

E-COMMERCE : CAP SUR LE M-COMMERCE

En 2015, Le chiffre d'affaires du e-commerce en France a progressé de 14 % pour atteindre les 65 milliards d'euros (Source Fevad) et l'objectif est de 70 milliards pour 2016 avec une forte émergence du m-commerce. Comme chaque année, la Fédération du e-commerce et de la Vente à Distance (Fevad) nous livre son bilan détaillé du secteur, accompagné d'enquêtes plus qualitatives sur l'évolution du secteur et des pratiques des consommateurs. Résultats sur les évolutions du secteur du e-commerce en France.

LES CHIFFRES DU E-COMMERCE EN FRANCE

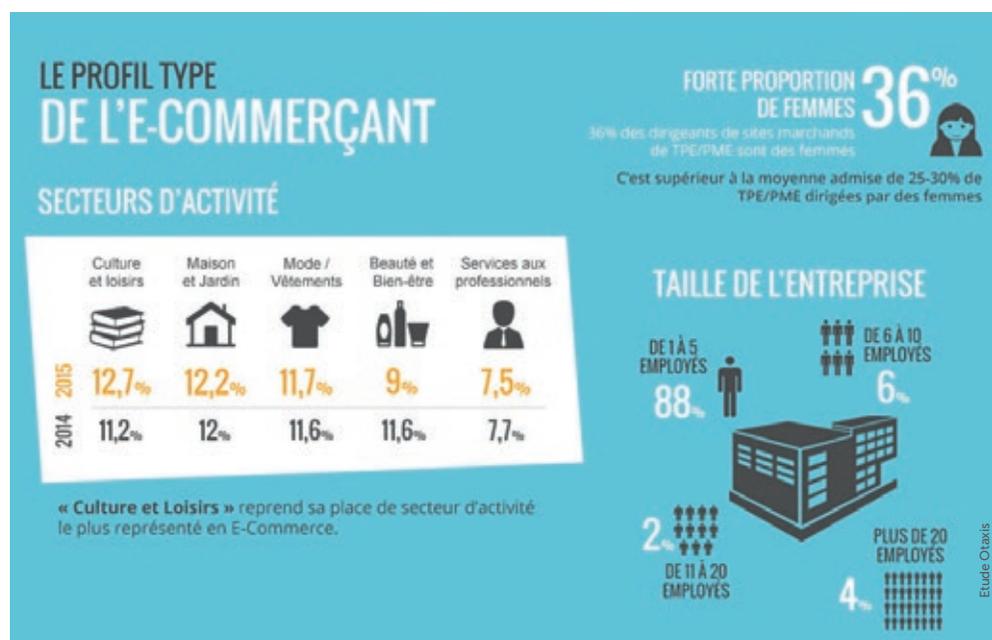
En 2015, le chiffre d'affaires du e-commerce en France a progressé de 14 % pour atteindre les 64,9 milliards d'euros (Source Fevad). Un chiffre supérieur à la hausse enregistrée en 2014 (+ 11 %). Sur la période de Noël (mois de novembre et décembre), les ventes en ligne (produits et services) ont également progressé de 12 % pour atteindre les 12,8 milliards d'euros. Le nombre de transactions enregistrées progresse de 19 % pour atteindre les **835 millions de transactions** (vs 700 millions en 2014). Le montant moyen de la transaction a enregistré au cours du dernier trimestre sa plus forte baisse : - 6 % sur un an. Il perd 5 euros par rapport au 4e trimestre 2014 faisant ainsi chuter le panier moyen annuel à 78 euros, soit le montant le plus bas jamais enregistré. Cette baisse du panier moyen confirme la normalisation de l'achat en ligne qui se rapproche ainsi chaque année un peu plus du montant moyen des achats réalisés par les Français sur les autres circuits de commerce.

