

## Communiqué

### **Baromètre e-commerce de l'ACSEL : bilan annuel 2010 et résultats du quatrième trimestre 2010**

**+ 28 % en un an : le e-commerce français se maintient à un très haut niveau de progression**

Selon le Baromètre e-commerce de l'ACSEL élaboré avec le concours de PricewaterhouseCoopers, qui s'appuie sur les données fournies par les intermédiaires de paiement en ligne(\*), les e-commerçants français ont enregistré un chiffre d'affaires de **8,27 milliards d'euros** au quatrième trimestre 2010, en progression de **+ 25 %** par rapport au quatrième trimestre 2009, pour un total de **94,6 millions de transactions (+ 28 % en un an)**.

Sur l'année 2010, le chiffre d'affaires cumulé a été **28,80 milliards d'euros** soit une progression de **28%** par rapport au chiffre d'affaires cumulé de 22,49 milliards d'euros en 2009 (et + 31% en 2009 par rapport à 2008)

Parmi les PME et TPE du e-commerce, **les 100 premiers sites** e-commerce réalisés avec le logiciel PowerBoutique ont enregistré un chiffre d'affaires de **49,5 millions d'euros** pour 382 311 transactions d'octobre à décembre 2010, ce qui représente une croissance respective de 15 % et 32 % par rapport au quatrième trimestre 2009.

*« L'e-commerce confirme sa position de locomotive de l'économie française, tant par la croissance de ses volumes que par la vigueur de ses créations d'entreprises, que nombre de pays européens nous envient ! »* déclare le président de l'ACSEL, Pierre Kosciusko-Morizet.

Voir en annexe les indicateurs complémentaires fournis par PricewaterhouseCoopers, le Groupement des cartes bancaires, PowerBoutique, Neteven et ip-Label.

(\*) : Atos Worldline, Crédit Mutuel-CIC, Monext, Ogone, Paybox, PayPal, SP Plus (Caisse d'épargne) ; les données de ces intermédiaires de paiement – qui incluent les paiements en ligne avec des cartes privatives – sont agrégées par PricewaterhouseCoopers.

## DONNEES COMPLEMENTAIRES

### PRICEWATERHOUSECOOPERS – le Baromètre des intermédiaires de paiement

#### Chiffre d'affaires (4<sup>ème</sup> trimestre 2010)

- 8,27 milliards d'euros :
  - + 21 % par rapport au troisième trimestre de cette année
  - + 25 % par rapport au 4<sup>ème</sup> trimestre 2009

*Très bon dernier trimestre. Progression en ligne avec celle enregistrée depuis le début de l'année.*

#### Nombre de transactions (4<sup>ème</sup> trimestre 2010)

- 94,6 millions de transactions :
  - + 27 % par rapport au troisième trimestre 2010
  - + 28 % par rapport au 4<sup>ème</sup> trimestre 2009 (= progression annuel 2010)

*Progression des transactions sur un rythme annuel de 26 % contre 33 % en 2009 et en 2008.*

*Progression du nombre de transactions accompagnée d'une baisse du panier moyen de -5% par rapport à T3 2010 et de -2% par rapport à T4 2009; Toutefois, le panier moyen progresse sur un rythme annuel de l'ordre de 2% par rapport à 2009.*

### L'INDICATEUR POWERBOUTIQUE SUR L'ACTIVITE E-COMMERCE DES TPE-PME

Les 100 premiers sites e-commerce réalisés avec PowerBoutique ont enregistré un chiffre d'affaires de 49,5 millions d'euros pour 382.311 transactions d'octobre à décembre 2010, ce qui représente des croissances respectives de **+15%** en termes de CA et **+ 32%** du nombre de commandes par rapport au dernier trimestre 2009.

#### Bilan annuel de l'indicateur E-Commerce TPE-PME (Top100) :

**+ 35%** en nombre de commandes avec 1.405.884 transactions sur les 12 mois, soit une moyenne mensuelle de près de 1.200 commandes par site.

