



Frédéric Valette
Directeur Retail & Fashion

KANTAR WORLDPANEL

Intervention Kantar Worldpanel
Institut du Commerce
26 Juin 2018

Le clients e-commerce en France

Périmètre

12 000 individus de plus de 18 ans



Recueil de toutes les factures
(B to C)



Ils déclarent toutes les semaines leurs
achats sur internet



Déclaration sur tous les sites
(même les sites étrangers)



Recueil des achats quel que soit le
device

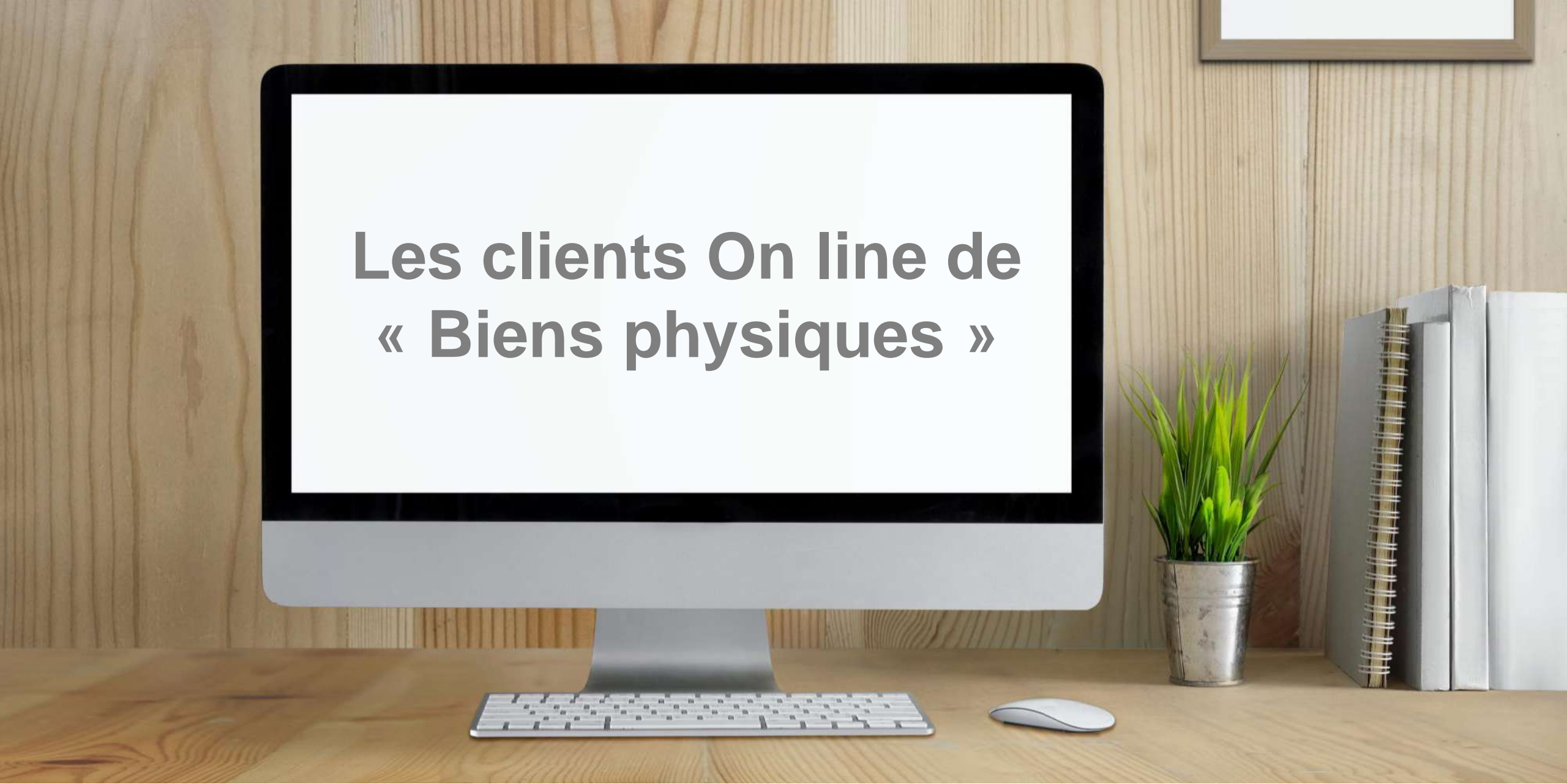


Les frais de livraison
ne sont pas intégrés
dans les résultats

Les retours
produit ne sont
pas déclarés



Achats de
BIENS
physiques
hors
services



Les clients On line de « Biens physiques »

Les français ont fait plus de 600 millions de commandes sur internet !

