

Baromètre e-commerce de l'ACSEL

4ème trimestre 2006
et bilan annuel

15 janvier 2007

Baromètre e-commerce de l'ACSEL

Programme de la conférence du 15 janvier 2007

- Le e-commerce français à l'export, par le Groupement des cartes bancaires CB
- Les chiffres du panel ACSEL, PricewaterhouseCoopers
- L'indicateur TPE-PME, doyousoft - Power Boutique
- Géoscope de l'e-commerce, Leguide.com
- Baromètre des mots-clés, Yahoo Search Marketing
- Google Trends
- Indices de performance des sites, IP-Label
- Le e-commerce en Grande Bretagne, par Mark Pigou (*Internet Retailer*)

Paiement par carte bancaire en e-commerce en 2006

Par

Jean-Pierre Buthion

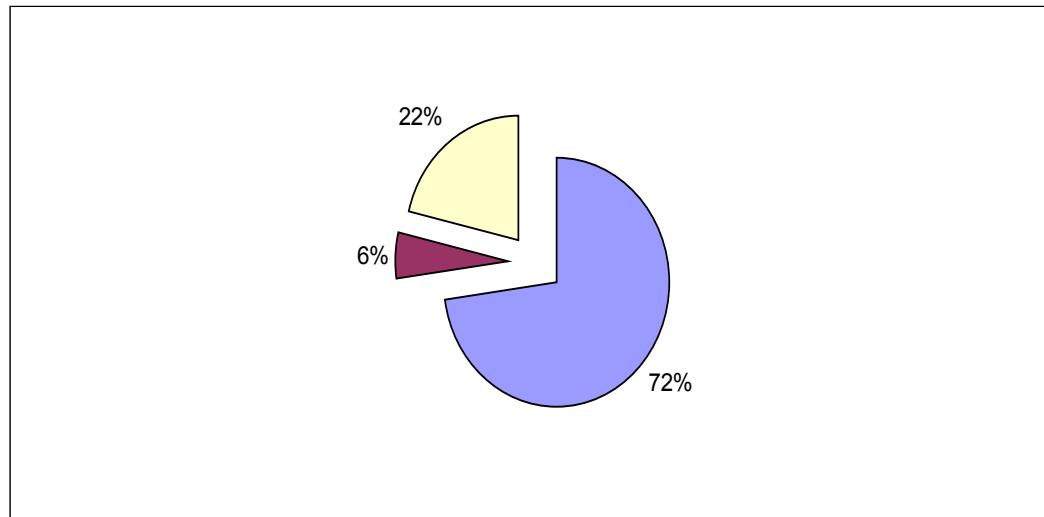
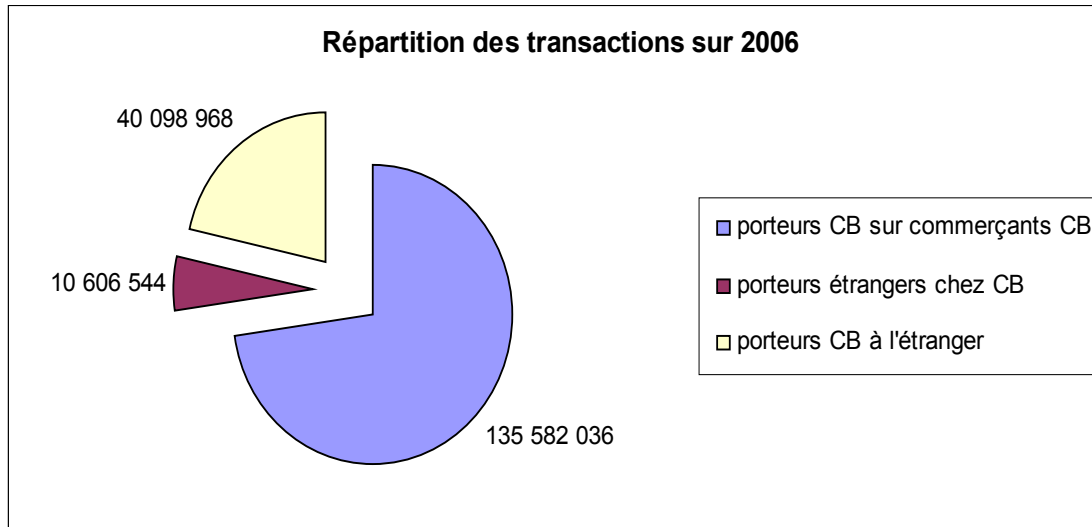
Groupement des cartes bancaires CB

Activité paiement CB en e-commerce

- Volume des transactions *
 - porteurs CB sur commerçants CB 135,5 millions
 - porteurs étrangers chez CB 10,6 millions
 - S/s total commerce CB 146,1 millions*
 - porteurs CB à l'étranger 40,1 millions
- Montant des transactions *
 - Réalisés par les commerçants CB : 9,7 milliards d'euros
 - Réalisés par les porteurs CB : 10,7 milliards d'euros

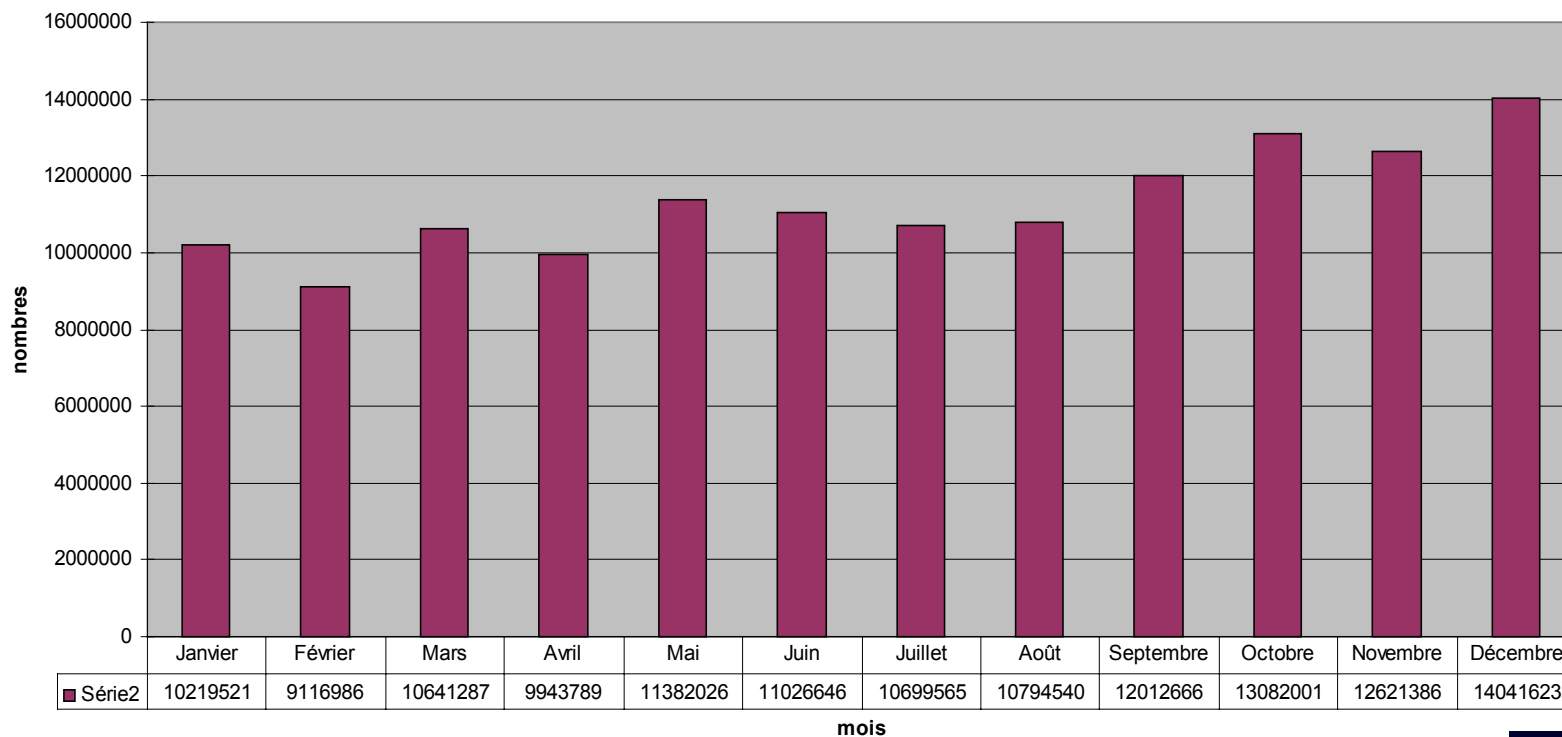
* *Établi sur le nombre des autorisations données par le système C*

