



Communiqué de presse

Selon le BeCommerce Market Monitor, les ventes en ligne devraient atteindre les 7 milliards d'euros en 2015.

8 juin, 2015

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

Le Belge achète pour près de 2,1 milliards d'euros au premier trimestre de cette année.

Bruxelles, le 8 juin 2015 – Au cours du premier trimestre de l'année, es consommateurs belges ont effectué près de 20 millions d'achats via internet, pour atteindre un chiffre d'affaires total de 2,1 milliards d'euros. Le marché en ligne est dès lors responsable de 14% de toutes les dépenses en Belgique au cours du premier trimestre de 2015. C'est ce que révèle le premier BeCommerce Market Monitor, une étude effectuée par GfK Pour BeCommerce, avec le soutien de PostNL, Google et Worldline. Le BeCommerce Market Monitor fournit pour la première fois des chiffres complets sur le marché en ligne. Dès maintenant, l'évolution de l'e-commerce belge pourra être analysée chaque trimestre.

Un très bon premier trimestre 2015 pour le marché de l'e-commerce belge

Ces bons chiffres du premier trimestre devraient permettre à l'e-commerce belge de passer le cap des 7 milliards d'euros en 2015. BeCommerce table sur 80 millions d'achats effectués par internet cette année. Le BeCommerce Market Monitor analysera l'évolution pour 2015 chaque trimestre.

Grâce à l'utilisation active d'internet pour tous types de fins, l'offre en ligne grandissante ainsi que la confiance accrue dans les achats sur internet, de plus en plus de Belges souhaitent découvrir le shopping en ligne.

Au premier trimestre 2015, 6,8 millions de Belges ont acheté au moins un produit ou service en ligne. Cela signifie que 74% de la population belge de plus de 15 ans est un acheteur en ligne, avec un montant moyen dépensé de 307 euros. 73% de Flamands ont effectué au moins un achat en ligne avec un montant moyen dépensé de 331 euros. En Wallonie et à Bruxelles, 76% effectuait au moins un achat en ligne, avec un montant moyen de 275 euros.

« *La Belgique rattrape son retard : les dépenses en ligne par personne de 636 euros en 2015 sont presque en ligne avec les Pays-Bas* », précise Patricia Ceysens, Présidente de BeCommerce.

Le Belge est en ligne, mais pas encore mobile

Inge Zeeuws, Research Director chez GfK, constate : « *Le consommateur belge est clairement actif en ligne, mais reste prudent concernant les*



achats via les appareils mobiles ».

Plus de la moitié des dépenses en ligne a été effectuée avec un ordinateur portable, et environ un consommateur sur trois a utilisé un ordinateur de bureau pour l'achat en ligne. Seulement 7% des dépenses en ligne au cours du premier trimestre ont été effectuées sur une tablette, et presque 3% sur un smartphone. La carte de crédit est le moyen de paiement le plus populaire : presque la moitié (46%) des dépenses en ligne ont été payées de cette manière. Bancontact (23%) et le virement bancaire (13%) complètent le top 3.

De nombreux achats de services en ligne

En analysant le marché total de services achetés en ligne et hors ligne, nous constatons que presque 60% des tous les services ont été achetés en ligne lors du premier trimestre. Nous obtenons une image très différente en étudiant les achats de produits en ligne et hors ligne : la proportion de produits achetés en ligne au cours du premier trimestre n'est que de 5%.

Les chiffres montrent que 71% des plus de 20 millions d'achats en ligne concernent un produit, et 29% un service. Les dépenses en ligne totales de 2,1 milliards d'euros sont destinées pour 42% à l'achat de produits et pour 58% à l'achat de services. En chiffres absolus, le nombre d'achats de produits achetés en ligne est donc plus élevé que les services, mais le montant moyen dépensé pour l'achat en ligne d'un service est plus élevé que celui dépensé pour l'achat d'un produit.

Les billets d'avions et hébergements sont les plus populaires, comptabilisant 80% de tous les achats effectués en ligne. Ils sont suivis de l'achat de billets pour des événements et des attractions (74%). Le top 3 est clôturé par les voyages à forfait où l'achat en ligne représente 55% lors du premier trimestre.

Dans le secteur Média & Divertissement, 41% de tous les achats du premier trimestre ont été effectués en ligne. Avec moins d'1% de tous les achats effectués en ligne, les achats au supermarché se retrouvent à la dernière place de ce classement.

Les frais d'expédition s'élèvent à 2% des dépenses en ligne totales

Au total, 47 millions d'euros ont été payés en frais d'expédition au cours du premier trimestre de cette année. Les frais d'expédition s'élèvent dès lors à 2% des dépenses en ligne totales. Selon le consommateur belge, le fait de ne pas pouvoir sentir ou voir le produit ainsi que le paiement de frais d'expédition sont les principaux inconvénients du shopping en ligne. La possibilité d'acheter des produits et services de chez soi et le gain de temps sont selon le consommateur belge les principaux atouts du shopping en ligne.



Pour plus d'informations, veuillez prendre contact avec :

Carine Moitier
BeCommerce
carine.moitier@becommerce.be

Inge Zeeuws
Research Director, GfK
inge.zeeuws@gfk.com

Téléchargez [ici](#) l'infographique / Veuillez trouver ci-joint l'infographique

À propos du BeCommerce Market Monitor:

Le BeCommerce Market Monitor permet de cartographier le marché belge de consommateurs. Le rapport est basé sur une combinaison unique de différentes sources de données : un suivi continu de données de consommateurs, complété par des 'Retail panels' et une étude de consommateurs effectuée auprès de 4000 consommateurs par trimestre. La définition du marché en ligne total inclut tous les achats de consommation personnels et ménagers, et exclut les jeux et paris en ligne. Les articles commandés qui sont retournés et finalement pas achetés ne relèvent également pas de ce rapport. Sur base des segments de marché identifiés (18), une distinction peut être faite entre les produits et services.

Tous les achats B2C de produits et services sont repris dans le BeCommerce Market Monitor, quel que soit le produit ou service acheté : à la maison, sur la route, dans une rue commerçante ou dans un magasin. Les chiffres incluent la TVA.

Becommerce, l'association belge d'entreprises actives dans toutes les formes d'e-commerce, est à l'origine de cette enquête à grande échelle. Le BeCommerce Market Monitor est effectué par GfK, avec le 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_en.

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

