



Editorial

L temps est venu pour moi de céder la présidence du Conseil économique et social à un représentant des organisations représentatives des travailleurs, principe de l'alternance oblige.

Que de travail accompli durant les deux années écoulées! Que ce soit à la demande du Gouvernement ou de leur propre initiative, les interlocuteurs sociaux bruxellois font entendre leur voix et ce, dans un nombre croissant de matières du fait des transferts des compétences dans le cadre de la Sixième Réforme de l'État ou de l'élargissement du Comité bruxellois de concertation économique et sociale (CBCES) aux matières communautaires. En effet, en vue de décloisonner les compétences de l'emploi, de la formation et de l'enseignement, le CBCES peut dorénavant s'élargir aux pouvoirs communautaires en y invitant les Gouvernements de la Communauté flamande, de la Communauté française, le Collège de la Commission communautaire française et/ou le Collège réuni de la Commission communautaire commune. Ce CBCES élargi offre un lieu de concertation à un niveau stratégique sur ces matières. En son sein, une Task force opérationnelle « Emploi-Formation-Enseignement-Entreprise » est créée et est composée des acteurs du CBCES et des services publics d'emploi et de formation actifs sur le territoire de la Région (Actiris, Bruxelles Formation, VDAB) ainsi que des représentants du monde de l'enseignement (obligatoire, supérieur, promotion sociale...). Cette Task force aura différentes missions et jouera le rôle de courroie de transmission permanente pour toutes ces matières, en synergie avec les bassins de vie (cfr. Brève sur la Task force).

Soulignons la création d'un Observatoire des prix de référence dans les marchés publics bruxellois qui doit devenir un outil efficace pour lutter contre les pratiques

déloyales exercées dans ce domaine, bien souvent au détriment des entreprises et des travailleurs de notre Région.

Relevons aussi le travail mené actuellement par les interlocuteurs sociaux sur la problématique des jobs étudiants et ce, dans le but de rendre l'attribution de ces emplois plus équitable (cfr. Focus sur la table ronde « jobs étudiants »). En effet, ces premières expériences représentent un plus pour les jeunes dans l'optique de leur future vie professionnelle et chacun d'entre eux doit pouvoir bénéficier des mêmes chances d'y accéder.

La collaboration avec les autres organes consultatifs ne fut pas en reste. Pour preuves, les positions et recommandations communes des trois Conseils économiques et sociaux régionaux émises en 2014 en matière de mobilité interrégionale dans le cadre de la Conférence permanente ou encore l'avis commun rendu par 7 instances relatif à la gouvernance en matière de politique climatique nationale dans le cadre de la « Transition de la Belgique vers une société bas carbone à l'horizon 2050 ».

Mon regard est déjà tourné vers l'avenir, l'avenir de Bruxelles. Et les chantiers ne manquent pas : l'enseignement, la relance de l'économie, la diminution du chômage, l'amélioration de la mobilité, etc. auxquels s'ajoutent le défi supplémentaire du boom démographique et la suite de l'accueil des nouvelles compétences. Face à ces tâches, il me semble nécessaire de rappeler l'importance de la concertation sociale dans la prise de décision politique. Nous, interlocuteurs sociaux, sommes la voix des « forces vives » de la Région et dans notre démarche, à la fois exigeante et constructive, nous sommes animés par la volonté d'améliorer la vie des Bruxellois.

Pour conclure, je tiens à remercier les membres et le Secrétariat pour leur implication et je souhaite d'ores et déjà de nombreux succès dans ses fonctions au futur Président du Conseil!

Olivier Willocx – Président



Actualités

Participation aux travaux énergie du CCE

Les interlocuteurs sociaux du Conseil Central de l'Economie (CCE) ont exprimé le souhait d'apporter leur contribution à la définition de la vision énergétique et à l'élaboration du pacte énergétique de la Belgique.

Etant donné la répartition des compétences dans le domaine de l'énergie entre les Régions et le Fédéral ainsi que les impacts socio-économiques découlant des politiques énergétiques, les interlocuteurs sociaux siégeant au CCE ont, notamment, estimé opportun d'impliquer les Conseils économiques et sociaux régionaux à leurs travaux.

Cette volonté de coopération s'est concrétisée par une invitation aux prochaines réunions de la sous-commission énergie du CCE. Celle-ci était adressée à deux membres du Conseil économique et social bruxellois ainsi qu'à un membre de son secrétariat. Le Conseil a répondu favorablement à cette invitation et a participé à une première réunion le 25 février 2015.

Le Rapport annuel 2014

Le Rapport annuel 2014 vient de paraître !

Au cours de l'année 2014, qui a vu le Conseil fêter ses 20 ans, pas moins de 66 avis, dont 6 d'initiative, ont été rendus.

Dans le cadre du New Deal, l'investissement des interlocuteurs sociaux a notamment débouché sur la réalisation d'un avis des trois Conseils économiques et sociaux régionaux en matière de mobilité interrégionale et sur la création d'un Observatoire des prix de référence dans les marchés publics bruxellois.

Les Débats du Conseil, quant à eux, ont été tout au long de l'année source d'éclaircissements sur nombre de thématiques primordiales pour la Région bruxelloise, grâce notamment à l'expertise des orateurs.

Pour prendre connaissance de ces informations ainsi que des autres activités du Conseil, vous pouvez consulter l'intégralité du Rapport annuel 2014 en vous rendant sur la page : <http://www.ces.irisnet.be/publications/rapport-annuel-1/rapport-annuel-2014>

Les prochains Débats du Conseil

12 mai 2015 : **Promouvoir l'innovation sociale à Bruxelles : pour quoi ? comment ?** par Monsieur Antoine Saint-Denis, fondateur du *do tank* EUROPE FOR PEOPLE qui accompagne les promoteurs de solutions avec plus-value sociale.

2 juin 2015 : **Bruxelles, une Région à part entière ? L'impact de la Sixième Réforme de l'Etat sur l'autonomie, la cohérence et la gouvernabilité des institutions bruxelloises** par Madame Laurie Losseau, chercheuse à l'Université Saint-Louis-Bruxelles.

S O M M A I R E

1

Editorial Actualités du Conseil

- Participation aux travaux énergie du CCE
- Le Rapport annuel 2014
- Les prochains Débats du Conseil

2-8

Dossier

- L'e-commerce

9-12

Focus

- Modification de la législation PEB
- Les « pop-up » stores à Bruxelles : phénomène marginal ou niche de marché prometteuse ?
- Table Ronde « Jobs Etudiants »
- Inauguration de la Task Force opérationnelle « Emploi-Formation-Enseignement-Entreprise »

13

Les avis du Conseil

- émis entre le 20 septembre 2014 et le 31 janvier 2015

14-15

Les Débats du Conseil

- *Le Baromètre des entreprises sociales en Belgique : un regard complémentaire sur l'économie* par **Sybille Mertens** et **Julie Rijpens**
- *Soins résidentiels pour seniors à Bruxelles : situation actuelle et perspectives d'avenir* par **Karel Van den Bosch**

16

Les Brèves



L'E-COMMERCE



INTRODUCTION

L'utilisation des médias électroniques est depuis quelques années LA grande tendance dans le secteur du commerce. Pour preuve, l'e-commerce est en pleine expansion. Les statistiques annuelles compilées sur le sujet par Comeos, la Fédération professionnelle du commerce et des services, montrent que rien qu'entre 2013 et 2014, 330.000 nouveaux clients ont réalisé des achats en ligne. De plus, le chiffre d'affaires de l'e-commerce a progressé dans le même temps de 15% malgré un marché global en stagnation. Et, selon Comeos, il est loin d'avoir atteint sa maturité, ce qui veut dire que les marges de croissance sont encore très importantes.

Au travers de ce dossier, le Journal du Conseil saisit donc l'occasion de mettre l'accent sur un sujet d'actualité en faisant le point, d'une part, sur ce qu'est l'e-commerce et le cadre qui le régit et, d'autre part, en dressant un bilan chiffré des réalités de cette activité dans le monde, en Europe et en Belgique.

Ce dossier sera également l'occasion d'évoquer les nombreux défis suscités par le développement de l'e-commerce, que ce soit en termes d'accès au marché pour les petites entreprises, de logistique et de mobilité ou de conditions de travail.



CONTEXTE

Qu'entend-on par « e-commerce » ?

L'e-commerce ou commerce électronique peut se définir comme : « l'utilisation de réseaux ou médias électroniques en vue d'effectuer des opérations commerciales entre entreprises ou entre entreprises et consommateurs, mais aussi, le cas échéant, entre consommateurs⁽¹⁾ ». Cette définition met en lumière les éléments caractéristiques de l'e-commerce : l'utilisation d'un média électronique qui permet un échange économique entre différents acteurs.

L'utilisation de réseaux ou médias électroniques

Ce qui distingue l'e-commerce des autres formes de commerce, c'est avant tout l'utilisation d'un média électronique pour conclure des opérations commerciales : sites internet, applications smartphones, réseaux sociaux, plateformes d'échanges, de vente en ligne, d'enchères, etc. On comprendra donc aisément que l'avènement de l'e-commerce est intimement lié à l'essor d'internet et des nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) dans les années 1990.

Les entreprises ont rapidement compris que les nouvelles technologies pouvaient constituer un nouveau canal de distribution pour écouler leurs biens et services. Néanmoins, les débuts de l'e-commerce ont été lents et difficiles. En effet, le développement de cette forme d'échange commercial s'est heurté à deux formes d'insécurité qui ont ralenti son démarrage. D'une part, les acteurs ont dû faire face à l'insécurité juridique des échanges électroniques, résultant d'une difficulté d'application des règles nationales à des échanges désormais largement internationaux et d'une nécessaire adaptation des normes aux opérations virtuelles. D'autre part, les possibilités technologiques de ces nouveaux outils ont suscité une insécurité de nature psychologique et entraîné une grande méfiance dans le chef des consommateurs et même des professionnels, qui craignaient qu'elles ne leur portent atteinte : arnaques, vol de données personnelles ou bancaires, erreurs d'envoi, produits défectueux, ...

Vu la nécessité de pallier ces problèmes et de permettre un essor de l'e-commerce, différentes législations ont émergé à partir des années 2000. Il y a eu d'abord la directive européenne sur le commerce électronique, transposée ensuite en droit belge par deux lois de 2003, qui ont créé un cadre juridique sécurisant pour l'e-commerce. Ces règles ont été intégrées au Code de droit économique (CDE), dont le livre XII est entièrement consacré à ce sujet. En outre, des dispositions réglementant les contrats à distance sont reprises au livre VI, qui porte sur les pratiques de marché et la protection du consommateur.

Les acteurs de l'e-commerce

L'e-commerce met en rapport différents acteurs sur le marché :

- Des entreprises⁽²⁾ entre elles, dans une relation que l'on nomme « B2B » (Business to Business) ;
- Des entreprises et des consommateurs, dans une relation « B2C » (Business to Consumer) ;
- Des consommateurs entre eux.

Il est intéressant de souligner que les règles qui s'appliquent à ces trois types de relations sont différentes. Ainsi, la relation entre consommateur et entreprise est celle qui est la plus réglementée. Le CDE définit le consommateur comme « toute personne physique qui agit à des fins qui n'entrent pas dans le cadre de son activité commerciale, industrielle, artisanale ou libérale ». L'échange économique impliquant un consommateur et une entreprise, verra s'appliquer l'ensemble des dispositions prévues aux livres précités, et souvent de manière impérative. Tandis que les relations entre entreprises⁽³⁾ en matière d'e-commerce sont réglementées uniquement par le livre XII relatif au droit de l'économie électronique et sont assez largement supplétives dans les relations entre professionnels. Enfin, il est à noter qu'aucune règle spécifique n'est prévue actuellement pour réglementer les relations économiques des consommateurs entre eux. Cette situation pourrait poser problème étant donné que les possibilités d'échanges économiques entre les consommateurs sont en augmentation via notamment les plateformes de vente aux enchères : eBay, Kapaza et zememain, be entre autres.

Quelle est la situation de l'e-commerce dans le monde ?

En 2013, il y avait plus d'un milliard de consommateurs en ligne dans le monde (1.036 milliards) et le chiffre d'affaires mondial pour l'e-commerce était estimé à 1.552 milliards de dollars.

Le tableau suivant reprend les résultats des dix pays qui ont généré les chiffres d'affaires les plus élevés liés à l'e-commerce :

chiffre d'affaires 2013 de l'e-commerce (en milliards de dollars)	
Les États-Unis	419
La Chine	328,4
Le Royaume-Uni	142,3
Le Japon	136,7
L'Allemagne	84,2
La France	67,8
L'Australie	35,7
Le Canada	23,9
La Russie	20,5
La Corée du Sud	20,2

Source : ECOMMERCE FOUNDATION,
« e-commerce rapport 2014 »

Si les États-Unis ont généré le plus grand chiffre d'affaires en 2013, c'est bien la zone « Asie-Pacifique », avec un résultat de 567,3 milliards de dollars pour 447 millions de consommateurs, qui domine l'e-commerce mondial.

L'Europe et la zone « Amérique du nord » ont un chiffre d'affaires et un marché assez similaires. À savoir, pour l'Europe : 482,3 milliards de dollars générés par 264 millions de consommateurs et pour l'Amérique du nord, 452 milliards de dollars par 234 millions de consommateurs.

Les zones « Amérique latine » et « MENA »⁽⁴⁾ possèdent des marchés d'e-commerce plus modestes. En effet, leur chiffre d'affaires et leur nombre de clients sont respectivement de 32 milliards de dollars pour 69 millions de consommateurs et de 14 milliards de dollars pour 20 millions de consommateurs. Toutefois, l'analyse des taux de croissance des chiffres d'affaires liés à l'e-commerce et des moyennes des montants dépensés annuellement par chaque client dans ces deux zones, démontre que le potentiel de développement y est encore important.



(1) Y. De Cordt, C. Delforge, T. Léonard, Y. Pouillet et H. Jacquemin, Manuel de droit commercial, Limal, Anthémis, 2014, 2ème édition (2011).

(2) Une entreprise au sens du CDE est : « toute personne physique ou personne morale poursuivant de manière durable un but économique, y compris ses associations ». Il s'agit donc d'une notion large, qui n'exige pas un habillage juridique commercial ou un but lucratif. Tout acteur sur le marché qui poursuit un but économique est considéré comme une entreprise.