34 millions
de français achètent sur Internet
(+440 000 individus)



68% des individus de 18+ (+0.6pt)

18 commandes
par an (**tous biens**) (+2.4 commandes)



57€ par commande (-1.2€)

Amazon capte **26%** (+2.5pts) des commandes en France



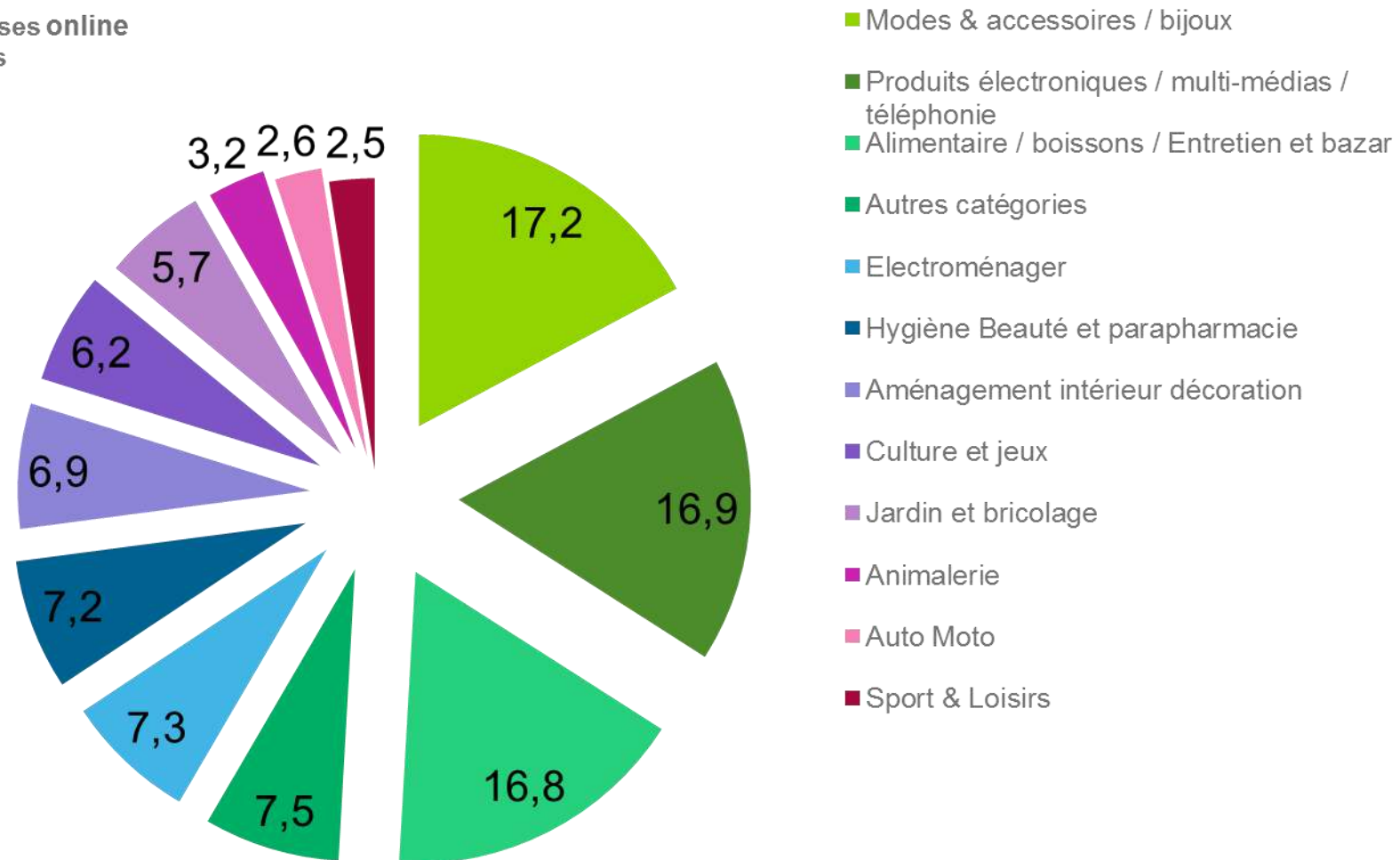
Les français ont dépensé
35,3 Mds € sur internet
au CAM fin mars 2018
soit plus de
1 000 € / an / client

Les **gros**
consommateurs sont 7
fois plus fréquents que la
moyenne avec
46 commandes
par an !

