

Monitoring e-commerce et médias sociaux



Un projet pilote de la DG Animaux,
Végétaux et Alimentation

Philippe Mortier
Directeur général



2



.be

Nous connaissons aujourd'hui une évolution importante dans la communication électronique :

- Ipad,
- Social média,
- E-commerce,
- ...



4

E-commerce Paradis ou enfer ?



- Le pire et le meilleur ;
- Informations correctes, incorrectes ou manipulées.

J'aurais l'occasion d'y revenir durant mon exposé.



.be

5 Quelques chiffres au niveau européen



Le e-commerce européen a atteint 315 milliards €.

Progression de 19% par an.

3 premiers pays : Royaume-Uni - 96 milliards ;
Allemagne - 50 milliards ;
France - 45 milliards.

3,5 milliards de colis de e-commerce seraient expédiés
annuellement.



6

La DG Animaux, Végétaux et Alimentation (1)

L'une des trois directions générales du Service public fédéral (SPF) Santé publique, Sécurité de la Chaîne alimentaire et Environnement:

- Soins de santé
- Animaux, Végétaux et Alimentation
- Environnement

www.sante.belgique.be



7

La DG Animaux, Végétaux et Alimentation (2)

Nos compétences :

- Pesticides et engrais ;
- Santé des animaux et des végétaux, OGM ;
- Alimentation humaine et animale, comme les compléments alimentaires et les aliments enrichis ;
- Produits de consommation : tabac, alcool, cosmétiques, tatouages.



8

Gros plan sur le e-commerce (1)



Forte progression de la vente par internet :

- Au cours de la période avril 2013 - 2014, 60% de la population belge a effectué un achat par internet.
- Dépense moyenne par personne par an : € 1.932.
- Vêtements et chaussures sont les achats les plus populaires (49%).



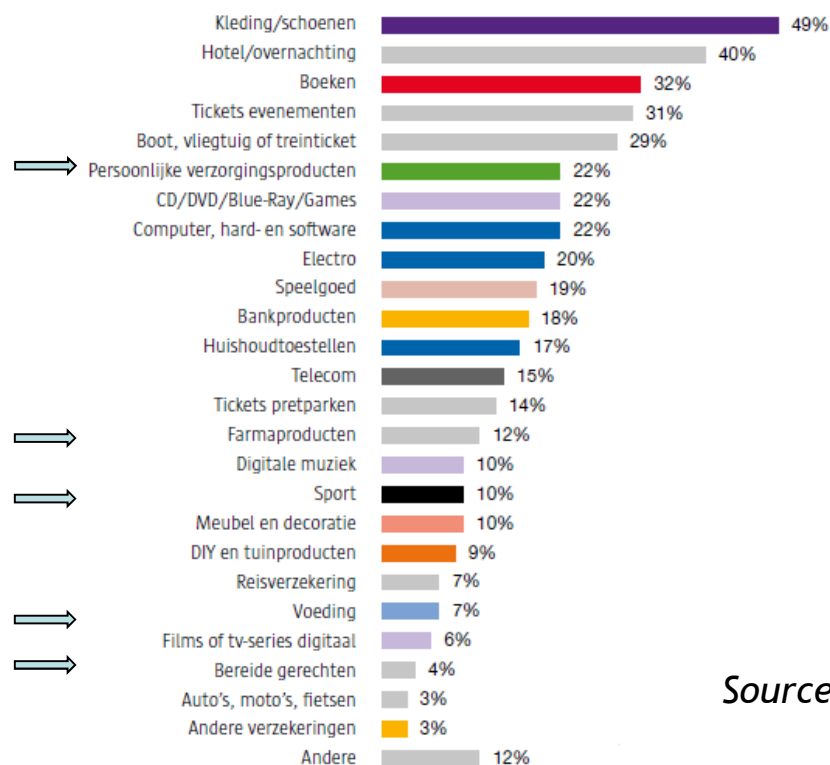
Source: E-commerce in Belgium 2014, Comeos



9

Gros plan sur le e-commerce (2)

Welke nieuwe diensten of producten kocht je het afgelopen jaar online?



