Les ventes en ligne ont progressé de 20 % au premier semestre 2011. Le développement de l'Internet rural et l'arrivée des mobiles 4G devraient consolider cette croissance.
Julien Zakoian ne boude pas son plaisir. « C'est une chance de travailler dans ce secteur. La vente en ligne fait figure d'oasis de croissance », juge le directeur marketing de Vente-privée.com, ancien de chez Monoprix dTC. Les derniers chiffres du e-commerce ont effectivement de quoi donner le sourire. Les Français ont dépensé 17,5 milliards d'euros sur Internet au cours du premier semestre 2011. Soit 20 % de plus qu'au premier semestre 2010. Cette progression est certes inférieure de quatre points aux 24 % enregistrés sur l'année 2010 dans son ensemble. « Mais, en France, la consommation n'a progressé que de 2,2 % sur la même période », relève Marc Lolivier, délégué général de la Fédération du e-commerce et
de la vente à distance. Le marché devrait, selon lui, conserver ce rythme de croissance au second semestre. La FEVAD estime que le e-commerce devrait franchir la barre des 37 milliards d'euros à la fin de cette année.

• Les plus de 65 ans accros

Quelles sont les poches de croissance du e-commerce ? François Monboisse, président de la Fevad, plaide d'abord pour que la France continue le développement de son accès à l'Internet. « Il y a encore beaucoup de zones à désenclaver », juge-t-il tout en se félicitant du lancement du tarif social de l'Internet le 13 septembre. Et pour cause, dès qu'ils sont connectés au haut-débit, les Français dépensent en ligne : 77 % des internautes sont des cyber-acheteurs. L'exemple des seniors le démontre un peu plus : derniers convertis au web, les plus de 65 ans deviennent accros. « Les deux-tiers d'entre eux achètent en ligne. Soit 40 % de plus qu'il y a un an », explique Bertrand Krug, directeur du département des Netratings chez Médiamétrie. Tous les acteurs de la vente en ligne attendent ainsi que le haut-débit gagne les campagnes pour convertir les ruraux ou les néo-ruraux. « Les zones rurales sont précisément les zones où les enseignes ne disposent pas d'une couverture suffisante en magasin », poursuit François Monboisse. Les distributeurs et sites marchands pourraient, dès lors, capter une nouvelle clientèle qui jusqu'ici leur échappait.

Le marché français pourrait aussi profiter de la démocratisation du smartphone. Peu de Français achètent aujourd'hui via leur téléphone mobile : 24 % seulement de ceux qui surfent sur leur téléphone y procèdent à des achats. « Au premier semestre, le m-commerce [e-commerce version mobile Ndlr] a tout de même représenté 10 % des ventes de Vente-privée.com », nuance Julien Zakoian. Le fait est que tout le monde attend de pied ferme l'avènement de la quatrième génération de téléphonie mobile qui va accélérer la vitesse de navigation sur mobile et multiplier les occasions de faire du shopping en ligne.
La Tribune