



ECONOMIE

Le e-commerce ne connaît pas la crise

L'ANNÉE 2009 est un excellent cru, pour le e-commerce. De nombreux indicateurs sont positifs, d'après les chiffres présentés le 2 février dernier à Bercy, par la Fevad, la Fédération du e-commerce et de la vente à distance, l'institut d'études Médiamétrie, et Oxatis, plateforme de commerce en ligne.

Le chiffre d'affaires, tout d'abord : il s'élève à 25 milliards d'euros, en hausse de 26% par rapport à 2008. «Le secteur double tous les trois ans son chiffre d'affaires», commente Marc Lolivier, délégué général de la Fevad, pour qui il s'agit « d'une année record ». La tendance est mondiale, et le commerce en ligne est encore plus développé au Royaume-Uni (42,7 milliards de chiffres d'affaires en 2009) et dans les pays Nordiques que dans l'Hexagone. Ici, le e-commerce ne représente encore que 4% environ du commerce de détail, hors alimentaire et produits pharmaceutiques. Les secteurs qui ont le plus bénéficié de cette manne sont le textile et la mode (+ 13%), suivis des produits techniques et du tourisme. Et les dépenses ont été particulièrement soutenues au quatrième trimestre, fêtes de Noël obligent. Par exemple, le secteur textile-habillement a connu, sur cette période, une croissance de 17% de ses ventes en ligne, contre 13% pour l'ensemble de l'année. Pendant ce temps, la vente de détail globalement ne progressait que de 1,4%. L'un des facteurs qui expliquent ces performances au quatrième trimestre est l'indice de transformation, c'est à dire le fait qu'une visite sur un site se concrétise en un achat: il a augmenté de 1,80%.

Les cyberacheteurs à l'assaut

Pour Marc Lolivier, les internautes ont trois raisons de consommer sur le Net : le prix, le choix entre les produits et la liberté d'acheter à toute heure,

de faire ses démarches sans subir la pression des vendeurs. Autres facteurs qui contribuent au développement du e-commerce: la crise énergétique, qui a sensibilisé les consommateurs au coût des transports, ainsi qu'une attention croissante aux impacts écologiques de la consommation.

Anciennes et nouvelles marques se disputent les marches du podium

Les sites marchands des entreprises par ailleurs implantées sur le territoire et des sociétés uniquement présentes sur le Net se disputent les faveurs des internautes. Au quatrième trimestre 2009, les consommateurs ont massivement fréquenté des sites de Ebay (12,8 millions de visiteurs uniques, selon Médiamétrie) et PriceMinister (10,9 millions de visiteurs), plateformes de commerce en ligne, mais également ceux de la Redoute, la Fnac, de Carrefour ou de Darty.

Quelles que soient leurs raisons, 24,4 millions de Français ont choisi d'acheter sur la Toile en 2009, soit deux millions de plus que l'an dernier. Au total, 45% des Français. Et ce, malgré le retard national en terme de taux d'équipement des ménages. Ainsi, 63% des ménages disposent de l'Internet à la maison, contre 65% en moyenne, en Europe. Mais les internautes français achètent volontiers et ils sont 60% à avoir confiance dans le e-commerce. Logiquement, le profil du cyberacheteur se rapproche de plus en plus à celui de l'internaute « type ». Les femmes

sont un peu plus nombreuses (51% des cyberacheteurs) que les hommes. Les catégories socio-professionnelles supérieures demeurent légèrement sur représentées. Autre signe de cette évolution, le nombre de cyberacheteurs âgés de 50 à 64 ans a progressé de 13% cette année. «On assiste à une démocratisation de l'achat en ligne, qu'il s'agisse de la catégorie socio-professionnelle, de la région, du sexe et de l'âge», note Bertrand Krug, directeur d'études chez Médiamétrie. Et ces consommateurs, dont le e-panier pèse environ 90 euros (un montant en légère baisse), effectuent de plus en plus d'achats : onze par an, en moyenne.

Jeunes, peu diplômés, et ... cybercommerçants

Résultat de l'essor du secteur, durant l'année 2009, le nombre de sites marchands, lui aussi, a crû. Il existe à présent quelques 64 000 sites marchands recensés en France, soit 35% de plus que l'an dernier. Et, semble-t-il, il ne s'agit pas pour l'essentiel de micro-sites qui ferment du jour au lendemain. D'après la Fevad, la proportion de sites qui enregistrent moins de dix transactions par mois diminue, au profit de la catégorie intermédiaire, ceux qui affichent entre 100 et 1000 transactions par mois. Ces derniers représentent 21,1% du panel, contre 14% en 2005. Néanmoins, « le secteur reste concentré », admet Marc Lolivier. De fait, 37 sites ont concentré 36% du montant total des ventes l'an dernier, soit 8,9 milliards d'euros.

Cela n'empêche pas cette activité d'être très ouverte, à en observer le profil des cybercommerçants. En effet, quatre sur dix ont un niveau d'études inférieur ou égal au bac. Et pour ceux qui ont une formation, celle-ci est très diversifiée. Un tiers seulement des diplômés le sont dans des études qui mènent classiquement au commerce. Les cybercommerçants sont

jeunes : 32% ont moins de 35 ans. Un profil qui colle bien avec celui des auto-entrepreneurs. De fait, le tiers de ceux qui ont démarré leur activité cette année ont choisi ce nouveau statut. Cela n'empêche pas la majorité de cette population de déclarer le commerce en ligne comme leur principale et unique activité. Et leurs motivations évoluent. « Avant, ils nous citaient des raisons comme travailler de chez soi, ou vivre sa passion. Aujourd'hui, ils nous parlent d'augmenter leur chiffre d'affaires, ou d'accroître leur visibilité. 22% d'entre eux pensent même à l'export, alors que cette motivation était très peu citée, auparavant », explique Marc Schillaci, dirigeant d'Oxatis. Autre particularité, une bonne partie des cybercommerçants (70%) vit dans des agglomérations de moins de 100 000 habitants. « C'est un vecteur de croissance important pour les zones moins peuplées », commente Marc Schillaci. Une croissance qui devrait se développer encore. La Fevad prévoit que le e-commerce pèsera 30 milliards d'euros en 2010 et 45 milliards en 2012.

Anne d'AUBREE

indice des prix (base 100 en 1998)			
	janv 09	janv 10	variation
indice d'ensemble	118,39	119,69	+ 1,1 % sur 1 an
indice hors tabac	117,13	118,32	+ 1 % sur 1 an

Depuis janvier 1999, l'indice des prix à la consommation est publié en base 100 en 1998 (100,00 en décembre 1998).

indice de la construction baux commerciaux -5,77% sur 1 an +8,76% sur 3 ans				
année	trimestre			
	1 ^e	2 ^e	3 ^e	4 ^e
2006...	1362	1366	1381	1406
2007...	1385	1435	1443	1474
2008...	1497	1562	1594	1523
2009...	1503	1498	1502	

Cet indice sert à l'augmentation des baux commerciaux

ABALONE
agence d'emplois
27 avenue Thiers
33000 Bordeaux
Tél. 05 56 81 81 33
Fax 05 56 81 47 88
Mail : bordeaux@abalone-interim.com