

LE E-COMMERCE EN EUROPE

Source : Extraits de L'Observateur CETELEM 2008

Des consommateurs européens qui déjà achètent massivement en ligne...

Il avait été annoncé trop tôt, à l'aube du nouveau millénaire, puis quasiment enterré après la douloureuse explosion de la bulle de la nouvelle économie, mais aujourd'hui, l'avènement du e-commerce ne fait plus aucun doute.

Confidentielles il y a encore quelques années, les ventes en ligne explosent sur les marchés de consommation européens avec des taux d'accroissement à 2 chiffres. Elles vont même désormais jusqu'à représenter, dans certains pays, des proportions significatives du commerce de détail total.

Au Royaume-Uni, ce sont 89 % des internautes qui ont consommé via Internet sur les 6 derniers mois de 2006. A l'heure actuelle, 70 % du chiffre d'affaires des ventes en ligne européennes sont concentrées entre les seuls Royaume-Uni, Allemagne, France et Belgique.

Pays matures, pays en e-transition :

Un net découpage existe entre les pays leaders, dont on peut considérer le marché comme « mature », et les autres, pour lesquels le e-commerce est encore en plein développement. Mais, signe de modernité, il n'existe pas en matière de cyberachat de frontière établie entre les pays d'Europe centrale et les pays d'Europe de l'Ouest : le Portugal, par exemple, est bien loin de la moyenne, tandis que la République Tchèque se situe juste derrière l'Italie.

Pourcentage de e-buyers dans la population totale

PAYS	E-BUYERS DANS LA POPULATION TOTALE
Allemagne	62 %
Royaume-Uni	57 %
Belgique	51 %
France	48 %
Italie	27 %
République Tchèque	24 %
Slovaquie	18 %
Pologne	18 %
Espagne	16 %
Hongrie	12 %
Serbie	7 %
Portugal	6 %
Russie	4 %
Moyenne des 13 pays	28 %

Sites d'enseigne physique et pure players au coude à coude :

Si, en moyenne, les consommateurs européens privilégient les sites liés à une enseigne physique connue aux sites spécialisés (pure Internet players), cette différence tend à diminuer avec le temps.

Les cyber-acheteurs se tournent naturellement pour leurs premiers achats vers des sites ayant une référence physique connue : cela a permis à ces marques de se créer un avantage comparatif vis-à-vis des sites ne possédant pas de référence physique. Mais les craintes liées au commerce sur le Net diminuent avec le temps. L'apparition de sites pure players sécurisés, qui proposent une gamme tout aussi étendue de produits (voire plus, dans le cas de la musique par exemple) et la plupart du temps des prix attractifs, a inversé cette tendance.

Le e-commerce facilite la consommation...

Grâce à une information de qualité et diversifiée, Internet permet aux consommateurs de faire des achats malins, sans effort. Meilleurs services, meilleure qualité, meilleurs prix, le pouvoir d'achat des cyber-acheteurs s'en trouve bonifié : en consommant mieux, on consomme plus ! En optimisant la relation entre le consommateur et les produits ou services dont il a besoin, Internet contribue à soutenir la consommation. L'achat sur Internet favorise ainsi le pouvoir d'achat : 84 % des e-buyers européens sont satisfaits de la compétitivité des prix pratiqués sur Internet !

Vers une explosion du commerce en ligne...

A l'heure d'un possible retournement conjoncturel, les différents appuis à la consommation, premier moteur de la croissance qu'offre le e-commerce, vont s'avérer de plus en plus précieux et incontournables. Parallèlement, les réseaux Internet à haut débit, indispensables aux cyber-consommateurs modernes, vont se développer, tout comme les enseignes on line.

Si bien que nos prévisions indiquent clairement que l'essor du e-commerce n'en est qu'à ses débuts. Il devrait plus que doubler à l'horizon 2010 et représenter près de 15 % du commerce total (B to B et B to C), pour atteindre près d'un quart des échanges en 2015 !

La progression sera plus forte dans les pays en phase de décollage (Europe centrale, Russie et Europe du Sud), mais les rythmes de croissance resteront impressionnants dans les pays matures.

Internet s'annonce donc comme un canal indispensable de dépenses dans les années à venir.

Ventes en ligne (entreprises et ménages) en millions d'euros

PAYS	TOTAL 2006	TOTAL 2010	VARIATION 2006/2010
Allemagne	22 892	53 859	+ 135 %
Belgique	2 652	7 309	+ 176 %
Espagne	3 048	8 279	+ 172 %
France	12 254	33 107	+ 170 %
Italie	3 765	11 906	+ 216 %
Portugal	268	1 117	+ 317 %
Royaume-Uni	42 088	71 123	+ 69 %
Hongrie	212	623	+ 194 %
Pologne	644	1 968	+ 206 %
République Tchèque	446	1 068	+ 139 %
Slovaquie	200	484	+ 142 %
Russie	1 292	5 386	+ 317 %
Serbie	137	346	+ 153 %
Total des 13 pays	89 898	196 575	+ 119 %

Variation 2006/2010 : + 115 % pour les pays d'Europe de l'Ouest, + 237 % pour les pays d'Europe Centrale dont Russie