Origine des transactions CB



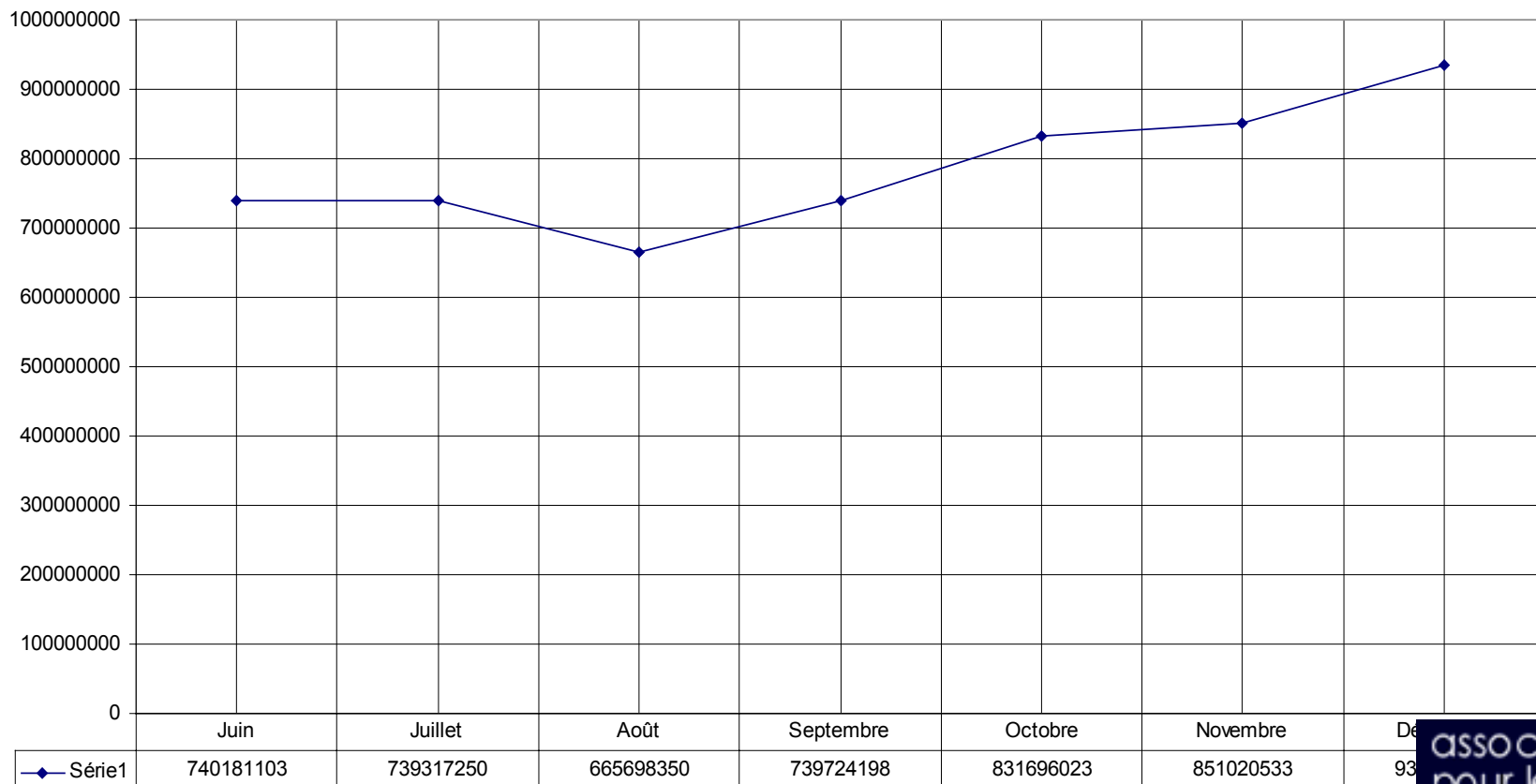
Volume des transactions CB

Evolution des transactions CB/CB en 2006



Montant des transactions CB

Evolution des montants sur 2006 (juin à décembre)



Pénétration de CB dans le commerce

- Nombre de commerçants CB : 18.046
(nombre de SIRET enregistré par le système CB, un commerçant peut en avoir plusieurs)
- Nombre de commerçants 3D Secure : 5910, soit 33%

Chiffre d'affaires et transactions

Résultats du 4ème trimestre 2006 et bilan annuel
(en variation et en volume)

par

Blaise Estrade, PricewaterhouseCoopers

Les sites marchands

chiffre d'affaires

Résultats du Baromètre e commerce pour les sites marchands

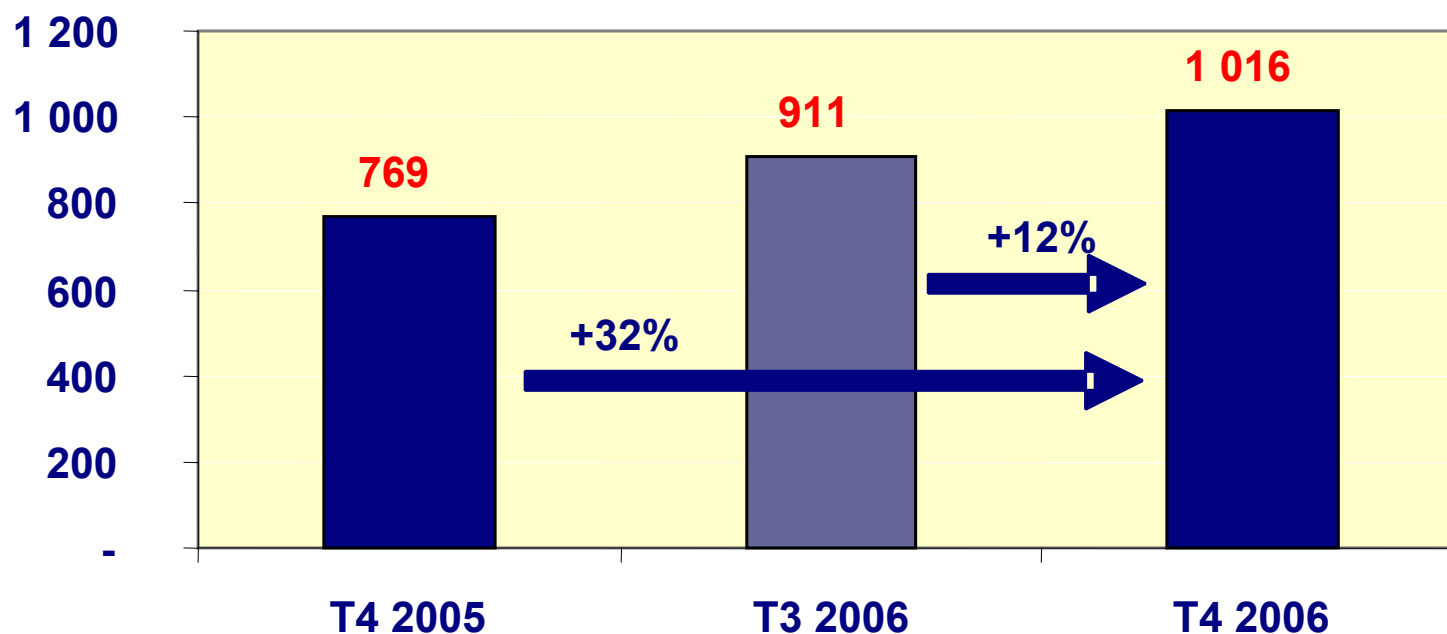
- Panel de **24 acteurs** comparables
- Chiffres d'affaires cumulés comptabilisés de **plus de 1 milliard d'euros** sur le 4^{ème} trimestre 2006 **et de 3,7 milliards d'euros sur l'année 2006** qui font ressortir les progressions suivantes :
 - **+ 12 %** par rapport au trimestre précédent (3^{ème} trimestre 2006)
 - **+ 32 %** par rapport au 4^{ème} trimestre 2005
 - **+ 33 %** en glissant sur un an (évolution 2006/2005)

Poursuite de la croissance dans le haut de la fourchette historique avec, pour la première fois, plus de 1 milliards d'€ de CA au trimestre.

