



E-commerce



Syntaxe sur l'état du marché de l'e-commerce



Etudes et chiffres clés de l'e-commerce en France

Cette présentation est une synthèse des différentes études réalisées sur l'état du marché de l'e-commerce en France en ce début d'année 2022.

Les études et sources consultées pour cette synthèse sont celles de :

- [FEVAD](#) (Fédération de l'e-commerce et de la vente à domicile) : [Rapport annuel 2021](#)
- [Médiamétrie](#) : Observatoire des Usages Internet (O.U.I)



Etudes et chiffres clés de l'e-commerce en France

Le contexte de la crise sanitaire, lié au Covid-19 pour l'année 2020, a touché l'ensemble de l'économie.

Malgré cette crise, le secteur du e-commerce maintient un bilan positif avec une croissance annuelle de 8,5% par rapport à 2019.

A noter le contraste, entre les ventes de produits qui ont connues une forte progression, tandis que les services ont subi le contrecoup important d'une chute brutale, due en grande partie aux restrictions imposées sur les voyages, loisirs, transports, etc.

Chiffre d'affaires E-Commerce

112,2 milliards d'€



1,84 milliard de transactions en ligne (+5,8%)

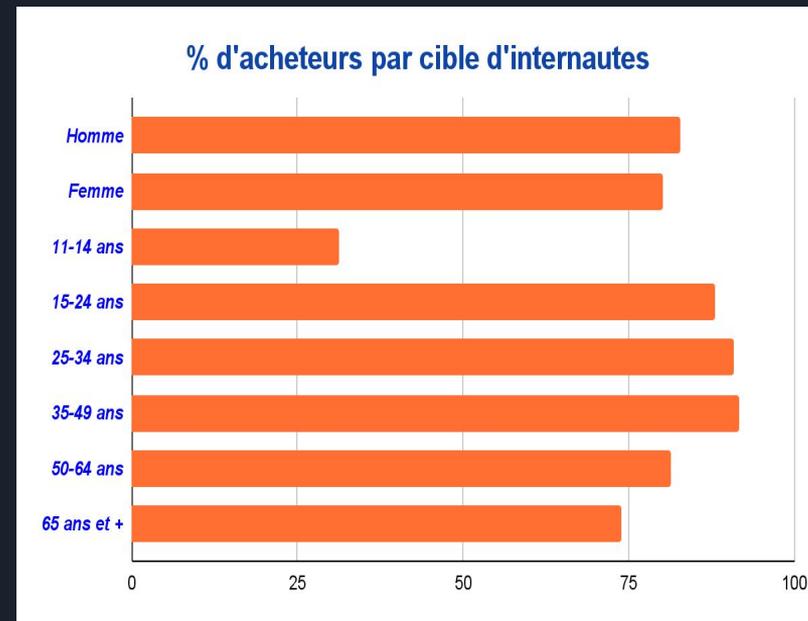
La part du e-commerce est de 13,1% sur l'ensemble du commerce de détail de produits en 2020, soit une augmentation de 3,3 points par rapport à 2019, contre +0.7 point en moyenne/an habituellement.



Internautes et cyberacheteurs

L'achat en ligne a permis à de nombreux Français de continuer à consommer et s'approvisionner en limitant l'exposition aux risques du Covid-19, et le nombre d'acheteurs en ligne a donc connu une hausse de **+ 1,5** million par rapport à 2019.

41,6 millions de Français achètent maintenant sur internet, soit **81,4%** des internautes.



Fréquence des achats et transactions



Avec la crise sanitaire, les Français ont acheté en ligne toutes les catégories de produits qu'ils ne pouvaient pas trouver en magasin lors des périodes de confinement et nombre d'entre eux ont continué à privilégier l'achat sur Internet, pour les produits non alimentaires comme alimentaires, entre les périodes de restrictions. Le montant moyen d'une transaction a de nouveau augmenté après huit années consécutives de baisse.

Le nombre de sites marchands actifs progresse de 12 % en 2020, malgré l'arrêt de nombreuses activités de loisirs, voyages. Les commerçants ont mis en place, parfois très rapidement, une activité de vente en ligne afin de permettre à leurs clients d'obtenir leurs produits. La crise sanitaire, en accélérant les ventes Internet de produits, a aussi permis à certains des acteurs du secteur d'améliorer leur rentabilité.



