

**LE E-COMMERCE : UN MARCHÉ TOUJOURS PLUS DYNAMIQUE****EN FRANCE LE SECTEUR DEVRAIT CONNAITRE UNE CROISSANCE DE 31% EN 2010****ALORS QUE CELLE DES VENTES TOTALES DE DETAIL SERAIT DE 1,3%**

*Le commerce en ligne est l'un des marchés les plus dynamiques en France et en Europe. Il est passé d'une valeur de 44,7 milliards d'€ en 2003 à 143,7 milliards d'€ en 2008 en Europe, soit une augmentation de 221%. Le e-commerce a continué d'enregistrer de bonnes performances en 2009, avec une croissance de 22%, représentant 4,7% du total des ventes de détail en Europe. En revanche, la croissance américaine a décroché en 2008, mais le commerce en ligne représente 7% du marché de commerce de détail. L'estimation de croissance pour ce secteur en 2010 est de 19,6% pour l'Europe, contre 10% aux Etats-Unis et si les taux de croissance européens se confirment, sept des pays européens (Royaume-Uni, France, Allemagne, Norvège, Danemark, Suède et Finlande) auront une plus grande part de marché que les États-Unis en 2014.*

- **La France, avec + 31%, connaîtra le deuxième plus fort taux de croissance du commerce en ligne en Europe en 2010, pour un chiffre d'affaires attendu de 32,5 milliards d'€ L'Hexagone se situera derrière la Pologne (+ 36%), et devant l'Espagne (+ 25%)**
- **Les ventes en ligne ont généré en France près de 24,7 milliards d'€ de chiffre d'affaires en 2009 qui associées au Royaume-Uni (42,7 milliards d'€) et à l'Allemagne (33,4 milliards d'€) représentent près de 70% des ventes totales européennes en ligne (100,8 milliards €)**
- **Les ventes en lignes en 2009 ont augmenté de 33% par rapport à l'année 2008 en France**
- **En 2009, les acheteurs en ligne français ont dépensé en moyenne 995 € chacun, pour une moyenne de 20 articles achetés.**
- **En 2009, le prix moyen par produit en France est de 49,73 €; parallèlement, des produits exceptionnels comme un hôtel de 11,5 millions d'€font leur apparition sur la toile**

**Paris, le 1er février 2010 :** En dépit d'un climat économique actuel difficile, le secteur du e-commerce continue d'être l'un des marchés les plus dynamiques en France en particulier, ainsi que dans toute l'Europe. Aujourd'hui, une nouvelle étude réalisée par Kelkoo révèle que les ventes en ligne en 2009 ont augmenté en France de 33% par rapport à l'année précédente, pour atteindre un chiffre d'affaires de 24,7 milliards d'€ en 2009. Le chiffre d'affaires total européen du commerce de détail en ligne pour l'année 2009 est de 143,7 milliards d'€, ce qui représente 4,7% du commerce de détail européen dans son ensemble.

Le rapport, commandité par Kelkoo et réalisé par le Centre for Retail Research, offre certaines des premières estimations disponibles des ventes en ligne en 2009 en France et dans 12 pays européens et révèle les prévisions des ventes de détail en ligne pour 2010. Le rapport conclut que d'ici la fin de l'année, le marché du e-commerce en France représentera 32,5 milliards d'€, soit une augmentation de 31%, correspondant à 6,3% de toutes les ventes de détail. En Europe, il représentera un volume de 171,9 milliards d'€ – soit une augmentation de 19,6% sur l'année 2009 – équivalant à près de 5,5% de l'ensemble des dépenses de ventes de détail en Europe.

## Panorama du commerce en ligne en France et en Europe

En 2009, le marché français du e-commerce est l'un des marchés européens les plus dynamiques avec près de 24,7 milliards d'€ de chiffre d'affaires, juste derrière le Royaume-Uni (42,7 milliards d'€) et l'Allemagne (33,4 milliards d'€). Ces trois pays représentent à eux seuls 70,2% du total des ventes en ligne en Europe. La Pologne (2,5 milliards d'€), la Finlande (2,6 milliards d'€) et la Norvège (3,3 milliards d'€) connaissent les résultats les plus faibles. Depuis 2003, « Le trio de tête » (Royaume-Uni, Allemagne et France) n'a pas changé, bien que durant cette période, les ventes en ligne en France aient augmenté de 244%, par rapport à 171% au Royaume-Uni et 183% en Allemagne.