Les sites marchands chiffre d'affaires

Résultats du Baromètre e-commerce pour les sites marchands

Chiffre d'affaires du secteur marchand (en millions d'euros)



Les sites marchands transactions

Résultats du Baromètre e-commerce pour les sites marchands

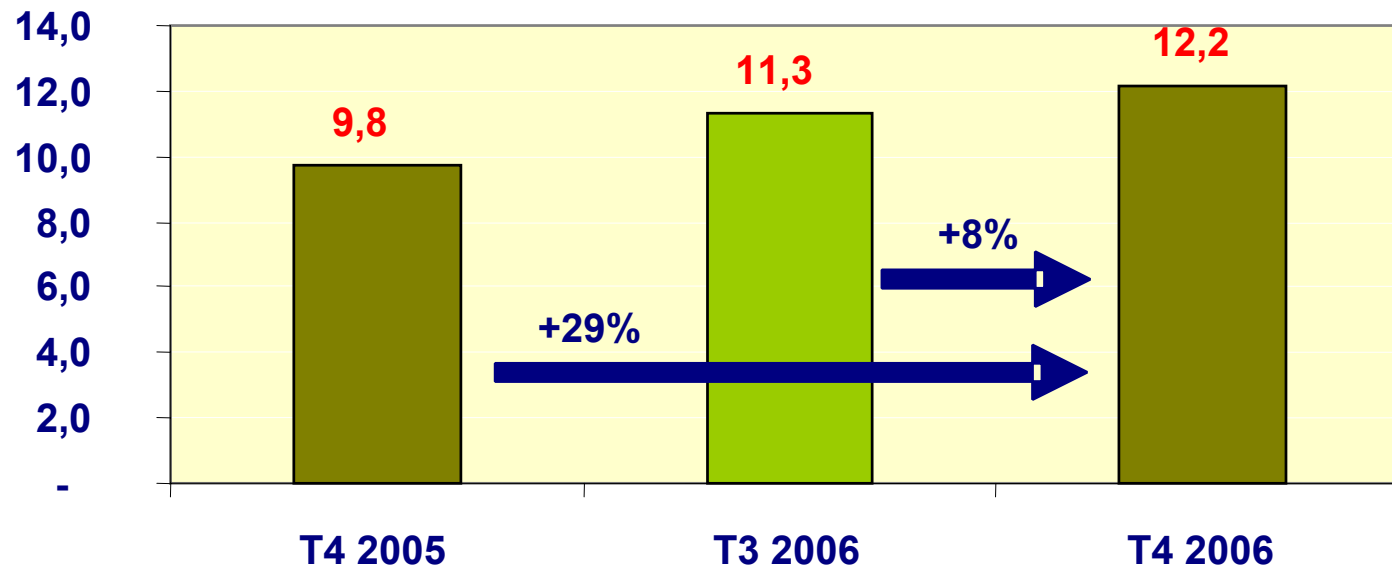
- Panel de **24 acteurs** comparables
- **12,2 millions de transactions** comptabilisées sur le **4^{ème} trimestre 2006** et **44,4 millions** sur l'ensemble de l'**année 2006**, soit les progressions suivantes :
 - **+ 8 %** par rapport au trimestre précédent (3^{ème} trimestre 2006)
 - **+ 25 %** par rapport au 4^{ème} trimestre 2005
 - **+ 29 %** en glissant sur un an (évolution 2006/2005)

Le nombre de transactions annuelles en ligne s'approche désormais des 45 millions en 2006 contre 34,5 millions l'an passé

Les sites marchands transactions

Résultats du Baromètre e commerce pour les sites marchands

Nombre de transactions du secteur marchand (en millions)



Les intermédiaires financiers

chiffre d'affaires

Résultats du Baromètre e-commerce pour les intermédiaires financiers

- Panel de **5 acteurs comparables**
- Chiffres d'affaires cumulés comptabilisés de **2,4 milliards d'€** sur le 4^{ème} trimestre 2006 **et de 8,1 milliards d' €** sur 2006 (contre 5,5 l'an passé), qui font ressortir les progressions suivantes :
 - **+ 23 %** par rapport au trimestre précédent (3^{er} trimestre 2006)
 - **+ 36 %** par rapport au 4^{ème} trimestre 2005
 - **+ 46 %** en glissant sur un an (évolution 2005/2006)

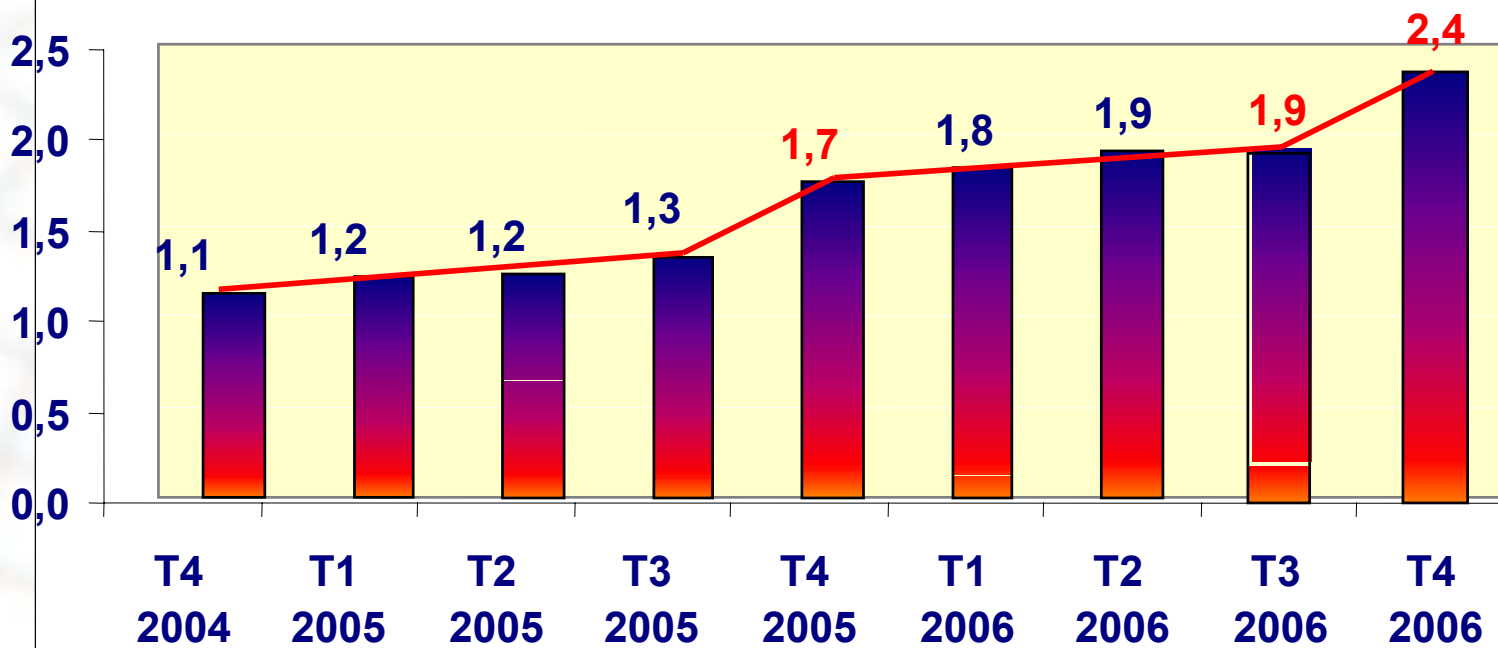
Une croissance impressionnante des chiffres d'affaires des intermédiaires financiers qui traduit le développement du paiement en ligne

Les intermédiaires financiers

chiffre d'affaires

Résultats du Baromètre e-commerce pour les intermédiaires financiers

Chiffre d'affaires des intermédiaires financiers (en milliards d'€)



Les intermédiaires financiers

transactions

Résultats du Baromètre e commerce pour les intermédiaires financiers

- Panel de **5 acteurs comparables**
- **26,8 millions** de transactions comptabilisées au trimestre et près de **90 millions sur 2006** (contre 62,5 l'an passé), soit les progressions suivantes :
 - **+ 27%** par rapport au trimestre précédent (3ème trimestre 2006)
 - **+ 35 %** par rapport au 4ème trimestre 2005
 - **+ 44 %** en glissant sur un an (évolution 2006/2005)