2,3 MILLIONS D'ACHETEURS EN PLUS EN UN AN

En outre, cette baisse continue d'être compensée par l'arrivée de nouveaux acheteurs (2,3 millions de plus en un an – Source : Médiamétrie) et par l'augmentation de la fréquence d'achat. Les acheteurs réalisent en moyenne **23 transactions sur l'année** (soit près de 2 achats par mois) pour un montant de 1 780 euros (1 640 euros en 2014). Sur les quatre dernières années, la fréquence d'achat a augmenté de 68 % et le montant moyen dépensé progressé de 45 %. Les acheteurs sont quant à eux 20 % plus nombreux qu'il y a quatre ans. Cette fréquence d'achat profite aussi de la progression du rythme de création de sites. Le nombre de sites marchands a augmenté de 16 % en un an soit près de 25 000 sites supplémentaires sur 12 mois, ce qui constitue un record historique. Il y a désormais plus de 182 000 sites marchands actifs en France. On compte aujourd'hui 100 000 sites de plus qu'il y a 5 ans.

70 MILLIARDS D'EUROS DE CHIFFRE D'AFFAIRES EN 2016

Le marché du e-commerce devrait progresser de 10 % en 2016 et franchir la barre des 70 milliards d'euros. Cette projection table sur la poursuite de l'augmentation du nombre d'acheteurs et de la fréquence d'achats avec près de **1 milliard de transactions en 2016** et sur une nouvelle poussée de l'offre puisque la barre des 200 000 sites marchands actifs devrait être franchie. ■



36 MILLIONS DE CYBERACHETEURS EN FRANCE

« Depuis 2005, date à laquelle nous avons lancé le baromètre e-commerce¹ avec la Fevad, le nombre de cyberacheteurs a quasiment triplé (+ 171 %) en passant de 13,4 à 36,3 millions d'internautes. Nous sommes ainsi passés à un phénomène de masse : aujourd'hui, 82 % des internautes ont déjà effectué un achat sur un site internet alors qu'ils étaient 51,2 % en 2005 », explique Bertrand Krug, directeur adjoint de Médiamétrie/NetRatings. Selon la dernière enquête du CSA/Fevad¹, parmi les e-acheteurs, plus de la moitié l'ont fait au moins une fois par mois (55 %). Une tendance encore plus prononcée chez les 25-34 ans, les 35-49 ans, et les CSP+ (respectivement 64 %, 61 % et 65 %).



M-COMMERCE ET PLACES DE MARCHÉ EN HAUSSE

L'indice Indice place de marché de la Fevad montre une progression de 46% sur un an de l'activité des market-places (hébergées sur les sites de l'ICE 40*). Ces ventes représentent 26% du volume d'affaires total des sites participant à l'IPM (vs 20% en 2014). Le marché des market-places peut ainsi être estimé à près de 3 milliards d'euros en 2015 ce qui représente 9% des ventes online. De son côté l'indice commerce mobile (ICM*) qui mesure les ventes sur l'internet mobile a progressé de 39% en un an. Il représente 20% du volume d'affaires total des sites de l'ICM vs 15% en 2014. Le marché peut être estimé à plus de 6 milliards d'euros soit 10% du marché e-commerce.

*ICE : Panel de la Fevad regroupant 40 sites majeurs en France parmi lesquelles on trouve Auchan, Boulanger, Cdiscount, LDLC mais aussi des sites comme Air France, Last minute.com La Redoute.
* ICM : vente via smartphones et tablettes sur sites mobiles et applications, hors téléchargements d'application et hors ventes places de marchés) Panel de sites membres.

LES PERSPECTIVES DU E-COMMERCE POUR 2016

Selon le baromètre¹ CSA/Fevad L'année 2016 semble prometteuse pour les ventes en ligne, puisque 9 e-acheteurs sur 10 envisagent d'acheter, autant ou plus, sur Internet cette année. Ces achats en ligne porteront tout d'abord sur l'habillement (57%), puis sur les achats de produits culturels (52%, 62% pour les CSP+), les voyages et produits du tourisme et les produits techniques/électroménager (42%, 47% pour les hommes). Les objets connectés sont évoqués pour 13% des personnes. A noter que seuls 3 e-acheteurs sur 10 (30%) estiment que le contexte économique difficile affectera leur consommation sur Internet. Un chiffre en baisse de près de 10 points en un an (39% en 2014).