En moyenne **les dépenses en ligne en France par habitant sur l'année 2009 sont de 398 € avec 20 produits achetés**. En Europe certains pays comme le Danemark (716 €), le Royaume-Uni (707 €) et la Norvège (694 €), ont les dépenses par habitant les plus élevées en Europe par rapport au **panier moyen européen par habitant de 358 €**. À l'inverse, les pays où l'on constate une faible adhésion aux achats sur Internet tels que la Pologne (65 €), l'Italie (141 €) et l'Espagne (156 €), confirment la faible pénétration du commerce en ligne sur ces marchés.

**Les ventes de détails en ligne en Europe ont représenté 4,7% du commerce de détail en 2009, et devraient passer à 5,5% en 2010. La France se situe à la 5ème place en 2009 avec 4,9 %**, derrière le Royaume-Uni (9,5%), l'Allemagne (6,9%), et les pays nordiques (Norvège (6,3%), Danemark (6,1%)). Les pays européens où le commerce en ligne est encore émergent en 2009 sont l'Italie (0,8%), l'Espagne (1%) et la Pologne (2%). Les causes de ces écarts sont dues à diverses raisons, notamment au fait que le commerce de détail en ligne est relativement récent en Italie et en Espagne. Il existe également une moins grande proportion de ménages avec des connexions Internet haut débit dans ces pays, et les consommateurs y sont moins nombreux à posséder des PC.

Chaque année depuis l'an 2000, les ventes de détail en ligne ont connu une croissance beaucoup plus rapide que les ventes dans les magasins physiques. Les détaillants traditionnels français ayant développé des plateformes de e-commerce obtiennent entre 5% et 16% de leur chiffre d'affaires total de la vente directe par Internet ; alors qu'au Royaume-Uni les chiffres sont compris entre 10 et 20%. En raison de **l'accélération de la croissance du commerce électronique en France, les détaillants pourraient atteindre l'objectif pressenti de 20% par an (contre 2% dans les magasins physiques)** et devraient atteindre plus d'un quart (26,7%) de leurs ventes en ligne d'ici à 2014, et 50% en 2020, en même temps que le Royaume-Uni, sinon plus tôt.

**En 2009, les cyberacheteurs français ont dépensé en moyenne 995 € pour un prix moyen de 50 € par produit** alors qu'en Europe la moyenne est de 872 € pour un prix moyen de 44 €. En France, le coût moyen par produit acheté en ligne est 48% plus élevé qu'au Royaume-Uni (34 €). Les pays ayant le budget moyen par acheteur le plus élevé sont le Royaume-Uni (1240 €), le Danemark (1213 €), la Norvège (1102 €). Les consommateurs de Pologne et du Benelux sont ceux qui ont dépensé le moins avec un panier moyen de 362 et 709 €. Les consommateurs britanniques ont acheté quant à eux le plus grand nombre de produits en 2009 avec près de 37 articles alors que les Polonais sont ceux qui en ont acheté le moins avec 10 produits sur l'année. La Norvège est au 10e rang en termes de ventes en ligne totales (3,3 milliards d'€) mais dispose cependant du montant par produit nettement le plus élevé (85 €).

**Ventes en ligne par consommateur et ventes par habitant en 2009**

	Ventes en ligne 2009 (en milliards)	Ventes en ligne par consommateur et par an	Ventes en ligne par habitant et par an	Nombres d'articles achetés
Royaume-Uni	42,7 €	1239,51 €	706,52 €	37
Allemagne	33,4 €	764,98 €	405,44 €	22
France	24,7 €	994,65 €	397,86 €	20
Italie	8,2 €	934,67 €	141,29 €	17
Benelux	8,3 €	708,97 €	302,28 €	16
Espagne	6,3 €	778,65 €	155,73 €	12
Danemark	3,9 €	1213,25 €	715,82 €	24
Suède	3,8 €	801,79 €	424,95 €	20
Suisse	3,8 €	867,63 €	503,23 €	19
Norvège	3,3 €	1101,69 €	694,06 €	13
Finlande	2,6 €	975,56 €	497,53 €	18
Pologne	2,5 €	361,97 €	65,15 €	10
<b>Total</b>	<b>143,7 €</b>	<b>871,05 €</b>	<b>357,66 €</b>	<b>20</b>