(3) Le livre XII du CDE emploie la notion de « prestataire », entendue comme : « toute personne physique ou morale qui fournit un service de la société de l'information ».

(4) MENA pour « Middle East and North Africa » (« Moyen-Orient et Afrique du Nord »)



Le tableau suivant reprend les résultats pour chacune des zones citées :

	Croissance du chiffre d'affaires lié à l'e-commerce (entre 2012 et 2013)	Moyenne du montant dépensé par client online en 2013
Asie-Pacifique	+44,6%	1268 \$/an
Europe	+17,1%	1828 \$/an
Amérique du nord	+10,1%	1927 \$/an
Amérique latine	+21,5%	475 \$/an
MENA	+32,7%	714 \$/an

Source : ECOMMERCE FOUNDATION, « e-commerce rapport 2014 »

La situation de l'e-commerce en Europe sous la loupe

En 2013, l'e-commerce a généré un chiffre d'affaires de 363,1 milliards d'euros dans les 47 États européens⁽⁵⁾. Selon les estimations, ce montant pourrait atteindre 625 milliards d'euros en 2016. Ce chiffre est de 318,1 milliards d'euros lorsque l'analyse porte uniquement sur les 28 États membres de l'UE. Cependant, le déploiement de l'e-commerce n'est pas homogène dans toute l'Europe.

En outre, certains pays concentrent une part importante du chiffre d'affaires lié à l'e-commerce : le Royaume-Uni (107,1 milliards d'euros), l'Allemagne (63,4 milliards d'euros) et la France (51,1 milliards d'euros) représentent à eux-seuls près de 61% du chiffre d'affaires européen.

De plus, des disparités importantes sont constatées lorsque l'analyse différencie certaines zones de l'Europe. Ainsi, à elle seule, la zone « Europe de l'ouest » connaît un chiffre d'affaires lié à l'e-commerce (177,7 milliards d'euros) quasiment identique à la somme des chiffres d'affaires de

l'e-commerce en Europe centrale (93,3 milliards d'euros, dont 63,4 pour la seule Allemagne), dans le sud de l'Europe (40,8 milliards d'euros), dans l'Europe du nord (31,9 milliards d'euros) et dans l'Europe de l'est (19,3 milliards d'euros dont 15,5 pour la seule Russie).

Le chiffre d'affaires lié à l'e-commerce croît dans toutes les zones. Toutefois cette croissance n'est pas uniforme. Ainsi, l'Europe de l'est a connu une croissance importante de son chiffre d'affaires lié à l'e-commerce entre 2012 et 2013 (+47,3%). En revanche, les autres zones de l'Europe ont des taux de croissance de leur chiffre d'affaires e-commerce deux à quatre fois moindre pour la même période (+12,4% pour l'Europe de l'ouest, +22,7% pour l'Europe centrale, +18,9% pour l'Europe du sud et +12,7% pour l'Europe du nord).

Étant donné les différences significatives entre ces zones en termes de nombre d'habitants (et plus particulièrement du nombre de personnes ayant accès à internet) et de revenus moyens, il est intéressant de présenter dans le tableau suivant la moyenne dépensée annuellement par les clients online ainsi que le nombre de consommateurs en ligne en 2013 dans chacune de ces zones :

	Croissance du chiffre d'affaires lié à l'e-commerce (entre 2012 et 2013)	nombre de consommateurs en ligne en 2013
Europe de l'ouest	1.864 €/an	95 millions
Europe centrale	1.379 €/an	68 millions
Europe du sud	842 €/an	48 millions
Europe du nord	1.926 €/an	19 millions
Europe de l'est	572 €/an	34 millions

Source : ECOMMERCE FOUNDATION, « e-commerce rapport 2014 »

CADRE JURIDIQUE

La relation entre consommateurs et professionnels de l'e-commerce est particulièrement intéressante car son cadre juridique, principalement repris au livre VI du CDE, vise à instaurer un régime de protection du consommateur. Une série de règles spécifiques s'appliquent donc à cette relation, en termes d'obligation d'information préalable, de conclusion du contrat et de preuve.

Les obligations d'information

En vue d'assurer la protection du consommateur, le législateur a prévu un ensemble d'informations obligatoires à charge des prestataires de services en ligne préalablement au passage de la commande. Elles sont relatives aux contrats à distance et portent principalement sur trois points :

1. Le prestataire ou l'entreprise elle-même. Le législateur les oblige à fournir leur identité, une adresse géographique ainsi qu'un moyen de contact (numéro de téléphone, télécopieur ou adresse électronique) ;
2. Le bien ou le service, objet du contrat, y compris les droits du consommateur. Le consommateur doit pouvoir connaître les caractéristiques du produit, les modalités de paiement, l'existence d'un droit de rétractation, d'une garantie ou d'un service après-vente, l'existence d'une caution, etc.
3. Le prix du bien ou de service. Le prestataire doit fournir au consommateur une information transparente quant au prix global TTC et aux éventuels frais supplémentaires.

Par ailleurs, les informations générales relatives aux biens et produits offerts par le prestataire doivent être accessibles facilement, directement et de manière permanente au consommateur.

La conclusion du contrat

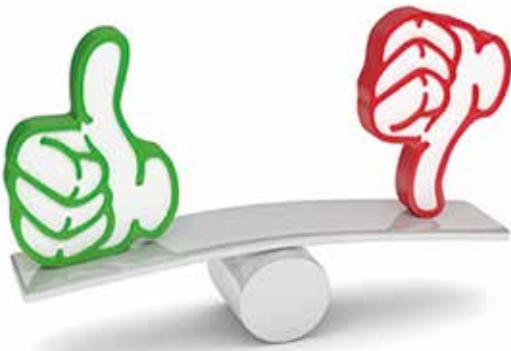
La conclusion des contrats en matière d'e-commerce est soumise à des règles particulières qui sont applicables aux relations entre prestataires et consommateurs mais également aux relations entre entreprises. Ainsi, pour éviter que des erreurs de manipulation ne se produisent lors de la passation de la commande, le prestataire doit mettre en place des mécanismes techniques d'identification des erreurs et de correction de celles-ci, le cas échéant. En pratique, les prestataires de services online prévoient généralement la soumission au client d'un récapitulatif de sa commande afin qu'il puisse opérer une dernière vérification avant de la finaliser.

Le prestataire de services est par ailleurs obligé d'accuser sans délai réception de toute commande qui serait passée sur son site. L'accusé de réception doit bien sûr être adressé au client par voie électronique et contenir un récapitulatif de la commande. Dans le cadre d'une transaction online entre un consommateur et une entreprise (B2C), le législateur oblige même le prestataire à confirmer l'existence du contrat conclu. En ce qui concerne les biens, le consommateur doit recevoir ces informations au plus tard lors de la livraison et en ce qui concerne les services, avant le début de l'exécution de la prestation.

La preuve

Le principe en matière d'e-commerce est que la charge de la preuve repose entièrement sur le prestataire de services. Il est donc fondamental que celui-ci dispose d'un système technique lui donnant la possibilité de garder la preuve des contrats conclus ainsi que des documents faisant état de l'accord des clients sur les termes et conditions proposés.

Quant au respect du formalisme, prévu généralement pour protéger la partie faible au contrat – dans ce cas-ci, le consommateur –, il était susceptible d'entraver la conclusion des contrats en ligne. C'est pourquoi, le législateur a instauré une présomption de validité en faveur des contrats conclus par voie électronique. Les exigences de forme légales ou réglementaires conditionnant dans certains cas la validité d'un contrat seront satisfaites dans le cadre d'une opération commerciale en ligne pour autant que les « exigences fonctionnelles » des formes prescrites soient atteintes. Il s'agit d'un assouplissement visant à faciliter l'essor de l'e-commerce.



(5) UE 28 + 19 États (Albanie, Bosnie, Macédoine, Islande, Kosovo, Monténégro, Serbie, Turquie, Andorre, Biélorussie, Lichtenstein, Moldavie, Monaco, Norvège, Russie, San Marin, Suisse, Ukraine, Vatican)



Le droit de rétractation

Le droit pour le consommateur de se rétracter une fois un contrat à distance conclu est un mécanisme de protection essentiel en matière d'e-commerce. Il vient en effet renforcer la confiance du consommateur dans les opérations en ligne et pallier les difficultés pour celui-ci de se faire, à distance, une opinion des biens ou services proposés.

Le principe est que le consommateur dispose, une fois qu'il a pris physiquement possession d'un bien ou dans le cas des marchés de services, une fois le contrat conclu, d'un délai de 14 jours (calendrier) pour se rétracter d'un contrat à distance. Le prestataire de services électroniques a l'obligation d'informer le consommateur quant à l'existence de ce droit. S'il ne l'a pas fait ou s'il ne peut pas le prouver, le délai de rétractation dont bénéficie le consommateur est porté à 12 mois à compter du délai initial de 14 jours. Le principe de la rétractation souffre plusieurs exceptions, qui sont cependant limitativement énumérées dans le CDE.

Le droit de rétractation est entièrement discrétionnaire, ce qui veut dire que le consommateur n'a pas à se justifier quant à sa décision ou à indiquer des motifs dans le formulaire qu'il soumettrait à un prestataire. Il doit par contre veiller à informer l'entreprise de sa décision dans le délai imparti.

Le CDE précise, qui plus est, que le consommateur doit pouvoir exercer son droit de rétractation sans que sa décision ne lui occasionne des coûts supplémentaires. L'entreprise est dès lors contrainte de lui rembourser les sommes versées dans les 14 jours qui suivent le jour auquel le consommateur l'a informé de sa décision. Les frais directs de renvoi ou les frais d'expédition peuvent être mis à charge du consommateur, si celui-ci a choisi un mode de livraison plus coûteux que le mode de livraison standard proposé par l'entreprise.

L'E-COMMERCE EN BELGIQUE

Tous les ans, le SPF Économie publie une enquête sur l'utilisation des technologies de l'information et de la communication (TIC) par les entreprises ainsi que par les ménages et les individus. Ces deux enquêtes sont réalisées en collaboration avec la DG Statistique et Information économique et Eurostat. Pour réaliser cette enquête, environ 5.000 individus et 7.500 entreprises ont été sondés. Les dernières « enquêtes TIC » publiées concernent l'année 2013. Voici un aperçu des résultats probants dans le cadre de ce dossier.

Les ménages et les individus

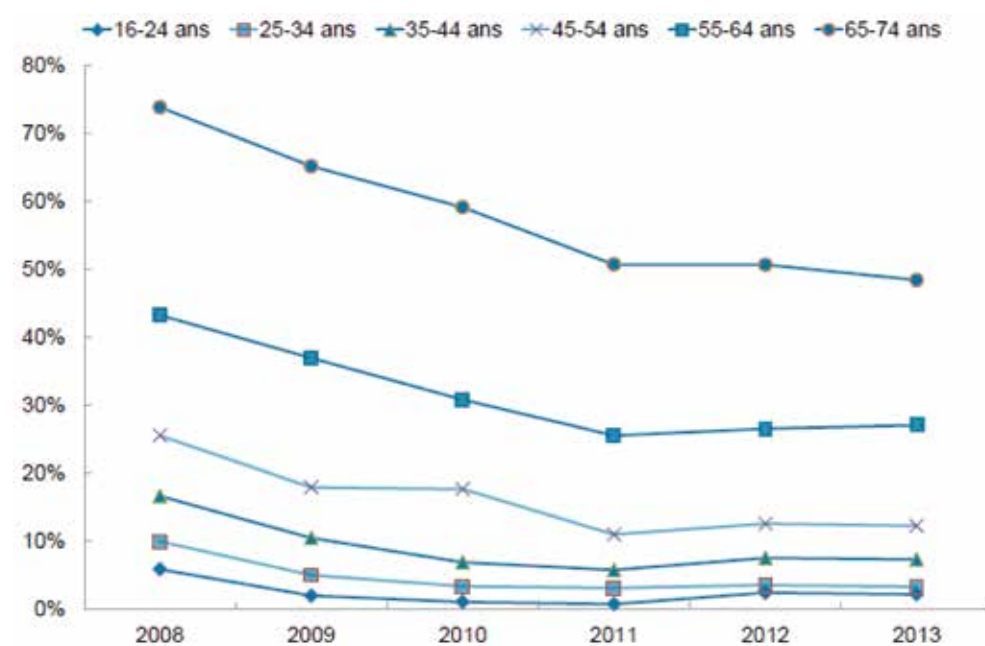
En 2013, 80% des ménages belges disposaient d'une connexion internet. Lorsque ces ménages sont interrogés quant aux raisons pour lesquelles ils ont choisi de se connecter à internet, le motif

« pour faire des achats en ligne » était cité dans 5,3% des cas (2,7% en 2012). Cependant, 48% des sondés déclaraient dans le même temps avoir effectué des achats en ligne au cours des 12 derniers mois.

Bien que la fracture numérique ait tendance à se réduire, force est de constater qu'il reste une frange significative d'individus n'ayant jamais utilisé internet. C'est à souligner dans la mesure où disposer d'un accès aisé à internet est évidemment une des conditions pour concrétiser des achats en ligne. Le graphique ci-dessous illustre l'évolution de la fracture numérique entre 2008 et 2013.

Il est également intéressant de constater que les consommateurs en ligne belges préfèrent effectuer leurs achats auprès de vendeurs établis en Belgique ou dans l'UE. À cet égard, le cadre réglementaire européen existant en matière d'e-commerce doit jouer un rôle rassurant. Pourtant, 40% des internautes belges déclarent en même temps ne pas connaître les droits les protégeant lors de leurs achats en ligne.

Pourcentage des individus n'ayant jamais utilisé internet en Belgique, par tranche d'âge



Source : EUROSTAT, « Enquête TIC ménages et individus 2008-2013 », in SPF Economie - DG Statistique et Information économique, « Enquête TIC ménages et individus (2013) »

Les entreprises

En 2013, 96,9% des entreprises belges étaient connectées à internet, ce qui correspond à la moyenne européenne (96,2% des entreprises de l'UE28). À l'instar de la situation européenne, la Belgique ne connaît pas de différence significative entre les grandes, moyennes et petites entreprises dans ce domaine⁽⁶⁾.