**+ 19%** en chiffre d'affaires pour le « top 100 » avec 183.556.250 euros sur les 12 mois, soit une moyenne mensuelle de plus de 150.000 euros de chiffre d'affaires par site

Le panier moyen annuel pour l'ensemble des sites étudiés s'établit à **131 euros**, contre 148 euros en 2009 (-11%).

### GROUPEMENT DES CARTES BANCAIRES

Pour le 4<sup>ème</sup> trimestre 2010, le paiement par carte chez les e-commerçants CB a été de 77,7 millions de transactions en ligne pour un montant de 6,01 milliards d'euros, soit une progression de 26,13% (en montant) par rapport au trimestre équivalent de 2009.

Le 4<sup>ème</sup> trimestre 2010 est en augmentation de 17,24% par rapport au trimestre précédent.

8,7% du chiffre d'affaires ont été réalisés chez les e-commerçants CB par des porteurs étrangers.

## ANNEXE DU BAROMETRE

### BAROMETRE NETEVEN - TERAPEAK - Le bulletin des tendances de vente sur Internet

*Le baromètre Neteven - Terapeak analyse le comportement des vendeurs et des acheteurs sur les places de marché. Cet indicateur donne un éclairage sur les stratégies de vente des marchands et sur les tendances de consommation des acheteurs.*

#### Ventes en valeur

Le Top 3 des catégories qui ont généré le plus de chiffre d'affaires sur les places de marché au 4<sup>ème</sup> trimestre 2010 sont : « Vêtements », « Livres BD », et « Jeux, Jouets », suivis de très près par les catégories « Maison » et « Téléphonie ».

Ce classement est en phase avec les achats de Noël sur internet, ce qui souligne encore une fois que les places de marché sont des sites incontournables pour l'achat de produits neufs, au même titre que les sites e-commerce traditionnels.

Sur l'année 2010, les vêtements, les produits de la maison et les jouets ont nettement dominé le chiffre d'affaires des places de marché. Les produits *high tech* ont également généré un nombre important de ventes en valeur avec un panier moyen de plus en plus élevé.

#### Ventes en volume

Les catégories qui enregistrent le plus grand nombre de ventes sont « Vêtements », « Maison, Jardin, Bricolage », et « Jeux et Jouets ». Même constat que sur les ventes en valeur, les cadeaux phares dominent le classement du 4<sup>ème</sup> trimestre 2010 sur des catégories bénéficiant d'une forte visibilité pendant les fêtes de fin d'année.

Sur 2010, ces 3 catégories ont également bénéficié du plus fort volume de vente.

#### Catégories les plus attractives

Au cours du 4<sup>ème</sup> trimestre 2010, les produits qui ont obtenu le meilleur taux de vente (nombre de produits vendus / nombre de produits mis en vente) sont ceux des catégories « Téléphonie », « Loisirs créatif », et « Jeux vidéo ». Ce classement montre clairement que l'on trouve tous types de produits sur les places de marché et que les achats de Noël se sont fait en masse sur les places de marché pour ces biens de consommation courante.

« Beauté et Bien être », « Jeux vidéo » et « Loisirs créatifs » se sont placés en tête des catégories pour lesquelles l'offre et la demande se sont le mieux équilibrées en 2010.

#### Top recherches

Dans la catégorie « Vêtements et Accessoires », les marques « Cop Copine », « Comptoir des Cotonniers » et « Ikks » représentent le plus fort potentiel de ventes.

Concernant la catégorie « Jeux, Jouets », les produits qui ont représenté le plus fort volume de recherche ont été les « Playmobil », les « Barbie » et les « Lego ».

Enfin, dans la catégorie « Téléphonie, Mobilité », c'est la marque « Apple » qui est la plus prisée, suivie par « Samsung » et « Nokia ».

Ces mots clés sont en phase avec les catégories phares des places de marché.