Des dépenses en
croissance de **+14%**
via l'accroissement de la
fréquence d'achat :
+2 à 18 / an

3 secteurs pèsent plus de 50% des dépenses des français


Répartition des dépenses online
des Français



Les jeunes, les classes moyennes et les habitants des petites villes sont les cibles qui expliquent le plus la croissance e-commerce



**Les jeunes =
42% de la croissance**



**Habitants des villes de -2000 habitants
= 35% de la croissance**

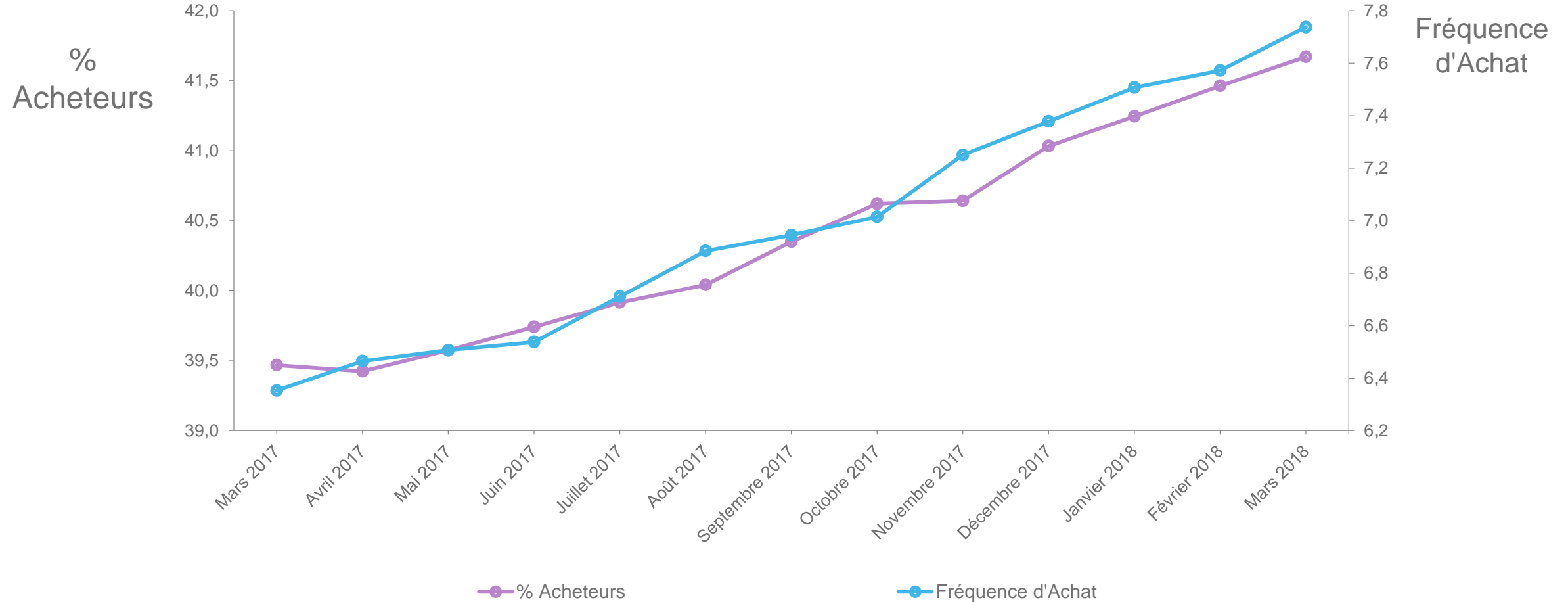
**Les classes moyennes supérieures =
42% de la croissance**

Progression spectaculaire des dépenses
effectuées via un smartphone = +46%



Amazon est leader avec 19,6% des dépenses de français sur le Web

La croissance de Amazon est “saine” :
recrutement et fréquence d’achat



Amazon trône la 1^{ère} place sur tous les territoires d'image



Services / Livraison

#1

Indice 180

Prix / Promotions

1

Indice 180

Offre / Choix

1

Indice 171

Ergonomie

#1

Indice 166

Attachement

#1

Indice 142

Univers Généralistes – Culture – High-Tech

Rangs moyen d'Amazon sur les 5 grandes thématiques d'Image (vs 9 sites*)

