

L'E-COMMERCE, VALEUR REFUGE

Source : Magazine LSA n° 2068 du 27/11/2008

Conjoncture : Malgré le climat économique incertain, la croissance du secteur reste à un niveau élevé au troisième trimestre. Noël devrait générer des ventes de 3,8 milliards d'euros et permettre au commerce électronique d'atteindre, comme prévu, un chiffre d'affaires de 20 milliards d'euros à la fin de l'année.

Prudence, prudence...

Loin de l'optimisme qui régnait encore il y a quelques mois, loin aussi du catastrophisme ambiant, la Fevad s'est montrée sereine mais prudente lors de la présentation des chiffres trimestriels. Pourtant, en croissance de 27 % sur le trimestre par rapport à la même période de 2007, le secteur a plutôt de quoi se réjouir, vu le contexte.

Certes, la croissance a légèrement fléchi sur la période juillet-août-septembre (+ 27 %, contre + 30 % sur le deuxième trimestre), notamment celles des sites leaders (+12 %, contre 20 % sur les deux précédents trimestres) et de certains secteurs, comme la high-tech (+5 %, contre 14 %). Certes, le panier moyen a stagné pour la première fois, à 94 €. Mais, pour le reste, les indicateurs restent extrêmement positifs à ce jour. Légèrement moins dynamique, ce canal continue de réaliser de meilleures performances que celles des détaillants physiques.

« *Concernant les biens culturels,, par exemple, la croissance sur le Net s'établit à 24 % sur le troisième trimestre, alors que le marché est tombé sur cette période dans le rouge (- 1,4 %)* », souligne Frédéric Landais, directeur du service distribution de GfK.

Côté consommateurs, « *la confiance ne faiblit pas, bien au contraire. Malgré la crise, les cyberacheteurs sont de plus en plus nombreux. Internet fait même figure de valeur refuge* », note de son côté, Bertrand Krug, directeur des études Médiamétrie/NetRatings.

Le prix, motivation numéro un :

Face aux préoccupations sur le pouvoir d'achat, internet apparaît plus que jamais comme une solution pour acheter au meilleur prix. Pour les 68 % d'internautes comptant acquérir leurs cadeaux de Noël en ligne (53 % en 2007), le prix sera ainsi la principale motivation d'achat sur le Net, devant l'aspect pratique. Un retour intéressant sur le devant de la scène de cette dimension prix que Marc Lolivier, délégué général de la Fevad, n'a pas manqué de relever. « *La guerre des prix va s'intensifier. Ceux qui gagneront des parts de marché seront ceux qui seront les mieux positionnés, avec les conséquences et les risques que cela peut avoir sur les marges* », fait remarquer Pierre Koscuisko-Morizet, PDG de PriceMinister.

La Fevad a donc revu ses prévisions légèrement à la baisse pour 2008, qui devrait se terminer en hausse de 27 %, contre un objectif de 30 %. Beaucoup s'en contenteraient...

Les chiffres au troisième trimestre 2008 (source : Fevad-Médiamétrie/NetRatings) :

- 4,9 Mrds € de chiffre d'affaires (+ 27 %)
- 31,9 millions d'internautes (+ 7 %)
- 22,6 millions d'acheteurs en ligne (+16 %)
- 64,5 % : le taux de confiance dans l'achat en ligne (+ 12 %)
- 44 700 sites marchands actifs

Un léger ralentissement de la croissance en perspective :

CA de la vente en ligne,
et évolution par rapport à l'année précédente
(source : iCE/Fevad)

Années	CA (en milliards d'euros)	Evolution (en %)
2003	4,7	/
2004	5,7	+ 53 %
2005	8,7	+ 53 %
2006	11,9	+ 37 %
2007	16	+ 34 %
2008 (Prévision)	20,4	+ 27 %
2009 (Projection)	24,9	+ 22 %
2010 (Projection)	29,1	+ 17 %

Selon les projections de la Fevad, qui table sur une hypothèse de croissance plus prudente au quatrième trimestre (+ 22 %), le secteur devrait terminer sur un chiffre d'affaires de 20,3 milliards d'euros, légèrement en deçà des prévisions, et approcher 30 milliards en 2010.