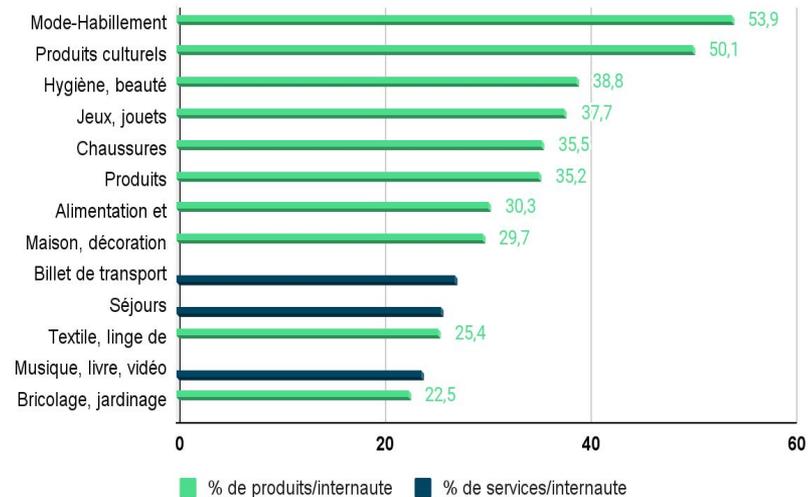
Fréquence des achats et transactions

53,3 % des internautes ont acheté au cours du dernier mois.

3,7 transactions en ligne en moyenne par mois.

2 700€ par acheteur sur l'année.

Produits et services achetés (en % d'internautes)

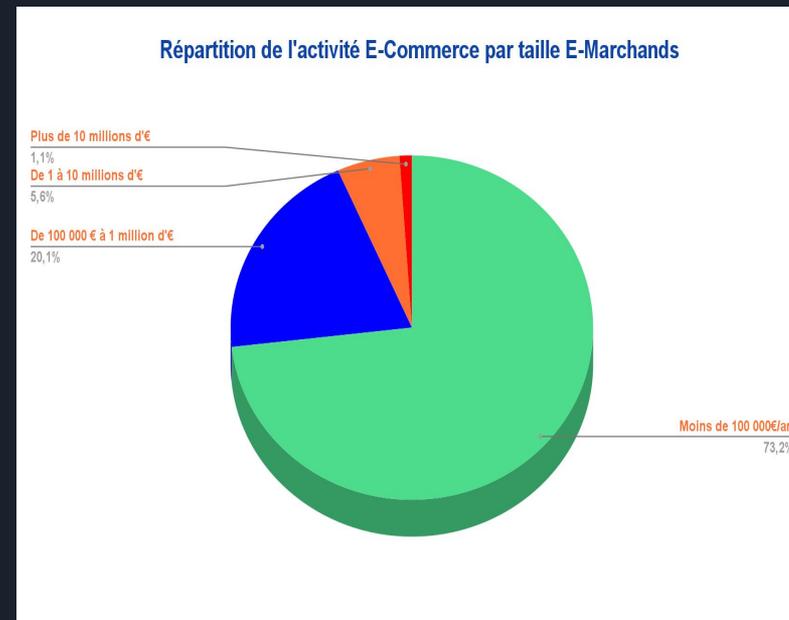




Répartition des acteurs

Le nombre de sites marchands actifs progresse de **12 %** en 2020, malgré l'arrêt de nombreuses activités de loisirs, voyages. Les commerçants ont mis en place, parfois très rapidement, une activité de vente en ligne afin de permettre à leurs clients d'obtenir leurs produits. La crise sanitaire, en accélérant les ventes Internet de produits, a aussi permis à certains des acteurs du secteur d'améliorer leur rentabilité.

177 000 sites marchands actifs





E-Commerce et Emploi

Confrontées à une demande particulièrement importante et soudaine sur Internet, les entreprises ont dû rapidement s'adapter en affectant certains postes à la vente en ligne et/ou en augmentant les effectifs affectés au e-commerce afin de pouvoir satisfaire l'afflux de commandes. La poursuite de la crise sanitaire et d'une partie des habitudes d'achat devrait continuer à soutenir la création d'emplois dans le secteur en 2021.

