

Tendances e-commerce français

Baromètre du 2 mars au 24 mai 2020

CA, visites, commandes...

Secteur par secteur (hors alimentaire)

Equipements & loisirs

Maison & électroménager

Mode & habillement

Beauté & cosmétique

Edito

Les semaines se suivent mais ne se ressemblent pas ! Nous avons connu différentes phases dans cette période pleine à la fois d'incertitudes et d'espoir, avec un e-commerce qui a littéralement explosé sur tous les indicateurs de performance.

Même si le CA e-commerce en est à 76% de croissance par rapport à la semaine précédant les mesures de confinement, la baisse initiée la semaine dernière se poursuit cette semaine. Attendons les chiffres de notre baromètre de la semaine prochaine, car l'ouverture des FrenchDays va sûrement rebattre les cartes !

Pour moi, rien d'inquiétant à ce stade car la vie des magasins reprend le dessus, et c'est normal et bien souhaitable. Preuve dans cette analyse, c'est bien évidemment le CA Retail mais également le volume de visites sur les sites e-commerce qui continue à croître.

Focus sur le secteur Mode & habillement

C'est le seul secteur d'activité qui voit son CA en augmentation cette semaine, et donc à l'inverse de la tendance marché. Si vous vous souvenez, le secteur de la mode a été le plus impacté dans nos analyses depuis le début de la période de confinement. Cette baisse était due d'une part, à la fermeture des magasins et donc l'arrêt du Click & Collect ou l'e-réservation (qui peuvent représenter jusqu'à 30% des ventes e-commerce) et d'autre part, aux consommateurs qui ont boudé le prêt-à-porter reportant leurs dépenses sur des achats liés au bricolage ou du petit électroménager.

Ce que l'on observe d'efficace, c'est la mise en avant forte des e-réservations, avec livraison et retours allongés, voire la privatisation du shopping en magasin. Certaines enseignes relancent également le système de "box" livrées après un entretien téléphonique avec un *personal shopper*. Cette méthode qui n'a pourtant pas été un succès chez des *niche players* l'année dernière pourrait finalement faire son grand retour et se développer chez les grands acteurs du retail... À suivre !

