolution digitale était une opportunité si on la saisissait, mais qu'elle serait un désastre si on la ratait.

Un vrai pouvoir de négociation des prix

Hier, à la Chambre de commerce, l'e-commerce et la logistique se trouvaient au cœur du «Logistics Day», organisé par le Cluster for Logistics. Il est vrai que pour l'économie grand-ducale, la logistique peut jouer un rôle important dans le succès du pays en tant que hub du commerce électronique. Les différents intervenants ont eu à répondre à deux questions majeures, à savoir : comment l'e-commerce se développe au Luxembourg et quels sont les défis et les opportunités pour les compagnies de la logistique et les stratégies pour les chaînes d'approvisionnement.

Pierre Friob, CEO d'Abitare et pré-



Photo : alain rischard

Pierre Friob, CEO d'Abitare, a exposé les nombreux obstacles auxquels les entreprises d'e-commerce font face.

sident de la toute jeune association luxembourgeoise du commerce électronique ecom.lu, a rappelé dans sa présentation que le marché unique digital (Digital Single Market) était une des priorités de la Commission européenne.

Il a également mis en avant les problèmes rencontrés par les entreprises du commerce électronique luxembourgeoises comme «le man-

que de transparence dans les prix», parfois le manque d'interlocuteur de l'autre côté de la frontière pour délivrer le produit, le manque de services «Track and Trace», les taxes mais aussi le temps de livraison à travers l'Europe qui peut être long.

Selon le président d'ecom.lu, les entreprises d'e-commerce ont besoin, entre autres, d'un «Level Playing

Field» (un environnement dans lequel toutes les entreprises d'un marché donné sont traitées de la même manière par le contexte réglementaire), de «standards informatiques ouverts pour l'interface et la base de données» ainsi de que «plus de pouvoir dans la négociation des prix à travers la transparence et l'accès» (comme, par exemple, pour «l'interconnexion» avec des entreprises).

AU LUXEMBOURG

■ COMMERCE

Deux mois après l'ouverture d'un magasin sur la route d'Ar-lon à Strassen, la chaîne de supermarchés allemands Lidl ouvre ce matin un nouveau point de vente à Luxembourg-Beggen. À l'occasion de cette ouverture, l'entreprise a engagé 24 nouveaux collaborateurs.

■ TRANSPORTS

Le groupe suisse de transports et de logistique Kuehne + Nagel présent aussi au Luxembourg a publié hier un bénéfice en hausse pour le premier trimestre, récoltant les fruits de sa stratégie axée sur les contrats les plus rentables dans un environnement difficile. Sur les trois premiers mois de l'année, son bénéfice s'est inscrit en hausse de 10,5 %, à 169 millions de francs suisses (154 millions d'euros). Son chiffre d'affaires s'est en revanche contracté de 2,1 %, à 4 milliards de francs suisses.

LA BOURSE



LE BARIL



L'ONCE D'OR