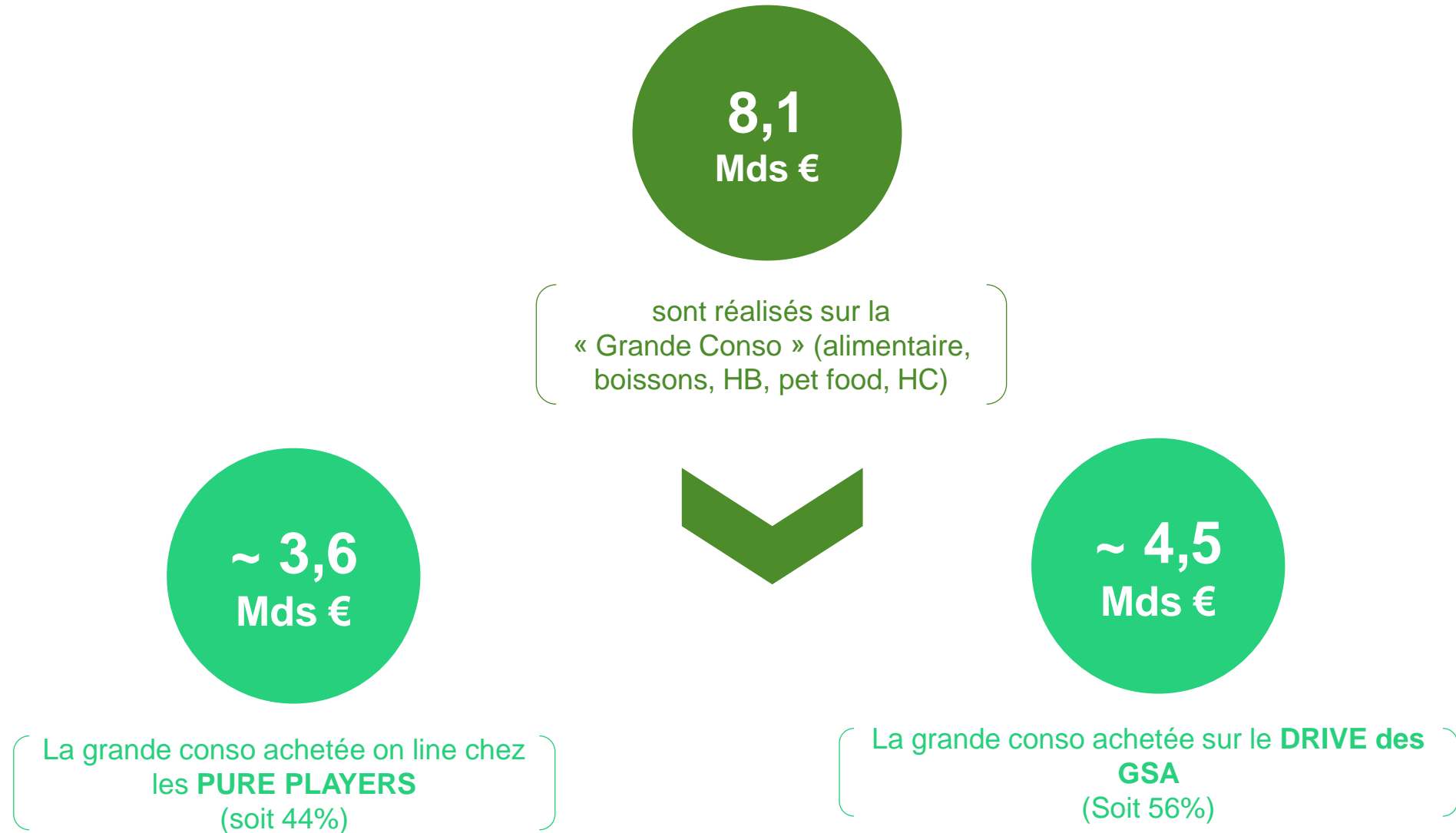
Territoires d'Image calculés sur une moyenne de 17 items d'image

*Rangs et indices vs une liste de 9 sites internet : amazon.fr, cdiscount.com, fnac.com, darty.fr, boulangier.com, ebay.fr, priceminister.fr, aliexpress.com, rueducommerce.fr



Les clients on line de « PGC FLS »

+ de 8 milliards € sont dépensés sur internet sur des PGC FLS



Les achats de PGC FLS sur internet

19,3 millions (+1,6 M)

d'individus achètent des PGC FLS sur
des sites (hors GSA)

4,7 commandes (+0,4)

x

40 € acte (-1,4 €)