#StayTuned

Romain Baert, Chief Strategy Officer, Easyence

Secteur Equipements & loisirs

+155%

de CA par rapport à 2019

Secteur Maison & électroménager

+ 182%

de CA par rapport à 2019

Secteur Mode & habillement

+50%

de CA par rapport à 2019

Secteur Beauté & cosmétique

+ 53%

de CA par rapport à 2019

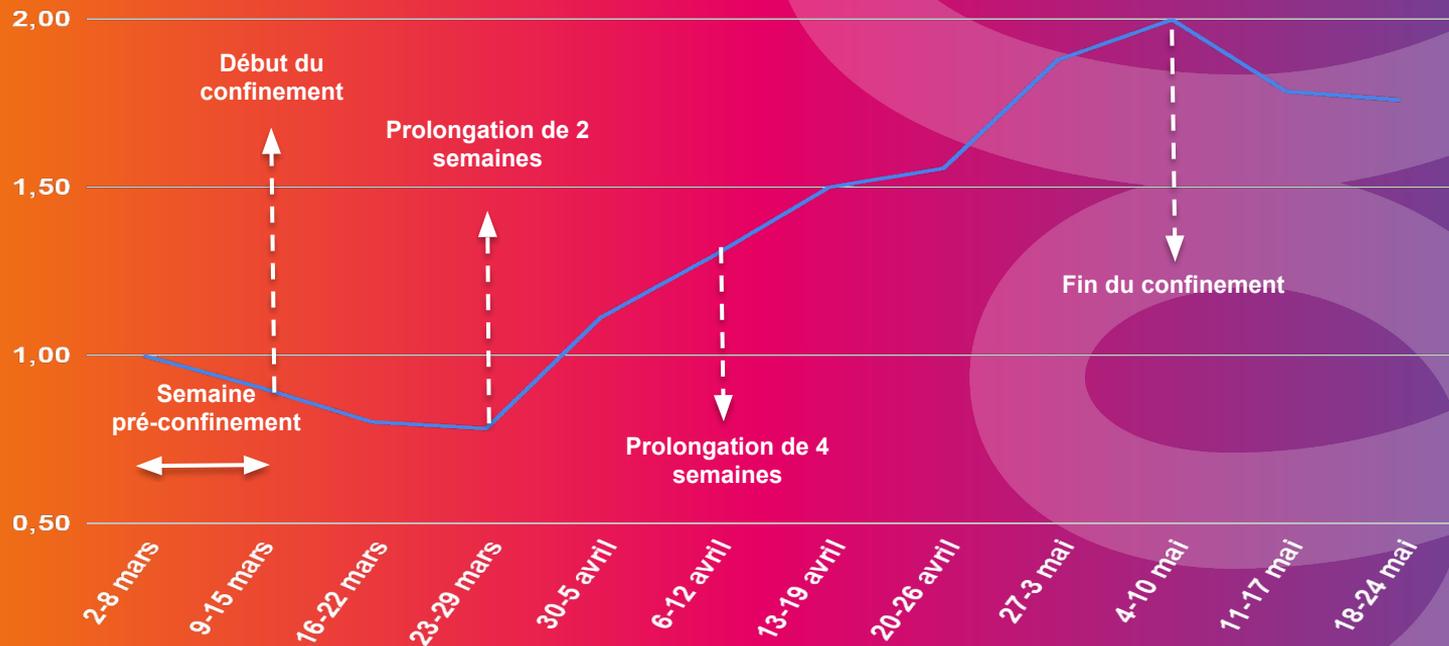
Baromètre hebdomadaire du e-commerce

Dernière semaine du confinement en France, soit du 18 au 24 mai 2020

Croissance vs semaine de référence en 2019, soit du 20 au 26 mai 2019

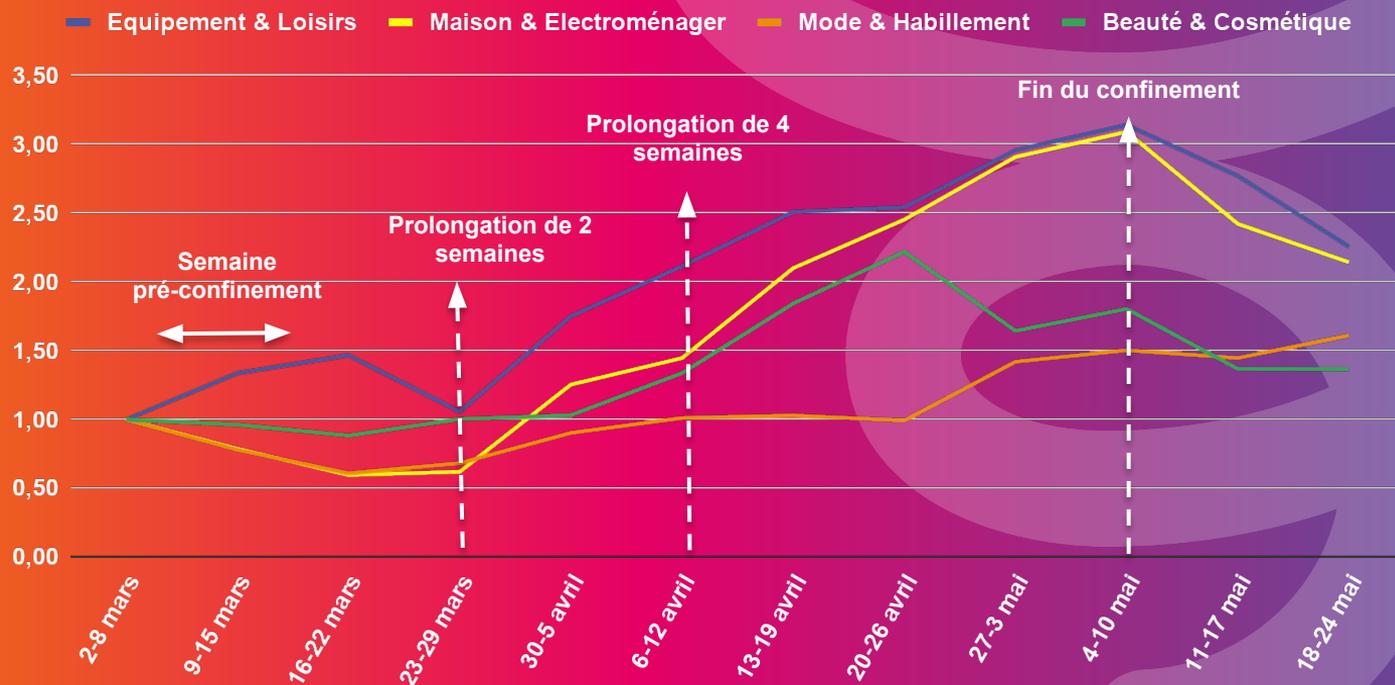
Evolution du CA e-commerce hors alimentaire

Le CA global e-commerce poursuit sa baisse initiée la semaine dernière lors du déconfinement et de la réouverture de nombreux magasins. Il reste tout de même à un niveau très élevé par rapport à la période précédant la crise sanitaire.