Par ailleurs, 78,3% d'entre elles disposaient d'un site internet en 2013. Il existe, en la matière, de fortes disparités en fonction des tailles d'entreprises. En effet, si 94,2% des grandes et 90,2% des moyennes entreprises belges avaient un site internet en 2013, ce pourcentage tombe à 75,7% dans le cas des petites entreprises. Il est également à noter que 20,7% de ces sites internet offraient la possibilité de passer une commande ou de réaliser une réservation. Ainsi, 15 % des entreprises belges ont reçu des commandes via leur site internet.

Le pourcentage du chiffre d'affaires des entreprises belges réalisé par l'e-commerce en 2013 était de 13,5% (la moyenne dans l'UE28 est de 14%). C'est dans les entreprises de taille moyenne que la part du chiffre d'affaires lié à l'e-commerce était la plus importante (13,4% pour les moyennes entreprises, 22,8% pour les moyennes et 5,1% pour les petites). La part de l'e-commerce dans le chiffre d'affaires des entreprises de taille moyenne est une particularité belge. À l'échelle européenne, les grandes entreprises surpassent largement les autres en termes de chiffre d'affaires. Notons également que la part des petites et moyennes entreprises belges dont au moins 1% du chiffre d'affaires est réalisé grâce à des commandes en ligne était de 20% en 2013, ce qui est plus élevé que la moyenne européenne (13,9%).

Le pourcentage d'entreprises belges ayant effectué des achats en ligne en 2013 était de 20,9%. Ce taux est inférieur à la moyenne dans l'UE28 (37% en 2013). En revanche, la part d'entreprises belges ayant effectué des ventes via internet (21,1% en 2013) était supérieure à la moyenne dans les 28 États membres de l'UE (17%).

Cette enquête a également été menée auprès des entreprises belges n'ayant pas d'offre en ligne afin de déterminer les principaux obstacles leur ayant dicté ce choix. La moitié de ces entreprises (50,1%) estiment que les biens ou services qu'elles offrent sont inadaptés à l'e-commerce. Les difficultés en termes de logistique sont le deuxième obstacle cité (23,9%). Une analyse coûts-bénéfices défavorable (20,1%), les problèmes liés aux paiements (17,5%), à la sécurité ou à la protection des données (15,5 %) ou encore au cadre juridique (14,2%) sont les autres obstacles principalement évoqués par les entreprises n'ayant pas souhaité instaurer une offre en ligne.

Certains résultats de l'enquête relative à l'utilisation des TIC par les entreprises en 2013 sont ventilés par Région, ce qui permet de comparer la situation bruxelloise à celles des deux autres Régions du pays. Le tableau suivant reprend ces données régionales.



(6) Dans ces enquêtes relatives à l'utilisation des TIC par les entreprises, une entreprise est définie comme « petite » lorsqu'elle emploie moins de 50 personnes, « moyenne » lorsqu'elle emploie entre 50 et 249 personnes et « grande » lorsqu'elle emploie plus de 249 personnes.



Chiffres clés relatifs à l’e-commerce en Belgique en 2013, ventilés par Région

	Part d'entreprises dont le site internet héberge un système de réservation ou de passation de commandes en ligne	Part d'entreprises recevant des commandes de produits ou de services passées sur un site internet	Part d'entreprises recevant des commandes de produits ou de services passées au moyen de messages de type EDI (échange informatisé de données)	Part des entreprises ayant passé des commandes de produits ou de services via des réseaux informatiques	Total des ventes en ligne des entreprises (hors TVA)
Région flamande	14,1%	14,8%	5,8%	16,1%	10%
Région wallonne	11,5%	14,8%	3,7%	21,2%	12%
Région de Bruxelles-Capitale	18,4%	14,9%	6,3%	21,9%	20,2%

Source : SPF Économie - Direction générale Statistique - Statistics Belgium, « Enquête sur l'utilisation des TIC et le commerce électronique dans les entreprises 2013 »

La part du total des ventes en ligne des entreprises bruxelloises et, dans une moindre mesure, des commandes passées au moyen d'échange informatisé de données est significativement plus élevée à Bruxelles que dans les deux autres Régions. Cela s'explique notamment par le fait que la part des entreprises bruxelloises possédant un site internet avec un système de réservation ou de passation de commande en ligne est, elle aussi, plus élevée qu'en Flandre ou en Wallonie.

Profil du consommateur en ligne

Depuis 2011, Comeos réalise annuellement une enquête sur l'e-commerce en Belgique⁽⁷⁾. En 2014, plus de 1.000 personnes ont été interrogées afin de dresser un aperçu détaillé de leurs habitudes de consommation en ligne.

Cette étude révèle que 62% des hommes et 55% des femmes ont effectué au moins un achat en ligne en 2014.

En outre, l'achat en ligne a plus de succès chez les consommateurs néerlandophones (62% des néerlandophones ont effectué au moins un achat en ligne en 2014 contre 54% de francophones).

L'achat en ligne est aujourd'hui un moyen de consommer utilisé par plus de la moitié de toutes les générations. Cependant, en 2014, ce mode de consommation était plus plébiscité par les 17-27 ans (65%) et les 28-43 ans (64%) que par les 44-59 ans (53%) et les 60+ (51%).

Enfin, plus les personnes bénéficient d'un revenu mensuel élevé, plus elles sont enclines à effectuer des achats en ligne. Les résultats à cet égard sont les suivants : 67% des personnes ayant effectué au moins un achat en ligne en 2014 avaient un

revenu de plus de 3.500€ et 65% un revenu compris entre 2.500€ et 3.500€. En revanche, seulement 55% des personnes dont le revenu mensuel était inférieur à 2.500€ avaient consommé en ligne durant l'année 2014.

Mode de consommation en ligne

L'étude Comeos met en évidence une augmentation de la fréquence des achats en ligne. En effet, en 2014, 28% des clients ont effectué au moins un achat en ligne soit toutes les semaines (5%), soit tous les mois (23%). En 2011, ils n'étaient que 17% à réaliser des achats en ligne à cette fréquence (2% de manière hebdomadaire et 15% de manière mensuelle).

Cette étude montre également que l'offre des services d'achat en ligne semble séduire les consommateurs. En effet, 86% des personnes interrogées étaient satisfaites ou très satisfaites du dernier site fréquenté. Notons que seulement 2% des personnes sondées par Comeos ont déclaré qu'elles n'effectueraient probablement ou certainement plus d'achats en ligne dans le futur.

En 2014, les clients ont dépensé en moyenne 161€/mois en ligne. C'est légèrement moins qu'en 2013 (170€/mois) mais comparable à la situation en 2012 (163€/mois) et sensiblement plus élevé qu'en 2011 (130€/mois).

En outre, bien que la moyenne des dépenses ait diminué par rapport à 2013, il est à souligner que 38% des personnes interrogées ont déclaré avoir dépensé davantage sur internet en 2014 qu'en 2013 (44% déclarent avoir dépensé la même chose qu'en 2013 et 14% déclarent avoir dépensé moins ou beaucoup moins qu'en 2013).

Le moyen de paiement le plus utilisé dans l'e-commerce reste la carte de crédit (41% des paiements) mais le recours à ce mode de paiement est en légère baisse au profit de systèmes du type « PayPal » (12% des paiements). Cela démontre la volonté des consommateurs en ligne d'effectuer leurs paiements en toute sécurité (voir infra). En outre, le recours aux paiements via les services en ligne liés aux cartes bancaires est lui aussi en croissance (23% des paiements en 2014 alors que ce mode de paiement ne représentait que 12% en 2011). Ce développement se fait au détriment du paiement au moyen du virement bancaire classique qui représentait 12% des paiements en 2014 mais qui est en perte de vitesse constante depuis 2011.

Les achats en ligne en 2014 concernaient principalement les vêtements ou les chaussures (49% des clients online ont effectué ce type d'achat), la réservation de nuits d'hôtel (40%), l'achat de livres (32%), de tickets pour des événements (31%) ou encore la réservation de tickets de train/avion/bateau (29%).

Notons qu'environ 35% des achats effectués en ligne en 2014 étaient des achats qui n'auraient pas été réalisés dans le commerce classique. À titre de comparaison, la frange des achats concrétisés en ligne mais qui auraient été (ou très probablement été) effectués dans le commerce classique était de 32%.

Bien que l'achat en ligne de nourriture ou d'offres audiovisuelles au format électronique soit encore peu développé, ces deux secteurs offrent un grand potentiel en termes de développement e-commerce. En effet, une part importante des personnes interrogées déclarent être prêtes à acheter « plus » voire « beaucoup plus » ce type de produits en ligne (48% pour l'audiovisuel et 37% pour la nourriture).

Enfin, dans la très grande majorité des cas, les personnes ayant effectué un achat en ligne en 2014 souhaitaient être livrées à domicile (69%). Ces personnes souhaitaient par ailleurs largement être livrées entre 9h et 18h (82%) et le week-end (88%). Les autres modes de livraison souhaités étaient le retrait dans un point de collecte (15%) ou le retrait en magasin (8%).



Incitants et obstacles

Les deux raisons principales citées par les clients afin d'expliquer la raison du recours à l'e-commerce en 2014 sont le prix et la commodité (gain de temps, livraison à domicile, accessibilité permanente,...).

À cet égard, il faut préciser que ces justifications varient fortement en fonction des produits achetés. À titre d'exemple, la raison « je peux trouver un prix plus bas » est citée par un peu moins de 30% des personnes ayant acheté des produits « télécom » mais par plus de 50% des personnes ayant acheté des produits « électroniques ».

Il est également intéressant de constater qu'une grande majorité des consommateurs en ligne (80% des clients e-commerce en 2014) préfère réaliser ses achats sur un site internet rattaché à un homologue « offline » (par exemple, réaliser son achat sur le site de la Fnac). Par contre, la préférence envers les sites internet belges est en baisse (43% en 2014 contre 50% en 2013).

Les consommateurs en ligne sont aussi enclins à se rendre sur des sites internet d'achats groupés (Groupon,...) ou prêts à faire de la promotion via les réseaux sociaux en échange de réductions (respectivement 46% et 32% des personnes interrogées ont déclaré qu'elles feront certainement ou probablement appel à ces possibilités).

Les principales barrières à l'achat en ligne citées par les personnes interrogées en 2014 étaient la volonté de voir ou d'essayer un produit avant de l'acheter (31%), la crainte de communiquer des données personnelles via internet (25%), la crainte concernant la sécurité des achats en ligne (25%) ou la réticence à l'utilisation d'une carte de crédit (24%). Il faut souligner que la crainte relative à la sécurité des paiements en ligne a diminué significativement depuis 2011 (elle était alors citée par 36% des personnes interrogées).

(7) DCOMEOS et InSites Consulting, « E-commerce Belgium 2014 ».



LE DÉVELOPPEMENT DE L'E-COMMERCE

Objectif de l'Union européenne

Le développement de l'e-commerce est jugé primordial par l'UE. Ainsi, en 2010, la Commission européenne a élaboré une feuille de route appelée « Digital Agenda for Europe » définissant notamment les objectifs suivants (à atteindre en cette année 2015) :

- 50% de la population devrait faire des achats en ligne ;
- 33% des petites et moyennes entreprises devraient effectuer des achats/ventes en ligne ;
- 20% de la population devrait faire des achats transnationaux en ligne.

Si l'e-commerce se développe bien en Belgique, notre pays a encore quelques efforts à fournir pour atteindre le niveau des « meilleurs élèves » européens en la matière (Royaume-Uni, Allemagne, France).

Il y a dès lors lieu de s'interroger quant aux mesures à développer ou à mettre en œuvre pour soutenir le développement de l'e-commerce en Belgique et plus particulièrement dans la Région de Bruxelles-Capitale.

Relever le taux de pénétration d'internet et anticiper le développement du « m-commerce »

L'accès à internet via un téléphone portable (mobile en anglais) étant de plus en plus répandu, l'achat de biens ou de services par ce biais est également en pleine augmentation. Le vocable de « m-commerce » est apparu pour désigner ce mode de consommation via smartphone.

Le m-commerce constitue, pour les prestataires du secteur, un enjeu important car il leur permet d'attirer de nouveaux clients vers le commerce en ligne. Il est crucial pour eux d'éviter que la croissance de l'e-commerce ne repose que sur une augmentation de la consommation de leur public captif. Pour cela, il s'agit de séduire de futurs clients via notamment les téléphones portables. Or, la Belgique peut encore faire des efforts en la matière pour réduire la fracture numérique.

En effet, selon les données du SPF Économie le pourcentage de ménages belges ayant accès à internet en 2014 (81%) est relativement comparable aux pays voisins, France (80%) et Allemagne (79%). Les taux des Pays-Bas (94%), du Luxembourg (87%) et du Royaume-Uni (85%) sont par contre bien plus élevés. En revanche, le taux de pénétration de l'internet mobile à haut débit dans notre pays est assez bas (45,7% en janvier 2014) en comparaison à la moyenne européenne (UE28), qui est de 62,4%. Ce taux de pénétration place la Belgique au 21^{ème} rang des États membres de l'UE.

Augmenter la confiance

Le manque de confiance en l'outil internet pour effectuer des achats est l'un des principaux obstacles au développement de l'e-commerce.

Des mesures de sensibilisation aux droits des consommateurs en ligne, souvent méconnus, devraient améliorer le sentiment de confiance nécessaire à la concrétisation de l'acte d'achat sur internet.

En outre, une meilleure éducation aux règles de prudence à adopter lors des achats sur internet serait également opportune.

Enfin, les clients doivent pouvoir effectuer leurs paiements en ligne au moyen d'un système sûr, simple et transparent. Un tel système de paiement est, par ailleurs, de nature à rassurer les commerçants. Le succès des modes de paiements du type « Paypal » est révélateur des craintes et des attentes à cet égard.

Développer les sites internet et l'e-commerce dans les petites entreprises

Les entreprises belges de taille moyenne semblent avoir bien pris conscience de l'importance de proposer une offre en ligne. À cet égard, le fait que 20% des PME belges réalisent au moins 1% de leur chiffre d'affaires grâce à des commandes en ligne (contre 13,9% dans l'UE28) est encourageant.

Il reste toutefois des efforts à fournir pour atteindre l'objectif européen en matière d'e-commerce dans les PME.