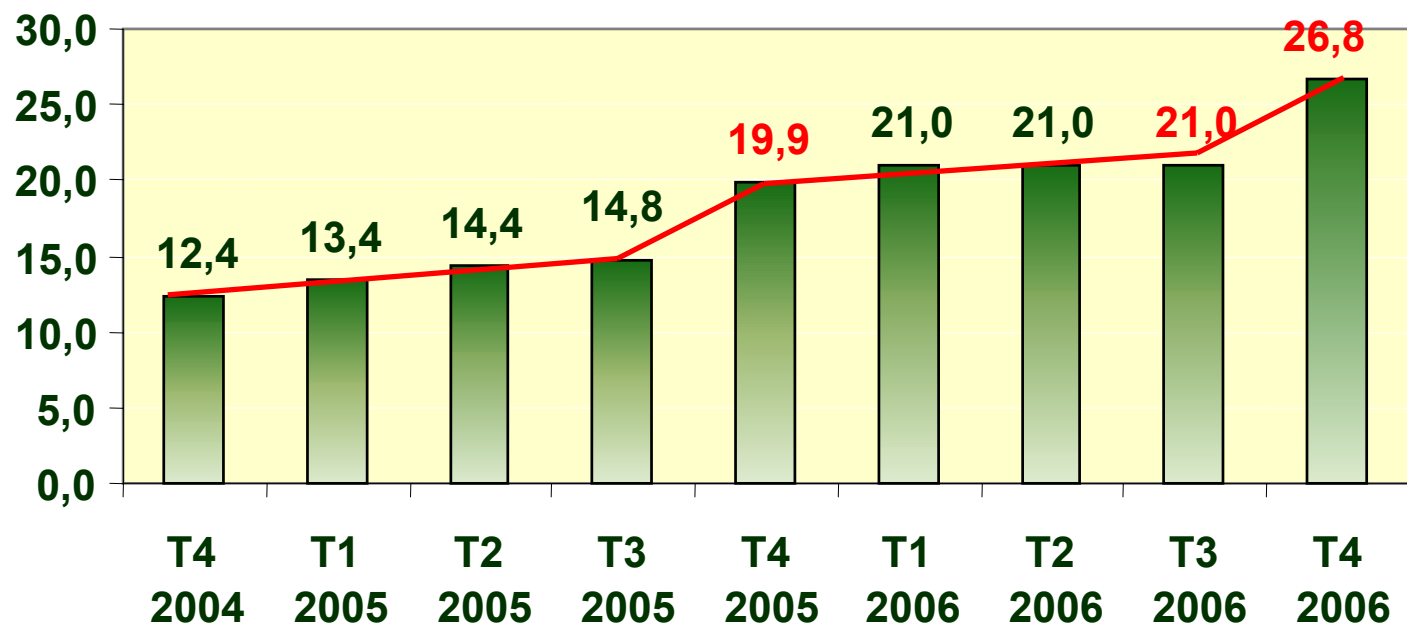
Progression symétrique des transactions avec celle constatée en termes de chiffre d'affaires

Les intermédiaires financiers

transactions

Résultats du Baromètre e-commerce pour les intermédiaires financiers

Nombre de transactions des intermédiaires financiers (en M€)



L'indicateur des TPE & PME

par

Stéphane Escoffier

doyousoft - PowerBoutique

L'indicateur e-commerce des TPE - PME

4ème trimestre 2006 / 4ème trimestre 2005

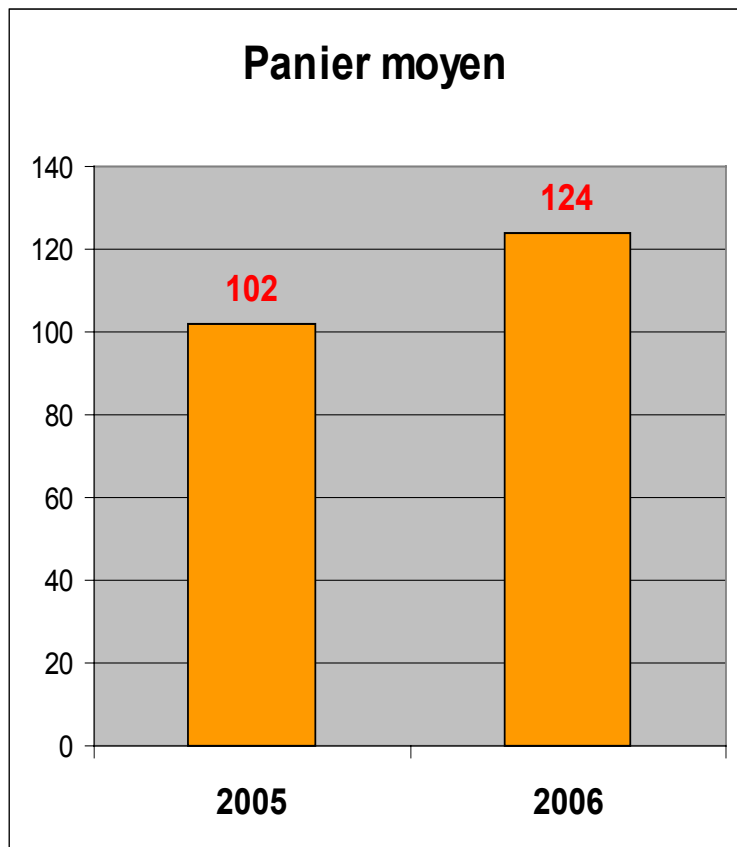
- Chiffre d'affaires : + 84 %
- Nombre de commandes : + 46 %

L'indicateur e-commerce des TPE - PME

Bilan annuel 2006 / 2005

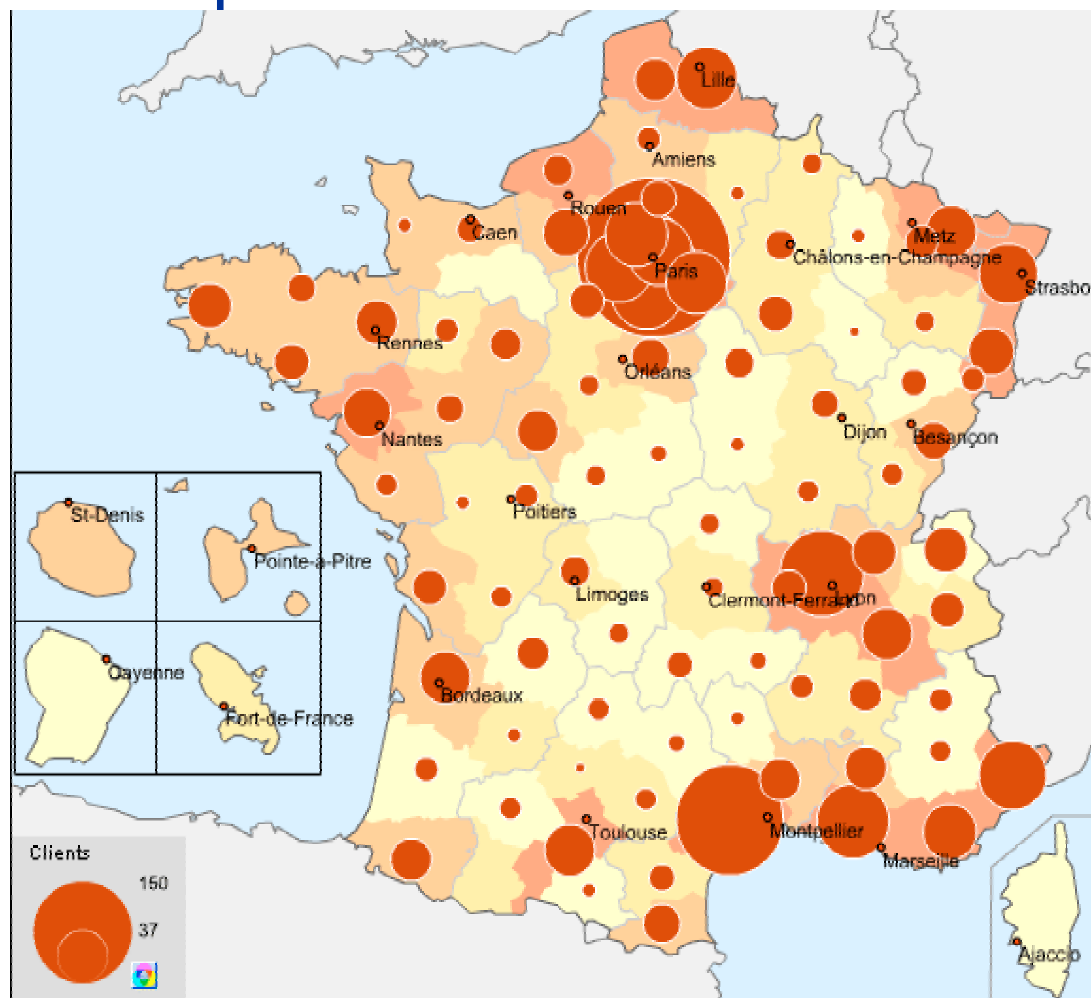
- Chiffre d'affaires : + 88 %
- Nombre de commandes : + 57 %
- Nombre de sites actifs : + 65%

L'indicateur e-commerce des TPE - PME



- Évolution panier moyen :
+ 21%
- Stratégies incitatives promotionnelles sur nouveaux clients
- Fidélisation croissante des clients en compte

Le-commerce des TPE - PME : un phénomène national



Géoscope de l'e-commerce

Analyse de la répartition géographique et typologique
du e-commerce francophone

Par

Corinne Lejbowicz

Leguide.com

Les e-marchands français

- Augmentation globale des e-commerçants qui opèrent en France
- Le nombre d'e-commerçants français référencés par LeGuide.com a augmenté de 43,9 % par rapport à décembre 2005.

