



1 > Chiffres clés du e-commerce

66 % des Français en âge de consommer achètent désormais sur Internet, contre 38 % il y a dix ans.

En 2017, ils ont dépensé 81.7 milliards d'euros sur la Toile (14,3 % de plus qu'en 2016).

Le Web capte aujourd'hui 10 % du commerce de détail en France. Les experts estiment que le e-commerce détiendra en 2020 pratiquement 15 % du commerce mondial.

Montant moyen d'un achat : 65,50 euros en moyenne contre 69 euros en 2016.

Fréquence d'achats : 33 transactions en 2017 contre 28 en 2016.

2 > Une évolution sensible des comportements

Plus facile, plus rapide, le téléphone mobile est de plus en plus utilisé pour acheter sur le Net...

32 % des acheteurs sur Internet (50 % chez les 25-34 ans) ont commandé avec leur smartphone en 2017. Et 27 % ont utilisé une tablette.

59 % des Français utilisent le mobile pour effectuer des achats.

3 acheteurs sur mobile sur 4 l'utilisent aussi pour rechercher les caractéristiques d'un produit, comparer les prix ou consulter les avis des consommateurs...

Les Français se connectent 1h30/jour en moyenne à leur smartphone ; les moins de 25 ans plus de 3 heures.

42 % des 18-34 ans pensent que tous les achats se feront en ligne dans 10 ans !

On a constaté en 2107 un taux d'environ 11 % de commerces vacants.

En 2019, plus de 50 % de l'humanité sera connectée à internet d'après les spécialistes.

Pour d'autres informations sur le poids du e-commerce vous pouvez consulter le site de la FEVAD (Fédération du e-commerce et de la vente à distance) = www.fevad.com

3 > Les Pure Players à l'assaut des réseaux physiques

Né il y a un peu plus de 20 ans, le commerce électronique a donné lieu à des lancements d'entreprises dont certaines ont connu un succès incroyable !

Certaines sociétés du Net investissent maintenant très sérieusement dans des magasins physiques. Amazon a intégré en juin 2017 l'enseigne de produits alimentaires bio Whole Food composée de 450 points de vente. La stratégie de pénétration développée au niveau des prix a amené en trois mois une hausse de 25 % du trafic.

En janvier 2018, lancement à Seattle aux États-Unis du magasin sans caisses Amazon Go. Après avoir téléchargé l'application, le consommateur s'identifie avec son mobile et effectue ses courses. Les caméras et capteurs couplés à de l'intelligence artificielle enregistrent les achats, qui sont ensuite débités.

Même intérêt pour le groupe Alibaba qui a ouvert en Chine un réseau de boutiques « online to offline ». Le client scanne avec son téléphone un article et se fait livrer chez lui ; le règlement pourra se faire avec la reconnaissance faciale !