Ces efforts devraient se concentrer sur la sensibilisation des petites entreprises à l'importance du développement de l'e-commerce. Il y a lieu de soutenir également ces petites entreprises afin de leur donner les moyens, d'une part, de passer et d'autre part, de recevoir des commandes et d'en assurer le suivi.

Vade-mecum de l'e-business dans le commerce de détail bruxellois

Le bureau de consultance Youniverse.be a réalisé, en juin 2012, à la demande de la Chambre des classes moyennes, un vade-mecum concernant l'e-business dans le commerce de détail bruxellois.

La Chambre des classes moyennes, qui représente les différentes organisations de défense des PME et des indépendants au Conseil économique et social de la Région de Bruxelles-Capitale, a choisi de se pencher sur l'e-commerce en raison de son importance stratégique. En effet, il représente un vecteur majeur du commerce dans l'avenir, au vu des marges de croissance qu'il représente pour le secteur. Il est dès lors crucial pour les petites entreprises de s'adapter et de maîtriser les nouveaux moyens de communication afin de maintenir leur attractivité vis-à-vis des clients. Il s'agit d'un enjeu vital pour leur survie et leur expansion.

L'objectif poursuivi par ce vade mecum était de démystifier l'e-commerce aux yeux des petites entreprises actives dans le commerce du détail. En effet, la vente en ligne est souvent présentée, à tort, comme un domaine complexe et accessible aux seules grandes entreprises. Il s'agissait donc de montrer que l'e-commerce est accessible également aux petits commerces via la mise en place de moyens et de solutions adaptés à leurs caractéristiques. Dans cet objectif, il aborde les aspects pratiques du recours aux technologies de l'information sous forme de différents chapitres: la mise en place d'un site internet, les idées pour renforcer des outils en ligne existants, la promotion sur internet et le démarrage d'un site de vente en ligne.

Il est consultable dans son intégralité sur le site internet du Conseil économique et social: www.ces.brussels.





Débats suscités par le développement de l'e-commerce

Le développement de l'e-commerce peut également être source de difficultés. Si un examen exhaustif de celles-ci n'est pas possible dans le cadre de ce dossier, il nous semblait important d'évoquer les deux aspects suivants : la mobilité et les conditions de travail.

La mobilité

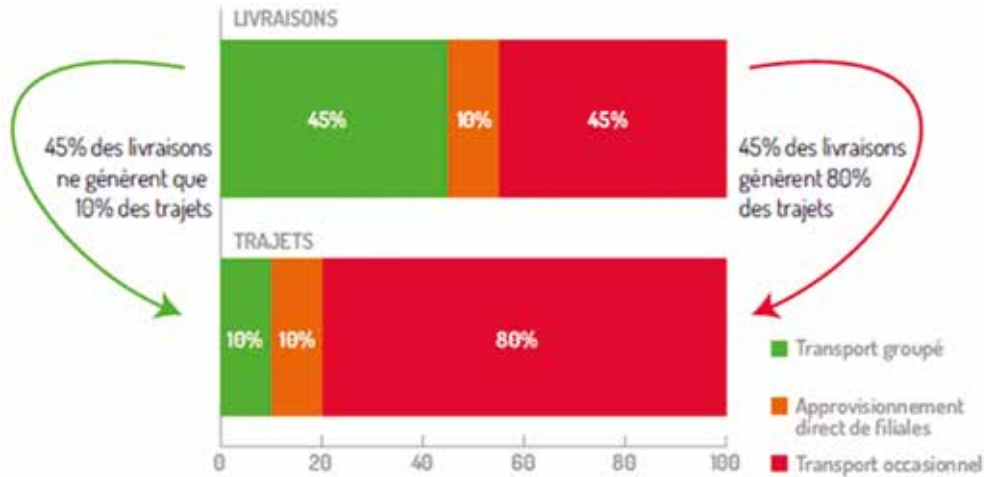
Diverses analyses sur le transport de marchandises dans les zones urbaines européennes et notamment l'étude de « buck consultants international » mentionnée dans le plan bruxellois pour le transport des marchandises ont démontré la coexistence de méthodes d'approvisionnement dans les villes.

Le transport groupé (livraison de diverses marchandises à plusieurs adresses par un seul véhicule) est une méthode efficace. En effet, cette dernière, bien qu'assurant 45% des livraisons, ne génère que 10% des trajets liés au transport de marchandises.

L'approvisionnement de filiales (supermarchés, grands magasins,...) au moyen de véhicules entièrement chargés est, elle aussi, une méthode efficace dans la mesure où elle assure 10% des livraisons et engendre 10% des trajets liés aux marchandises.

La difficulté vient des transports occasionnels c'est-à-dire la livraison d'un petit nombre de marchandises (voir d'un seul article) à une ou quelques adresses. Cette méthode d'approvisionnement est jugée peu efficace car elle implique la présence de nombreux petits véhicules dans les villes. Ces derniers génèrent un nombre important de trajets (80%) au regard du pourcentage des livraisons qu'ils assurent (45%).

L'un des défis sera donc de concilier le développement de l'e-commerce avec la mise en œuvre d'une politique de transport de marchandises efficace, réduisant les risques d'effets négatifs sur la congestion des villes. Relever ce défi est primordial pour la Région de Bruxelles-Capitale qui doit déjà faire face à des difficultés importantes en termes de mobilité.



Source : buck consultants international

Les conditions de travail

La principale raison citée par les clients pour expliquer le choix d'effectuer leurs achats via internet est qu'ils y trouvent des produits moins chers. De même, les clients souhaitent être livrés rapidement. Les conséquences de ces attentes peuvent être néfastes, en particulier pour les conditions de travail des chauffeurs-livreurs. Le turn-over des travailleurs de ce secteur est d'ailleurs fort important.

Tout d'abord, leurs horaires de travail sont souvent contraignants (travail de nuit, dépassement – dans les faits – de la durée maximale d'une journée de travail,...). A ceux-ci, s'ajoute le fait que les chauffeurs-livreurs doivent parfois porter de lourdes charges ou effectuer un travail répétitif. Les locaux où ils travaillent (lorsqu'ils ne sont pas sur la route) peuvent également parfois être froids ou bruyants. Les salaires pratiqués dans ce secteur sont également relativement bas.

Ensuite, il y a la surveillance permanente à laquelle sont soumis certains travailleurs actifs dans le secteur de l'e-commerce (vidéosurveillance sur le lieu de travail, suivi permanent des livreurs au moyen des journaux de scan,...). La mise en place des dispositifs de surveillance vise à lutter contre le vol de marchandises mais elle contribue également à mettre une pression supplémentaire sur les travailleurs dans la gestion de leur temps de travail. Si l'employeur est en droit d'attendre de ses travailleurs qu'ils consacrent leurs heures de travail à leur activité professionnelle, la surveillance permanente peut avoir des conséquences négatives indirectes.

Enfin, l'externalisation des tâches, fort répandue dans l'e-commerce, concourt à transférer les responsabilités en cas d'infractions de toute nature, qu'il s'agisse du code de la route, du droit du travail ou du paiement des charges sociales. Ces pratiques ont pour conséquence de faire peser une pression croissante sur les sociétés qui offrent des conditions de travail plus acceptables.



CONCLUSION

L'e-commerce est relativement bien développé en Belgique, et plus particulièrement en Région de Bruxelles-Capitale, au regard des situations rencontrées dans d'autres parties du monde ou de l'Europe. Les perspectives économiques qu'ouvre le déploiement de cette nouvelle manière de consommer sont par ailleurs très encourageantes lorsque l'on sait qu'environ un tiers des achats effectués sur internet en 2014 étaient réalisés dans le commerce classique. Le développement de l'e-commerce est d'ailleurs soutenu par des objectifs européens précis.

Notre pays et notre Région restent cependant en-dessous des scores des pays dans lesquels l'e-commerce est le plus développé. Cette situation constitue une opportunité dans la mesure où des marges de progression sont encore possibles notamment au niveau de petites entreprises. Il faudra néanmoins être vigilant à l'avenir afin d'éviter que les nouveaux clients belges ne soient captés par des sites de vente à l'étranger⁽⁸⁾.



(8) Selon Comeos, 42% du chiffre d'affaire généré en Belgique par l'e-commerce est capté par des sites de vente en ligne étrangers, cela représente 8.032 emplois qui auraient pu être créés dans le secteur en Belgique.



INTERVIEW DE MADAME AURÉLIE LABARGE

AURÉLIE

Labarge est une jeune Bruxelloise qui s'est lancée dans l'aventure de l'e-commerce. Elle nous présente son entreprise et nous fait part de son expérience en matière de commerce en ligne.



Pouvez-vous nous présenter brièvement votre parcours scolaire et professionnel ?

A la base, j'ai suivi une formation de gestion. J'ai ensuite travaillé comme commerciale dans une société d'import/export.

Aujourd'hui, hormis l'activité de l'épicerie « PoiDs Gourmand », je suis responsable de la « ruche qui dit oui ! » de Forest. Cette dernière est une plateforme internet permettant aux consommateurs d'acheter directement des produits à des producteurs locaux.

Pouvez-vous nous expliquer le concept de « PoiDs gourmand » ?

« PoiDs Gourmand » est une épicerie en ligne où vous trouverez des produits biologiques et répondant aux principes du commerce équitable. La volonté est également de proposer des produits issus de petites productions.

J'ai fait le choix de réduire ma marge bénéficiaire au maximum afin de pouvoir pratiquer les prix les plus bas possibles. Ce choix m'impose une gestion rigoureuse de mon stock afin d'éviter tout gaspillage. C'est également en raison de cette faible marge bénéficiaire que la gamme de produits proposés est restreinte et comprend très peu de produits vite périssables.

En quoi « PoiDs Gourmand » diffère-t-elle de la « ruche qui dit oui ! » ?

Les deux sont complémentaires dans la mesure où vous trouverez chez « PoiDs Gourmand » des produits introuvables auprès de la « ruche qui dit oui ! ». En effet, cette dernière ayant comme objectif de promouvoir la consommation de produits locaux, vous ne pouvez y commander que des denrées produites à moins de 250 km et sans intermédiaire. Vous venez ensuite retirer vos commandes dans un point de collecte où vous pouvez, en outre, rencontrer les producteurs.

Des produits comme les pâtes, le riz, l'huile, le sucre, les céréales, les légumes secs, les conserves ou encore le vin ne sont donc pas disponibles via la « ruche qui dit oui ! ». C'est précisément ce type de denrées qui sont disponibles chez « PoiDs Gourmand ».

Quand avez-vous démarré l'aventure de l'épicerie en ligne ?

L'épicerie est accessible depuis septembre 2013. Elle a démarré en même temps que le projet de « la ruche qui dit oui ! ».

Quelles sont les raisons qui vous ont incitée à vous lancer dans un projet d'e-commerce ?

La raison principale est le coût élevé des loyers en Région de Bruxelles-Capitale. La location d'un local dans le but d'ouvrir, physiquement, une épicerie aurait impliqué un risque financier important. J'ai dès lors préféré démarrer mon activité sur internet.

Par ailleurs, le fait de pouvoir travailler depuis mon domicile et d'avoir la possibilité d'organiser librement mon temps de travail sont également des raisons m'ayant poussé vers l'e-commerce.

Je garde néanmoins le projet d'ouvrir un jour une « vraie » épicerie. Si ce projet devait se concrétiser, je souhaiterais toutefois continuer mon activité d'e-commerce.

Avez-vous rencontré des obstacles ? Avez-vous reçu une aide pour démarrer votre commerce en ligne ?

Je me suis plutôt efforcée de contourner les obstacles. Je n'ai, par exemple, pas mis en place de paiement en ligne en raison du coût élevé de ce service.

Pour le reste, je suis une autodidacte à 100%. J'ai donc appris mon nouveau métier sur le tas en faisant des erreurs et en cherchant à les corriger sans faire appel à des aides extérieures.

Comment se passe le paiement si vous n'offrez pas de solution de paiement en ligne ?

Mes clients règlent leurs commandes soit par virement bancaire soit directement en cash au moment du retrait de leurs produits. Cette situation est atypique pour un commerce en ligne mais ce choix me permet de réduire mes prix. En effet, les sociétés de paiement en ligne prennent entre 3 et 4% sur toutes les transactions effectuées.

Toutefois, je suis en pleine réflexion sur le moyen de permettre le paiement en ligne sur mon site tout en continuant à pratiquer des prix bas. Peut-être que la solution à envisager serait de permettre de choisir un mode de paiement en ligne mais que ce choix implique un supplément qui serait imputé sur la facture.

Quel mode de livraison des marchandises avez-vous mis en place ?

Les commandes sont à retirer soit lors des distributions de la « ruche qui dit oui ! » de Forest (et donc à un jour et dans une tranche horaire précise), soit directement au siège de la coopérative (sur rendez-vous).

Par ailleurs, suite aux demandes de certains clients, j'ai récemment conclu un contrat avec une société de livraison afin d'offrir la possibilité aux clients de se faire livrer à domicile. J'effectue aussi occasionnellement certaines livraisons moi-même pour de gros clients (restaurants, institutions,...).

Quel est le profil de vos clients ?

Les clients de l'épicerie sont très variés, il est donc difficile d'établir un profil type. Parmi eux, je compte également quelques restaurants et quelques institutions.

Cependant, une chose est certaine, les clients sont très largement des personnes habitant la Région de Bruxelles-Capitale (+/- 95%). Par ailleurs, dans la mesure où il s'agit d'une épicerie bio. Ce sont aussi des personnes sensibilisées à la qualité de la nourriture qu'ils achètent et à la recherche de produits spécifiques.

Aujourd'hui, combien de commandes recevez-vous chaque semaine et quel montant dépensent en moyenne vos clients ?

C'est entre 20 et 30 commandes qui sont passées hebdomadairement auprès de « PoiDs Gourmand ». La commande moyenne est de 30 euros.

Employez-vous quelqu'un (ou pensez-vous un jour employer quelqu'un) dans le cadre de votre activité d'e-commerce ?

Je suis complètement indépendante depuis peu. J'ai donc pu créer un premier emploi : le mien.

Si certains contacts se concrétisent et me permettent d'accéder à de nouveaux clients importants (restaurants, écoles, institutions,...), je pourrais alors envisager d'employer une personne supplémentaire dans le cadre de mon épicerie en ligne.