Déc. 2005	Déc. 2006
5671	8163

- Le nombre de e-commerçants français continue à augmenter

Entre octobre et décembre 2006, 536 nouveaux marchands français ont été référencés.

Nouveaux marchands	Augmentation
+ 536	+ 7,4 %

Nouveaux e-commerçants en 2006

Les secteurs “Mode et Beauté” et “Vie pratique” ont la plus forte croissance en 2006

Augmentation nette du nombre d’e-commerçants par catégorie entre décembre 2005 et déc. 2006

Catégorie	Nouveaux marchands	Augmentation
Mode et Beauté <i>(Hommes, femmes, chaussures...)</i>	+ 730	+36,7%
Vie Pratique <i>(Électroménager, maison, jardin, auto-moto...)</i>	+ 844	+ 32,6%
Informatique <i>(Ordinateurs, consommables...)</i>	+ 155	+14,3%
Son et Images <i>(Télévision, photo, téléphonie)</i>	+ 117	+ 11,3%
Culture Loisir <i>(DVD, musique, livres, sports...)</i>	+ 72	+ 2,7%

*Présence dans plusieurs secteurs possible

Les livraisons en dehors de la France

Presque la moitié des e-marchands français exporte

Le nombre d'e-commerçants qui commercialisent leurs produits hors de France reste relativement stable en 2006. Ils étaient 3.887 à exporter en décembre, soit **48,3 %**

1	Belgique	47 %
2	Luxembourg	42,7 %
3	Allemagne	41,6 %
4	Espagne	41 %
5	Suisse	40 %

Classement des 5 premiers pays livrés par les e-commerçants français. Le premier pays en dehors de l'Europe/DOM TOM est le Canada (41^e rang)

➤ 92 % des e-commerçants sont français

Sur l'ensemble des marchands qui livrent en France, soit 8163, 8,1 % ont leur siège social à l'étranger.

1	Belgique	24,8%
2	Suisse	13 %
3	Allemagne	12,6 %
4	Royaume-Uni	8,4 %
5	Espagne	8,2 %

Les 5 principaux pays qui livrent en France. Les 2 premiers pays en dehors de l'Europe sont le Canada (6^{ème} rang) et les Etats-Unis (8^{ème} rang)

Baromètre des intentions d'achat

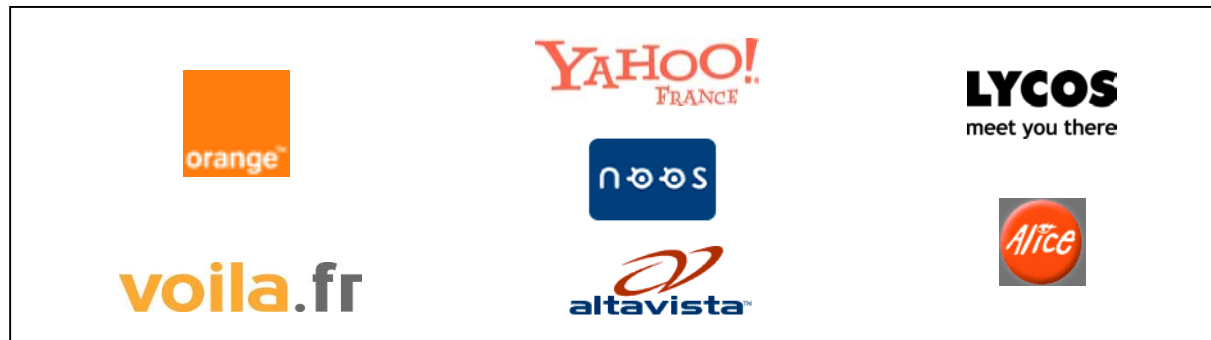
par

Bertrand Jonquois

Yahoo Search Marketing

Baromètre Yahoo! Search Marketing : l'indicateur des intentions d'achat sur Internet

- Le baromètre Yahoo! Search Marketing est un indicateur représentatif :
 - Agrège les requêtes de 9 internautes sur 10*



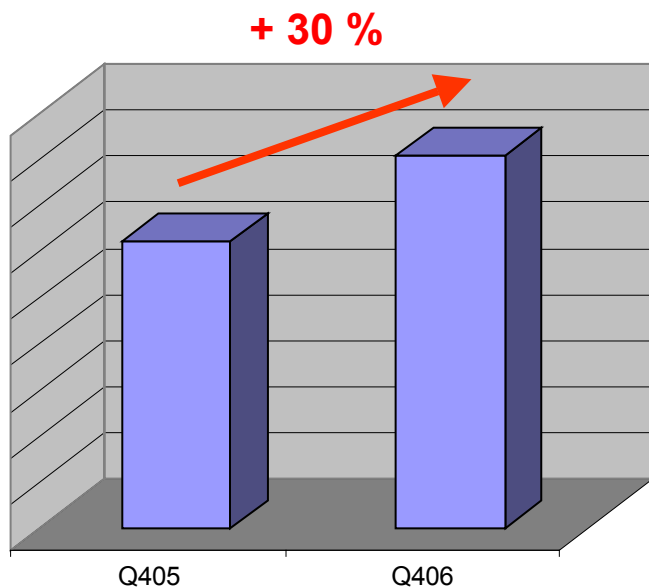
- Analyse des 50 000 mots clés les plus tapés sur le réseau Yahoo! Search Marketing
 - A réseau constant, de juillet 2005 à septembre 2006
 - Les requêtes à caractère adulte ont été exclues
 - 50% de ces mots clés sont de nature commerciale **

* Plus de 90% d'audience en France (Nielsen Netratings)

** 50% en moyenne concernant des requêtes non commercialisables (demandes d'informations, noms de marques, termes illégaux, etc.)

Une forte évolution des intentions d'achat

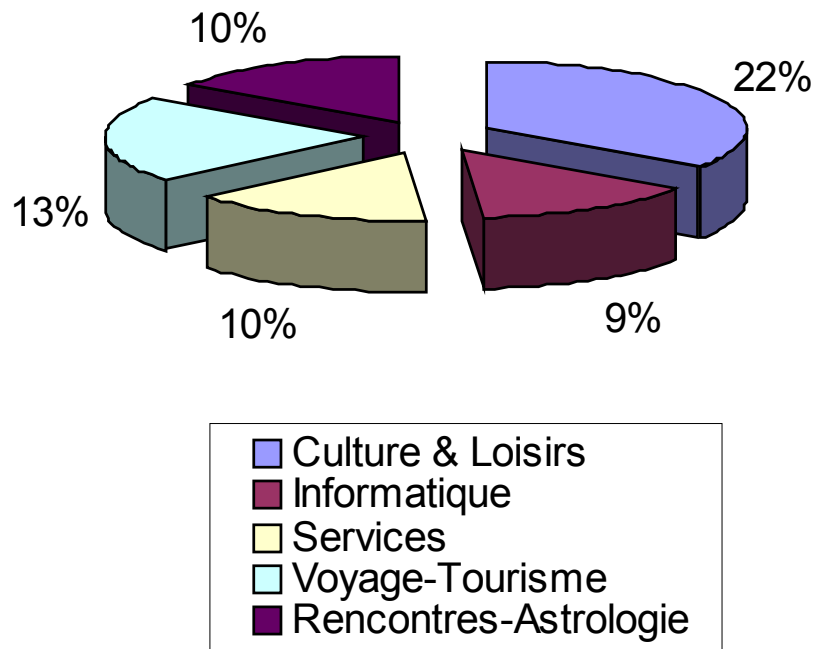
- Les intentions d'achat ont augmenté de 30% au 4ème trim. 2006 / 4ème trim. 2005 :
- Les internautes utilisent de + en + les moteurs de recherche pour trouver des produits et services



