Le Monde.fr

PUBLICITE

Le Mo
EDITION

# Le e-commerce surfe sur le sentiment de baisse du pouvoir d'achat

LE MONDE | 24.01.08 | 14h39 • Mis à jour le 24.01.08 | 14h43

En 2007, le commerce en ligne a connu une nouvelle explosion en France. Le chiffre d'affaires a augmenté de 35 % par rapport à 2006, à 16,1 milliards d'euros, pour 180 millions de transactions, selon le bilan du commerce en ligne présenté, jeudi 24 janvier, par la Fédération du e-commerce et de la vente à distance (Fevad).

Désormais, un Français sur trois est un cyberacheteur. *"Compte tenu du fait qu'un Français sur deux est internaute, la marge de progression est donc importante"*, se félicite Marc Lolivier, délégué général de la Fevad.

En 2007, 13 000 nouveaux sites marchands ont été créés, portant leur nombre total à 37 000. *"Alors qu'en 2005, plus de la moitié de sites réalisaient moins de dix commandes par mois, en 2007, ils étaient 60 % à réaliser entre 10 et 1 000 commandes par mois"*, note la Fevad. Et, les internautes dépensent plus. Le montant moyen d'une transaction est passé à 91 euros, contre 88 euros en 2006 (+ 4 %). En moyenne, un acheteur en ligne dépense environ 800 euros et effectue près de neuf commandes par an sur Internet.

Les internautes se ruent toujours autant sur eBay, la Fnac, Priceminister, La Redoute ou encore Amazon, mais ils achètent aussi du luxe, des cosmétiques et du gros électroménager. Ce secteur est passé de pratiquement zéro il y a un an à 4 % de parts de marché aujourd'hui, selon des données du cabinet GfK.

L'une des explications de cet engouement est que pour de très nombreux consommateurs, acheter sur Internet permet d'augmenter son pouvoir d'achat.

*"On est effectivement dans une logique de solderie permanente sur Internet. Mais quand le prix "normal" devient une exception, cela risque de déboussoler le consommateur, qui finit par se demander : "quel est le juste prix ?""*, s'interroge Philippe Moati, professeur de sciences économiques et directeur de recherche au Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie (Crédoc).

*"La solution n'est pas forcément de gagner plus mais autrement*, explique Pierre Kosciusko-Morizet, le patron fondateur de Priceminister, un site d'achat-vente sur Internet entre particuliers créé il y a sept ans. *Chaque année, nos clients vendeurs augmentent de 50 %. C'est la preuve qu'ils cherchent à augmenter leur pouvoir d'achat."*

A Noël, le site a même choisi le slogan *"devenez radin !"* pour prouver aux internautes qu'ils peuvent regagner du pouvoir d'achat. *"On avait utilisé ce thème dès 2001 mais on l'avait abandonné car les gens étaient choqués*, se souvient M. Kosciusko-Morizet. *Aujourd'hui, ils assument totalement. Mieux,*

*il y a une valorisation du bon plan par rapport à celui qui va payer le prix fort, alors qu'auparavant c'était le contraire."*

**BONS PLANS "REFILÉS" ENTRE COPINES**

Jemima Pinel, jeune femme de 28 ans et mère de deux petits garçons, est devenue une adepte de la vente et des achats sur le Web : *"C'est clairement une façon d'augmenter mon pouvoir d'achat. Je fais deux ou trois achats par mois, pour un total d'environ 40 euros. L'argent que je reçois alimente mon porte-monnaie en ligne et je ne touche jamais à mon compte en banque."* Elle a réussi à vendre des produits plus chers qu'elle ne les avait achetés et même à revendre certains qu'elle avait achetés sur Priceminister ! Seule exception : Jemima ne fait pas ses courses alimentaires sur Internet.

Désormais, l'achat d'occasion n'est plus tabou. Au contraire : selon une étude réalisée par Priceminister, 80 % des gens ne sont pas gênés à l'idée de recevoir en cadeau un produit d'occasion et 63 % sont prêts à en offrir un.

Après les sites de ventes privées dont le succès ne se dément pas, 2007 a vu arriver un nouveau modèle avec les sites de "cashback" - ebuyclub, cashstore, cashcash... - qui permettent de se faire rembourser une partie de ses achats. Surfant sur le succès des bons plans, avantageshopping, créé début décembre 2007, a choisi d'allier e-commerce et commerce traditionnel en proposant des bons de réduction. En échange du paiement d'un euro, l'internaute reçoit un bon de réduction, au minimum égal à 10 euros et pouvant aller jusqu'à 120 euros, utilisable en magasin.

Emmanuelle Tua, 37 ans, directrice des ressources humaines dans une société de crèche d'entreprise, est une adepte du bon plan qu'elle *"refile"* à ses copines et inversement : *"J'ai utilisé avantageshopping pour les cadeaux de Noël de ma fille. C'est une bonne manière d'obtenir plus de pouvoir d'achat"*, avoue-t-elle également.

**Nathalie Brafman**

Article paru dans l'édition du 25.01.08

Le Monde.fr

» A la une » Archives » Examens » Météo » Emploi » Programme » Le Post.fr
» Le Desk » Forums » Culture » Carnet » Shopping TV » Talents.fr
» Opinions » Blogs » Economie » Immobilier » Voyages » Newsletters » Sites du

Le Monde » Abonnez-vous au *Monde* à -60%

Abonnez-vous au Monde.fr - 6€ visitez Le Monde.fr © Le Monde.fr | Fréquentation certifiée par l'OJD | CGV |