~ 3,6 Mds €

~ +17%

6,750 millions (+100 000)

de ménages achètent des PGC FLS
sur des sites GSA

10,5 commandes (+0,3)

x

63 € acte (+1,20 €)

~ 4,5 Mds €

~ +7%

E.Leclerc reste très loin devant Amazon sur les PGC sur Internet

Mais Amazon a plus de clients



plus de 6 X plus
gros en € que



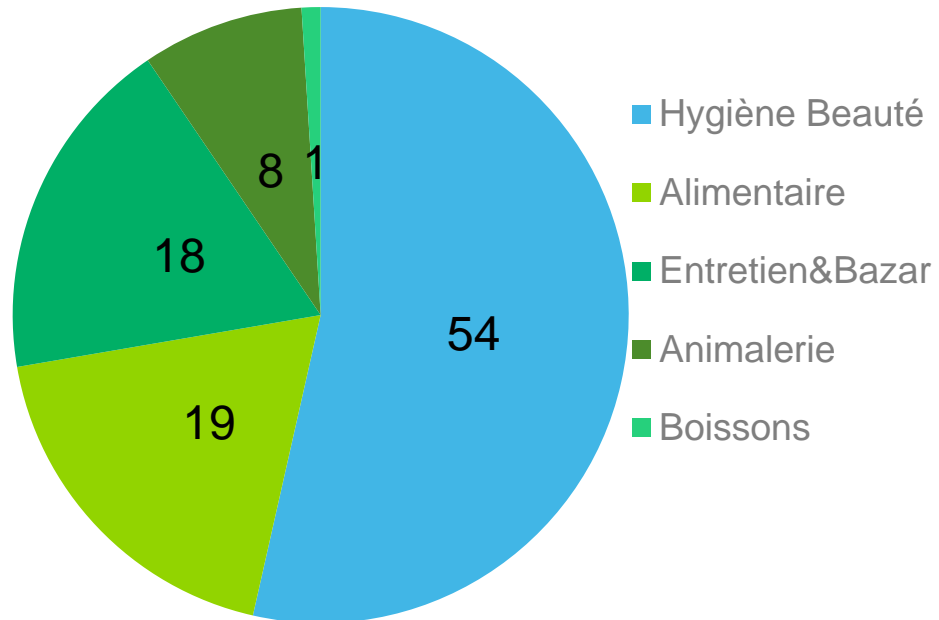
90% de plus
de clients que



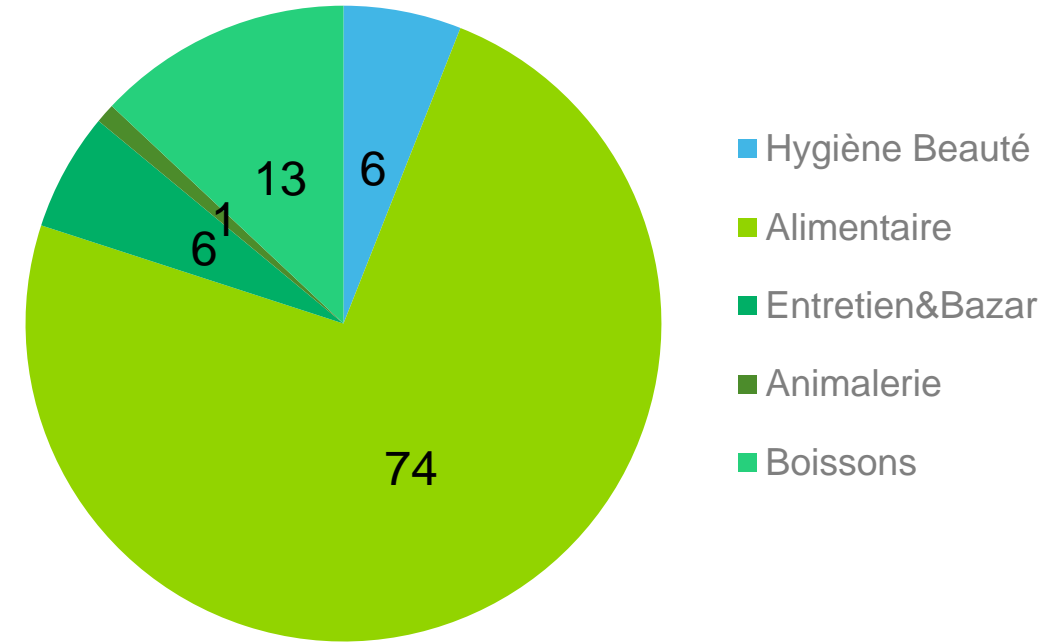
12% des clients Amazon PGC FLS achètent sur E.Leclerc Drive