Les 5 secteurs les plus forts
représentent 63% des
requêtes

Les 5 secteurs les plus importants en nombre d'intentions d'achat

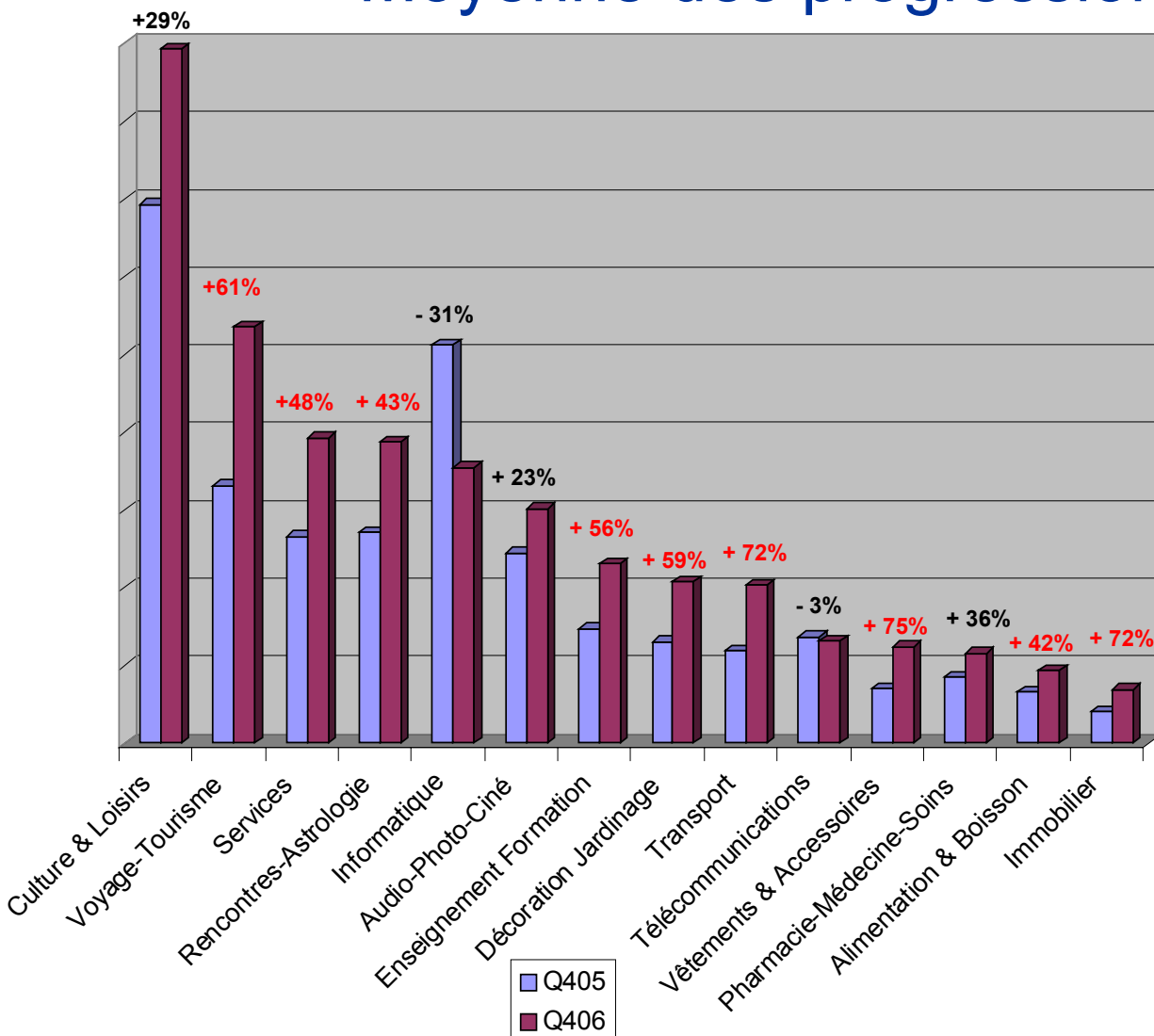
→ Les 5 secteurs les plus importants en termes d'intention d'achat au 4^{ème} trimestre 2006 sont les mêmes qu'au 4^{ème} trimestre 2005.



Secteurs	Exemples de mots clés
Culture & Loisirs	Dvd, cd, livre, cinéma, billets spectacles
Informatique	Ordinateur, antivirus, adsl, webcam
Services (financiers, professionnels, etc.)	Crédit, assurance, finance, achat consommables
Voyage-Tourisme	Vacances, location vacances, voyage, camping
Rencontre-Astrologie	Rencontre, site rencontre, amour, horoscope

Les évolutions des principaux secteurs

Moyenne des progressions : 37 %



Les plus fortes progressions T4 2006 / T4 2005

Secteurs	Mots clés
Voyage-Tourisme + 61 %	Voyage, Billet Avion, séjours
Services + 48 %	Crédit, assurance, finance, services professionnels
Rencontres et Astrologie + 43 %	Rencontre, rencontre homme, rencontre femme, horoscope
Enseignement - Formation + 56 %	Formation, cours à distance, concours
Décoration-Jardinage + 59 %	Décoration maison, outils jardin, aménagement intérieur

Le palmarès des mots clés

→ Les plus fortes évolutions entre le 4^{ème} trimestre 2005 et le 4^{ème} trimestre 2006 parmi les principaux secteurs

Rang	Mot clé
1	Soutien Scolaire
2	Voyage
3	Idée Cadeaux
4	Assurance
5	Cartouche Encre
6	Billet Avion
7	DVD
8	Ecran LCD
9	Automobile
10	Sport
11	Parfum
12	Croisière
13	Prêt Immobilier
14	Tirage Photo
15	Vêtement

Indices de performance des sites de e-commerce

Par

Eric Varszegi

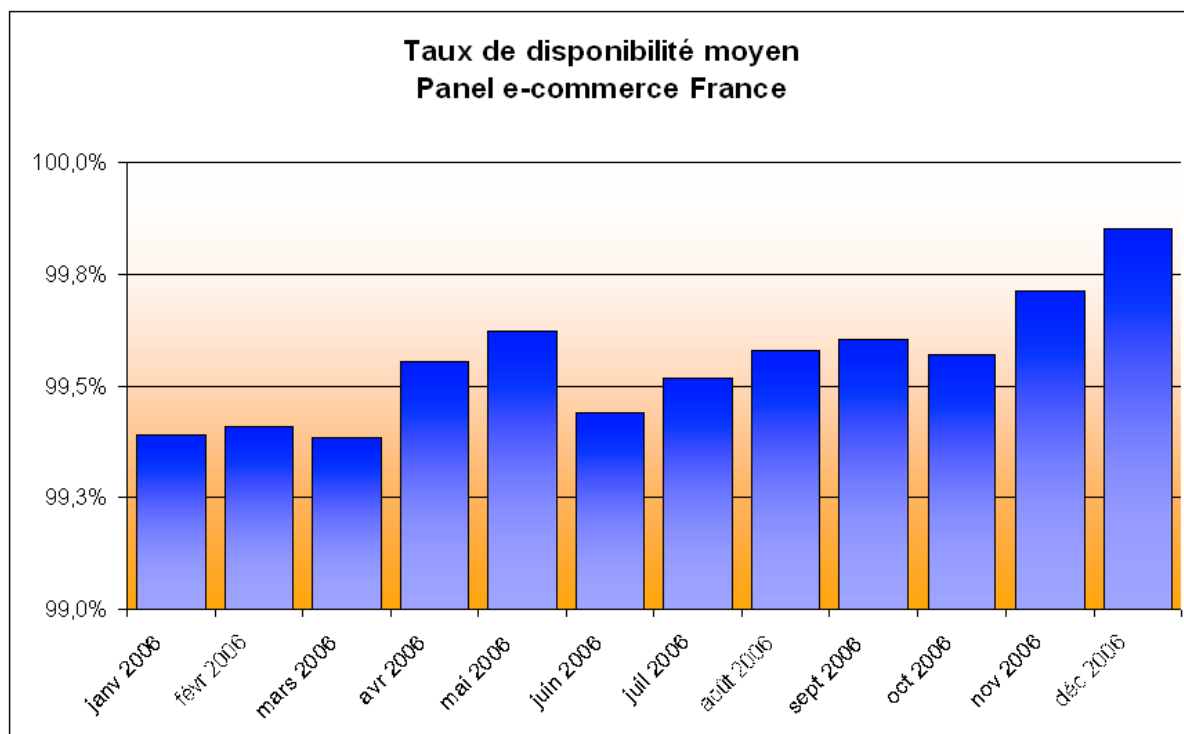
IP Label

La méthodologie

ip-label simule en permanence des visites d'internautes sur les services web d'un panel de 34 sites représentatifs du e-commerce :

- taux de disponibilité
- temps d'exécution d'un échange transactionnel (chargement complet de la *home page* suivi de 3 actions sur le site)

