

## Baromètre e-commerce de l'ACSEL, l'association de l'économie numérique au premier trimestre 2009

### La croissance de l'e-commerce, bien que soutenue par les nouveaux entrants, ralentit au premier trimestre 2009.

**Paris, le 27 avril** - Selon le Baromètre e-commerce de l'ACSEL, l'association de l'économie numérique, **la croissance du chiffre d'affaires de l'e-commerce en France connaît un ralentissement au premier trimestre 2009.**

Ce tassement est notamment illustré par la baisse en volume des paiements effectués par cartes bancaires sur le réseau CB avec une croissance qui **a chuté de 40 à 20%** entre les premiers trimestres 2008 et 2009. Ce volume de paiement est de 4,02 milliards d'euros au premier trimestre 2009 (49,4 millions de transactions) contre 3,34 milliards d'euros au premier trimestre 2008.

Pour les intermédiaires financiers, (qui intègrent également les paiements en ligne des cartes privatives.) la croissance des volumes de paiement s'est stabilisée **autour de 31%** aux premiers trimestres 2009 et 2008 avec **montant de 5,1 milliards d'euros** contre 3,9 milliards.

*« La croissance marque clairement une pause, mais l'e-commerce est un des rares secteurs à tirer son épingle du jeu dans un contexte de crise systémique majeure. »* commente le Président de l'ACSEL, Pierre Kosciusko-Morizet .

*« Les acteurs « installés » connaissent en moyenne un ralentissement assez logique de leur activité, alors que les acteurs récents ont une croissance forte et que l'arrivée de nouveaux acteurs tire vers le haut la progression du e-commerce en France. »*

**La dynamique du marché est en partie soutenue par l'arrivée de nouveaux entrants** qui affichent naturellement des taux de progression importants. En un an, le nombre de sites marchands a progressé de 24% selon l'Indicateur de Leguide.com.

Pour autant, cette dynamique ne doit pas masquer le **ralentissement des sites matures**. L'observation du panel ACSEL de 20 e-commerçants **met en évidence une croissance de 4%** de leur chiffre d'affaires et de **9%** du nombre de transactions

Les **100 premières TPE-PME** du panel PowerBoutique se rangent au niveau de la croissance globale du marché et **ont vu leur chiffre d'affaires progresser de près de 20%** au 1er trimestre 2009, soit un montant de 34 millions d'euros.

Le Baromètre e-commerce de l'ACSEL confirme **que les français se tournent de plus en plus vers Internet en période de crise pour effectuer leurs achats.** Avec **plus 38% du nombre de transactions** par rapport au trimestre comparable en 2008, l'étude révèle que l'achat en ligne entre véritablement dans le quotidien et que les français font de plus en plus confiance à l'achat en ligne. **Le panier moyen reste stable à environ 90 €.** (données des intermédiaires financiers)

**Enfin, l'e-commerce français exporte et réalise 7,75%** de son chiffre d'affaires avec des porteurs de cartes étrangers contre 3% pour l'activité globale .

Les données du panel ACSEL et des Intermédiaires financiers sont agrégées par PriceWaterHouseCoopers pour le Baromètre e-commerce de l'ACSEL.

## **LES AUTRES INDICATEURS DU BAROMETRE E-COMMERCE DE L'ACSEL**

Parmi les 13.080 e-commerçants ayant leur siège en France, 41,6 % commercialisent leurs produits dans au moins un autre pays.

Les e-commerçants français se concentrent tout d'abord sur les marchés proches, notamment les pays francophones et limitrophes ; les trois premières destinations d'exportation sont naturellement la Belgique (44,9%), le Luxembourg (39,9 %) et la Suisse (39,7%). Les 10 premières destinations d'exportation sont d'ailleurs toutes des destinations européennes : 18,5% livrent partout en Europe.

Quant au recrutement des acheteurs étrangers, un e-commerçant sur cinq (19,6%) propose son site dans au moins une autre langue. L'anglais reste la langue phare, représentant 95,1% des sites traduits, l'allemand suit avec 29,7%. L'espagnol arrive au troisième rang du classement avec un taux de 23,9% parmi les sites traduits.

Sur l'ensemble des e-commerçants francophones présents sur le marché français, 8,2% ont leur siège social dans un autre pays. Ils viennent principalement de la Belgique (23,6 %), de la Suisse (14,0 %) et de l'Allemagne (12,0 %).