53% des sites ont augmenté leurs effectifs en 2020 :

Sites leaders +10 Millions d'€ : **56%**

Sites TPE/PME -10 Millions d'€ : **49%**

Et **57%** prévoient de recruter en 2021/2022



E-COMMERCE AU SERVICE DES COMMERCES PHYSIQUES, DES TPE-PME ET DE LA PROXIMITÉ



Au cours de l'année, de nombreuses entreprises et commerçants ont cette année accéléré leur digitalisation de façon à pouvoir offrir à leurs clients la possibilité de continuer à acheter et à être livré à domicile ou à récupérer leurs commandes en magasin (click & collect). Les ventes sur Internet ont permis à de nombreux commerces physiques fermés lors des confinements de maintenir une activité. Les consommateurs, qui se sont trouvés à expérimenter ces nouveaux services ou à davantage les utiliser, plébiscitent aujourd'hui cette dynamique omnicanale de leurs enseignes, y compris de la part de leurs commerces de proximité.

68% des e-acheteurs considèrent que les commerces de proximité en centre ville devraient proposer la possibilité de commander sur Internet.

Avantages des sites E-Commerce des enseignes physiques :

Pour **48 %** possibilité de finaliser un achat en magasin après l'avoir préparé en ligne.

Pour **46 %** possibilité de se rendre en magasin pour voir un produit avant un achat en ligne.

Pour **41%** possibilité de se rendre en magasin et de faire appel au SAV ou aux conseils d'un vendeur



Paiements et Livraisons

PAIEMENT : La carte bancaire domine les paiements en ligne, avec une part grandissante des solutions de paiement en 3 ou 4 fois. Une autre tendance est la progression des paiements par portefeuilles électroniques.

RENFORCEMENT DE LA SÉCURITÉ DES PAIEMENTS À DISTANCE :

96% des transactions en valeur font désormais l'objet d'un processus 3D Secure ou équivalent sur le réseau CB

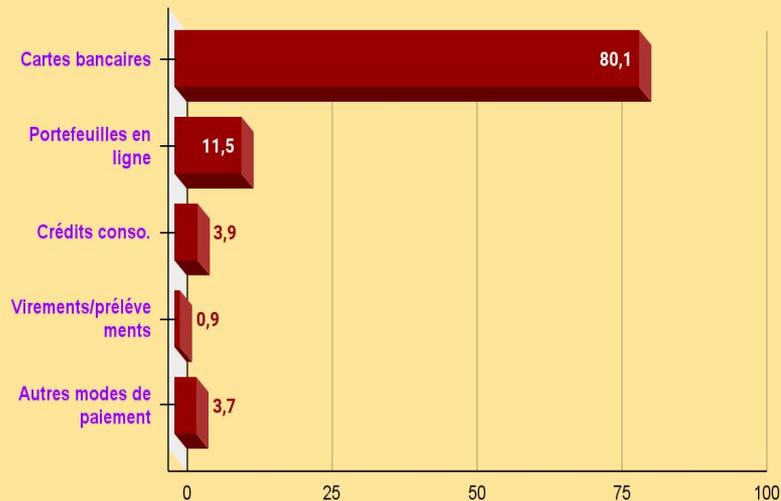
LIVRAISON : En cette année hors norme, les acheteurs ont continué à privilégier la livraison à domicile pour récupérer leur commande mais ont également fortement augmenté leur recours au click & collect mis en avant par les commerçants lors des périodes de confinement étant donné l'afflux de commandes.

42% des e-acheteurs abonnés à au moins un service de livraison.

