

COMMERÇANTS : FAUT-IL AVOIR PEUR D'INTERNET ?

Les études que nous avons réalisées avec BVA permettent de se rendre compte du décalage entre les attentes des consommateurs, et la perception des commerçants.

1 Internet capte-t-il la croissance du commerce en France ?

«CHIFFRES 2012»

19%*

Les achats en ligne augmentent ...



... alors que...



Les achats en boutique baissent ...

-2%**

* Source : Etude Fevad, publiée en janvier 2013
** Source : Communiqué OMC publié en avril 2013

«PERCEPTION COMMERÇANTS*»

19% Tout à fait
21% Plutôt



* Dans votre activité, ressentez-vous une concurrence forte de l'e-commerce, c'est-à-dire des sites marchands sur Internet ?

40% des commerçants estiment que le e-commerce représente une menace pour leur business.

La menace est perçue différemment selon les secteurs, certains étant moins touchés par le digital.

48% ont ressenti l'impact de l'e-commerce sur leur développement dont :

28% Baisse de fréquentation et baisse du chiffre d'affaires

19% ont bénéficié de ce nouveau canal

4% Hausse de fréquentation mais baisse du chiffre d'affaires (showrooming)

2 Le digital reste minoritaire dans la communication des commerces de proximité

PART DU DIGITAL DANS LE BUDGET TOTAL



SI LE COMMERÇANT UTILISE LE DIGITAL DANS SA COMMUNICATION ALORS IL :

Possède un site Internet

43%

Communique sur l'annuaire en ligne

Achète de la publicité sur Internet

39%

Publie sur les réseaux sociaux

20%

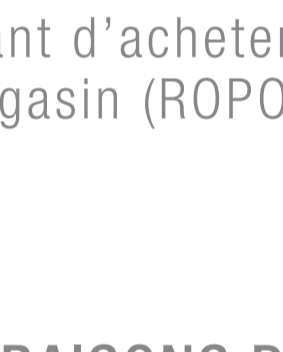
Publie sur son blog

17%

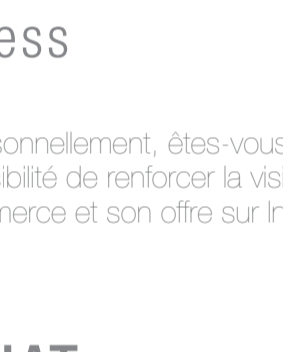
10%

3 Décalage de la perception Web-to-Store

La demande consommateur est en avance sur l'offre du commerçant



CONSOMMATEURS



COMMERÇANTS

78%

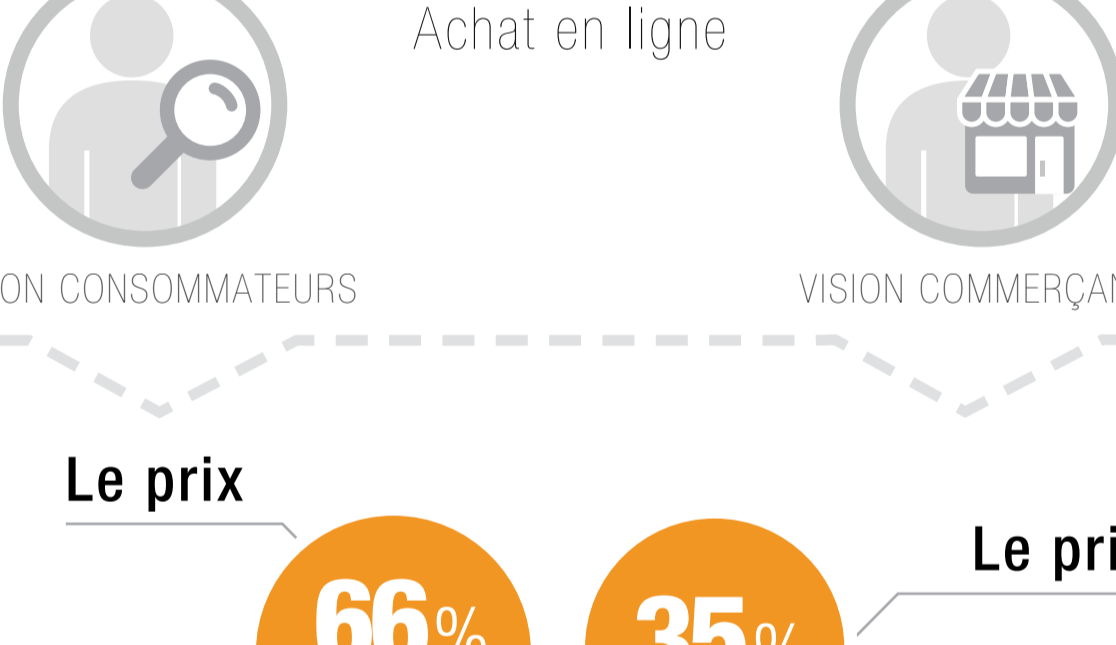
Des consommateurs qui achètent parfois en commerce de proximité, s'informent en ligne avant d'acheter en magasin (ROPO)

28%*

Des commerçants se déclarent intéressés par le Web-to-Store dans le cadre de leur business

* Vous personnellement, êtes-vous intéressé par la possibilité de renforcer la visibilité de votre commerce et son offre sur Internet ?

