

L'e-commerce porté par la hausse de la fréquence d'achats en ligne

Facteur clé du dynamisme du secteur, la croissance de la fréquence d'achats lui a permis de rebondir depuis trois ans après le ralentissement enregistré en 2014.

En France, l'e-commerce pèse désormais 9% du commerce de détail. Les dépenses en ligne ont atteint 81,7 milliards d'euros en 2017, soit 14,3% de plus qu'en 2016, selon la Fédération de l'e-commerce et de la vente à distance (Fevad). Le panier moyen des achats en ligne a beau décliner depuis 2011 pour se rapprocher de celui de la distribution physique (50 €), de nombreux facteurs se conjuguent pour compenser ce phénomène: la hausse du nombre de sites marchands actifs et de celui de cyberacheteurs, mais surtout de la fréquence d'achats en ligne.

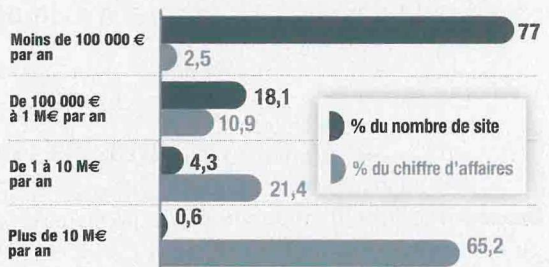
L'an dernier, les e-acheteurs ont en moyenne effectué 33 commandes, au lieu de 28 en 2016. Or cette fréquence augmente fortement depuis trois ans, puisque cette croissance de 19% était déjà de 21% en 2016 et de 19% en 2015. Selon une enquête CSA/Fevad, 65% des cyberacheteurs ont commandé en ligne au moins une fois par mois l'an dernier, soit 7 points de plus qu'en 2016 et 34 points de plus qu'en 2013.

1 000 SITES FONT LES DEUX TIERS DU BUSINESS

Répartition selon le CA annuel des sites e-commerce en 2017

Source: Fevad

Sur les 170 000 sites marchands actifs (+10% en un an), l'infime minorité des plus gros réalise 65% du chiffre d'affaires.



33

transactions par an et par acheteur, à +19%

2184 €

dépensés par an et par acheteur, à +13%

■ 83,7% des internautes ont déjà acheté en ligne,

75,7% au cours des six derniers mois, 53,1% au cours du dernier mois

Sources: Fevad et Médiamétrie

«En dix ans, les dépenses en ligne moyennes d'un cyberacheteur sont passées de 763 € à 2184 € par an», commente Marc Lolivier, délégué général de la Fevad.


Offre et expérience abouties

Pourquoi la fréquence d'achats augmente-t-elle autant? Du fait de l'offre toujours plus large et de l'expérience en ligne toujours plus aboutie, qui ancrent ces habitudes de consommation. Mais aussi en raison de la montée en puissance du mobile comme des services de livraisons illimitées sur abonnement, qui multiplient les occasions d'acheter en ligne. 34% des e-acheteurs déclarent

ainsi avoir souscrit à un tel abonnement (à 25% celui d'Amazon, à 9% celui de Cdiscount, à 7% celui de la Fnac...). Enfin, le développement de l'omnicanal et du phygital augmente mécaniquement le nombre des transactions électroniques comptabilisées par les enseignes.

La croissance du secteur avait ralenti en 2014, tombant à 11%. Il n'est plus question aujourd'hui d'une arrivée à maturité qui entamerait son dynamisme. En 2018, la Fevad prévoit qu'il pèsera 93,2 milliards d'euros. La barre des 100 milliards devrait être allégrement franchie en 2019. ■

FLORE FAUCONNIER



DES VENTES EN HAUSSE DE 14%...

81,7 Mrds €

Le CA de l'e-commerce 2017, +14,3% (nov.-déc.: 16,5 Mrds €, à +17,5%)

- 9% du commerce de détail en France vs 8% en 2016
- 1,2 Mrd de transactions, à +20,5%
- 65,50 € de panier moyen, à -5%

CROISSANCE À PÉRIMÈTRE CONSTANT:
B to C +7,8% (+8,7% avec les marketplaces)
Marketplaces +15%
B to B +17,5%

29%

La part des marketplaces dans le volume d'affaires des sites qui les hébergent

PRÉVISIONS DE CA:
93,2 Mrds € en 2018,
> 100 Mrds € en 2019



... ET MÊME DE 38% SUR MOBILE

21%

des mobinautes ont acheté sur mobile au cours du dernier mois

- 72% des m-acheteurs ont acheté au cours des six derniers mois depuis leur domicile, 38% depuis leur lieu de travail, 36% dans les transports, etc.
- 70% l'ont fait sur un site mobile et 56% sur une application mobile au cours des six derniers mois

- 41% avec un smartphone Apple, 31% avec un Samsung, 37% avec un autre téléphone sous Android