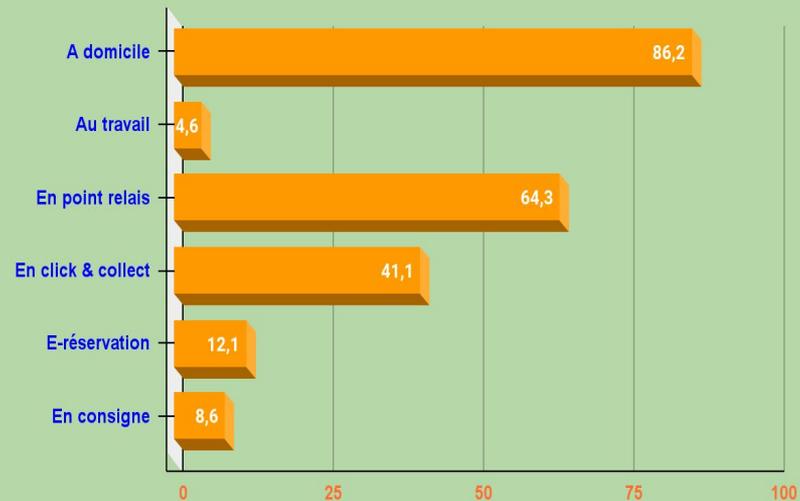


Paiements et Livraisons

Modes de paiement utilisés (en % du CA E-Commerce)



Mode de livraison utilisés (en % d'e-acheteurs)





Responsabilité sociale E-commerce

Au fil des ans, la RSE devient une attente de plus en plus forte chez les e-acheteurs. Conscientes des enjeux liés à la réduction de l'empreinte environnementale et soucieuses de répondre aux nouvelles attentes de la clientèle dans ce domaine, les entreprises en ont fait un axe stratégique prioritaire. Parallèlement, le e-commerce devient également un outil de développement au service des acteurs de l'économie circulaire.

Les livraisons du e-commerce vers les consommateurs représentent **0,5%** du trafic routier total dans les zones urbaines (agglomérations de Paris, Berlin et Londres). En région parisienne, les livraisons e-commerce génèrent **4,7 moins** de trafic par unité de vente que le commerce physique (y compris le réapprovisionnement des magasins et le déplacement des consommateurs vers les magasins).

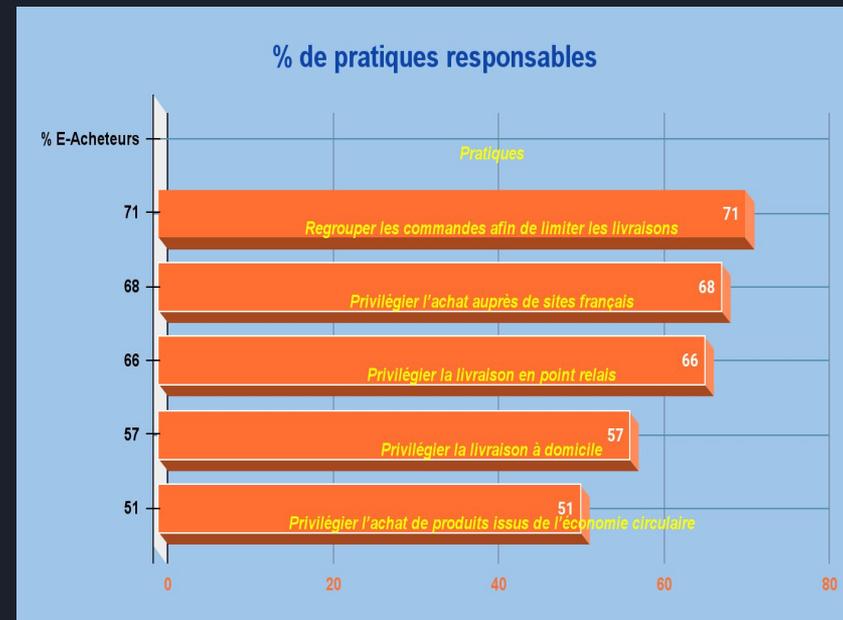


RSE : Une attente forte des consommateurs

LES E-ACHETEURS INTÈGRENT LES PRATIQUES RESPONSABLES

La prise en considération d'éléments environnementaux, responsables ou éthiques conduit les e-acheteurs à :

68% privilégie l'achat auprès des sites français.





Tendances e-commerce attendues en 2022

Le commerce social :

La relation entre le commerce et les réseaux sociaux se développe de plus en plus, et de nouvelles techniques permettront de pouvoir commander en ligne depuis vos réseaux sociaux sans être redirigé automatiquement. Les présentations interactives des produits vendus, et l'utilisation des vidéos permettent d'offrir une expérience utilisateur de qualité.