Les secteurs dans lesquels le plus grand nombre d'e-commerçants commercialisent leurs produits sont « Maison et Jardin », (35,1%), suivent « Modes et Accessoires » avec 27,1% et « Sport et Loisirs » avec 25,7%.

**Indicateur Geoscope, LeGuide.Com**

### **Les tendances de consommation pour le 1er trimestre 2009 sur les sites de CTC**

Le top 3 des catégories qui enregistrent le plus grand nombre de ventes et de chiffre d'affaires sont :

- « Vêtements et Accessoires »
- « Jeux et Jouets »
- « Maison, Jardin, Bricolage »

Un classement stable par rapport au 4<sup>ème</sup> trimestre 2008, qui démontre la pérennité du marché du e-commerce en France.

Dans l'ensemble, cette croissance est liée à la revente des cadeaux en janvier, les soldes et de nombreuses opérations de déstockage professionnelles que l'on retrouve régulièrement sur les sites d'achat-vente.

**Indicateur Neteven- Terapeak**

### **Une forte disponibilité des sites marchands, un paramètre clé dans cette croissance**

En dehors d'une offre de plus en plus diversifiée et large, l'accessibilité et la qualité des transactions en lignes sont les éléments majeurs permettant d'accroître l'e-commerce en France :

#### **▪ Disponibilité des sites**

L'amélioration amorcée au début de l'automne 2008 se confirme sur le 1er trimestre 2009, seuls 14 internautes sur 10.000 ne pouvaient accéder aux sites d'e-commerce, contre une moyenne de 38 internautes au cours du dernier trimestre 2008.

#### **▪ Taux de réussite de la transaction**

Après s'être légèrement dégradé sur le 4<sup>ème</sup> trimestre, le taux de réussite transactionnelle s'améliore sensiblement à partir de février.

En mars, sur 10.000 personnes qui souhaitaient visiter un site de commerce en ligne, 75 avaient des problèmes pour se connecter ou réaliser une transaction sur le site marchand.

#### **▪ Comparaison des sites de commerce en ligne de pays de l'Europe**

Les performances s'améliorent globalement sur le 1er trimestre 09. Par exemple, les sites d'e-commerce français sont de plus en plus lents, nécessitant pratiquement 2 fois plus de temps que les sites belges.

Dans ces conditions, le temps et la qualité des transactions constituent des priorités pour les acteurs français du secteur.

## **Indicateur IPLabel**

## **A PROPOS DE L'ACSEL :**

**L'Association de l'Economie Numérique :** Lieu d'échange et de propositions, l'ACSEL regroupe quelque 180 entreprises et organismes qui ont pour ambition de réfléchir à l'impact des technologies émergentes dans le développement de l'économie et les évolutions des usages et des comportements. Elle est présidée Pierre Kosciusko-Morizet, PDG de PriceMinister.com

**Contact Presse - Agence ELAN**  
Vincent Rocenovic 01 41 11 38 00  
vincent.rocenovic@agence-elan.com

---

## **METHODOLOGIE**

### **Le Baromètre de l'ACSEL**

Il est constitué à partir de données recueillies par Pricewaterhouse Coopers. auprès des e-commerçants suivants membres du panel : ACCORHOTELS.COM, AQUARELLE, AUCHAN DIRECT, BIJOURAMA, BOUYGUES TELECOM, CHAPITRE.COM, M6 BOUTIQUE, EVENE BOUTIQUE, EXPEDIA, GROSBILL, LA MAISON DU CHOCOLAT, MISTERGOODDEAL, NATOORA, NESPRESSO, PECHEUR.COM, PRICEMINISTER, PROXI-BUSINESS, SARENZA, VOYAGES-SNCF, WELCOME OFFICE.

### **Les intermédiaires financiers**

ATOS WORLDLINE, CREDIT MUTUEL, SP-PLUS (CAISSE D'EPARGNE), MONEXT, OGONE, PAYBOX et PAYPAL.

N - Le panel de l'ACSEL a été mis en place fin 2001, ce qui permet de disposer aujourd'hui de **sept années** de recul pour l'observation du marché français. Il est principalement constitué d'acteurs présents depuis plus longtemps que la plupart de ceux dont l'activité est mesurée au travers des chiffres globaux fournis par les intermédiaires financiers. Dès lors, en raison de leur maturité, les membres du panel ont une progression moins forte que celle de nouveaux entrants sur le marché, ce qui explique l'écart entre la progression annoncée par les intermédiaires financiers, d'une part, et celle

qui découle des données du panel de l'ACSEL, d'autre part.