### **INDICES DE PERFORMANCE DES SITES DE E-COMMERCE PAR IP-LABEL - Mesures des performances techniques des e-commerçants français comparées à celles de leurs homologues européens.**

#### Disponibilité des sites

Le taux de réussite d'accès aux sites de e-commerce s'améliore sensiblement en octobre et novembre.

Une nouvelle dégradation du taux de réussite d'accès aux sites de e-commerce est observée sur le dernier mois de 2010

## ANNEXE DU BAROMETRE

Entre octobre et décembre 2010, sur 10.000 personnes souhaitant se connecter aux sites de e-commerce, 42 devaient se résoudre à renouveler leur tentative en raison d'une indisponibilité du service

### Taux de réussite de la transaction

Le taux de réussite transactionnelle observé sur le dernier trimestre 2010 s'est globalement amélioré

Après un bon mois de novembre, une nouvelle tendance négative a été constatée en décembre

Au cours du quatrième trimestre 2010, sur 10.000 personnes qui souhaitaient visiter un site de commerce en ligne, 42 n'arrivaient pas à voir la page d'accueil s'afficher et 43 autres ne pouvaient passer commande ou visiter le site

### Temps d'exécution de la transaction (évolution sur 12 mois)

Le temps nécessaire pour réaliser 4 actions sur les sites de e-commerce se dégrade fortement durant le 4<sup>ème</sup> trimestre 2010

Sur un an, la dégradation du temps moyen d'exécution de la transaction atteint 80 %.

Le poids des pages augmente de manière conséquente durant le 4<sup>ème</sup> trimestre 2010

La dégradation de performance observée sur la fin de l'année est directement occasionnée par l'augmentation du poids moyen des pages.

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

*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, Pays-Bas et Espagne). Chaque panel européen est constitué d'une vingtaine de sites. Pour chaque panel européen, les mesures sont réalisées depuis les principaux réseaux opérateurs locaux.*

Les performances globales se dégradent de manière plus ou moins marquée pour l'ensemble des pays. Les taux de réussite transactionnelle s'améliorent, sauf pour la France. Les sites de e-commerce français sont ceux qui nécessitent le plus de patience de la part des internautes. Les sites de e-commerce français sont ceux qui présentent désormais le moins bon taux de réussite transaction.

Le poids des sites de e-commerce de l'Espagne et des Pays Bas diminue légèrement. Les sites de e-commerce français sont ceux qui disposent des pages les plus volumineuses, juste devant les sites néerlandais. Les sites espagnols sont, de très loin, les plus légers. La performance des réseaux opérateurs français reste stable, avec 26 ms nécessaires pour télécharger chaque Ko de données. Les réseaux des opérateurs néerlandais sont les plus rapides, avec un temps de chargement de 1 Ko de données de 18 ms

### Conclusion

En une année, les pages des sites français de e-commerce se sont alourdies de 80 %.

Cet alourdissement a une conséquence directe sur la rapidité d'affichage des pages, nécessitant une patience beaucoup plus importante de la part des internautes

Les infrastructures d'hébergement des serveurs de sites de e-commerce et les réseaux sont impactés par le volume plus élevé d'informations échangées, ce qui augmente le taux d'incidents perçus par les visiteurs.

---

### METHODOLOGIE

#### Le Baromètre de l'ACSEL

##### Les intermédiaires financiers

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

Ce baromètre est réalisé par Pricewaterhouse Coopers (PwC) et l'ACSEL depuis 2001. PwC récupère auprès des intermédiaires de paiement le chiffre d'affaires et le nombre de transactions de la vente en ligne et assure la confidentialité de ces informations. PwC ne certifie pas les données qui ont été fournies par les participants du baromètre.

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

**L'indicateur TPE-PME** - La société Doyousoft, membre de l'ACSEL, héberge plus de 4.000 sites e-commerce de tous secteurs réalisés avec sa solution PowerBoutique.

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.

##### **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.