

Paris, le 6 mai 2004

COMMUNIQUE DE PRESSE

Le e-commerce français accélère sa progression avec un chiffre d'affaires en hausse de près de 62% depuis un an. La croissance du nombre d'acheteurs (+38%) est trois fois supérieure à la croissance du nombre d'internautes (+11%)

Depuis le dernier trimestre 2001 qui a marqué le démarrage de la mesure du volume du commerce en ligne par l'ACSEL, cette activité ne cesse de connaître une croissance soutenue, ce qui confirme la confiance que les acheteurs mettent dans ce mode de commande et de paiement de biens et services les plus variés.

PANEL ACSEL : CHIFFRES DU 1ER TRIMESTRE AGREGES PAR PRICEWATERHOUSECOOPERS

Les e-commerçants membres de l'ACSEL (1) qui représentent à peu près 50% du total du commerce en ligne en France, ont enregistré **un chiffre d'affaires de 545 millions d'euros** au cours du premier trimestre de cette année, en progression de **61,9%** par rapport au premier trimestre de l'année dernière.

En terme de transactions, la progression a été de **60,2%** par rapport au premier trimestre 2003 pour atteindre **8,6 millions** sur les trois premiers mois de 2004.

Pour la première fois, le Baromètre e-commerce de l'ACSEL fait état des données fournies par **les courtiers en ligne** (2). Ceux-ci ont, au cours de ce trimestre, enregistré **2,1 millions de transactions** (c'est-à-dire ordres exécutés en ligne), en progression de **35,2%** par rapport au premier trimestre 2003 et de **22%** par rapport au quatrième trimestre 2003. La part de marché des courtiers en ligne est de 14,4 % du marché de la passation d'ordres en bourse sur la place de Paris. En ajoutant ces transactions à celles des autres e-commerçants, on arrive à plus de 10,7 millions de transactions en ligne réalisées par les membres de l'ACSEL.

L'EVOLUTION DES INTERNAUTES SELON MEDIAMETRIE

La tendance observée fin 2003 se confirme : le nombre des acheteurs en ligne progresse plus vite que celui des utilisateurs. La France comptait en effet **22,2 millions d'internautes** à la fin du premier trimestre 2004, soit **+11%** depuis un an (20,1 million fin mars 2003) alors que **le nombre d'acheteurs est de 8,7 millions**, soit **+38%** par rapport au premier trimestre 2003 (6,3 millions).

Là encore, ce sont **les femmes** avec une augmentation de **55%** et les **50 ans et plus**, avec **+45%**, qui constituent les deux catégories dont la progression a été la plus forte durant cette même période.

De plus, on observe que le profil des acheteurs en ligne se rapproche du profil moyen des consommateurs.

OVERTURE ANALYSE LES MOTS CLES

Overture a analysé les **50.000 mots clés** les plus tapés dans les moteurs de recherche pour son indicateur des intentions d'achat sur Internet qui souligne les évolutions de consommation actuelles et les tendances de demain. **56%** d'entre eux sont aujourd'hui **de nature commerciale**. Le nombre d'intentions d'achat a triplé entre le 1er trim 2003 et le 1er trim 2004 : les internautes **utilisent de plus en plus les moteurs de recherche** pour trouver des **produits et services**.

Au cours du 1er trimestre 2004, les cinq secteurs les plus forts représentent **70%** du nombre total des requêtes. **21%** du total de ces requêtes concernent **les biens culturels et les loisirs**, 14% les biens informatiques, 14% les services financiers, 12% le secteur du Tourisme et 8% les services de rencontre et d'astrologie.

Les secteurs dont la progression en nombre d'intentions d'achat est la plus forte (supérieure à la moyenne des 13 secteurs étudiés) sur un an (1er trimestre 2004 / 1er trimestre 2003) sont : l'audio-photo-ciné (+426%), l'informatique (+372%), décoration et jardinage (+335%), la distribution (+325%), les services rencontres et astrologie (+275%).

Enfin, **les 10 familles de mots clés les plus utilisées** au cours de ce trimestre ont été : déménagement, épargne, chauffage, assurance habitation, investissement, DVD, Bricolage, électroménager, téléphonie, décoration.

METHODOLOGIE :

Le Baromètre de l'ACSEL est constitué à partir de données recueillies auprès des participants par PricewaterhouseCoopers qui les agrège et en assure la confidentialité et la fiabilité. (1) Les e-commerçants membres du panel : ACCORHOTELS.COM, AQUARELLE, BIJOURAMA, CDISCOUNT, CHAPITRE.COM, CHATEAUONLINE, 2XMoinsCher.com, eBAY, FNAC.COM, LA REDOUTE, LASTMINUTE, MISTERGOODDEAL, OOSHOP, PANIERS.COM, PIXMANIA, PRICEMINISTER, SURCOUF.COM, 3 SUISSSES, TOPCHAT/CLUST, VOYAGES-SNCF.COM, WELCOME OFFICE.

(2) Les courtiers en ligne membres du panel : ABS, BANQUE BIPOP, BOURSE DIRECT, BOURSORAMA, CAPITOL, CORTAL-CONSORS, CPR-ONLINE, DIRECT FINANCE, EGG, FIDEURAM-WARGNY, FORTUNEO, ING DIRECT, LINEBOURSE, START FINANCE, SYMPHONIS, TOPTRADES, VEGA FINANCE.

A PROPOS DE L'ACSEL

L'Association pour le commerce et les services en ligne (ACSEL) est l'organisation française représentative des acteurs du commerce électronique et des services en ligne. Créée en 1980, elle a conduit de nombreuses actions en faveur du développement des services en ligne, en particulier auprès des pouvoirs publics, au profit de l'ensemble des catégories d'acteurs concernés (elle a notamment réalisé plusieurs études qui font référence : sur la confiance dans le commerce en ligne, le développement de services sur mobile, l'e-mailing, les réseaux à haut débit, le paiement des services en ligne).

Président : **Henri de Maublanc** (president@acsel.asso.fr)

Contacts presse : **Gérard Ladoux** (ladoux@acsel.asso.fr), **Marie-Agnès Giroud** (giroud@acsel.asso.fr)

ASSOCIATION POUR LE COMMERCE ET LES SERVICES EN LIGNE
15 RUE DE LA BANQUE 75002 PARIS - TEL 01 49 26 03 04 - FAX 01 49 26 03 52
info@acsel.asso.fr - www.acsel.asso.fr