### **L'indicateur Powerboutique sur l'activité e-commerce des TPE-PME**

**L'indicateur TPE-PME** - La société Doyousoft, membre de l'ACSEL, héberge sur sa plate-forme PowerBoutique plus de **3.000** boutiques en ligne de tous secteurs.

L'indicateur est constitué à partir des données recueillies auprès d'un échantillon correspondant aux 100 premiers sites de la plateforme en termes de chiffre d'affaires et comptant au moins 12 mois d'activité en ligne.

### **Géoscope de LeGuide.com**

LeGuide.com S.A. développe un réseau européen de guides d'achat, comparateurs de prix, annuaires du e-commerce et moteurs de recherche shopping sur Internet :

[www.leguide.com](http://www.leguide.com), [www.leguide.net](http://www.leguide.net) et [www.webmarchand.com](http://www.webmarchand.com) pour le marché francophone, [www.shopwhale.com](http://www.shopwhale.com) et [www.antag.co.uk](http://www.antag.co.uk) pour le marché anglophone, [www.shopwahl.com](http://www.shopwahl.com) et [www.antag.de](http://www.antag.de) pour le marché germanophone, [www.mercamania.es](http://www.mercamania.es)

et [www.antag.es](http://www.antag.es) pour le marché espagnol et [www.webkupiec.pl](http://www.webkupiec.pl) et [www.antag.pl](http://www.antag.pl) pour le marché polonais.

### **Le baromètre Neteven-Terapeak, bulletin des tendances de vente sur Internet**

Terapeak, outil de recherche et de statistiques commercialisé par Neteven, permet de collecter et d'analyser les données des sites d'achat-vente. Le baromètre Neteven-Terapeak, est un véritable « bulletin météo » des tendances de consommation et de vente sur internet.

Le baromètre Neteven-Terapeak analyse d'une part les catégories de produits les plus populaires, d'autre part les produits les plus vendus. L'indicateur Neteven-Terapeak fournit des informations représentatives des tendances de la vente en ligne. Il porte sur les comportements d'achat de dix millions de visiteurs présents chaque mois sur les sites d'achat-vente.

Neteven, solutions de gestion des sites d'achat-vente à destination des professionnels, commercialise l'outil statistique Terapeak, déjà utilisé par des milliers de vendeurs dans le monde pour décrypter leur environnement et affiner leur stratégie de vente en ligne.

[www.neteven.com](http://www.neteven.com)

### **Ip-Label**

ip-label, institut de mesure neutre et indépendant, simule en permanence des visites d'internautes sur les services web de **33 sites représentatifs du commerce électronique français** et ce à partir de robots installés dans les cœurs des cinq grands réseaux Internet français représentant plus de 80 % du trafic.

Les systèmes agents d'Ip-Label testent toutes les 60 minutes les sites web sélectionnés à partir de différentes zones géographiques sur des scénarios similaires à chaque catégorie. Ainsi chaque site est testé 120 fois / jour soit 3.600 fois / mois pour la partie performance et disponibilité de la *home page*.

En plus, environ 3.600 scénarios de navigation enchaînant 4 pages pour chaque site et par mois sont réalisés.

Ip-Label réalise près de 1.800.000 tests pour le Baromètre trimestriel ACSEL.

**Ip-label mesure quatre indicateurs majeurs** : Accessibilité des sites (%) ; Taux de réussite d'une transaction sur le site e-commerce (%) ; Performance pour effectuer une transaction

simple (en secondes) ; Évolution du poids des pages des sites e-commerce.

Selon le même principe que pour les sites de e-commerce français, ip-Label mesure en permanence le temps d'exécution d'un échange transactionnel (chargement complet de la *home page* suivi de 3 actions) sur des sites de e-commerce européens (Allemagne, Belgique, Espagne et Pays-Bas). Chaque panel européen est constitué d'une vingtaine de sites. Pour chaque panel européen, les mesures sont réalisées depuis les principaux réseaux opérateurs locaux. Au total, ce sont plus de 110 sites de e-commerce qui sont interrogés et plus de 30 millions de mesures par mois dédiées à l'établissement de ces tableaux.