A cet égard, je souhaite attirer l'attention des autorités publiques sur un point relatif aux appels d'offres pour les marchés publics. Probablement pour des raisons pratiques, ces appels d'offres sont actuellement formulés de manière globale. C'est-à-dire qu'une institution publique formule un seul appel d'offre lorsqu'elle souhaite décerner un marché. Or, cette situation empêche certains petits acteurs, qu'ils soient actifs dans l'e-commerce ou non, d'y répondre. Pour prendre le cas de mon entreprise, je ne pourrai probablement jamais répondre aux appels d'offres des écoles de l'enseignement officiel dans la mesure où, pour les raisons déjà citées, ma gamme de produits ne contient pas certaines denrées mentionnées dans leurs appels d'offres (des produits exotiques comme les bananes par exemple). Or, le prix des produits présents dans ma gamme est concurrentiel. Pour pallier ce problème, il faudrait que les appels d'offres soient plus spécifiques et différenciés par lots (un appel d'offre « fruits et légumes locaux », un appel d'offre « fruits et légumes exotiques », un appel d'offre « denrées non-périssables »...). Je suis cependant consciente que certains critères juridiques peuvent empêcher cette solution. Par ailleurs, cela aurait un impact non-négligeable sur les moyens à mettre en œuvre pour élaborer de tels appels d'offres. Toutefois, je trouve qu'une réflexion sur l'accessibilité des marchés publics pour les petits acteurs économiques locaux est à mener.

Comment faites-vous votre marketing/publicité ?

Je fais très peu de marketing. Je n'envoie par exemple pas de newsletter afin d'informer mes clients des nouveaux produits disponibles.

J'ai par contre la chance de bénéficier d'un bon référencement Google (NDLR : présence du site dans les premiers résultats des recherches effectuées sur Google). Sans en être certaine, je suppose que ce bon référencement est une conséquence du fait que j'alimente régulièrement mon site internet avec de nouveaux produits. A ce propos, il est à souligner que l'entretien permanent d'un site internet est une tâche à ne pas négliger. Pour ma part, elle m'occupe environ 2 jours par semaine.

Enfin, il est indéniable que la complémentarité avec la « ruche qui dit oui ! » offre à mon épicerie en ligne une visibilité importante dans la mesure où « PoiDs Gourmand » est présent lorsque les membres de la « ruche qui dit oui ! » de Forest viennent retirer leurs commandes (NDLR : la « ruche qui dit oui ! » de Forest compte plus de 3500 membres).

PROPOS RECUEILLIS PAR CHARLIE VERTHÉ

Modification de la législation PEB

Le volet « travaux PEB » du Code bruxellois de l'air, du climat et de la maîtrise de l'énergie (CoBrACE) est entré en vigueur ce 1^{er} janvier 2015. C'est également à partir de cette date que de nouvelles exigences PEB arrêtées par le Gouvernement sont applicables⁽¹⁾. Les modifications de la législation PEB sont de quatre ordres.

1. La division des projets PEB

La notion de « bâtiment PEB » est remplacée par celle d'« unité PEB » qui est définie comme suit : « *ensemble de locaux adjacents abrités dans un même bâtiment, qui pourrait être vendu ou loué de manière autonome et qui répond à la définition d'une affectation PEB* ».

Cela introduit plus de flexibilité pour les projets composés de plusieurs unités dans la mesure où la nature des travaux et l'affectation sont désormais déterminées au niveau de cette « unité PEB » et non plus pour tout un bâtiment.

2. La nature des travaux PEB concernés

Depuis le 1^{er} janvier 2015, la notion de « bâtiment assimilé à du neuf » est remplacée par celle d'« unité assimilée à du neuf » (UAN). Elle concerne toute unité PEB rénovée sur plus de 75% de sa surface de déperdition et dont toutes les installations techniques sont remplacées. Les notions d'extension et les critères de superficie plancher minimum ont donc été abandonnés.

Les UAN sont soumises aux mêmes exigences que celles imposées dans le cas d'unités neuves. Toutefois, dans ce cas de figure, les exigences imposées en matière de consommation d'énergie primaire, de besoin net en énergie pour le chauffage ou pour le refroidissement et d'étanchéité à l'air sont assouplies de 20%.

La définition d'une unité PEB « rénovée lourdement » a également changé depuis le 1^{er} janvier 2015. D'une part, le critère de superficie plancher a été supprimé et d'autre part, la notion de travaux aux installations techniques a été ajoutée. En outre, le critère de pourcentage des travaux influençant la performance énergétique est passé de 25% à 50%.

Concrètement, une unité PEB est dorénavant considérée comme lourdement rénovée lorsqu'elle fait l'objet de travaux influençant la performance énergétique sur au moins 50% de sa surface de déperdition thermique et que des travaux sur ses installations techniques sont prévus.

Enfin, depuis le 1^{er} janvier 2015, il faut que des travaux influençant la performance énergétique de la surface de déperdition thermique d'une unité PEB soient prévus pour que cette dernière entre dans la catégorie « unité rénovée simplement ». Ce faisant, un changement d'affectation d'une unité PEB sans travaux à la surface de déperdition ne déclenche plus la réglementation « travaux PEB ».

3. Les exigences PEB imposées

Pour les demandes de permis d'urbanisme introduites après le 31 décembre 2014, les exigences imposant un niveau de consommation d'énergie primaire (« niveau E ») et un niveau d'isolation thermique global (« niveau K ») à respecter sont abandonnées. Celles-ci sont remplacées par des exigences en matière de consommation totale d'énergie primaire (CEP), de besoin net en énergie pour le chauffage (BNC) ou pour le refroidissement (BNR), de surchauffe et d'étanchéité à l'air.

Par ailleurs, il est désormais possible d'introduire une demande de dérogation pour une ou plusieurs unités neuves lorsque le respect partiel ou total des exigences PEB est techniquement, fonctionnellement ou économiquement irréalisable.

Exigence relative à la consommation totale d'énergie primaire

Cette nouvelle exigence diffère selon qu'elle s'applique à :

- une unité PEB « habitation individuelle » ;
- une unité PEB « Bureaux-services » ou « enseignement ».

Dans le cas d'une habitation individuelle, la CEP correspond à la consommation d'énergie primaire pour le chauffage, l'eau chaude sanitaire, le refroidissement et les auxiliaires (pompes de circulation, ventilateurs, veilleuses de la chaudière) moins l'énergie produite par cogénération et/ou panneaux photovoltaïques. Elle doit être inférieure ou égale à 45kWh/m²/an.

Lorsque qu'il s'agit d'une unité PEB « Bureaux-services » ou « enseignement », la CEP correspond à la consommation d'énergie primaire pour le chauffage, le refroidissement, l'éclairage et les auxiliaires (pompes de circulation, ventilateurs, veilleuses) moins l'énergie produite par cogénération et/ou panneaux photovoltaïques. Elle doit être inférieure ou égale à (95 - (2,5°C)) kWh/m²/an. Dans cette formule, « C » correspond à un facteur de compacité de l'unité.

Tant pour les habitations individuelles que pour les unités PEB « Bureaux-services » ou « enseignement » une exigence alternative est prévue pour les unités devant composer avec des conditions défavorables.

Exigences relatives au besoin net en énergie

Le besoin net en énergie représente l'énergie que les systèmes de chauffage et/ou de refroidissement doivent fournir pour compenser les déperditions thermiques en hiver et les surchauffes en été afin de maintenir une température intérieure définie.

Ce besoin est donc uniquement lié aux caractéristiques constructives et à la fonction de l'unité PEB et ne dépend pas des caractéristiques des installations techniques.

Besoin net en énergie pour le chauffage

Cette exigence s'applique aux unités PEB « habitation individuelle », « Bureaux-services » et « enseignement ».

D'une manière générale, le BNC doit être inférieur ou égal à 15kWh/m²/an. Toutefois, une alternative est prévue pour les unités PEB devant

composer avec des conditions défavorables (mauvaise orientation par rapport au soleil, unité PEB peu compacte,...). Dans ce cas, un nouveau seuil BNC à respecter tenant compte de ces conditions défavorables est déterminé. Ceci afin que les moyens techniques à mettre en œuvre ne soient pas déraisonnables (par exemple, l'imposition d'une épaisseur d'isolant trop importante).

Besoin net en énergie pour le refroidissement

Le BNR doit être inférieur ou égal à 15kWh/m²/an et aucun seuil alternatif n'est prévu en cas de conditions défavorables.

Cette exigence ne s'applique qu'aux unités PEB « Bureaux-services » et « enseignement ».

Exigence relative à la surchauffe

Cette exigence est d'application depuis 2008 pour les habitations individuelles. A partir du 1^{er} janvier 2015, elle s'applique également aux unités PEB « Bureaux-services » et « enseignement ».

En vertu de cette exigence, une unité PEB « habitation individuelle » ne peut pas dépasser une température de 25°C pendant plus de 5% du temps sur une année.

Dans le cas d'une unité PEB « Bureaux-services » ou « enseignement », il est également exigé de ne pas dépasser une température de 25°C. Toutefois, le laps de temps pris en considération n'est plus « une année » mais bien « la période d'utilisation » de l'unité PEB.

Pour rappel, l'exigence relative à la surchauffe est la seule qui ne prévoit pas d'assouplissement en cas d'« unité PEB assimilée à du neuf ».

Exigence relative à l'étanchéité à l'air

Cette exigence ne sera d'application que pour les demandes de permis d'urbanisme introduites à partir du 1^{er} janvier 2018. Cependant, il est judicieux de d'ores et déjà veiller à l'étanchéité à l'air dans la mesure où la qualité de cette étanchéité a un impact non négligeable sur les résultats en termes de CEP, de BNC et de BNR.

Concrètement, cette exigence concernera les nouvelles unités PEB « habitation individuelle », « Bureaux-services » et « enseignement ». Ces unités devront bénéficier d'une étanchéité à l'air pour une différence de pression de 50Pa inférieure ou égale à 0,6 volume/h.

4. Les procédures à respecter

Quelques changements au niveau de la procédure sont d'application depuis le 1^{er} janvier 2015.

D'abord, il est désormais obligatoire de désigner un conseiller PEB avant d'introduire une demande de permis d'urbanisme pour les unités neuves, les unités assimilées à du neuf et les unités rénovées lourdement.

Ensuite, les divers formulaires à remplir dans le cadre de la procédure PEB ont été harmonisés et allégés.

Enfin, tous les projets doivent désormais suivre la même procédure de base composée de la proposition PEB, de la notification PEB du début des travaux et de la déclaration PEB. Pour rappel, auparavant, deux procédures coexistaient (procédure normale et procédure simplifiée). Par ailleurs, la réalisation d'une étude de faisabilité ou d'une étude de faisabilité intégrée n'est dorénavant exigée que dans certains cas précis.

En conclusion, il y a d'abord lieu de souligner la volonté d'adapter la législation PEB à la réalité du contexte bruxellois. Ces adaptations ont d'ailleurs été réalisées après une concertation avec les acteurs concernés (secteur de la construction, des professionnels de l'immobilier, des architectes,...). Cette volonté est en outre toujours d'actualité dans la mesure où l'actuel Gouvernement bruxellois prévoit de mettre en œuvre de nouvelles modifications. L'avant-projet d'arrêté en ce sens a d'ailleurs été récemment soumis à l'avis de notre Conseil. Ce texte prévoit les quatre modifications suivantes :

1. La modification de la méthode de calcul du seuil alternatif en matière d'exigence en énergie primaire pour les unités PEB « habitation individuelle » ;
2. Le report de l'exigence en besoin net de refroidissement et de l'exigence de surchauffe au 1^{er} janvier 2017 pour les unités PEB « non-résidentielles » ;
3. La modification du facteur de conversion en énergie primaire de la biomasse ;
4. La reformulation de l'arrêté afin que toutes les exigences applicables aux bâtiments neufs soient également applicables aux « unités assimilées à du neuf ».

Ensuite, si les objectifs bruxellois en matière de PEB sont ambitieux et se rapprochent du standard « passif », les exigences et la méthode de calcul en vigueur divergent encore de celui-ci.

A titre d'exemple, la possibilité de tenir compte de conditions défavorables lors de la détermination de certaines exigences, l'assouplissement d'exigences dans le cas d'unités assimilées à du neuf ou encore la possibilité d'introduire une demande de dérogation aux exigences pour des raisons techniques, fonctionnelles ou économiques ne correspondent pas au standard « passif ».

Enfin, dans la mesure où la question des primes énergie est inhérente à celle des exigences PEB, il est opportun de signaler que, le 11 décembre 2014, le Gouvernement de la Région Bruxelles-Capitale a approuvé le régime des primes énergie 2015 et que ce dernier maintient les principales conditions financières, techniques et administratives. En outre, la Région a fait le choix de ne pas réduire le budget global pour les primes énergie par rapport à 2014 (22 millions d'euros).

(1) En vertu de l'arrêté du Gouvernement de la Région de Bruxelles-Capitale du 21 février 2013 modifiant l'arrêté du Gouvernement de la Région de Bruxelles-Capitale du 21 décembre 2007 déterminant des exigences en matière de performance énergétique et de climat intérieur des bâtiments

Les «pop-up» à Bruxelles: phénomène marginal ou niche de marché prometteuse ?

« To pop up » signifie littéralement : surgir, sortir de nulle part. Depuis le début des années 2000, des magasins dits « éphémères » se sont ouverts dans plusieurs métropoles. Depuis quelques années, il n'est plus surprenant que ce phénomène de « vente guérilla » se produise de plus en plus fréquemment à Bruxelles.

Le concept est assez simple : la recherche d'un commerce inoccupé ou la création d'un espace de conteneurs sur une place ou dans un espace commercial, le lancement d'un « buzz »⁽¹⁾, un aménagement sommaire, et l'affaire est lancée.

Les pop-up stores et autres

La plupart des pop-up stores sont des magasins éphémères, également appelés « flash stores ».

Il s'agit pour des marques connues de présenter leur nouvelle collection de façon originale. C'est ainsi que C&A avait ouvert en 2013 un pop-up store exclusif sur l'avenue de la Toison d'Or. Il était composé de trois conteneurs empilés avec une façade en plexiglass de 9 mètres sur 12, dans le but de lancer et de vendre la nouvelle collection de Cindy Crawford.