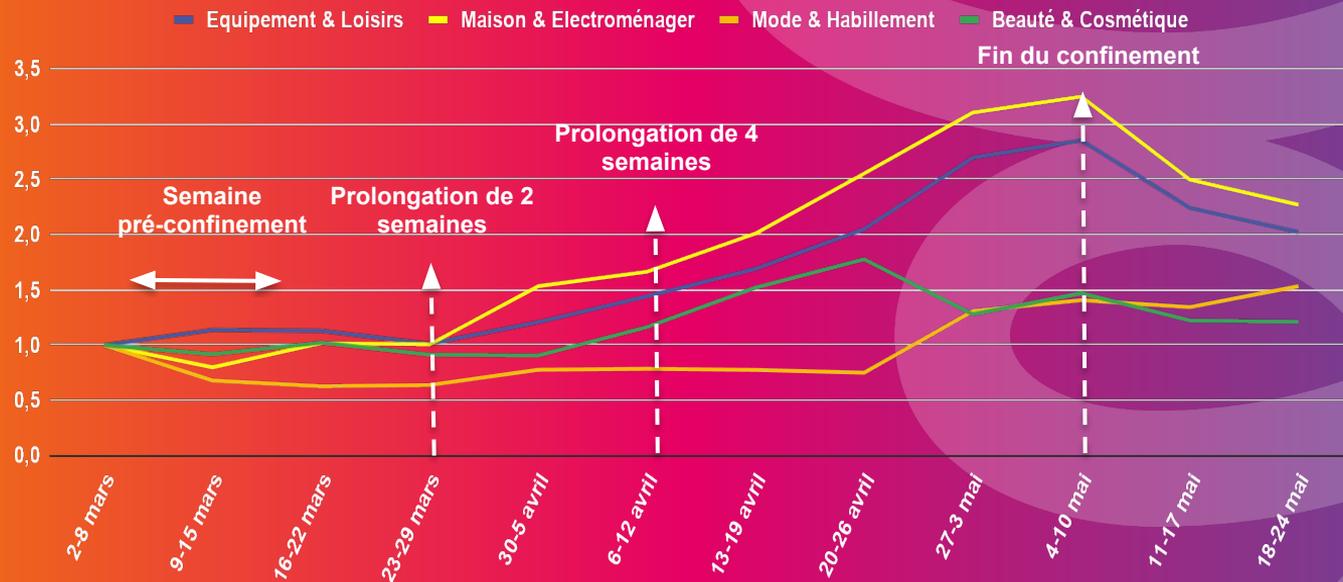
Evolution du CA e-commerce par secteur

A l'exception du secteur Mode & habillement qui est en légère croissance cette semaine, tous les secteurs connaissent une baisse de leur CA e-commerce, particulièrement les secteurs Equipement & loisirs et Maison & électroménager qui avaient atteints des niveaux exceptionnels à la fin du confinement.