23% des clients E.Leclerc Drive achètent sur Amazon

Plus de la moitié des achats de PGC FLS sur Amazon portent sur de l'Hygiène Beauté



Répartition des dépenses PGC FLS chez Amazon



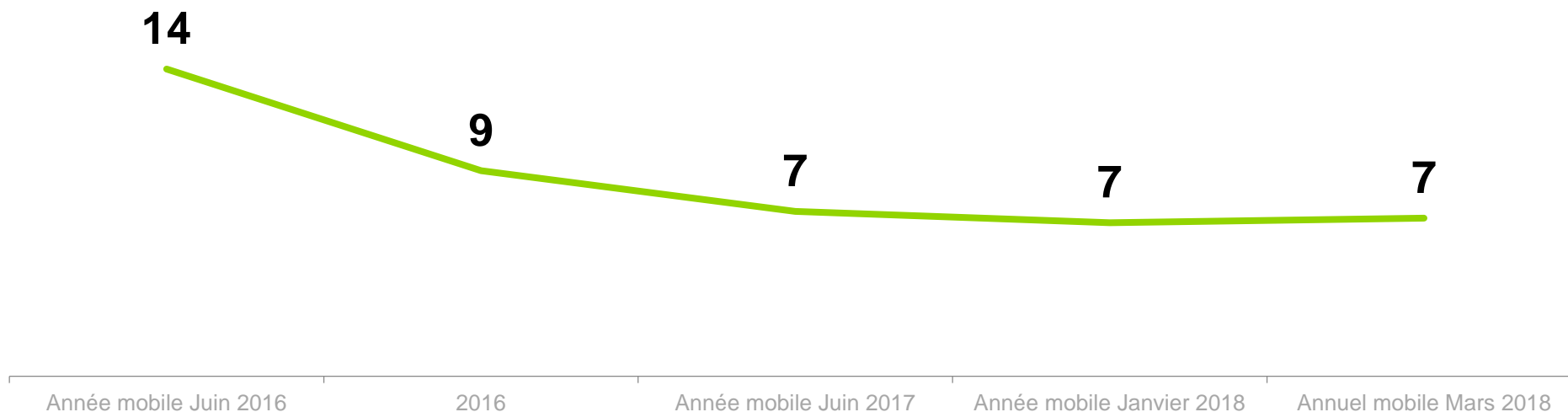
Répartition des dépenses PGC FLS chez E.Leclerc dRIVE

