



Le commerce en ligne ne connaît pas la crise

*Les ventes sur Internet progressent de 27 %
alors que la distribution de détail traditionnelle recule de 2,5 %.*

CONSOMMATION Cinq milliards d'euros sous les sapins de Noël. C'est l'estimation réalisée par la Fédération du e-commerce et de la vente à distance (Fevad) pour le cru de fin d'année 2009 des ventes en ligne. Cela représente une hausse de 25 % par rapport à la même période l'an dernier, un rythme en ligne avec celui de la progression sur les neuf premiers mois de cette année (+ 27 %). Ces

chiffres confirment la bonne santé du e-commerce qui ne souffre pas de la conjoncture difficile.

Si le commerce de détail connaît un recul de 2,5 % de son activité entre janvier et septembre selon la Banque de France, les internautes gardent, eux, le moral et la fièvre dépensière. 88 % de ceux qui ont déjà acheté sur Internet pour Noël dernier disent même avoir l'intention de dépenser autant ou plus cette année, selon Médiamétrie. Parmi les cadeaux privilégiés, on recense des produits culturels, des jeux et jouets, du high-tech, de l'habillement, de l'équipement de la maison et des produits de beauté. Selon l'institut GfK, la part des ventes réalisée sur Internet pour l'électronique grand public devrait atteindre 12 % (contre 6,6 % en 2006) et celle des produits culturels 7,2 % du total (contre 4,6 % en 2006).

Globalement, le commerce électronique devrait peser quelque 25 milliards d'euros de chiffre d'affaires cette année. À comparer aux 18,5 milliards d'euros réalisés

l'an dernier par les super et hypermarchés du groupe Casino en France ou aux 42 milliards de Carrefour. Autre point de comparaison : les ventes de produits high-tech et culturels sur Internet s'approchent des 3 milliards d'euros cette année, à comparer aux 4,5 milliards de chiffre d'affaires de la Fnac l'an dernier.

23 millions d'acheteurs

La bonne santé du secteur s'explique par le développement rapide des habitudes. « On continue d'avoir de nouveaux clients car la France est toujours en situation de rattrapage dans l'équipement des foyers », souligne Marc Lolivier, délégué général de la Fevad. Parallèlement, le nombre de sites marchands progresse rapidement, à raison de deux nouveaux toutes les heures. » Au total, on s'approche des 60 000 sites de e-commerce actifs. Aux « pure players » de la première heure suivis des « VP-Cistes », succède actuellement une troisième vague d'acteurs composée des grandes enseignes

Les colis dans les kiosques

LA FILIALE Ocyto des Nouvelles Messageries de la presse parisienne (NMPP, Presstalis à compter du 14 décembre) a signé ce matin un partenariat sur dix ans avec le groupe Kiala, spécialisé dans le service de livraisons en relais.

Kiala assure la livraison, le retour, l'échange et le paiement contre remboursement de produits achetés par Internet en s'appuyant sur un réseau de 3 800 points relais en

France, constitués notamment de commerces de proximité (pressings, épiceries, libraires...). Déjà plus de deux cents enseignes du e-commerce ou de la distribution font appel à son réseau. D'ici 2010, le partenariat avec les NMPP devrait permettre à Kiala d'atteindre les 6 800 points relais, soit 3 000 relais supplémentaires (10 % de l'ensemble des points presse NMPP).



Le commerce électronique devrait peser quelque 25 milliards d'euros de chiffre d'affaires cette année. J.-C. MARMARA/LE FIGARO

de magasins qui passent à la vitesse supérieure sur le Web. Mais, même à périmètre constant, les ventes sont en progression de 6 % en un an. La France compte désormais 23 millions de cyberconsommateurs, soit une hausse de 43 % en trois ans. Près de sept in-

ternautes sur dix ont déjà acheté en ligne. Le voyage, le high-tech et la culture restent les trois secteurs principaux du e-commerce, rejoints en force plus récemment par la mode, l'équipement de la maison et les cosmétiques. ■

F. C.