1-Depuis 2003, le Baromètre Fevad/CSA mesure les intentions d'achat de l'année à venir. L'enquête a été réalisée auprès d'un échantillon représentatif de 1 000 e-acheteurs français.



BOULANGER DANS LE TOP 15 DU E-COMMERCE EN FRANCE

Après Fnac, Darty, l'arrivée de Boulanger dans le dernier Top 15 du quatrième trimestre, 2015 démontre la montée en puissance des acteurs traditionnels de la distribution sur le secteur du e-commerce. Désormais le e-commerce fait totalement partie du paysage de la distribution. Annoncé depuis longtemps, ce phénomène est définitivement établi : Fnac, Carrefour, E.Leclerc, Darty, Leroy Merlin, Boulanger et Auchan figurent dans le Top 15 des sites de e-commerce les plus visités en France (cf. tableau ci-contre), soit la moitié des acteurs. Et si des pure-players comme Amazon et Cdiscount conservent leur position de leaders sur le secteur (respectivement premier et deuxième), on assiste à une normalisation du paysage du e-commerce qui se rapproche désormais de l'ensemble du paysage de la distribution. Et le terme de e-commerce ne désigne plus à proprement parler un canal de distribution tant il est désormais intégré à l'ensemble de la distribution. Une enseigne comme Darty indique que 16 % de ses ventes se font online. Désormais les enjeux se sont déplacés sur le secteur de la mobilité avec le m-commerce qui connaît une forte progression. Et au-delà de l'acte d'achat sur mobile, désormais, la prochaine étape est bien l'intégration du m-commerce à chaque étape du parcours du consommateur : du repérage au choix jusqu'à l'acte d'achat, mais également la relation client notamment autour des problématiques de SAV.



LE TOP 15 DES SITES « E-COMMERCE » LES PLUS VISITÉS EN FRANCE

RANG	MARQUES	VISITEURS UNIQUES MOYENS PAR MOIS	COUVERTURE MOYENNE (EN % DE LA POPULATION INTERNAUTE)	VISITEURS UNIQUES MOYENS PAR JOUR
1	Amazon (B)*	19 361 000	41,4%	2 292 000
2	Cdiscount (B)*	11 805 000	25,3%	1 011 000
3	Fnac (B)*	11 052 000	23,7%	858 000
4	eBay (B)*	8 281 000	17,7%	1 018 000
5	Carrefour (B)*	7 105 000	15,2%	529 000
6	PriceMinister (B)*	6 624 000	14,2%	536 000
7	E.Leclerc (B)	5 978 000	12,8%	446 000
8	Darty (B)*	5 915 000	12,7%	363 000
9	Voyages-Sncf.com (B)*	5 828 000	12,5%	402 000
10	La Redoute (B)*	5 816 000	12,4%	385 000
11	vente-privee (B)*	5 552 000	11,9%	825 000
12	Leroy Merlin (B)	4 739 000	10,1%	309 000
13	Boulanger (B)*	4 670 000	10,0%	258 000
14	Auchan (B)*	4 569 000	9,8%	342 000
15	Rue du Commerce (B)*	3 935 000	8,4%	226 000

Marque ou Brand (B) : Une brand est un agrégat de domaines, de sous-domaines et/ou de pages identifiés par un même logo.

Visiteurs uniques par jour / mois : Nombre total d'individus ayant visité une marque au moins une fois au cours d'un jour moyen ou du mois concerné quel que soit leur lieu de connexion : domicile, travail, autres lieux. Les individus ayant visité la même brand plusieurs fois ne sont comptés qu'une seule fois.

* Sites adhérents à la FEVAD
Source : Médiamétrie/NetRatings - Catégorie créée spécialement pour la FEVAD - Tous lieux de connexion - Applications internet exclues - France - Moyenne mensuelle des mois de octobre-décembre 2015

AFTERGLOW®

MANETTE PRISMATIC



CONÇU POUR
XBOX ONE™

PRISMATIC™
COLOR SELECT LIGHTING

