

Communiqué de presse

Pour la première fois, l'e-commerce progresse plus rapidement en Wallonie qu'en Flandre

6 juin, 2017

An Palmans
GfK
Marketing & Communication
T +32 16 74 24 43
an.palmans@gfk.com

Les dépenses en ligne ont le vent en poupe depuis début 2017

Durant le premier trimestre de 2017, les dépenses en ligne en Wallonie ont progressé de plus de 10 % par rapport à la même période l'année dernière. Pour la Flandre, la progression a été de 4,5 %. Les dépenses en ligne en Belgique pour ce premier trimestre de 2017 se sont ainsi élevées à 2,44 milliards d'euros. Le Belge continue de s'affirmer comme un adepte enthousiaste des achats en ligne. Ce sont surtout les services comme les billets d'avion et les hébergements qui restent les plus populaires en ligne. C'est ce que montrent clairement les récents chiffres du BeCommerce Market Monitor.

Louvain, 6 juin 2017 – Les consommateurs qui font des achats en ligne sont de plus en plus nombreux : durant le premier trimestre de 2017, 7,1 millions de personnes ont déjà effectué un achat en ligne, ce qui représente une progression de 2 %. Les dépenses en ligne ont ainsi atteint un total de 2,44 milliards d'euros, soit une hausse de 6 %. Le nombre d'achats en ligne est resté constant par rapport à la même période l'année dernière, ce qui représente un montant dépensé par achat en moyenne plus élevé. Ces résultats proviennent des chiffres fournis par le BeCommerce Market Monitor, une étude qui a été effectuée par GfK pour BeCommerce, avec le soutien de PostNL, Google et Worldline.

En moyenne, les Belges dépensent davantage par achat en ligne

En moyenne, le Belge s'est livré à 3,1 achats pendant le premier trimestre de 2017. Les consommateurs ont consacré une moyenne de 114 euros par achat en ligne, ce qui représente une progression de 6 % et correspond à un montant total de dépenses en ligne de 2,44 milliards d'euros pour ce trimestre. Durant cette même période, l'acheteur en ligne moyen a dépensé en outre 341 euros, soit une hausse de 4 %.

L'importance des achats en ligne continue de s'accroître. 16,9 % de toutes les dépenses ont été effectuées en ligne contre 15,8 % pour la même période l'année dernière. Et 7,3 % du volume des achats s'effectuent déjà en ligne à l'heure actuelle, alors que, lors du premier trimestre 2016, cette proportion n'était encore que de 6,9 %. Les services continuent d'être particulièrement populaires en ligne avec 64 % de toutes les dépenses de

GfK SE
Nordwestring 101
90419 Nuremberg
Germany

T +49 911 395 0

Management Board:
Dr. Gerhard Hausrucking
(Speaker of the Management Board)

Christian Diedrich (CFO)
Matthias Hartmann
David Krajicek
Alessandra Cama

Chairman of the Supervisory Board:
Ralf Klein-Bölting

Commercial register
Nuremberg HRB 25014

services effectuées en ligne, un chiffre qui était encore seulement de 60 % l'année dernière.

Ordinateurs et accessoires en forte progression

'Les billets d'avion et les hébergements (hors formule forfaitaire)' constituent toujours la catégorie la plus populaire et l'importance des dépenses en ligne augmente même encore dans cette catégorie. Pas moins de 85 % de toutes les dépenses (contre 82 % au premier trimestre de 2016), s'effectuent en ligne. C'est ainsi que 517 millions d'euros ont déjà été dépensés en ligne dans cette catégorie. En deuxième place se retrouvent les 'tickets pour les attractions et les événements', catégorie dans laquelle 78 % de toutes les dépenses ont été effectuées en ligne, 273 millions d'euros ayant été dépensés en ligne dans cette catégorie. Le trio de tête est complété par les 'voyages à forfait', pour lesquels 64 % de toutes les dépenses s'effectuent en ligne, ce qui correspond, pour ce trimestre, à un montant de 508 millions d'euros dépensés en ligne. La plus forte croissance au cours de ce trimestre a été enregistrée dans la catégorie 'ordinateurs et accessoires', en hausse de 39 %. Cette catégorie réalise 94 millions d'euros de chiffre d'affaires en ligne contre 71 millions durant le premier trimestre de 2016. Le nombre d'achats en ligne dans cette catégorie est passé de 572.000 à 610.000. 22,9 % de toutes les dépenses s'effectuent désormais en ligne alors que cette proportion ne représentait encore que 16,5 % au cours de la même période l'année dernière.