Sur l'alimentaire seul, E.LECLERC Drive est 24 x + gros que AMAZON

La croissance du drive ralentit mais reste sur une dynamique solide



Taux de croissance
annuel %



24% de foyers
acheteurs
stable vs a-1



71 Millions de
commandes
+4,3% vs a-1



20,5% de fidélité
+0,7pt vs a-1

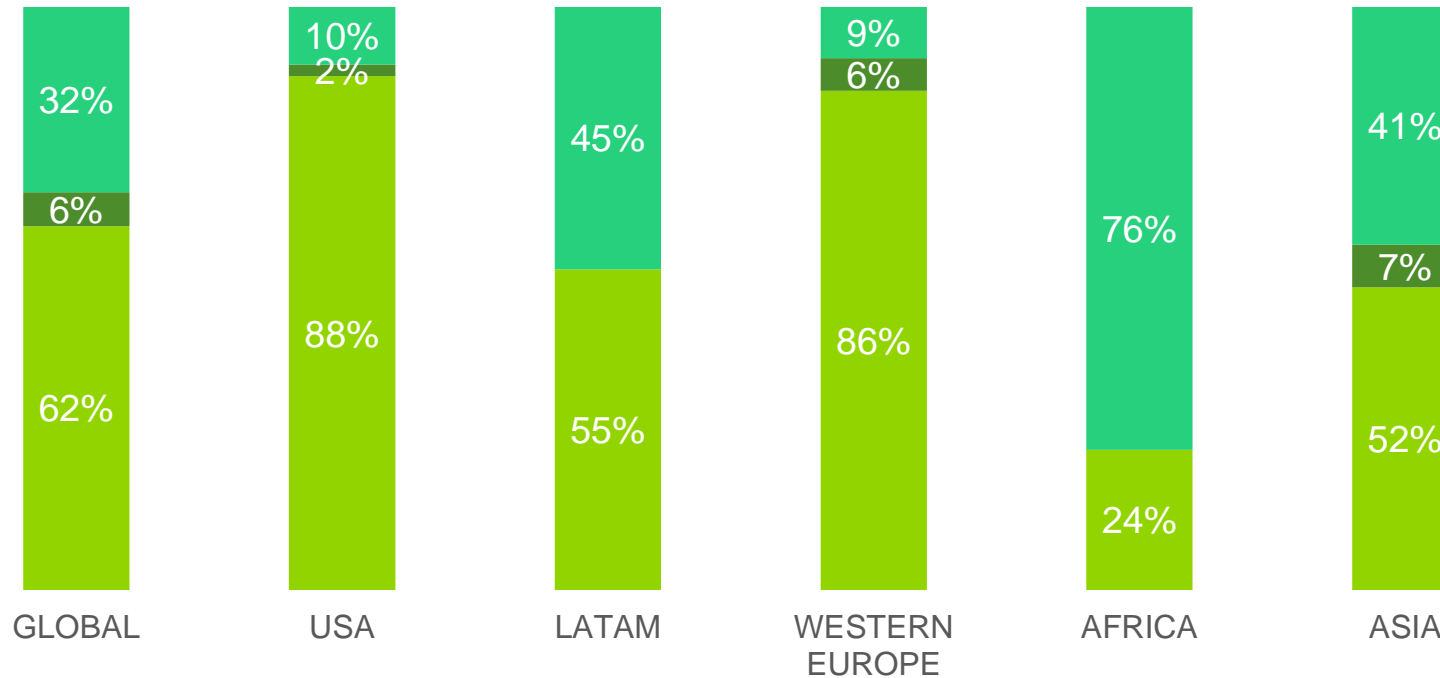


PDM val 5,6%
+0,3pt vs a-1

Modern Trade comprises 62% of worldwide value, but traditional remains strong in Asia, Africa and Latam

% value share 2017

■ Modern ■ E-commerce ■ Traditional & Others



Modern trade defined as stores with more than 1 counter and marketed offer: Hyper + supermarkets + discounters + Cash&carry + Convenience

E-commerce defined as bricks with online offer or drive + pure players & marketplace

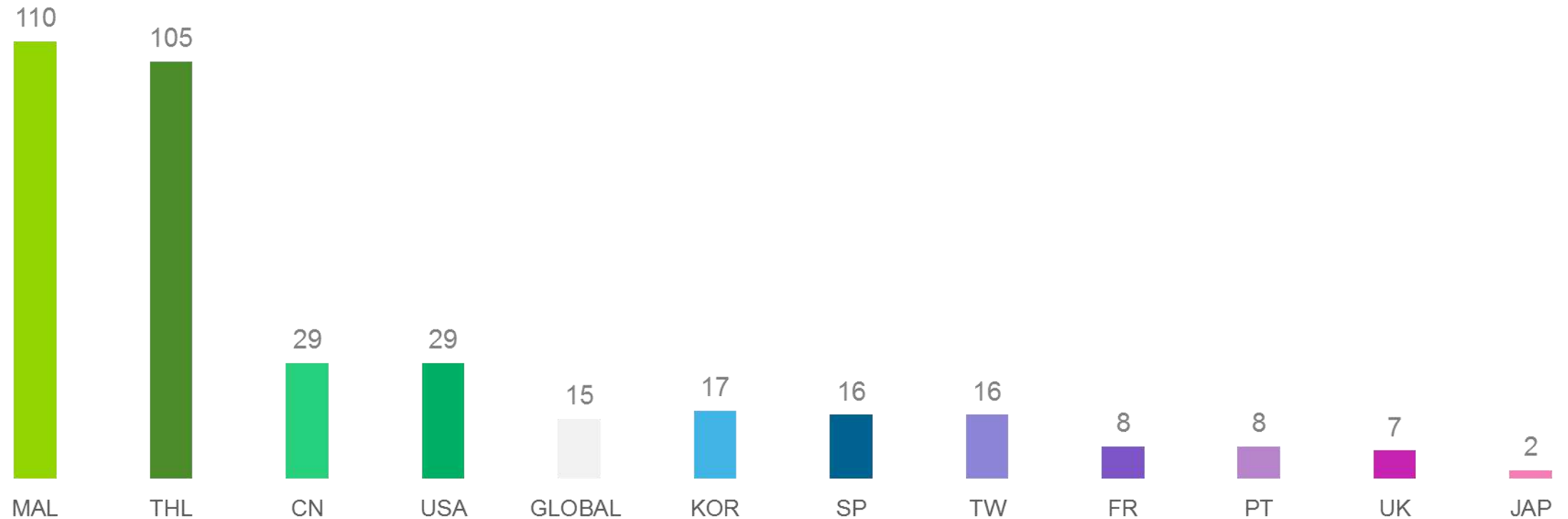
Traditional & others defined as traditional outlets + Door to door +Drugstore +Pharmacy

