

## Singles' Day a enregistré une remarquable progression des ventes en Europe et en Amérique

Ingenico Group (Euronext : FR0000125346-ING), leader mondial des solutions de paiement intégrées, annonce avoir traité trois fois plus de transactions en ligne lors de Singles' Day que la moyenne quotidienne. L'analyse des données de paiement d'Ingenico montre que cette journée, traditionnellement concentrée sur le marché chinois est devenue un véritable phénomène mondial. La croissance a été particulièrement forte en Amérique latine, en Amérique du Nord, en Russie et sur les principaux marchés européens. Ingenico traite les paiements en ligne et mobiles pour de nombreuses grandes entreprises dans le monde, y compris certaines des marketplaces les plus importantes en Chine.

Les consommateurs russes, par exemple, ont effectué 10 fois plus de transactions le jour de Singles' Day qu'un jour moyen. La valeur moyenne des transactions était également 35 % supérieure à la moyenne. Au total, cela représente une augmentation de près de 15 fois des dépenses totales, ce qui souligne l'adhésion de la Russie à Singles' Day.

En Amérique latine, la croissance a été plus marquée au Chili, où le nombre de transactions traitées par Ingenico a été près de 9 fois supérieur à la normale. En comparaison, la croissance sur les plus grands marchés du e-commerce de la région a été plus modeste : au Mexique, les consommateurs ont finalisé 91% de transactions en plus et au Brésil, 30% - bien que les deux chiffres soient basés sur des volumes beaucoup plus importants.

Aux États-Unis, le nombre de transactions effectuées lors de Singles' Day a bondi de 22 % par rapport à la moyenne quotidienne. Bien que cela puisse sembler modeste comparativement à d'autres marchés internationaux, ce pic des ventes survient alors que le pays se prépare pour Black Friday et Cyber Monday, qui marquent traditionnellement le coup d'envoi de la période des fêtes de fin d'année, dans ce pays qui représente le deuxième plus grand marché e-commerce au monde. Fait intéressant, les consommateurs canadiens, qui ne célèbrent pas Thanksgiving, ont finalisé 61 % de transactions en plus ce jour-là.

En Europe, la participation des consommateurs à Singles' Day varie énormément d'un marché à l'autre. Parmi les plus grands acheteurs du Singles' Day, on trouve les Espagnols, où le nombre de transactions était presque 5 fois plus élevé que la normale. La France et l'Allemagne se sont retrouvées en milieu du peloton, avec des transactions en hausse de 54% et 15% respectivement. Au Royaume-Uni, les transactions avec les commerçants chinois, qui sont les principaux moteurs du succès de Singles' Day, ont été multipliées par 10 ce jour-là.

Au cours des dix dernières années, Singles' Day a rapidement gagné en popularité en Chine, devenant ainsi la plus grande journée dédiée au e-commerce dans le monde et dépassant les pics d'achat habituels tels que Black Friday ou Cyber Monday. Jusqu'à présent, cette croissance a été en grande partie tirée par la forte demande domestique, les consommateurs chinois faisant leurs achats chez les distributeurs chinois. La forte augmentation des transactions effectuées dans le monde entier constatées par Ingenico lors de Singles' Day, montre que le reste du monde rattrape rapidement son retard.

Alors que les données d'Ingenico exposent clairement que les distributeurs chinois vendent de plus en plus à une cible internationale lors de Singles' Day, la tendance inverse n'est pas aussi claire. Les ventes des distributeurs internationaux aux consommateurs chinois atteignent un pic lors de Black Friday et non lors de Singles' Day. Cela indique que, alors que les consommateurs sont de plus en plus globaux dans leur comportement d'achat, les distributeurs internationaux ont encore une approche traditionnelle dans leur façon de cadencer les promotions et ne profitent pas encore pleinement de l'énorme opportunité que représente Singles' Day.

« Singles' Day est devenu le plus grand événement e-commerce au monde, mais nous n'en sommes qu'au début. Le reste du monde ne fait que découvrir les grandes opportunités de shopping qu'offre Singles' Day, analyse Nick Tubb, directeur général ePayments de l'APAC pour Ingenico Group. Les marchands chinois ont été le moteur du succès de Singles' Day, et nous sommes très fiers de travailler avec nombre d'entre eux autour de cette fantastique aventure que représente Singles' Day en Chine et dans le reste du monde ».

Ces statistiques sont basées sur les données de transaction d'Ingenico du 1er août au 12 novembre 2017. Ils ne prennent pas compte l'ensemble des dépenses nationales, mais seulement les transactions effectuées à distance par Ingenico ePayments dans les pays susmentionnés.

---

## À propos d'Ingenico Group

Avec son offre de solutions de paiement sécurisées sur l'ensemble des canaux de vente, Ingenico Group (Euronext : FRO000125346 - ING), leader mondial des solutions de paiement intégrées, accompagne les évolutions du commerce de demain. S'appuyant sur le plus large réseau d'acceptation dans le monde, nos solutions s'adaptent à la fois aux exigences locales et aux ambitions internationales de nos clients. Ingenico Group est le partenaire de confiance des institutions financières et des marchands, des petits commerçants aux enseignes référentes de la grande distribution. En nous confiant la gestion de leurs activités de paiement, nos clients peuvent se concentrer sur leur métier et tenir leur promesse de marque.

Restons en contact :

[www.ingenico.com](http://www.ingenico.com)  [twitter.com/ingenico](https://twitter.com/ingenico)

Consultez nos experts, en visitant notre [blog](#).

---

## Contacts

### e-Payments

Bénédicte Rabaud  
Marketing and Communications Manager  
Benedicte.Rabaud@ingenico.com  
(M) +33 7 52 67 78 82

### Presse

Elisa Lesieur  
Agence Yucatan  
elesieur@yucatan.fr  
Tél: +33 1 53 63 27 21 / 06 63 58  
23 02