Source: Clear Channel Belgium

Un magasin éphémère peut également être un support et constituer la visualisation temporaire d'un web-shop. C'est dans cette optique que la banque en ligne «Hello Bank» ouvrait fin 2014 un pop-up store dans la rue Fossé aux Loups à Bruxelles, sous forme d'un projet de coopération avec des créatifs locaux. Les dernières nouveautés high-tech y étaient présentées et des ateliers, débats, démonstrations, try-outs et événements culturels y étaient organisés.

Mais il existe d'autres pop-ups.

L'année dernière, la marque de gin Bombay Sapphire et de soda Fever-Tree ont converti pendant cinq semaines la magie des «Jardins de Bagatelle» (près de l'avenue Louise) en oasis pour amateurs de gin. Le succès était tel qu'il fallait réserver.



Sources: Imagin Amsterdam

Parmi les autres pop-ups, il y a des restaurants où des chefs renommés proposent leurs meilleures créations pendant une période limitée. Des chefs étoilés comme Wout Bru, Sofie Dumont, Kobe Desramaults... ont déjà ouvert la voie.



Il y a également les galeries d'art pop-up où des artistes peuvent exposer et vendre leurs œuvres pendant un temps limité. Atrium a déjà pris une telle initiative dans le passé avec « Atrium 1060 ».

Autres exemples, les pop-up stores « Belgian Red Devils » créés à l'occasion de la coupe du monde de football au Brésil, les outlet-pop-up stores, ou encore les magasins Chronostock qui vendent du matériel de cuisine. Cette chaîne ne travaille qu'avec des pop-up stores qui restent ouverts de un à six mois. La société cherche des espaces inoccupés dans les centres urbains et propose à la vente des produits d'autres marques à des prix réduits. Il s'agit très souvent de nouveaux produits provenant de fins de séries, de stocks...

Par ailleurs, nous vous invitons à ne pas manquer le pop-up « Nation(a) »⁽³⁾ du 8 au 17 mai 2015 dans les anciens bâtiments de Vivaqua à la place Poelaert, où des talents de la mode, du design, du cinéma, de la musique, de l'édition, des arts visuels, de la danse et de la gastronomie vous accueilleront, sponsorisés à cette occasion par de grandes marques comme Duvel, Audi, Taittinger, Nespresso...

Les pop-up et Internet

Vous l'aurez compris, les pop-up stores et Internet entretiennent des liens étroits, que ce soit en tant que support de magasins Internet ou par le recours aux médias sociaux pour l'organisation de « buzz ».

Mais Internet est également utile pour proposer des espaces commerciaux inoccupés. Le site web www.pophisplace.com propose tous les espaces disponibles à Bruxelles pour ouvrir un magasin éphémère. Les prix varient entre 1 et 2.000 € par jour. Des espaces pop-up sont également disponibles sur <http://spacified.com>.

Grâce au guide des pop-ups⁽⁴⁾ tous les pop-ups en cours et futurs sont consultables et votre propre projet peut être ajouté.

Par ailleurs, il existe bon nombre de sites qui proposent tous les renseignements utiles aux personnes désireuses de lancer un pop-up. Grâce à Internet, la législation sur les baux commerciaux, les permis d'environnement et d'urbanisme, la législation du travail, des informations sur des espaces disponibles et des aspects saisonniers, ainsi que sur des stratégies pour utiliser le caractère temporaire des pop-ups afin d'inciter des clients potentiels à réaliser des achats impulsifs, peuvent être facilement trouvées.

Les pop-ups et davantage

Les arguments précités permettent d'établir sans aucun doute que les pop-ups ne constituent pas un phénomène marginal en Région de Bruxelles-Capitale.

Les responsables politiques devraient par conséquent examiner quelle aide ponctuelle ils pourraient proposer aux pop-ups afin d'offrir à cette niche toutes les opportunités de développement.

De plus en plus de communes sont aujourd'hui persuadées de la plus-value des pop-ups, notamment pour le renforcement de leurs noyaux commerciaux. En effet, suite à l'augmentation du nombre de centres commerciaux, davantage de commerce sont inoccupés dans des rues commerçantes historiques. De nombreuses communes en Belgique et à l'étranger ont ainsi instauré des règlements spécifiques pour le subventionnement de pop-up stores. Les initiateurs de projets peuvent utiliser ce soutien (jusqu'à 3.000 € par pop-up) pour la location et/ou l'aménagement de leur magasin éphémère.

Il y a également des communes qui apportent leur soutien à des propriétaires d'immeubles afin qu'ils louent leurs espaces commerciaux inoccupés à des pop-ups. Cela permet de réduire l'impact de la taxe sur l'inoccupation.

Dans cette optique, on pourrait également réfléchir à un soutien au développement du concept des « living labs », où sont favorisées les rencontres entre chercheurs et entrepreneurs et/ou des experts en matière d'entrepreneuriat et des « inventeurs » sont favorisées.

Les pouvoirs publics peuvent jouer un rôle au niveau législatif. À ce propos, nous pensons notamment à :

- instaurer une procédure accélérée pour l'obtention d'un permis urbanistique pour la modification d'affectation d'un bien (p.ex. d'un atelier en espace commercial et ensuite à nouveau en atelier) ;
- prévoir un permis temporaire sur mesure pour des panneaux publicitaires, illuminés ou non ;
- prévoir un permis d'environnement simplifié si cela s'avère nécessaire ;
- garantir que les locations régies par le droit commun et à titre précaire ne risquent pas d'être converties en bail commercial traditionnel (> 1 année) ;
- proposer un espace pop-up sur les sites des communes (comme à Rotterdam) ;
- organiser soi-même des initiatives de pop-ups (comme le festival à Deurne) ;
- ...

En résumé, les pop-ups peuvent constituer, tout comme l'offre commerciale régulière, une niche prometteuse dont la temporalité incite le consommateur à acheter. Différentes initiatives démontrent qu'ils peuvent fournir une plus-value à leur environnement, et on peut dès lors avancer qu'une politique sur mesure devrait leur permettre de renforcer les actions économiques menées au niveau local.

(1) Marketing « buzz », le plus souvent par voie informatique, qui met l'accent sur le caractère temporaire, exclusif du pop-up store à l'attention du consommateur urbain branché.

(2) Quality With Innovative Convenience.

(3) www.nationalstore.be

(4) Initiative de Spacified, du Voka et de la Chambre de commerce Antwerpen-Waasland - <http://spacified.com/en/pop-up-guide/Belgium>

Table Ronde

« Jobs Etudiants »



Les entreprises réservent-elles l'accès à leurs jobs étudiants aux enfants des membres de leur personnel ? Ce type de pratique de recrutement est-il discriminatoire pour les jeunes dont les parents sont sans emploi ? Quels sont les avantages et les inconvénients liés à cette pratique et quelles pistes peuvent mener à une ouverture, au moins progressive, de l'accès à ces jobs à tous les jeunes ? Ces questions ont été débattues lors d'une table ronde, organisée le 5 février 2015 par les interlocuteurs sociaux, rassemblant des responsables des ressources humaines (RH) et des délégués syndicaux de très grandes entreprises présentes sur le territoire de la Région bruxelloise.

Suite à leur prise de position à l'encontre de cette pratique⁽¹⁾, répandue au sein des entreprises, les interlocuteurs sociaux ont souhaité aller un pas plus loin en invitant un maximum de responsables RH et de délégués syndicaux de grandes entreprises à débattre des pratiques de recrutement de jobistes étudiants, et des pistes pouvant mener à une ouverture, au moins partielle et progressive, de l'accès à ces jobs.

Une table ronde a donc été organisée au Conseil, réunissant une trentaine de responsables RH et de délégués syndicaux issus d'une vingtaine d'entreprises différentes, tant publiques que privées. Une séance plénière ouvrait la matinée par deux présentations : la première consistait en une compilation de chiffres et informations sur les jobs étudiants en Belgique, et la seconde en une prise de position du Centre interfédéral pour l'égalité des chances sur l'aspect discriminatoire de la pratique « incriminée »⁽²⁾.

S'en suivaient des débats en sous-groupes, l'un composé des responsables RH, l'autre de délégués syndicaux, autour de deux questions :

- Recrutement de travailleurs sous contrat étudiant dans et hors de la sphère de l'entreprise : avantages et désavantages, difficultés et conséquences ;
- Quelles ambitions et pistes peuvent être portées en vue de permettre un accès à tous les jeunes aux emplois sous contrat étudiant ?

Les principales conclusions des débats en sous-groupes et les prochaines étapes du projet étaient exposées lors d'une seconde séance plénière qui clôturait la matinée.

Ces présentations et débats ont permis de tirer de nombreux enseignements intéressants en vue d'actions futures en faveur d'un accès pour tous aux jobs étudiants.

Premièrement, il a été rappelé que le travail sous contrat étudiant est un phénomène répandu en Belgique (456 930 jobistes en 2013), mais que la Région bruxelloise souffre d'une sous-représentation de sa population dans la manne de jobs étudiants existants (7%) alors même qu'elle offre 30% des postes. Or, des études ont démontré que le fait d'avoir travaillé durant ses études est corrélié à une diminution du taux de chômage trois ans après la sortie d'études, y compris chez les jeunes sortant non diplômés et améliorerait de façon significative la probabilité d'accès à un emploi en CDI.

Le Centre interfédéral pour l'égalité des chances a ensuite exprimé pour la première fois son opinion quant au côté discriminatoire, ou non, de la pratique de recrutement débattue. Et le constat est qu'il s'agit bien d'une discrimination indirecte, c'est-à-dire d'une discrimination sur la base d'un critère neutre (avoir un parent qui travaille dans une entreprise) ayant un effet négatif pour un groupe de personnes (jeunes dont les parents sont sans emploi).

Les débats en sous-groupes qui ont suivi ces présentations ont généré des discussions sur le bien-fondé des pratiques de recrutement de jobistes étudiants et l'identification de pistes destinées à rendre la situation plus équitable pour tous les jeunes. Dans les deux sous-groupes, l'existence de la pratique qui consiste à réserver les jobs étudiants aux enfants des membres du personnel ou de la direction n'a jamais été contestée. Les principaux avantages qui lui sont liés étaient relativement similaires : le contrôle social exercé par le parent de l'étudiant jobiste (respect des horaires, comportements,...), la facilité en termes de recrutement, etc. Il en allait de même pour les désavantages mis en avant : la possible jalousie entre les membres du personnel dont les enfants ont pu bénéficier d'un job étudiant et les autres, le risque de décourager

les enfants sans réseau et ce même dans leurs études (pourquoi étudier s'il n'y a pas d'emploi accessible ?), le manque de transparence de cette pratique, le risque de passer à côté de jeunes « talents », etc.

En ce qui concerne les pistes pouvant mener à davantage d'ouverture à tous les jeunes, les divergences entre les deux sous-groupes étaient plus notables. Les responsables RH ont davantage mis en avant la nécessité d'une progressivité dans l'ouverture, de passer par des dispositifs publics actifs sur le segment du travail étudiant (par exemple JEEP et Jump naar werk), d'intégrer la politique de recrutement de jobistes étudiants dans la responsabilité sociale des entreprises, etc. Les délégués syndicaux proposent, eux, de réserver les jobs étudiants aux enfants du personnel ou de la direction un an sur deux, d'inciter l'entreprise à recruter localement en développant une politique d'ouverture et de liens avec l'environnement géographique, socio-économique, culturel de l'entreprise, de réaliser des plans diversité, au niveau de l'entreprise et au niveau sectoriel, voire de conclure des conventions collectives de travail.

La séance plénière de clôture a permis aux responsables des programmes JEEP et Jump naar werk de présenter les services qu'ils offrent en matière de jobs étudiants⁽³⁾.

Cette table ronde est une première. En effet, la question des pratiques de recrutement de jobistes n'a jamais été débattue avec les principaux acteurs concernés, employeurs et syndicats. Elle a permis une prise de conscience sur cette problématique, ses dimensions et les enjeux qui lui sont liés. La volonté des interlocuteurs sociaux est à présent de diffuser les conclusions de la table ronde auprès de leurs membres, entreprises et délégations syndicales, et de voir certaines des pistes évoquées durant les débats se concrétiser rapidement.



(1) Communiqué de presse du 4 mai 2014, consultable sur le site du Conseil : www.ces.brussels.

(2) Les fichiers power point de ces présentations peuvent être consultés sur le site du Conseil.

(3) Des informations sur les services offerts sont disponibles sur les sites www.jeebboxl.be et www.tracebrussels.be.

Inauguration de la Task Force opérationnelle « Emploi-Formation-Enseignement-Entreprise »

C'est un fait connu, la Région bruxelloise souffre de ce qu'on appelle le paradoxe de l'emploi selon lequel la Région constitue un bassin d'emploi majeur pour l'ensemble du pays, mais présente également un taux de chômage important (19,3% en 2013), notamment chez les jeunes de moins de 25 ans (39,9% en 2013). En outre, elle est confrontée à un éparpillement des compétences, notamment des champs emploi-formation-enseignement, avec pour conséquence un éclatement des lieux de décision qui s'accompagne parfois d'un manque de cohérence dans les politiques mises en œuvre.



Inauguration de la Task Force le 21 janvier 2015.
Source: Cabinet Vervoort.

Afin de remédier à ces problèmes, l'actuel Gouvernement bruxellois a lancé une Alliance Emploi-Formation-Enseignement (EFE), dont l'objectif principal est la lutte contre le problème du chômage à Bruxelles et ce, avec le soutien du monde de l'entreprise. L'Alliance EFE a besoin d'un lieu opérationnel de travail et de rencontre entre les acteurs de ces différents champs de compétence pour nourrir ses décisions. C'est pour répondre à ce besoin qu'a été créée une Task Force opérationnelle Emploi-Formation-Enseignement-Entreprises (EFEE), dont l'inauguration a eu lieu le 21 janvier 2015.