2017 Online value share in FMCG E-commerce



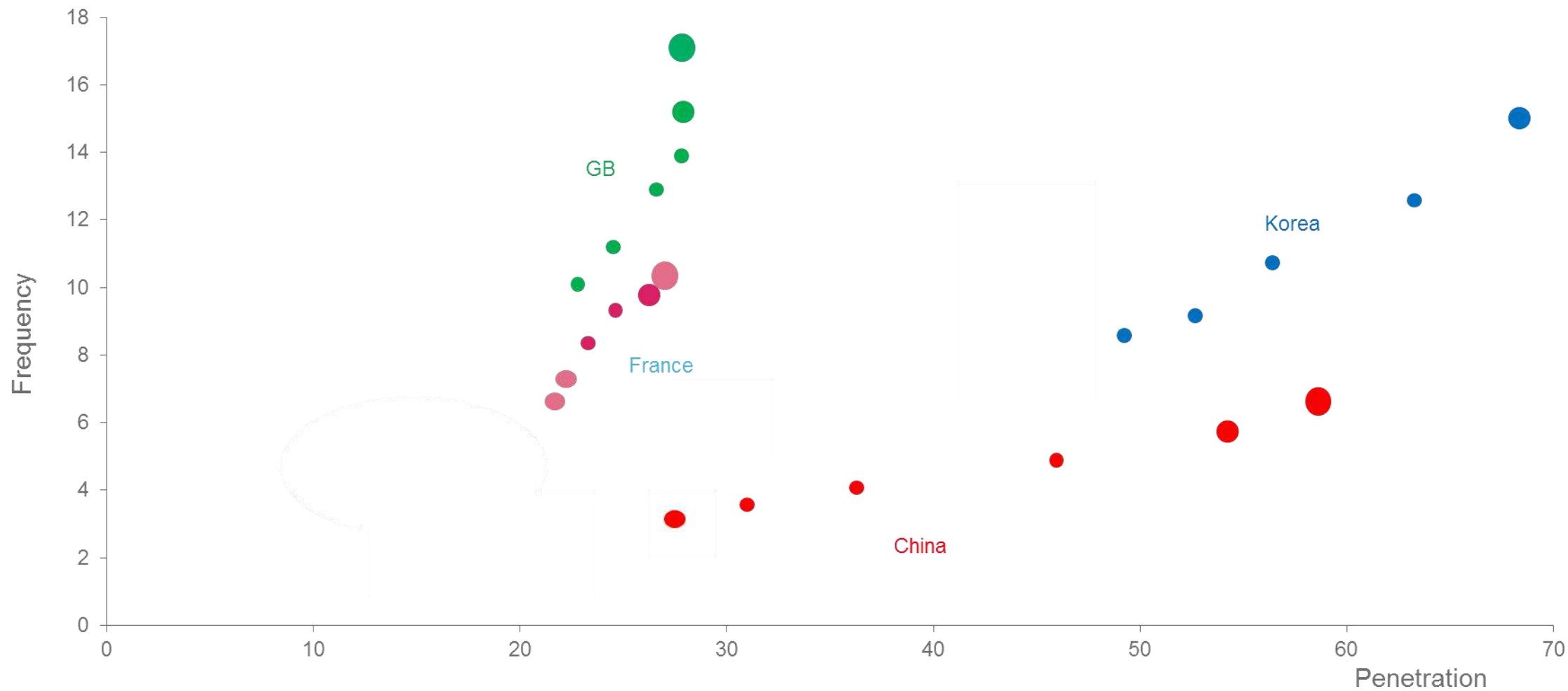
China is the fastest advanced country (+29%) reaching rank #1 in sales with \$15BN but slowing down vs last years (+50%)

E-commerce in FMCG value annual % growth 2017



Faster growth attracting new shoppers

Fréquence+ en Europe



E-Commerce , Total FMCG – 52 w/e shopper measures – Last 6 years ending Dec 2017



THANKS!

frederic.valette@kantardworldpanel.com

KANTAR **WORLD**PANEL