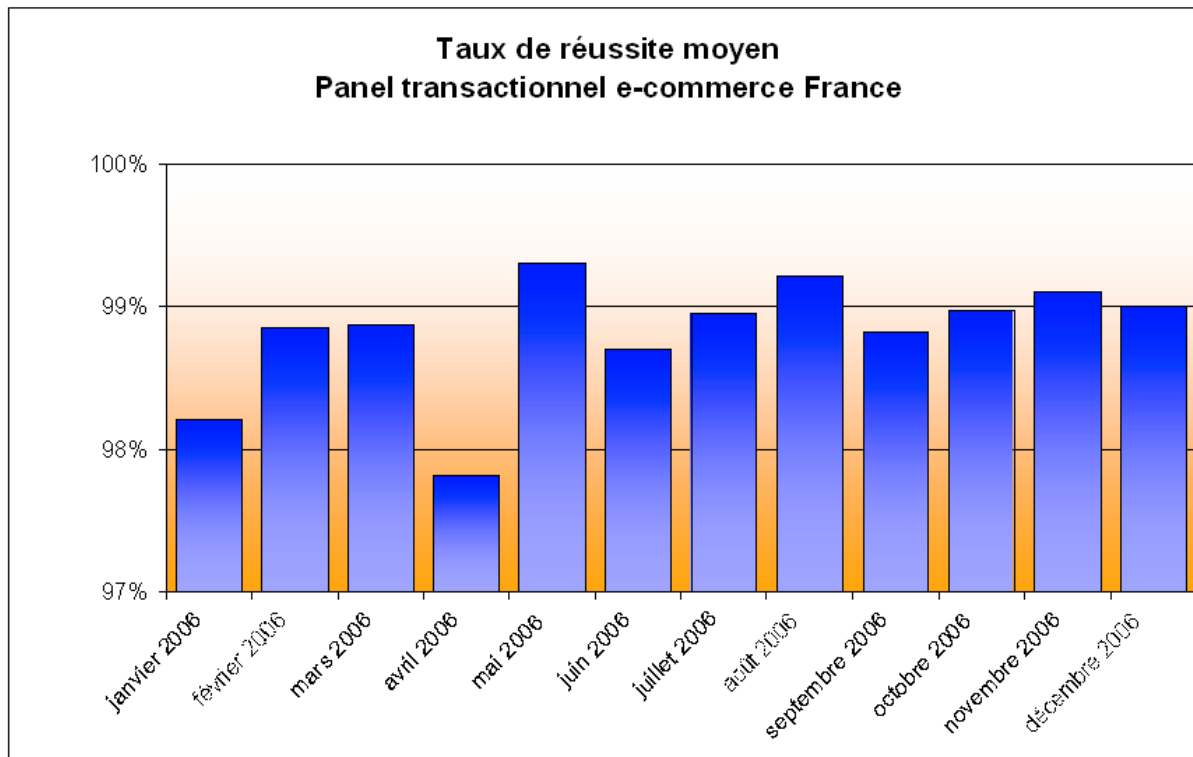
Disponibilité des sites



➤ Amélioration de l'accessibilité aux sites de 46,28 % entre janvier et décembre 2006

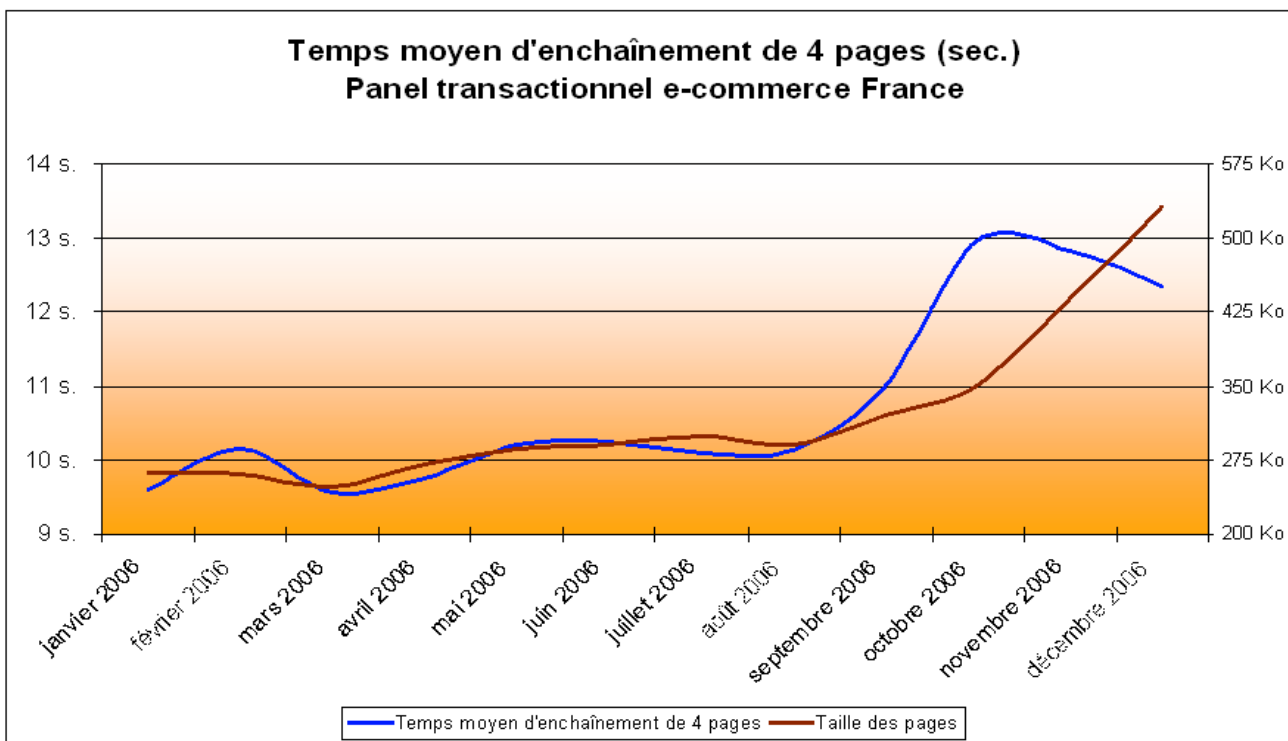
➤ Disponibilité quasi parfaite sur la fin de l'année

Taux de réussite de la transaction



➤ Un taux de réussite proche de 99 % sur l'année, malgré les mois de janvier et avril impactés par un site défaillant

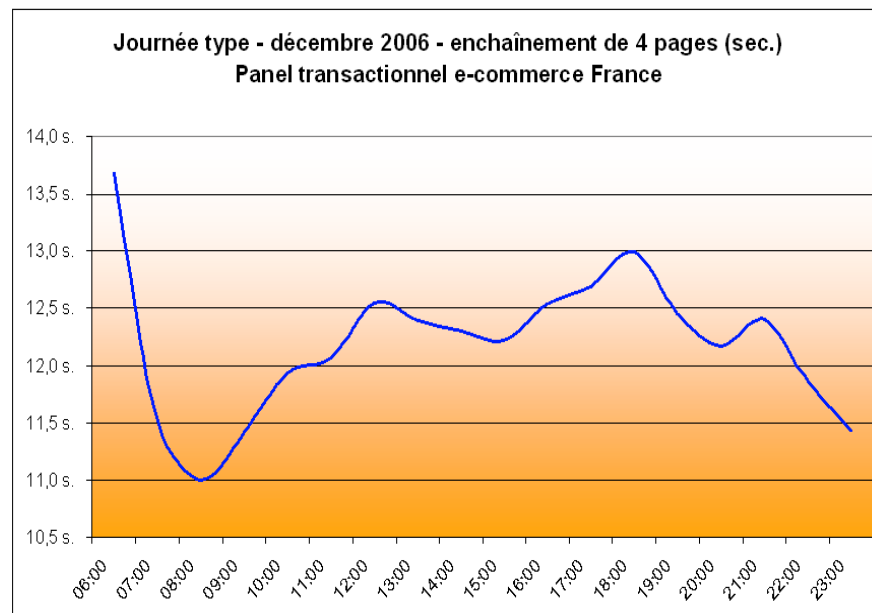
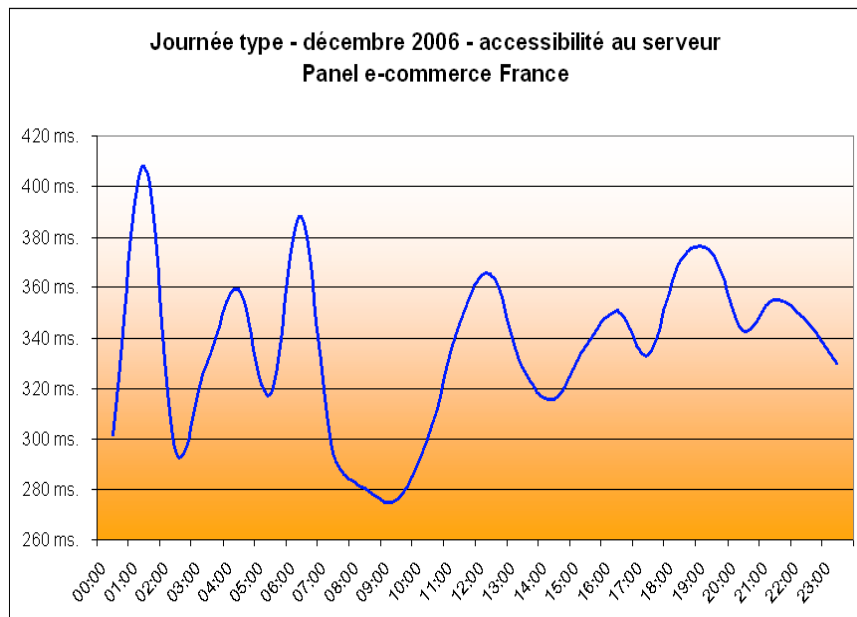
Temps d'exécution de la transaction