Depuis 2009, près de **62% des ménages français ont accès à internet** alors qu'en Europe la moyenne est de 64% ; par ailleurs, plus de **57% des français ont des connexions haut débit** contre 52% en Europe. **40% des ménages français ont acheté des produits sur Internet en 2009**, sachant qu'en Norvège la proportion est de 63%, au Danemark de 59%, et au Royaume-Uni de 57%. Les communautés d'acheteurs en ligne sont très fortes dans ces pays d'Europe du Nord car elles disposent d'un taux de connectivité plus élevé que dans le reste de l'Europe (+ de 70%).

**2010, l'année de la confirmation**

Alors que la récession mondiale a eu un impact important sur le secteur de la vente de détail et contribué à une baisse globale du PIB de -4,3% dans toute l'Europe en 2009, la France a été assez épargnée avec une baisse de -2,1%. La croissance devrait être de retour en 2010. Le FMI prévoit une hausse moyenne de +1,3% pour la France et de +1,2% en Europe.

**Bien que les ventes de détail en Europe devraient augmenter de seulement 1,4% en 2010** (1,9% en Allemagne, 1,7% au Royaume-Uni, et 1,3% en France); **les ventes en ligne devraient croître de près de 20% (+19,6%) soit de près de 28,2 milliards d'€, pour atteindre un volume global de 171,9 milliards d'€** Les prévisions se basent sur le prolongement des tendances actuelles générales du commerce en ligne en regard de l'amélioration économique de la plupart des pays et du fort développement du marché en ligne dans des pays tels que l'Espagne, l'Italie et la Pologne.

La France continuera d'être l'un des trois plus grand marché du commerce de détail en ligne en Europe, derrière le Royaume-Uni (48 milliards €) et l'Allemagne (39,2 milliards €). **La France (31%) et la Pologne (36%) seront les deux pays européens à avoir la plus forte croissance des ventes de détail en ligne en 2010** avec des ventes en hausse respectivement de 24,7 à 32,5 milliards d'€ et de 2,5 à 3,4 milliards d'€. Des taux élevés de croissance sont aussi attendus en Espagne (25%), Finlande et Benelux (23%), Italie (20,5%) et Norvège (21%).

Le rythme rapide de croissance de l'e-commerce dans des pays comme la France et la Pologne peut également s'expliquer par l'augmentation explosive du nombre de clients qui achètent pour la première fois en ligne. **Bien que la proportion de ménages « primo-acheteurs » en France soit déjà importante (40%)**, son nombre a augmenté de 122% entre 2005 et 2008. En Pologne, seulement 18% des habitants de la Pologne achètent en ligne, mais le pays a connu une augmentation fulgurante de 157% du nombre de nouveaux acheteurs depuis 2005.

L'étude commandée par Kelkoo indique également que le secteur du e-commerce devrait voir l'achat de produits exceptionnels se confirmer en 2010. La vente de produits « hors du commun » fait en effet son apparition sur la toile, avec par exemple : un hôtel de 11,5 millions d'€, un diamant de 3,1 carats pour 35 000 €, un hors-bord de 225 000 €, une voiture de sport de 79 000 €.. indiquant une confiance accrue dans le commerce en ligne, une modification des usages ainsi que la maturité du e-commerce en France et au Royaume Uni.

