

L'ACSEL mobilise les acteurs de l'économie numérique pour accélérer le développement de l'e-commerce en Europe

À l'occasion de ses vœux l'Acsel, l'association de l'économie numérique, présente devant plus de 250 personnes réunies au siège de La Poste, son dernier ouvrage « *L'e-commerce transfrontière, l'Europe numérique au cœur des échanges* » préfacé par le commissaire européen Michel Barnier, ainsi que les résultats de la dernière étude sur l'e-commerce européen confiée par Kelkoo au Centre for Research Retail. Cet événement se fait l'écho des récentes annonces de la Commission européenne visant à doubler d'ici 2015 la part de l'e-commerce dans les ventes de détail. En réponse, l'ACSEL lance une commission sur l'e-commerce transfrontière et renforce son action en faveur du développement de l'économie numérique, de l'e-commerce et des échanges en Europe.

L'e-commerce européen : une croissance encore fragmentée au niveau domestique

L'ACSEL présente avec l'étude du CCR et de Kelkoo les tendances du marché européen de l'e-commerce qui prévoit une croissance 16% en 2012 contre 1,8% pour les ventes de détail. Le marché européen bénéficie d'une forte dynamique et croît plus rapidement que le marché américain : 18,6% contre 10,3% de croissance annuelle moyenne entre 2008 et 2011. Il est ainsi estimé en 2011 à 200,5 milliards d'euros contre « seulement » 153,2 milliards d'euros (198,75USD) aux Etats Unis. Pour autant, le marché européen est hétérogène : la part du e-commerce dans les ventes de détail varie de 12% au Royaume Uni à 9% en Allemagne et 7,3% en France ou encore 1,3% Italie en 2011.

Le livre de l'ACSEL constate que malgré les perspectives de croissance, l'e-commerce européen reste cantonné dans ses forteresses nationales. « *L'Europe est riche en champions nationaux de l'e-commerce, il lui reste à faire émerger des leaders européens* » explique Pierre Alzon, Président de l'ACSEL. L'e-commerce européen est hétérogène par la diversité des métiers impliqués et la taille des entreprises. **Le coût d'accès au marché Unique européen de l'e-commerce doit être accessible aux PME. L'ACSEL préconise le renforcement des plates-formes transeuropéennes, généralistes ou spécialisées** qui forment la dimension opérationnelle de l'écosystème de l'e-commerce transfrontière en mutualisant les coûts et en jouant un rôle d'accélérateur.

Parmi les « chantiers de l'e-commerce transfrontière » soulignons :

- la mise en place d'un marketing qui tire parti des particularismes culturels ;
- la prise en compte des singularités juridiques qui subsistent en Europe ;
- la mise à disposition de dispositifs de paiement adaptés ;
- l'organisation d'une logistique européenne : préparation, livraison, retour des produits ;
- la lutte contre la fraude et le renforcement de la confiance ;

Autant de services qu'une association à dimension européenne comme l'Acsel entend apporter.

Ces enjeux entrent en résonance avec les ambitions de la Commission européenne qui vise à stimuler le développement de l'e-commerce dans une Europe touchée par la crise.

« *J'ai retrouvé dans cet ouvrage les problématiques que nous avons identifiées et je souscris à l'essentiel du diagnostic de l'ACSEL, ainsi qu'à la plupart des recommandations qu'elle formule. En outre j'ai constaté que les témoignages de « pionniers » de l'e-commerce transfrontière rapportés au chapitre V éclairent très utilement les défis à relever* » Michel Barnier, membre de la Commission européenne chargé du Marché intérieur et des Services

Une commission sur l'e-commerce transfrontière pour fédérer les énergies

C'est dans cet esprit que l'ACSEL prolongera sa réflexion avec une commission sur l'e-commerce transfrontière. Thierry Petit, co-fondateur de ShowroomPrivé et administrateur de l'ACSEL présidera ce cycle qui réunira autour du sujet de l'e-commerce transfrontière, marchands, distributeurs, logisticiens, transporteurs, opérateurs de paiement, opérateurs de réseaux, agences marketing et juristes membres de l'Association. « *L'ACSEL souhaite capitaliser sur l'ensemble des métiers de l'e-commerce. Son objectif est de consolider l'écosystème de l'e-commerce européen en renforçant la confiance, de favoriser l'émergence d'offres transeuropéennes et d'accompagner les marchands de façon très opérationnelle dans leur développement international* » explique Thierry Petit.

« L'e-commerce transfrontière, l'Europe numérique au cœur des échanges »

184p – 24 euros TTC est disponible sur le site de l'ACSEL www.acsel.asso.fr.

Auteurs : Paul Soriano, Jean Rémi Gratadour – **Préface de Michel Barnier**, commissaire européen en charge du Marché intérieur et des Services.

En 2008, l'ACSEL publiait *L'Europe, une opportunité pour l'e-commerce*. Ce nouveau livre adopte une perspective différente car les fondamentaux de l'e-commerce ont connu depuis des progrès importants. Les résultats sont au rendez-vous et les chiffres en témoignent, ainsi que de nombreux succès d'entreprises. Au-delà d'une simple réduction des obstacles qui s'opposent aujourd'hui encore au franchissement des frontières, **l'ouvrage s'attache à décrire les voies et moyens d'un véritable écosystème de l'e-commerce européen**. Des chemins à vrai dire déjà explorés avec succès par des pionniers dont les expériences et les témoignages ont été recueillis dans le livre. Instruits par l'expérience, les commerçants et prestataires de services européens se trouveront mieux aguerris pour franchir de nouvelles frontières, aux portes de l'Union et bien au-delà. Cet ouvrage constitue une nouvelle étape dans le travail de compréhension et d'accompagnement que l'ACSEL mène auprès de ses adhérents.

L'ouvrage est soutenu par Atos Worldline, La Poste, Orium, PFSweb, Chronopost, Come&Stay, Ogone.

A propos de l'Acsel - Lieu d'échange et de propositions, l'ACSEL regroupe des entreprises et des organismes qui ont pour ambition de réfléchir collectivement à l'impact des technologies émergentes sur les évolutions des usages, des comportements et des modèles économiques.

Les actions de l'Association portent sur l'identification et la **compréhension des défis numériques** à relever, **l'accompagnement dans la transformation des marchés** et **l'appropriation des leviers** qu'apportent les technologies digitales.

L'ACSEL œuvre en faveur de la confiance, clé de voûte indispensable au développement de l'économie numérique.

Dès 2008, l'ACSEL publiait « *L'Europe, une opportunité pour l'e-commerce* » en français et en anglais. L'ACSEL dispose depuis plus de 3 ans d'une domiciliation à Bruxelles.

www.acsel.asso.fr

Contact Presse - Agence ELAN

Vincent Rocenovic 01 40 89 96 45 : vincent.rocenovic@agence-elan.com

Catherine Bialais 01 40 89 94 64 : catherine.bialais@agence-elan.com