➤ Dégradation des temps moyens de 35,48 % sur l'année

➤ Poids des pages alourdi de 103,07 % sur la même période

Journée type



- Accessibilité dégradée entre 0h et 7h pour les *home page*, en raison d'opérations de maintenance
- En dehors de cette période, l'évolution des temps de réponse suit celle de l'audience
- Pas de dégradation significative due aux aspects transactionnels

Conclusions

- L'accessibilité aux sites de e-commerce s'améliore de manière constante et approche la perfection
- Le taux de réussite des actions transactionnelles est très bon, proche du taux d'accessibilité au site
- Avec la standardisation des connexions à haut débit, les sites sont de plus en plus dynamiques, provoquant un alourdissement conséquent des pages chargées, ayant pour conséquence une dégradation significative des temps de chargement

Le e-commerce en Grande-Bretagne

Par

Mark Pigou

Internet Retailer

Internet Retailing in the UK

An overview of the UK's retail
position - prepared by
InternetRetailing for ACSEL

InternetRetailing

- A service for the UK's internet retailers and integrated multichannel retailers
- Not solely for online marketers: marketing, technology, operations, buying and merchandising... ALL of retail
- Information portal, print magazine, annual conference and other events.

The UK consumer online

A snapshot from surveys suggest:

- 63% online (home or work)
- 75% access to computers
- Average UK Internet user spends more time online than watching TV
- Broadband penetration in the UK is 84%

Conditions are now ripe for eCommerce to be mainstream.

Integrated Retail: infancy

Top 25 Web Properties among UK Internet Users, Ranked by Unique Visitors, September & October 2006 (thousands and % increase/decrease vs. prior month)

	September 2006	October 2006	% change
1. Google sites	24,748	24,816	0%
2. Microsoft sites	24,958	24,798	-1%
3. eBay	19,825	19,905	0%
4. Yahoo! sites	19,670	19,474	-1%
5. BBC sites	16,704	16,339	-2%
6. Time Warner Network	13,081	12,990	-1%
7. Amazon sites	11,875	12,386	4%
8. Ask Network	12,021	11,771	-2%
9. Fox Interactive Media	8,739	9,245	6%
10. Wikipedia sites	8,217	8,630	5%
11. DMGT	8,629	7,958	-8%
12. British Sky Broadcasting (BSkyB)	7,040	7,604	8%
13. Apple Computer, Inc.	7,495	7,528	0%
14. YouTube.com	5,852	7,252	24%
15. Gus	6,802	6,993	3%
16. Multimap.com	7,465	6,964	-7%
17. France Telecom	7,347	6,906	-6%
18. CNET Networks	6,494	6,879	6%
19. Tesco Stores	5,958	6,674	12%
20. NTL	6,555	6,663	2%
Total UK Internet	29,589	29,553	0%

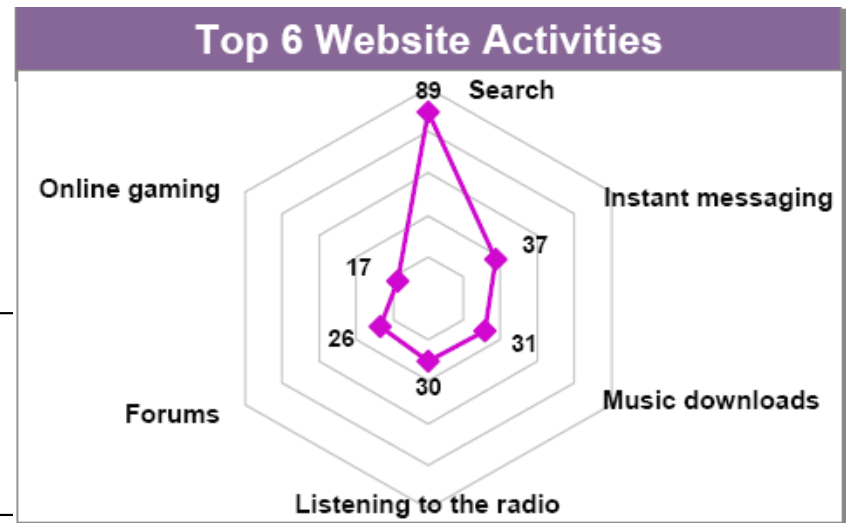
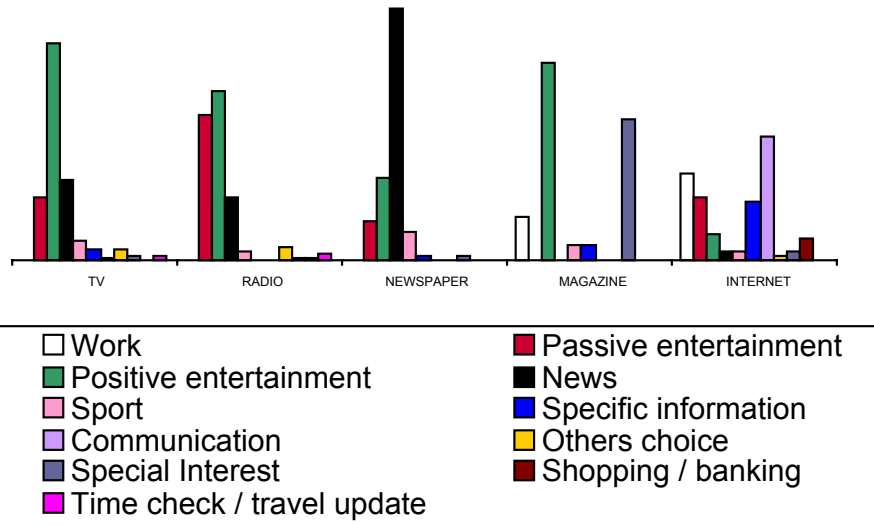
*Note: ages 15+; home and work locations; excludes traffic from public computers (eg Internet cafes) and access from mobile phones or PDAs
Source: comScore Networks Inc., November 2006*

078835

www.eMarketer.com

- Search, portals and US web properties dominate
- GUS (Argos) is top “retail” site: with Tesco, one of only 2 retailers in Top25 of volume.

Shopping online: not main web activity, but increasing



10% of all sales online in 2006: in 2000 was 0.5%

More growth to come...

- Internet access now widespread
- Growth will come from increased use
- Christmas 2007 was 50% higher than 2006
- Online sales in 2006 were £7.5bn (10wks to Christmas)
- Best days were 4 and 11 Dec: £183m per day

But easy growth is over...

- 40% growth predicted for 2007 - but only 3% offline...
- Interest rates are rising - customer credit is reducing and price-led competition is fierce
- Retailers caught:
 - Late adopters see the attraction of online - plus the threat to their business if they've no online channel
 - Existing retailers know they have to take sales from competitors - new sales are “free”...

Rising Tide...

- “A rising tide floats all boats”
 - All retailers have benefitted from the overall growth in online access and retail capability
- But is the tide going out?
 - Retailers can’t expect an easy ride in 2007 - need to take sales from competitors and get profitable, not discount-driven, business.
- What, therefore, can etailers do... ?

Retail priorities 2007

- Upgrade or create etail presence
 - M&S due to launch “Amazon” site
 - Significant portion of UK High Street lacks etail - rush to catch up
- Drive to integration & multichannel
 - Website as standalone no longer acceptable
 - Access all stock, via all channels (store, web, phone, catalogue, even mobile)
 - Emphasis upon supply chain and logistics
 - Woolworth adds a print catalogue offering

Retail Priorities 2007 - 2

- Giants diversify
 - Tesco now to sell clothes online. Moved to catalogues, electricals etc etc etc
- User generated content (Web2.0) becomes real
 - Not just in reviews, but in changing shopping (eg Crowdstorm)
- Staff skills and working practices
 - eCommerce no longer in a silo - all teams and functions need to engage with retailing.

Review

- Market is vibrant, but still more growth
- Integration and multichannel are the key aspects ofetailing
- Customer ‘power’ (eg social networks, feedback etc) is on the increase
- Call for new working skills and approaches.

Thank you.

Mark Pigou, Founder, InternetRetailing

Mark@internetretailing.net

Portal: www.internetretailing.net

Conference: www.retailevents.co.uk/ir2006

Magazine: register for a copy online.