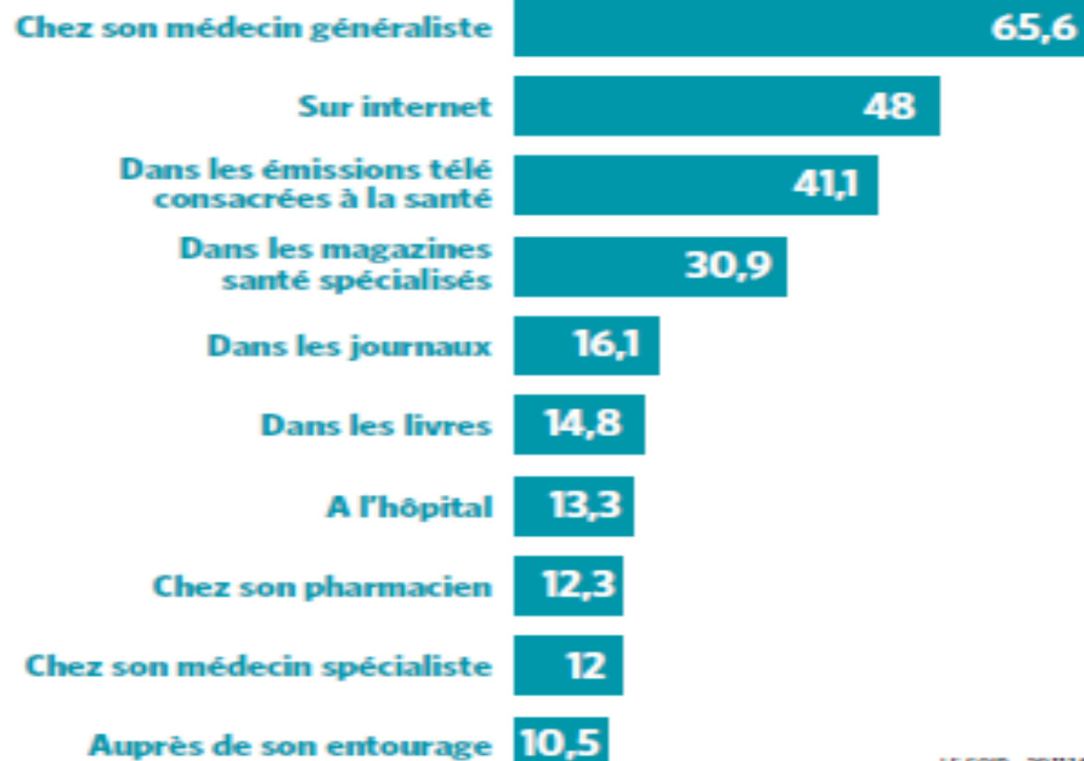
Source: E-commerce in Belgium 2014, Comeos



10

Selon vous, où trouve-t-on les bonnes informations sur la santé ?

Chiffres en %. Plusieurs réponses permises.



LE SOIR - 2011/14



.be

11 Risques du e-commerce en produits illégaux

1. Les dangers pour la santé publique à court et à long terme ;
2. Non-respect du contenu des législations nationales et européennes ;
3. Concurrence déloyale et manque d'équité vis-à-vis de nos entreprises.



12 Projet pilote "monitoring" de la DG (1)

1. Veille informationnelle = e-reputation

- Suivi de notre image sur le web ;
- Être informé directement d'un fait.

2. E-commerce

- Contrôler le commerce virtuel auquel a accès le consommateur belge.



13

Projet pilote "monitoring" de la DG (2)

Méthodologie de la veille :

1. Cibler les mots clés ;
2. Cibler les sites de vente en ligne ;
3. Mettre les sites de vente en ligne sous surveillance ;
4. Analyser les informations collectées.



14 Objectifs du monitoring

- Protection du consommateur ;
- Surveiller la e-réputation de la DG ;
- "Anticiper" de nouvelles problématiques par l'identification de tendances ;
- Cartographier les problèmes actuels : nature, ampleur, etc.
- Aligner la politique (de contrôle) sur cette actualité ;
- Sanctionner effectivement les infractions.



15 Défis (1)

Quel est le challenge pour la DG4 ?

- ➡ Trouver les ressources internes et externes ;
- ➡ Trouver les ressources financières pour :
 - l'acquisition des logiciels ;
 - la formation des collaborateurs.
- ➡ Utilisation adéquate des données.



16 Défis (2)

- Choisir des thèmes de recherche pertinents : produits (nouveaux), tendances (nouvelles), etc.
- Utiliser la terminologie correcte : identifier les usages linguistiques du public ;
- Trouver les sources pertinentes ;
- Être capable de filtrer, partager et sauvegarder efficacement l'information au sein de l'organisation.



17 Thèmes possibles

- Compléments alimentaires ;
- Produits du tabac, notamment e-cigarettes ;
- Cosmétiques ;
- Alcool ;
- Produits phytopharmaceutiques.



18

Plan d'action

1. Mise en place d'un groupe de travail avant le démarrage du projet (experts, service juridique, SPF Économie, ...) ;
2. Développement du système ;
3. Mise en œuvre et ajustement si nécessaire ;
4. Évaluation approfondie de la problématique à l'issue de la première année.



19

Conclusions (1)

On peut donc dire qu'internet représente :

- ➡ Une menace pour la DG4 ;
- ➡ Mais également une opportunité ;
- ➡ Un outil pour améliorer les contrôles ;
- ➡ Une meilleure image et perception auprès des consommateurs ;
- ➡ Garantir auprès du citoyen une autorité ministérielle compétente.



Conclusions (2)

- ➡ Faire une 1^{ère} évaluation après 6 mois ;
- ➡ Information sur notre site des dangers du e-commerce ;
- ➡ Être conscient que nous croyons que le sommet de l'iceberg...

Ce que l'on sait ➡



Ce qu'il faut améliorer ➡



Inconnu ➡



