Vente en ligne de produits alimentaires : état des lieux et perspectives

19 mai 2010

Avec près de 30% de croissance en 2009 – et alors que le commerce de détail recule de près de 3% -, le commerce électronique rencontre un succès inédit. Cependant, la vente en ligne de denrées alimentaires ne décolle pas. Après une décennie d'existence et quelques déconvenues mémorables, les cybermarchés, équivalents « online » des grandes surfaces alimentaires, pèsent en moyenne à peine plus lourd qu'un gros hypermarché de région parisienne.

Alors que le chiffre d'affaires du commerce électronique de détail atteint 25 milliards d'euros en 2009, **la vente de produits alimentaires en représenterait au mieux 1 milliard**. Sur les 18 millions de Français qui ont effectué un achat sur Internet, on compte **seulement 2 millions de cyberacheteurs de produits alimentaires**.

Une étude du CREDOC analyse les principaux freins et leviers à l'achat de ce type de produits, et décrit les acteurs du secteur ainsi que leurs modes de fonctionnement.

Il apparaît que les **perspectives d'évolution de la vente en ligne de produits alimentaires sont mitigées**, et divisent les experts. Des marges de progression existent, des effets d'entraînement, de génération pouvant jouer positivement. Cependant, la part de ce type d'achat devrait progresser à un rythme lent et rester marginale.

L'étude du CREDOC (112 p.)