

Communiqué de presse

Les dépenses en ligne ont progressé de 10 % durant le premier semestre de 2017 et s'élèvent ainsi à 4,9 milliards d'euros

7 septembre, 2017

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

Louvain, le 7 septembre 2017 – Durant le premier semestre de 2017, les Belges ont dépensé 10 % de plus en ligne que durant la même période de l'année dernière. Dans certaines catégories surtout, les Belges achètent de plus en plus en ligne. Dans la catégorie 'ordinateurs et accessoires' par exemple, les dépenses en ligne ont progressé de 31 % par rapport au même semestre de l'année dernière. La part de cette catégorie dans tous les achats en ligne représente dès lors 23 %. Ces résultats proviennent des chiffres les plus récents du BeCommerce Market Monitor.

Déjà 4,9 milliards d'euros dépensés en ligne en 2017

Au cours du premier semestre de 2017, les dépenses en ligne ont déjà progressé de 10 % par rapport à la même période l'année dernière. Elles ont ainsi déjà atteint un total de 4,9 milliards d'euros en 2017. De janvier à juin 2017, le nombre d'achats en ligne s'élève à 42,3 millions, ce qui représente une hausse de 2 %. Le nombre de Belges faisant leurs emplettes en ligne augmente également de 2 %, passant ainsi à 7,9 millions.

Les chiffres montrent que le shopping en ligne gagne encore en importance : 17 % de toutes les dépenses ont été effectuées en ligne durant le premier semestre (contre 16 % durant la même période l'année dernière). Les dépenses en ligne progressent tant pour les produits que pour les services : 9 % de toutes les dépenses de produits et 63 % de toutes les dépenses de services s'effectuent en ligne (contre respectivement 8 % et 62 % au cours du premier semestre de l'année dernière).

Un deuxième trimestre impressionnant avec une croissance record

Le deuxième trimestre de 2017 présente de beaux résultats. Les dépenses en ligne ont augmenté de 13 % par rapport à la même période de l'année dernière, ce qui représente 2,46 milliards d'euros dépensés en ligne d'avril à juin 2017. Durant cette période, le nombre d'achats a augmenté de 5 % (par rapport au deuxième trimestre de 2016), ce qui représente un total de 20,9 millions d'achats.

Le consommateur Belge connecté a dépensé en moyenne 348 euros durant ce second trimestre, soit une augmentation de 8 %. Il dépense en

GfK SE
Nordwestring 101
90419 Nuremberg
Germany

T +49 911 395 0

Management Board:
Peter Feld (CEO)
Christian Bigatà Joseph (CFO)
David Krajicek
Alessandra Cama

Supervisory Board Chairman:
Ralf Klein-Böling

Commercial register:
Nuremberg HRB 25014

moyenne 118 euros par achat en ligne, ce qui représente également une hausse de 8 %.

Les chiffres du second trimestre sont encore plus impressionnants aux Pays-Bas. Les dépenses en ligne y ont progressé de pas moins de 15 % par rapport au deuxième trimestre de 2016. 22 % de tous les achats s'y font en ligne.

Plus forte croissance pour l'électroménager

Durant le deuxième trimestre, les dépenses en ligne continuent d'augmenter plus rapidement en Wallonie qu'en Flandre. En Wallonie, près d'1 milliard d'euros ont été dépensés en ligne au deuxième trimestre, soit une hausse de 14 %. Les dépenses en ligne atteignent ainsi déjà un total de 1,98 milliards d'euros pour le premier semestre de 2017. La Flandre reste néanmoins leader avec 1,47 milliards d'euros dépensés durant le deuxième trimestre, soit une hausse de 13 %. Au total, les Flamands ont déjà dépensé 2,92 milliards d'euros en ligne.

Les Wallons achètent par contre un peu moins souvent leurs services en ligne : 58 % de toutes les dépenses de services ont été effectuées en ligne, contre 60 % durant le deuxième trimestre de 2016.

La catégorie de 'l'électroménager' présente la croissance la plus forte avec une progression de 57 % des dépenses en ligne. En Flandre, c'est la catégorie des 'assurances' qui présente la croissance la plus forte avec une augmentation de 51 % par rapport à la même période de l'année dernière.

Les jeux électroniques contribuent à la forte croissance de la catégorie 'ordinateurs et accessoires'

La plus forte croissance au cours de ce premier semestre est la catégorie 'ordinateurs et accessoires'. 23 % de toutes les dépenses de cette catégorie ont été effectuées en ligne, soit une hausse de 31 %. « La croissance des dépenses en ligne dans cette catégorie est principalement due à l'augmentation de certains produits », explique Alain Brys, consultant Point of Sales Measurement – It & Office. « Les produits de réseau tels que les points d'accès et les répéteurs sont très demandés car de plus en plus d'appareils sont utilisés avec le Wi-Fi dans les ménages, ce qui requiert un accès plus rapide au réseau. Les claviers et souris augmentent aussi fortement, surtout ceux développés pour les jeux. Nous constatons évidemment également une forte progression des appareils de jeu, en particulier les consoles et les lunettes VR. »

La catégorie 'électronique grand public' est également très populaire en ligne. 15 % de toutes les dépenses dans cette catégorie sont effectuées en ligne, ce qui représente une hausse de 26 %. Chris Renders, consultant Point of Sales Measurement Consumer Electronics explique les raisons de

cette progression : « Les pure online players se rendent compte de l'importance de Bricks et investissent dans des points de service/retrait. On peut y amener des produits défectueux, les échanger ou y profiter d'une assistance. En outre, on peut y faire livrer sa commande afin de la retirer à un moment approprié. Ces pure players pénètrent tout doucement le marché de la vente au détail et sont ainsi capables d'offrir le même service que les détaillants traditionnels. Grâce à cela, de plus en plus de Belges osent faire leurs achats en ligne. En outre, les détaillants traditionnels investissent davantage dans le numérique. L'accent est mis sur une distribution omnichannel qui permet notamment de faire une commande en ligne et de la récupérer soi-même. »

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