**Laurent Gatignol, Directeur Exécutif de Kelkoo France, précise :** «*La tendance de l'achat en ligne va continuer à se développer de manière très significative. Il n'est pas surprenant que les acheteurs se tournent vers l'Internet plutôt que vers les magasins physiques, notamment si l'on considère que les produits de consommation disponibles en ligne tels que les logiciels, livres et gadgets peuvent offrir des économies de 20% ou plus par rapport au prix recommandé en magasin. Les consommateurs européens sont plus que jamais déterminés à optimiser leurs dépenses. Les e-commerçants français et européens vont continuer de récolter des bénéfices en 2010, avec une hausse moyenne prévue de 20% de leur chiffre d'affaires; ce qui, dans d'autres secteurs de détail serait considéré comme un taux de croissance irréaliste.* »

#### Ventes en ligne par pays et prévisions pour 2010 (Totaux en milliards d'€)

	Ventes en ligne 2008 €	Ventes en ligne 2009 €	Augmentation 2008-09	Ventes en ligne 2010 €	Augmentation 2009-10	Augmentation toutes ventes 2010	% du commerce de détail en ligne en 2010
Royaume-Uni	38,2 €	42,7 €	12%	48,0 €	12,4%	1,7%	10,5%
Allemagne	28,6 €	33,4 €	17%	39,2 €	17,2%	1,9%	7,9%
France	18,6 €	24,7 €	33%	32,5 €	31,4%	1,3%	6,3%
Italie	6,8 €	8,2 €	21%	9,9 €	20,5%	0,2%	1,0%
Espagne	5,3 €	6,3 €	19%	7,9 €	25,0%	-0,1%	1,2%
Benelux	7,0 €	8,3 €	20%	10,2 €	22,8%	1,5%	4,3%
Danemark	3,3 €	3,9 €	19%	4,6 €	17,9%	1,4%	7,0%
Suède	3,2 €	3,8 €	19%	4,5 €	18,0%	1,7%	5,6%
Suisse	3,2 €	3,8 €	19%	4,6 €	21,0%	1,7%	5,6%
Norvège	2,8 €	3,3 €	17%	3,9 €	20,7%	1,7%	7,5%
Pologne	1,9 €	2,5 €	35%	3,4 €	36,4%	2,0%	2,6%
Finlande	2,1 €	2,6 €	23%	3,2 €	23,0%	1,4%	5,9%
<b>Totaux</b>	<b>121 €</b>	<b>143,7 €</b>	<b>22%</b>	<b>171,9 €</b>	<b>19,6%</b>	<b>1,4%</b>	<b>5,5%</b>

**Pour plus d'informations, contactez:**

Hopscotch  
Philippe Sergent  
[psergent@hopscotch.fr](mailto:psergent@hopscotch.fr)  
01 58 65 00 29

Sophie Cazaux  
[scazaux@hopscotch.fr](mailto:scazaux@hopscotch.fr)  
01 58 65 10 75

**Notes aux rédacteurs :**

Toutes les données de l'étude « Tendances du commerce en ligne 2010 » proviennent d'un rapport commandité par Kelkoo et réalisé par le Centre for Retail Research, (22 décembre 2009). Les résultats sont basés sur des analyses du secteur du commerce de détail, des rapports de recherche par des organismes de premier plan, et des publications gouvernementales. Le rapport couvre douze pays d'Europe, disposant d'importants marchés en ligne : le Royaume-Uni, la France, l'Allemagne, le Benelux, l'Italie, l'Espagne, le Danemark, la Suisse, la Suède, la Norvège, la Finlande et la Pologne. Rapport complet disponible sur demande.

**A propos de Kelkoo**

Kelkoo, le leader des moteurs de shopping, a pour objectif de rendre le shopping plus facile, plus rapide et plus agréable et surtout plus qualitatif en offrant aux internautes une large gamme de produits.

Avec une interface ergonomique et une navigation fluide, Kelkoo est le pionnier de son domaine. Les innovations de Kelkoo incluent la recherche par popularité et par mot clé, ainsi que des conseils d'experts.

Créé en France en 1999, Kelkoo est présent dans 10 pays européens. Le site est fréquenté par millions de visiteurs chaque mois. Avec 4 000 marchands et 10 millions de produits en France, Kelkoo permet aux sites e-commerce d'acquérir une audience qualifiée et de répondre aux besoins spécifiques des consommateurs.

Actualité Kelkoo sur [Kelkooblog.com](http://Kelkooblog.com)