

LE SOIR - ECONOMIE

22/11/2019

## MISSION ÉCONOMIQUE BELGE

# Alibaba en mode séduction pour les entreprises belges

VÉRONIQUE KIESELEnvoyée spéciale à shanghai



La princesse Astrid, les ministres et une délégation d'hommes d'affaires ont été reçus jeudi au siège du géant chinois Alibaba, au sommet de la Shanghai Tower. Dirk Waem/ Belga.

La prochaine arrivée à l'aéroport de Liège du géant de l'e-commerce chinois Alibaba donne des ailes aux décideurs politiques. Et fait briller les yeux des hommes d'affaires belges.

Bienvenue chez Alibaba ! » Ce jeudi matin, dernier jour de la mission du commerce extérieur belge en Chine, le géant chinois du commerce en ligne a reçu la princesse Astrid, les ministres et une délégation d'hommes d'affaires au sommet de la Shanghai Tower, la plus haute tour, élégamment torsadée, de la ville. « J'ai été agréablement surpris par la qualité de l'accueil », raconte Bart Buysse, président de la Fevia, la Fédération de l'industrie alimentaire belge. « Nous n'avons pas eu l'impression d'être les petits Belges, mais avons été reçus dans une ambiance très conviviale. Eric Jing Xiandong, le CEO d'Ant Financial, la branche financière d'Alibaba, a montré qu'il connaissait bien nos produits, surtout nos bières. Et quand je lui ai expliqué que les USA sont les premiers clients de nos exportations alimentaires lointaines, il a promis que cette première place reviendrait bientôt à la Chine ! »

Le ministre des Affaires étrangères Didier Reynders confirme : « Cette visite correspond à une demande de part et d'autre. Alibaba veut travailler davantage en Europe, et l'aéroport de Liège, en lien avec le port d'Anvers et les liaisons ferroviaires vers la Chine, permettront à Alibaba de se connecter à un certain nombre d'acteurs dans notre région ».

## Une multitude de services

Alibaba et la Belgique, c'est en effet une histoire particulière : lors de la visite du roi Philippe en Chine en 2015, le groupe chinois avait indiqué que son futur centre logistique pour l'Europe pourrait être implanté à Liège. Le contrat a été signé en mai 2018 et les travaux de construction d'un entrepôt géant de 330.000 m<sup>2</sup> devraient bientôt démarrer : il sera opérationnel en 2021. Mais, avec plusieurs vols hebdomadaires de sa filiale logistique Cainiao vers la Chine, Alibaba a déjà fait exploser le nombre de colis qui passent par l'aéroport de Liège.

Né en 2004, Alibaba est devenu un empire avec une multitude de services – webstores, paiements en ligne, prêts, loisirs...- proposés à des consommateurs chinois accros à leur smartphone. Une filiale, T-Mall Global, intéresse tout particulièrement les entreprises belges puisqu'elle peut les connecter à des centaines de millions de consommateurs, de Chine mais aussi du reste du monde. Des chiffres qui donnent le tournis : le 11 novembre dernier, Journée des célibataires, les ventes d'Alibaba ont atteint 34,7 milliards d'euros en 24 heures. Et les quatre principales marques belges déjà présentes sur Alibaba – Hoegaarden, Rochefort, Godiva et Gyulian- ont vu leurs ventes augmenter de 32 % par rapport à l'an dernier.

Mais avoir sa propre boutique sur Alibaba demande un investissement qui n'est pas à la portée de toutes les PME. Denis Mispelaere est le commercial en charge de l'Asie pour Desobry, une entreprise de la région de Tournai qui emploie 250 personnes et produit des assortiments de biscuits. « Je m'étais renseigné, et le ticket d'entrée pour avoir sa propre boutique sur Alibaba était de 50.000 euros, plus des frais mensuels de marketing : hors de notre portée. Via notre importateur, nous vendons déjà en Chine, notamment à travers l'e-commerce, et nous avons un produit présent dans les supermarchés d'Alibaba Freshhippo : notre boîte de biscuits décorée avec Ernest et Célestine, qui risque de faire un carton en 2020, année du Rat. Mais nous voudrions monter en puissance et amplifier cette collaboration ».

## Des « vrais supermarchés »

Car à côté de son immense boutique en ligne, Alibaba a ouvert dans les grandes villes 171 (bientôt 200) « vrais supermarchés » spécialisés dans les produits frais. Un mélange de technologies innovantes — le consommateur peut en scannant chaque produit tout savoir sur son origine, ses courses peuvent lui être livrées dans les 30 minutes — et de caractéristiques chinoises : on peut voir les vendeurs attraper dans les viviers de grosses grenouilles qui gigotent ou des tortues vivantes. Elles sont emballées dans des sacs qui s'envolent aussitôt sur un rail de livraison. Freshhippo, nous explique-t-on, est un lieu stratégique car il permet aux consommateurs chinois, plutôt urbains, jeunes et aisés, de découvrir de nouveaux produits... qu'ils commanderont ensuite en ligne.

Bart Horsten, homme d'affaires de Turnhout bien implanté en Chine, a une solution pour les PME belges qui voudraient quand même être présentes sur T-Mall Global : il va y ouvrir une « Boutique belge ». « Les consommateurs chinois y trouveront des produits de qualité, et le risque financier pour les PME sera beaucoup plus réduit. Et si leurs produits se vendent bien, elles auront plus de force pour négocier avec d'autres plateformes de vente en ligne », détaille-t-il.

Le ministre wallon de l'Economie et du Commerce extérieur Willy Borsus est sorti enthousiaste de cette visite : « Actuellement, les trains qui amènent en Belgique des produits chinois repartent à peine chargés à 30 ou 40 %. En vendant des produits belges aux Chinois via Alibaba, on pourra rééquilibrer cela ».

### « Le plus vert possible »

Mais en Belgique, les projets de déploiement d'Alibaba ne font pas que des heureux. Que répond l'entreprise à ceux qui redoutent le côté polluant et non durable de ses futures activités à Liège ? « Notre but c'est de rendre l'e-commerce et notre chaîne logistique les plus verts possible », répond Maverick Fang, responsable pour le marché européen de T-Mall Global. « Pour nos emballages, nous n'utilisons pas de liens en plastique collés mais du carton entièrement recyclable. En fin de chaîne, pour limiter les trajets de livraison, nous implantons des petits stocks au plus près de nos communautés de clients, et les derniers kilomètres de livraison se font à moto électrique. »

Alors que les films de promotion d'Alibaba montrent dans ses hangars de stockage des opérations largement réalisées par des robots, quel est le nombre d'emplois qui seront créés à Liège ? « C'est difficile à dire », hésite Maverick Fang, « mais on ne peut pas affirmer que les robots prennent les emplois des humains : ils leur permettent simplement d'exécuter des tâches plus qualifiées ». Et pourquoi avoir choisi Liège ? « Parce que cet aéroport est très bien situé, qu'il peut accueillir les très gros avions-cargos et qu'on nous a promis une vraie flexibilité dans les horaires de travail. Tout cela répond à nos exigences ». Pas sûr que cela suffise par contre pour rassurer les détracteurs de cet immense projet.