Composée de représentants des patrons et des syndicats bruxellois, des Ministres régionaux et communautaires concernés, ainsi que de plusieurs acteurs opérationnels (Actiris, Bruxelles Formation, VDAB, acteurs de l'enseignement, etc.), la Task Force aura pour première mission de préparer les fondements de l'Alliance EFE, c'est-à-dire les objectifs finaux et la méthode de production des objectifs opérationnels, dans le but d'élaborer une proposition de « plan d'actions commun et de suivi », qui sera soumise au CBCES élargi. La volonté du Gouvernement est en effet de travailler sur la base d'une concertation sociale forte et constante.

La coordination de la Task Force est assurée par un comité de pilotage restreint, composé des Cabinets du Ministre-Président et du Ministre de l'Economie, de l'Emploi et de la Formation. Son rôle sera principalement de se concerter si nécessaire avec les cabinets des Ministres concernés, et de mobiliser les ressources et l'appui technique de divers acteurs et ce, pour l'ensemble des travaux (IBSA, ADT, Observatoire bruxellois de l'Emploi, Services d'étude de Bruxelles Formation et du VDAB, Conseil économique et social de la Région de Bruxelles-Capitale, Bassin Emploi-Formation-Enseignement, BNCTO, etc.).

La Task Force n'est pas une nouvelle structure qui vient s'ajouter à celles, trop nombreuses, existantes. Elle vise plutôt la mobilisation des acteurs, structures et instruments déjà en place afin de créer des articulations autour de mesures concrètes définies dans le cadre de l'Alliance EFE. Relever les défis bruxellois passe nécessairement par de nouvelles synergies entre les acteurs de l'enseignement, de la formation, de l'emploi et de l'entreprise. La Task Force constitue à cet égard une première en Région bruxelloise, et les interlocuteurs sociaux sont d'ores et déjà prêts à s'y investir pleinement pour faire de cette initiative un succès qui bénéficiera à l'ensemble des Bruxellois.

Les avis du Conseil

émis entre le 20 septembre 2014 et le 31 janvier 2015

AMÉNAGEMENT DU TERRITOIRE

A-2014-065-CES du 1^{er} décembre 2014, entériné par l'Assemblée plénière du 18 décembre 2014

Plan particulier d'affectation du sol « Belliard-Etterbeek » n°60-41.

A-2014-062-CES du 20 novembre 2014

Projet d'ordonnance relatif au Bureau bruxellois de la planification et projet d'ordonnance modifiant l'ordonnance du 20 juillet 2005 relative à la Société d'acquisition foncière et créant la Société d'aménagement urbain.

CONCERTATION

A-2014-063-CES du 20 novembre 2014

Avant-projet d'arrêté modifiant l'arrêté du Gouvernement de la Région de Bruxelles-Capitale du 16 janvier 1997 portant création d'un Comité bruxellois de concertation économique et sociale.

ÉCONOMIE/EMPLOI

A-2015-007-CES du 15 janvier 2015

Avant-projet d'ordonnance portant des règles générales relatives à la rétention, au recouvrement et à la non-liquidation des subventions en matière d'emploi et d'économie.

A-2015-005-CES du 15 janvier 2015

Avant-projet d'ordonnance portant des règles harmonisées relatives aux amendes administratives prévues par les législations en matière d'emploi.

A-2015-002-CES du 15 janvier 2015

Avant-projet d'ordonnance abrogeant certaines réductions de cotisations patronales de sécurité sociale.

A-2014-066-CES du 18 décembre 2014

Avant-projet d'arrêté du Gouvernement de la Région de Bruxelles-Capitale désignant les fonctionnaires chargés de la surveillance et du contrôle des compétences régionalisées en matière d'économie et abrogeant l'interdiction du commerce ambulant de certains produits.

EMPLOI/FORMATION

A-2015-010-CES du 9 janvier 2015, entériné par l'Assemblée plénière du 15 janvier 2015

Avant-projet d'arrêté du Gouvernement de la Région de Bruxelles-Capitale modifiant l'arrêté royal du 23 juillet 1985 d'exécution de la section 6 - octroi du congé-éducation payé dans le cadre de la formation permanente des travailleurs - du chapitre IV de la loi de redressement du 22 janvier 1985 contenant des dispositions sociales.

A-2015-009-CES du 6 janvier 2015, entériné par l'Assemblée plénière du 15 janvier 2015

Avant-projet d'arrêté du Gouvernement de la Région de Bruxelles-Capitale modifiant l'arrêté royal du 2 août 1985 portant exécution de la loi du 19 février 1965 relative à l'exercice, par les étrangers, des activités professionnelles indépendantes.

A-2015-008-CES du 15 janvier 2015

Projet d'arrêté du Gouvernement de la Région de Bruxelles-Capitale modifiant l'article 36quater de l'arrêté royal du 25 novembre 1991 portant réglementation du chômage (assouplissement des conditions d'accès au stage de transition en entreprise).

A-2015-006-CES du 15 janvier 2015

Avant-projet d'ordonnance portant les premières mesures d'exécution et d'application de la Sixième Réforme de l'Etat relatives aux organes d'avis et de médiation en matière d'emploi.

A-2015-004-CES du 15 janvier 2015

Avant-projet d'ordonnance portant les premières mesures d'exécution et d'application de la Sixième Réforme de l'Etat relatives aux compétences en matière de l'accès à la profession.

A-2015-003-CES du 15 janvier 2015

Avant-projet d'ordonnance visant à l'harmonisation et la simplification des règles en matière de procédures de recours en cas de refus ou de retrait d'une carte professionnelle à des travailleurs étrangers et en cas de sanctions.

A-2015-001-CES du 15 janvier 2015

Avant-projet d'ordonnance portant les premières mesures d'exécution et d'application de la Sixième Réforme de l'Etat relatives à la surveillance et au contrôle en matière d'emploi.

ENVIRONNEMENT

A-2014-056-CES du 16 octobre 2014

Proposition de cahier des charges pour le rapport sur les incidences environnementales du projet de programme de mesures lié au Plan de gestion de l'eau 2016-2021.

FISCALITÉ

A-2014-061-CES du 6 novembre 2014 (procédure écrite)

Avant-projet d'ordonnance relatif à la taxe additionnelle à l'impôt des personnes physiques.

A-2014-060-CES du 16 octobre 2014

Avant-projet d'ordonnance portant reprise du service du pré-compte immobilier.

A-2014-059-CES du 16 octobre 2014

Avant-projet d'ordonnance portant assentiment à l'Accord de coopération du 18 avril 2014 entre l'Etat fédéral, la Région flamande, la Région wallonne et la Région de Bruxelles-Capitale concernant la Structure de Coordination de l'information patrimoniale.

A-2014-058-CES du 16 octobre 2014

Avant-projet d'ordonnance portant ratification de la Convention du 15 juillet 2014 relative à l'obligation de continuité de paiement, conclue entre la Région flamande, la Région wallonne, la Région de Bruxelles-Capitale, le Single Service Provider et le Bailleur de fonds.

TRAITÉS INTERNATIONAUX

A-2014-064-CES du 1^{er} décembre 2014, entériné par l'Assemblée plénière du 18 décembre 2014

Approbation de traités internationaux - Convention du Conseil de l'Europe sur la prévention et la lutte contre la violence à l'égard des femmes et la violence domestique.

SIXIÈME RÉFORME DE L'ÉTAT

A-2014-057-CES du 16 octobre 2014

Avis d'initiative concernant la gestion des allocations familiales en Région de Bruxelles-Capitale.

Il vous est loisible de consulter ces avis dans leur intégralité sur notre site Internet : www.ces.brussels



INTERVIEW DE MADAME SYBILLE MERTENS ET DE MADAME JULIE RIJPENS

22 JANVIER 2015

Le Baromètre des entreprises sociales en Belgique : un regard complémentaire sur l'économie



SYBILLE

Mertens - Professeure en gestion des entreprises sociales à HEC-Ecole de gestion de l'Université de Liège, titulaire de la Chaire Cera en "Social Entrepreneurship", membre du Centre d'économie sociale (ULg) et du réseau européen EMES (« émergence des entreprises sociales en Europe »)

JULIE

Rijpens - Directrice de l'Académie des Entrepreneurs Sociaux @HEC-ULg.



Le Conseil : Quelles sont, selon vous, les grandes différences entre une entreprise sociale et une entreprise « classique » ?

Une première différence, bien entendu, est que l'entreprise sociale n'a pas de but lucratif. Elle a un but social. Son modèle économique n'est pas de minimiser les coûts sociaux ou environnementaux à tout prix pour satisfaire son client et faire du profit, mais de poursuivre un objectif qui est de proposer, selon les cas, un travail de qualité à ses travailleurs (« primauté du travail sur le capital ») ou de fabriquer des produits qui ne sont pas néfastes à la santé. Une seconde différence est que l'entreprise sociale va se donner les moyens de réaliser son objectif social. Elle peut faire appel à différentes sources de financement - des dons, une subvention publique ou un soutien privé (d'une fondation, par exemple) - et recourir au volontariat. Ces sources de financement doivent servir à combler les surcoûts engendrés par l'activité sociale et non à pratiquer une concurrence déloyale face aux opérateurs économiques classiques présents sur le marché.

Le Conseil : Les entreprises sociales sont-elles en concurrence avec les entreprises classiques ou sont-elles complémentaires ?

Elles sont bien en concurrence avec les entreprises classiques, mais elles font quelque chose de plus que ces dernières : elles répondent à des besoins sociaux, culturels, de développement durable ou environnementaux,.... Et à ce titre, elles sont complémentaires.

Le Conseil : Peuvent-elles agir dans tous les domaines d'activité ou seulement dans ceux délaissés par « l'économie classique » ?

On peut imaginer que ces modèles différents d'entreprise puissent être présents dans tous les domaines d'activité économique car dans tous les secteurs, il y a des questions sociales et environnementales qui se posent. Un exemple : on n'attend pas, a priori, d'entreprise sociale dans le domaine de l'industrie du cinéma. Or, « Les Grignoux » est une ASBL culturelle d'économie sociale située à Liège qui gère huit salles de cinéma. Elle a pour but de permettre à un public le plus large possible de découvrir des films de qualité dans des conditions optimales d'accessibilité financière, d'accueil, de projection, d'information, etc. « Les Grignoux » remplit ainsi une mission d'intérêt général.

Parfois, ces entreprises sociales créent le marché. Il y a trente ans, il n'y avait pas d'activité économique de recyclage. Le groupe « Terre », situé principalement dans les provinces de Liège et du Hainaut, a lancé le marché en récupérant du textile et des emballages recyclables pour les transformer. Pan-terre est une société anonyme à finalité sociale (SAFS), membre du groupe « Terre » qui réalise notamment des panneaux isolants acoustiques à base de papier recyclé. Le groupe représente une part importante du marché du recyclage, mais il le partage avec le secteur privé lucratif qui s'est progressivement lancé dans le domaine également.

Ces entreprises sociales tirent l'économie vers le haut.

Le Conseil : Vous parlez d'une dimension innovante inhérente à l'entrepreneuriat social ?

Sur les 18.000 entreprises identifiées par le Baromètre des entreprises sociales en Belgique, toutes ne sont pas innovantes. Certaines, très institutionnalisées, héritent de missions de service public et doivent répondre à des cahiers des charges précis émanant des pouvoirs publics dont elles sont le « bras droit ».

Toutefois, d'autres disposent de ressources plus hybrides ou font partie de fédérations qui leur donnent de l'air pour cultiver leur capacité d'innovation. Elles font évoluer le système économique par leurs pratiques innovantes.

Le Conseil : Vous identifiez comme enjeu pour les entreprises sociales de contribuer à « repenser le modèle économique » à « faire évoluer le système économique ». Comment le font ou le feraient-elles ?

Les entreprises sociales démontrent qu'il y a une alternative possible à l'économie actuelle. En cumulant diverses sources de financement pour leurs activités, elles ont des espaces de liberté pour pratiquer l'innovation sociale. Mais souvent, les entreprises sociales doivent bricoler pour survivre, ce qui ne favorise pas le changement. Ces entreprises adressent un message fort aux pouvoirs publics : il ne faut pas que ces derniers retirent leur soutien public sous prétexte que les besoins sociaux tendent à être remplis par les entreprises sociales, au contraire. Il faut que la collectivité puisse soutenir les nouvelles manières de faire afin que les besoins sociaux, surtout dans le contexte économique actuel, puissent être satisfaits dans la dignité.

Le Conseil : Comment voyez-vous l'avenir des entreprises sociales, dans le contexte économique actuel ?

Au vu des enjeux présents de lutte contre l'exclusion sociale, contre la pauvreté, de respect de la diversité, de respect de la nature et de préservation de la planète, des initiatives d'entrepreneuriat social surgissent partout dans le monde. De nouvelles manières de produire, de rendre des services ou de financer des initiatives sociales font évoluer le modèle économique dominant. L'objectif principal du nouveau modèle: mettre l'économie au service de l'homme et non l'inverse.

PROPOS RECUEILLIS PAR MARC VERLINDEN

Soins résidentiels pour seniors à Bruxelles: situation actuelle et perspectives d'avenir



KAREL

Van den Bosch est expert au Bureau fédéral du Plan et professeur invité au Centrum voor Sociaal Beleid Herman Deleeck à la Universiteit Antwerpen.

Il existe également des différences dans l'offre de soins résidentiels. Par rapport aux autres Régions, Bruxelles a une proportion plus importante de lits MRPA (« Maisons de Repos pour les Personnes Agées », c'est-à-dire offrant des soins infirmiers et personnels aux seniors ayant des incapacités mineures à modérées), mais moins de lits MRS (« Maisons de Repos et de Soins », c'est-à-dire pour les seniors ayant des incapacités lourdes).

La proportion des résidents de maisons de repos qui n'ont pas de limitations physiques est plus importante à Bruxelles que dans les deux autres Régions.

Une troisième particularité bruxelloise est la proportion très importante du secteur privé commercial dans l'offre de soins résidentiels. Là où en Flandre, la majorité des lits sont gérés par des ASBL, à Bruxelles plus de 60% des lits le sont par des sociétés privées à finalité commerciale.

Le Conseil : Quels sont les enjeux spécifiques bruxellois en matière de soins résidentiels pour seniors ?

Notre capitale ne doit pas faire face à une pénurie de lits. Les problèmes se situent surtout d'une part, au niveau de l'accessibilité de ceux-ci, et d'autre part, au niveau de l'offre très faible d'alternatives aux soins résidentiels.