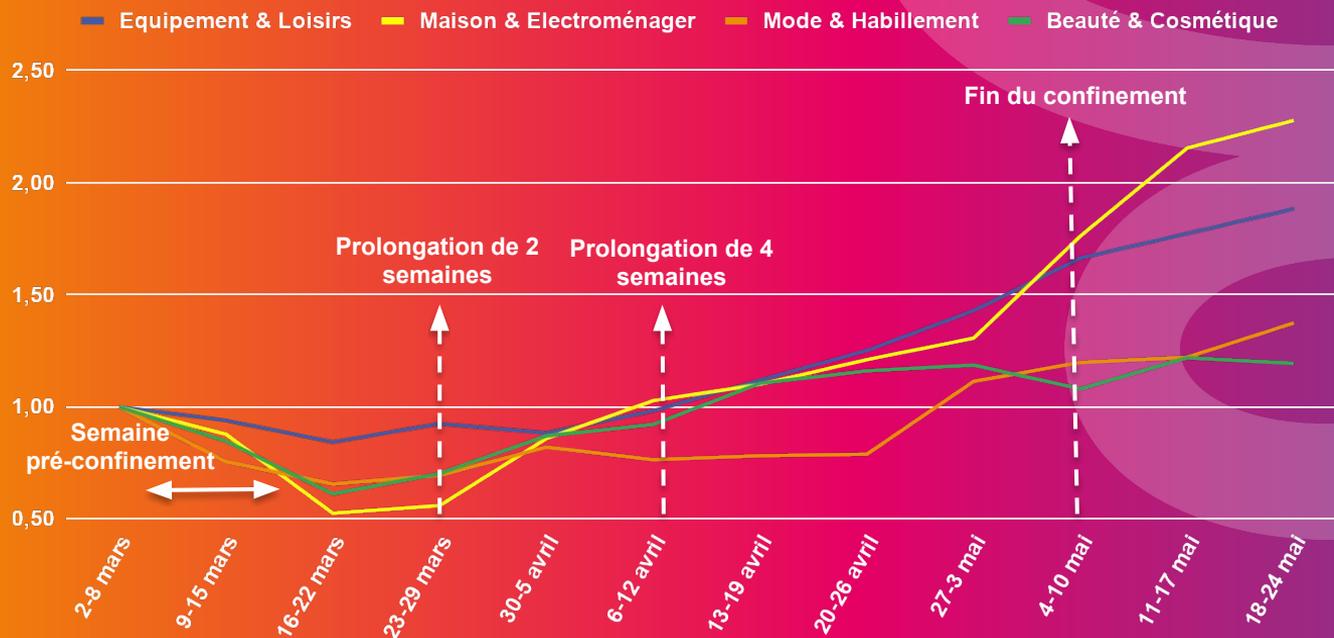
Evolution des commandes web par secteur

Pour chaque secteur, les commandes suivent globalement la même tendance que le CA e-commerce, qui correspond à un panier moyen stable.



Evolution des visites web par secteur

Le trafic web continue sa progression pour tous les secteurs, sauf le secteur Beauté & cosmétique qui est en quasi stagnation par rapport à la semaine dernière.



Equipements & loisirs

Comparaison entre la semaine du
18 au 24 mai 2020 et la même
semaine en 2019

+135%
de commandes

+ 86%
de visites

+ 205%
de commandes

+ 160%
de visites

Maison & électroménager

Comparaison entre la semaine du
18 au 24 mai 2020 et la même
semaine en 2019

Mode & habillement

Comparaison entre la semaine du 18 au 24 mai 2020 et la même semaine en 2019

+58%
de commandes

+35%
de visites

+ 63%
des commandes

-1,3%
de visites

Beauté & cosmétique

Comparaison entre la semaine du
18 au 24 mai 2020 et la même
semaine en 2019

Méthodologie

Période analysée

- **du lun 2 au dim 8 mars** : Semaine précédant toutes mesures
- **du lun 9 au dim 15 mars** : Premières annonces du gouvernement sur la limitation des déplacements
- **du lun 16 au dim 22 mars** : 1ère semaine de fermeture des magasins et de confinement
- **du lun 23 au dim 29 mars** : 2ème semaine de confinement et fermeture de plusieurs sites ecommerce
- **du lun 30 au dim 5 avril** : 3ème semaine de confinement et fermeture de plusieurs sites ecommerce
- **du lun 6 au dim 12 avril** : 4ème semaine de confinement et fermeture de plusieurs sites ecommerce
- **du lun 13 au dim 19 avril** : 5ème semaine de confinement et fermeture de plusieurs sites ecommerce
- **du lun 20 au dim 26 avril** : 6ème semaine de confinement et fermeture de plusieurs sites ecommerce
- **du lun 27 au dim 3 mai** : 7ème semaine de confinement et fermeture de plusieurs sites ecommerce
- **du lun 4 au dim 10 mai** : 8ème semaine de confinement et fermeture de plusieurs sites ecommerce
- **du lun 11 au dim 17 mai** : 1ère semaine de déconfinement et réouverture de nombreux magasins

Données analysées

- Nombre de sessions analysées : 256.4M sur 12 semaines
- Analyse effectuée sur des utilisateurs géolocalisés en **France**



Une plateforme unique dédiée aux enseignes et e-commerçants offrant une expérience client omnicanale sans couture et garantissant satisfaction et productivité des équipes métiers.
#CDP #attribution #e-merchandising

Prenez soin de vous !



Romain Baert
Chief Strategy Officer

contact@easyence.com

www.easyence.com