

CROISSANCE DE 11 % DES DEPENSES EN LIGNE EN FRANCE EN 2018**RALENTISSEMENT SUR LE DERNIER TRIMESTRE AVEC « SEULEMENT » + 5 % (Q4 2018)****Amazon demeure le leader du e-commerce dans l'hexagone (part de marché = 17,3 %, + 1 pt)
mais sa croissance se tasse également sur la fin 2018,**

Kantar Worldpanel, via sa solution E Kommerce*, estime que 70 % des Français de 18 ans et plus ont effectué en moyenne 20 commandes d'un bien physique sur Internet pour un montant moyen de 57 € (2018).

L'ensemble de ces comportements représente un montant de dépense « on line » de plus 38 Mds € en croissance de + 11 %.

Les cibles qui contribuent le plus au développement de l'activité sur Internet sont, les jeunes de moins de 25 ans, les habitants des villes de taille moyenne (jusqu'à 100 000 habitants) et l'agglomération parisienne ainsi que les classes aisées et moyennes supérieures.

La croissance a ralenti à partir de septembre (+ 1,6 % vs sept 2017) et jusqu'en décembre (+ 2,3 % vs dec 2017). Le mois de novembre 2018, moment du black Friday, a fait exception avec un développement des dépenses on line de + 10 %.

Les sites les plus dynamiques en 2018 (plus fort taux de progression valeur) ont été Santé Discount, Leroy Merlin, Aliexpress, France loisirs, Marionnaud et Tassimo. A noter également les fortes progressions de plusieurs sites de mode comme La Halle, Camaïeu, H&M, Gemo ou Zalando.

Amazon est le site qui a le plus progressé en valeur absolue avec + 1 Md€ en une année (+ 18 %), 80 % de cette progression provient de la Market Place. Kantar Worldpanel estime à 6.6 Mds€ l'activité totale d'Amazon en France, on peut donc en déduire que la France pèse 11,5 % de l'activité d'Amazon à l'international (57,3 Mds € en 2018).

La part de marché valeur de Amazon en France est de 17,3 %, soit plus du double de la part de marché du second site, Cdiscount. Amazon est particulièrement performant chez les hommes (20,3 % de Pdm chez les hommes), chez les individus de 35 à 49 ans (18, 5% de Pdm), dans l'est de la France (20,3 % de Pdm dans cette région), le centre est (19,3 %) ou la région parisienne (17,9 %).

Kantar Worldpanel estime à 21,2 millions le nombre d'individus (+ 925 000) qui ont passé commande sur Amazon en 2018 dépensant chacun un total de 312€. La fréquence d'achat sur le site se renforce à 8,8 commandes en moyenne par client (+ 1,4 commande) pour un montant unitaire quasi stable à 36 €. Les clients Amazon consacrent 22 % de leurs dépenses totales on line à Amazon (= fidélité 2018).

Amazon est le premier site en Pdm sur plusieurs catégories de produits (50 % sur les livres, 44 % sur les jeux & jouets, 42 % sur les Arts de la table / cuisine, 36 % sur la puériculture...).

Cdiscount progresse pour sa part de près de 200 M€ et occupe 7 % du marché avec des positions fortes sur les Biens techniques et la Maison.

E.Leclerc est largement leader sur le secteur des Produits de Grande Consommation achetés sur internet et engrange plus de 160 M€ supplémentaires en 2018.

Enfin **Fnac** et **Darty** progressent chacun de + 150 M€ en 2018 avec un excellent Q4 2018 au cours duquel Fnac et Darty ont gagné respectivement 1,0 pt et 0,5 pt de Pdm portant la Pdm valeur du duo à 5,5 % sur

le dernier trimestre de l'année. C'est d'ailleurs à ce moment-là que la croissance d'Amazon s'est tassée avec + 1,1 % seulement (Q4 2018) avec notamment un mois d'octobre assez difficile.

*Source des informations :

Ces informations proviennent de E Kommerce, une solution Kantar Worldpanel. E-Kommerce est un échantillon de 12 000 individus représentatifs des Français de 18 ans et plus (univers de 49.529.020 individus). Les résultats sont donc extrapolables au comportement des individus de la France Métropolitaine.

Les membres de cet échantillon représentatif déclarent en continu leurs achats réalisés sur internet en transférant de façon confidentielle le document approprié (copie mail, bon de commande, facture).

Cette méthode permet, en toute indépendance vs les acteurs du Web, de pouvoir sécuriser l'intégrité du recueil et de ventiler avec une grande certitude les performances par secteur/catégorie / sites et places de marché.

E-Kommerce permet également de comparer et d'expliquer dans le temps les performances des acteurs du Web selon leurs leviers comportementaux (nombre de clients, fréquence d'achat et taille des paniers, fidélité, mixités d'achat entre les sites ...) et en détaillant le profil de leurs clients.

Période d'étude : Année 2018, les comparaisons sont faites entre 2018 et 2017. Le Q4 2018 comprend les mois d'octobre, novembre et décembre 2018.

Périmètre produits :

- tous les biens physiques achetés sur Internet (hors Voyages, transport, hôtellerie notamment),
- B to C, achats sur les sites web .fr mais aussi sur les sites implantés à l'étranger et qui livrent en France,
- les frais de livraison ne sont pas intégrés et les résultats ne sont pas retraités des retours produits.

Périmètre sites : les Pdm sont calculées sur un ensemble « sites internet y compris sites de GSA » (Grande Surface Alimentaire)

A PROPOS DE KANTAR WORLD PANEL

Grâce à nos mesures en continu, à nos modèles d'analyse avancés et à nos solutions adaptées, nous inspirons les bonnes décisions aux marques, aux distributeurs, aux analystes des marchés et aux organisations gouvernementales, partout dans le monde.

Avec plus de 60 ans d'expérience, une équipe de 3 500 experts, et des prestations de services dans 60 pays, directement ou avec ses partenaires, Kantar Worldpanel transforme le comportement d'achat en avantage concurrentiel sur les marchés des produits de grande consommation, des produits d'impulsion, du textile, des produits pour bébés, des télécommunications et du divertissement, ainsi que de nombreux autres Marchés.

Visitez notre site internet : <http://www.kantarworldpanel.com/fr>

Twitter : [@KWP_FR](#) / LinkedIn : [Kantar Worldpanel France](#) / Google + : [Kantar Worldpanel - France](#)

A PROPOS DE KANTAR

Kantar fait partie de la branche « Data Investment Management » de WPP, et est le leader mondial en matière d'études, de veille et d'analyse. En réunissant les compétences de ses 12 entreprises, chacune spécialisée dans son domaine d'expertise, le groupe est le fournisseur essentiel de données pertinentes, et d'insights inspirants pour les entreprises du monde entier. Avec 30 000 employés répartis dans 100 pays et travaillant sur l'ensemble du spectre des études et du consulting, Kantar offre à ses clients des insights pour chaque étape du cycle de la consommation. Les services du groupe, sont utilisés par plus de la moitié des sociétés du Top 500 du magazine Fortune.

Pour plus d'informations, merci de visiter <http://www.kantar.com>

Twitter : [@Kantar_FR](#) / Facebook : [Kantar](#) / Google + : [Kantar](#) / LinkedIn : [Kantar](#)

CONTACTS PRESSE

AGENCE VIANOVA

KANTAR WORLD PANEL

Chloë Le Corvec / Fiona Sala

Camille DENOUE

01 53 32 28 53

01 30 74 80 17

lecorvec@vianova-rp.com

camille.denou@kantarworldpanel.com

sala@vianova-rp.com