Achats sur smartphone :

Aujourd'hui 42% des internautes commandent depuis leur smartphone. Et cette tendance va encore s'amplifier. Les développeurs qui aujourd'hui codent les sites afin d'y accéder depuis divers supports, vont de plus en plus développer des Progressive Web Apps (PWA). Ces applications offrant une meilleure expérience utilisateur sur les mobiles.



Tendances e-commerce attendues en 2022

Les abonnements :

Les abonnements se développent dans de nombreux domaines, offrant ainsi aux utilisateurs, la possibilité de recevoir des produits de façon régulière, ou des boîtes surprises, ou encore la possibilité de bénéficier d'un service quand il le désire. Coté e-commerçant, ces abonnements lui assurent un nombre assuré de ventes chaque mois, une meilleure gestion de son stock, et un retour souvent positif de sa clientèle.

Le label Français :

Consommer responsable est pour de plus en plus des consommateurs de consommer local. Le label français ou régional est une tendance e-commerce qui va continuer d'augmenter en 2022 et permettre aux e-commerçant le proposant de se développer et de se démarquer des poids lourds du marché.



Tendances e-commerce attendues en 2022

Multiplication des méthodes de livraison :

La multiplication des méthodes de livraison variées permet d'attirer de nouveaux clients, tout en conservant les fidèles. En effet même si les coûts de ces différentes méthodes varient fortement, de plus en plus de consommateurs sont prêts à payer plus cher pour une livraison flexible et sans souci.

De nombreux acheteurs privilégient maintenant la flexibilité de la livraison , plutôt que de se soucier de son prix.

Click & Collect :

Le click & Collect a connu une hausse de 600% entre 2019 et 2020.

L'omnicanalité qui désigne l'utilisation simultanée de différents canaux de contact et de vente entre l'entreprise et le client, s'impose désormais au coeur des modèles économiques des entreprises. Le click & collect s'inscrit dans ce modèle, et s'est révélé être l'un des principaux leviers de croissance ces dernières années.

Il permet d'offrir une expérience privilégiée à vos clients de proximité, mais permet également de ne plus parler de e-commerce d'un côté et de commerce physique de l'autre, mais bien de commerce tout court !



Tendances e-commerce attendues en 2022

Cette liste de tendances non-exhaustive, n'est bien entendu pas complète car de nombreux autres points pourront vous permettre de vendre ou d'acheter de plus en plus depuis chez vous, au travail, dans la rue, ou autres. Parmi ces autres points :

- Expérience client hyper personnalisée grâce à l'IA(intelligence artificielle), qui analysera les agissements et comportements des utilisateurs.
- Buy Now Pay Later (BNPL) : En français Acheter maintenant et payer plus tard ou paiement fractionné qui offre aux consommateurs des facilités de paiement.
- Le Re-Commerce : Qu'on appelle aussi le marché de seconde main. Avec une prévision de croissance annuelle de 15 à 20%, ce marché de seconde main est de plus en plus occupé par les poids lourds du marché e-commerce.
- DTC (Direct To Consumer) : Tout comme le click & collect cité dans cet article, la relation de proximité entre le vendeur et son client est une tendance qui va encore se développer pour cette année 2022.



E-Commerce

Voilà pour cette synthèse des différentes études que j'ai pu lire et découvrir sur l'état du marché e-commerce en France en ce début d'année 2002.

Il en ressort donc que les boutiques en ligne ont de beaux jours devant elles, à condition de tenir compte des besoins des consommateurs, et de leur offrir une expérience utilisateur toujours plus riche et diversifiée et en partageant avec eux, la passion de nos métiers et ce quelque soit le métier et commerce concerné.

Pour ma part, je partagerai volontiers avec vous, ma passion pour le développement de sites e-commerce ou sites vitrines et vous aiderai ainsi à créer votre boutique personnalisée, reflétant vos valeurs, votre marque et l'intérêt que vous souhaitez apporter à vos futurs clients.



fabien@activateurweb.com