Le smartphone : un outil d'achat de plus en plus important

Le smartphone est passé devant la tablette pour atteindre la troisième place de l'appareil le plus utilisé pour des achats en ligne. La première place reste encore occupée par l'ordinateur portable avec 56 % des consommateurs qui ont utilisé cet appareil pour faire des achats en ligne, mais son importance recule légèrement. À la deuxième place se trouve encore l'ordinateur de bureau avec 35 %, et la troisième marche du podium est donc occupée par le smartphone, utilisé par 19 % des acheteurs (contre 14 % au cours de la même période l'année dernière).

Bancontact et carte de crédit, des moyens de paiement qui font jeu égal

La carte de crédit a légèrement perdu de son importance comme moyen de paiement le plus populaire. Elle est à présent utilisée par 49 % des acheteurs pour procéder à un achat (contre 51 % l'année dernière). Bancontact progresse (utilisée à présent par 47 % des acheteurs contre 45 % lors du premier trimestre 2016). La carte cadeau et les points de fidélité connaissent également une popularité croissante, étant désormais utilisés par 8 % des acheteurs lors de leurs achats en ligne.

À propos du BeCommerce Market Monitor

Le BeCommerce Market Monitor passe en revue le marché global belge de la consommation. Le rapport repose sur la combinaison unique de différentes sources d'informations : un data tracking continu de consommateurs enrichi par des panels Retail continu et complété par des enquêtes de consommation sur 4000 consommateurs par trimestre. La définition du marché total en ligne comprend tous les achats personnels et ménagers des consommateurs, à l'exclusion des jeux et paris en ligne. Les articles commandés qui sont retournés et donc ne sont pas finalement acquis sont également exclus du rapport. Sur la base de segments de marchés déterminés (18), une distinction peut être faite entre les produits et les services.

Seuls les achats B2C de produits et services sont repris dans le BeCommerce Market Monitor, quel que soit l'endroit où le produit ou le service est acheté : à domicile, sur le lieu de travail, en chemin, dans une rue commerçante ou dans le magasin (l'online instore au moyen d'une tablette ou d'une borne). Les chiffres sont TVA comprise.

BeCommerce, l'association belge des entreprises actives dans toutes les formes de commerce électronique, est le donneur d'ordre de cette enquête à grand échelle. Le BeCommerce Market Monitor est réalisé par GfK et rendu possible grâce au soutien de PostNL, Google et Worldline.

À propos de GfK

GfK est la source d'informations de référence sur les marchés et les consommateurs, qui permet à ses clients de prendre des décisions stratégiques. Plus de 13 000 experts des études de marché combinent leur passion à 80 années d'expérience en analyse de données de GfK. GfK enrichit ainsi de sa vision globale les insights locaux dans plus de 100 pays. Grâce à l'utilisation de technologies innovantes et à la maîtrise de l'analyse des données, GfK transforme la Big Data en Smart Data, permettant ainsi à ses clients d'améliorer leur compétitivité et d'enrichir les expériences et les choix des consommateurs.

Pour plus d'informations, veuillez consulter www.gfk.com ou suivez GfK sur Twitter : www.twitter.com/gfk.

Responsable de la législation de presse :
GfK Belgium, Marketing & Communication
An Palmans
Arnould Nobelstraat 42
3000 Leuven
Belgium
T +32 16 74 24 43
an.palmans@gfk.com