La population bruxelloise est plus pauvre que celle des deux autres Régions, ce qui a un impact sur l'accessibilité des soins résidentiels qui sont, rappelons-le, principalement organisés par

le secteur privé. Pour bon nombre de seniors, le coût d'une prise en charge dans une maison de repos dépasse le montant de leur pension, et la rend dès lors inabordable.

Bruxelles dispose en outre de peu d'offres alternatives. Notre capitale ne dispose que de 13 lits pour court séjour, contrairement à la Wallonie et à la Flandre qui en proposent plusieurs centaines. De même, les places de soin de jour sont ridiculement peu nombreuses en comparaison avec la Flandre.

En outre, les personnes âgées bruxelloises font moins appel aux soins à domicile.

Le Conseil : Quelles solutions proposeriez-vous pour résoudre ces problèmes ?

Des pistes intéressantes sont à puiser dans les alternatives aux soins résidentiels. Il existe plusieurs formules intermédiaires se situant entre l'habitat individuel qui ne répond plus aux besoins du senior et la maison de repos classique souvent inabordable.

C'est le cas de l'habitat « kangourou » où la personne âgée occupe, par exemple, le rez-de-chaussée d'une maison. Une famille vit dans les étages supérieurs, et où une solidarité se met en place entre les cohabitants. Un autre exemple est la résidence-service où la personne âgée dispose d'un logement qui lui garantit son indépendance, tout en ayant accès à des services auxquels elle peut librement faire appel (repas, soins, animations...).

Différentes formes d'habitats groupés peuvent également être encouragées, avec chaque fois la mise en place d'une solidarité intergénérationnelle et une intégration la plus longue possible des personnes âgées au sein de la société.

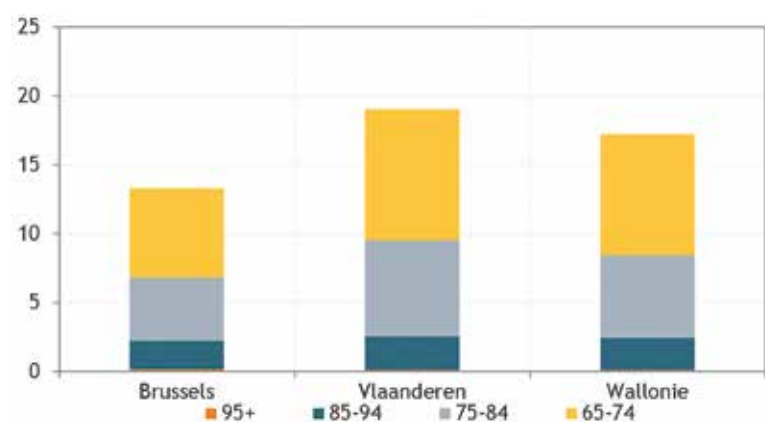
Enfin, une dernière piste consiste à rapprocher les soins des lieux d'habitation des seniors. En installant des maisons de repos ouvertes et des services de soins au cœur-même des quartiers où vivent les personnes âgées, il est possible pour des infirmiers et médecins de se rendre facilement à leur domicile. C'est une formule souple, flexible et moins coûteuse qu'un transfert de la personne en ambulance à chaque petit souci.

Le Conseil : Quelles sont les perspectives d'avenir pour Bruxelles dans le domaine du vieillissement ?

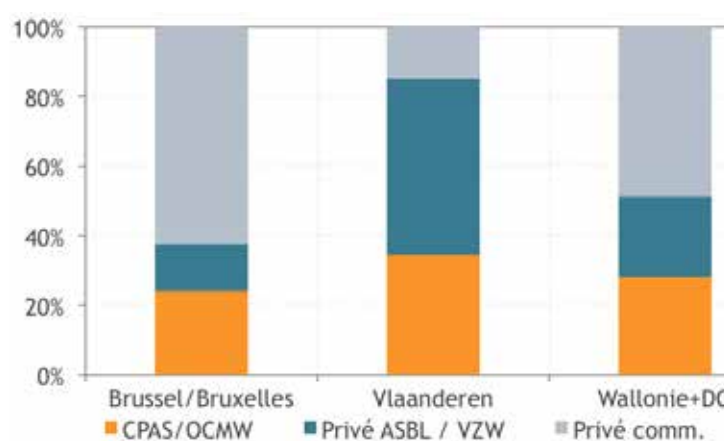
Une chose est sûre : le nombre de personnes âgées continuera d'augmenter dans les vingt prochaines années, et ce dans les trois Régions.

Les projections montrent néanmoins que contrairement à la Flandre et à la Wallonie, l'utilisation des soins résidentiels va rester stable à Bruxelles pour les raisons évoquées précédemment. Certes, de nombreuses incertitudes restent de mise, comme la façon dont les seniors d'origine étrangère vont utiliser ou non les maisons de repos, les migrations internes entre les Régions et les politiques futures qui seront mises en place. Je suis néanmoins convaincu que les alternatives aux soins résidentiels permettront à la fois de rencontrer les souhaits de bon nombre de seniors, et d'augmenter le nombre d'emplois dans le secteur de l'aide aux personnes âgées. Comme il s'agit principalement d'emplois qui nécessitent une formation moins longue que pour les soins de santé aigus, ces mesures auront également un impact positif sur le taux d'emploi des jeunes bruxellois.

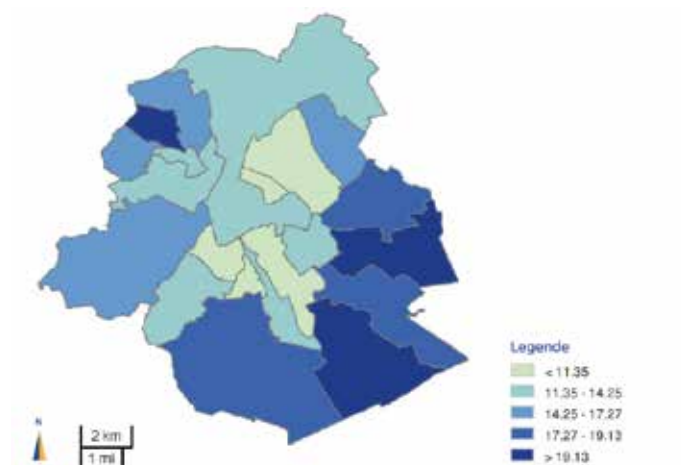
PROPOS RECUEILLIS PAR MARIE-HÉLÈNE LAHAYE



Seniors selon l'âge, en % de la population totale (2014).



Lits (MRPA+MRS) selon le secteur en 2013.



Répartition du degré de vieillissement entre les communes bruxelloises

Si vous êtes intéressé(e) par les prochains Débats du Conseil, renvoyez-nous ce coupon-réponse (voir verso) dûment complété.

Vous serez alors repris(e) dans notre base de données et tenu(e) régulièrement informé(e) de ceux-ci.

Avis d'initiative relatif aux agents contractuels subventionnés (ACS) en RBC

Lors de son Assemblée plénière du 19 mars, le Conseil économique et social a adopté un avis concernant le dispositif relatif aux agents contractuels subventionnés.

La priorité du Conseil en la matière est d'assurer le transfert efficient des compétences régionalisées dans le cadre de la Sixième Réforme de l'État en prenant en considération la qualité des emplois et l'aspect budgétaire.

Le Conseil s'est attelé à l'examen approfondi du dispositif ACS de manière à dégager des lignes directrices fortes permettant d'en améliorer l'efficacité, en optimisant les différents services proposés via cette mesure et en connectant l'ensemble des programmes d'emploi à l'évolution des politiques en la matière en Région de Bruxelles-Capitale.

Le dispositif ACS constitue en effet un des leviers importants de la politique d'emploi régionale, capable, à la fois, de répondre aux multiples défis régionaux et de replacer les besoins des Bruxellois au cœur des politiques à venir.

Les principales propositions formulées visent un équilibre optimal entre :

- la consolidation des emplois et des services développés à l'aide du dispositif ;
- les priorités de la politique d'emploi ;
- les contraintes budgétaires.

L'avis est consultable dans son intégralité sur notre site Internet www.ces.brussels

L'Observatoire belge des inégalités⁽¹⁾

Notre société est largement traversée par des inégalités sociales qui s'exercent dans presque tous les domaines (emploi, mobilité, logement, ...). Celles-ci se cumulent et se renforcent. On constate également qu'elles se reproduisent de génération en génération. Par exemple, un enfant qui naît dans une famille pauvre court davantage le risque de devenir pauvre à son tour.

Malheureusement, les inégalités et leurs évolutions restent mal documentées et c'est particulièrement le cas en Belgique.

C'est pour pallier ce manque d'informations accessibles et centralisées qu'a été lancé le 2 mars 2015 l'Observatoire belge des inégalités.

Il s'inscrit dans le réseau européen *Inequality Watch*, une plateforme regroupant les Observatoires des inégalités en Europe. Il part du principe que « *pour les combattre efficacement, il faut posséder des informations pertinentes à leur sujet : connaître les inégalités et leur ampleur, comprendre les mécanismes qui les produisent et les entretiennent.* »⁽²⁾

A l'origine de ce projet, on trouve un collectif rassemblant des membres des mondes de la recherche universitaire et associatif bruxellois (géographes, sociologues, économistes, ...). Ils précisent : « *notre média est indépendant de toute institution. Ce choix a pour but d'éviter des influences sur nos contenus du fait de contraintes de financement ou de liens institutionnels.* »⁽³⁾. Ils ajoutent : « *En ce qui nous concerne, nous nous positionnons dans une démarche critique des inégalités et des mécanismes qui les produisent. Nous pouvons, par exemple, porter une évaluation critique sur les politiques qui renforcent les inégalités. Dès lors, nos analyses ne sont pas forcément consensuelles et ne présentent pas spécialement un juste milieu entre les positions des acteurs.* ».

Le site Internet, bilingue, www.inegalites.be rassemble des informations divisées en 10 sections : classes sociales, richesses, éducation, travail, genre, politique, culture, santé, cadre de vie et immigration. Il propose des articles vulgarisés sur les thèmes nationaux et internationaux.

L'objectif est de défendre une société solidaire et égalitaire où le maintien de ces inégalités n'est politiquement pas acceptable ni justifiable. Ce site diffuse largement des analyses dans le but d'outiller tous ceux et celles qui se battent pour une société plus juste et plus démocratique.

Il se veut un média ouvert et participatif. Ainsi propose-t-il à toutes les personnes intéressées d'intégrer le projet notamment par la rédaction ou la traduction d'articles.

Actiris présente ses services aux fédérations professionnelles

Le New Deal bruxellois soulignait, au travers de la mesure 3.2, la nécessité d'améliorer la matching entre offre et demande d'emploi en Région bruxelloise. Mise en œuvre conjointement par Actiris et le Conseil économique et social de la Région de Bruxelles-Capitale, cette mesure a accouché d'un nombre d'actions concrètes visant à améliorer les services offerts par Actiris (système informatique, codes professionnels, screening, formation et coaching, outil IMT-B, lutte contre la discrimination, dispositif FPI/IBO), ou à davantage impliquer les interlocuteurs sociaux dans l'amélioration du matching (conventions de partenariat, stages, évaluation des compétences des demandeurs d'emploi, etc). Parmi celles-ci, l'opérateur régional de l'emploi et le Conseil ont convenu d'organiser une séance d'information, à destination des fédérations professionnelles et interprofessionnelles d'employeurs, portant sur les services offerts par Actiris aux employeurs.

Organisée le 17 mars 2015 au Conseil économique et social de la Région de Bruxelles-Capitale, la séance d'information comportait deux parties⁽¹⁾. Dans un premier temps, Actiris a présenté brièvement ses principaux services aux employeurs :

- Le service Select Actiris, qui permet aux employeurs de bénéficier d'un pré-recrutement et d'une présélection gratuits de candidats ;
- L'offre Direct Online, service alternatif à Select Actiris, qui permet à l'employeur de gérer directement l'offre d'emploi. Le risque étant, pour l'employeur, d'être inondé de CV ;
- Le système SPOC⁽²⁾, qui propose une personne de contact unique pour chaque entreprise avec pour objectif de les aider sur des questions spécifiques de recrutement ;
- Les conseillers en recrutement, répartis dans les 6 pôles sectoriels, qui présélectionnent des candidats potentiels, les rencontrent et proposent finalement, au maximum, les 6 candidats qui correspondent le plus au profil recherché par l'entreprise ;
- Les chèques langues et les aides à l'embauche (mesures fiscales, ...) ;
- Le service Youth Guarantee, qui concentre actuellement son action sur les stages de transition.

La deuxième partie abordait les conventions de partenariat entre Actiris et les fédérations d'entreprises, leurs objectifs et avantages.

La présentation était suivie d'une séance de questions-réponses et d'un drink, permettant aux participants d'approfondir certains points de la présentation ou de questionner Actiris sur des aspects non abordés.

Chaque acteur semblait satisfait à l'issue de la séance d'information. Actiris s'est vu offrir la possibilité de toucher des fédérations avec lesquelles l'organisme public a peu, voire pas, de contacts. Ces dernières ont profité de l'occasion pour se renseigner sur des services qui ne leurs sont pas toujours connus. Cette rencontre a ainsi participé à l'amélioration du matching en Région bruxelloise.

(1) Les présentations d'Actiris sont mises à disposition sur le site Internet du Conseil : www.ces.brussels.
(2) « Single Point Of Contact » pour « personne de référence unique ».



(1) Présentation rédigée sur base des éléments fournis sur le site de l'Observatoire des inégalités : <http://inegalites.be/>
(2) <http://inegalites.be/Pourquoi-un-observatoire-des>
(3) <http://inegalites.be/Qui-sommes-nous>

COUPON-RÉPONSE

Vous souhaitez être tenu(e) informé(e) des activités du Conseil économique et social de la Région de Bruxelles-Capitale ?

CESRBC - Madame Chaouch

Boulevard Bischoffsheim, 26
1000 Bruxelles

02/205 68 68

02/502 39 54

cesr@ces.brussels

☐ Mr ☐ Mme

NOM PRÉNOM

INSTITUTION

FONCTION

ADRESSE

.....

CODE POSTAL LOCALITÉ

TÉL FAX GSM

E-MAIL

REMARQUES :

.....