5 RAISONS DE PRIVILÉGIER L'ACHAT SUR INTERNET*



Le prix

66%

Le gain de temps

52%

Ne pas se déplacer

52%

Les bons plans

49%

Effectuer ses achats où et quand on le souhaite

39%

35%

Le prix

Ne pas se déplacer

29%

Le gain de temps

24%

Pas concerné

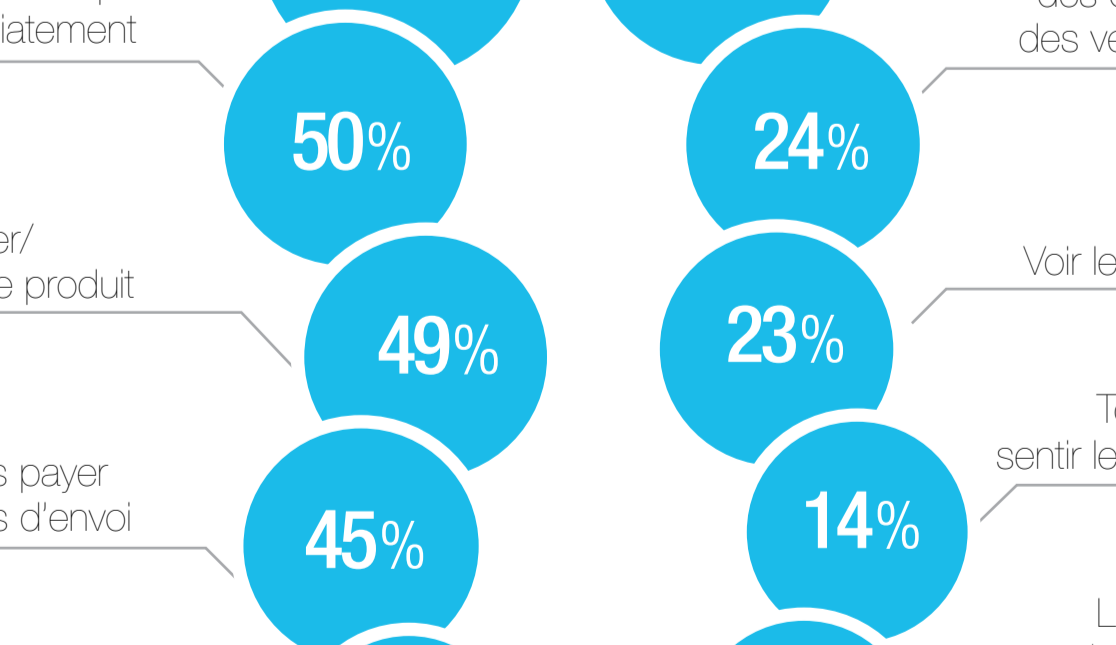
20%

Comparer plusieurs produits

7%

*depuis un ordinateur

5 RAISONS DE PRIVILÉGIER L'ACHAT DANS UN COMMERCE DE PROXIMITÉ



Voir le produit

61%

Disposer du produit immédiatement

50%

Toucher/sentir le produit

49%

Ne pas payer les frais d'envoi

45%

Essayer le produit

45%

Relationnel avec le commerçant

47%

Bénéficier des conseils des vendeurs

24%

Voir le produit

23%

Toucher/sentir le produit

14%

Le SAV / le service

12%

L'accès direct au produit est la principale motivation des clients pour acheter en commerce de proximité, et non le relationnel avec le commerçant comme celui-ci le présume. C'est l'origine même du comportement ROPO : le client s'informe en ligne sur le produit, le localise, puis se déplace en magasin pour conforter son choix et l'acheter. Il devient stratégique pour le commerçant de proximité d'apparaître lors de cette recherche en ligne préalable à l'achat.



CONCLUSION

Les consommateurs ont déjà basculé dans une démarche cross-canal. Une partie des commerçants n'a pas encore pris la mesure de cette nouvelle réalité.

Le développement des dispositifs Web-to-Store rebat les cartes pour les commerçants de proximité. Les premiers à investir dans ces nouveaux services seront bénéficiaires en termes de notoriété, de trafic et de revenus additionnels.

Étude réalisée par téléphone du 17 au 24 avril 2013, auprès d'un échantillon de 308 commerçants, représentatif des enseignes de proximité en France.
Étude réalisée du 12 au 24 avril 2013 auprès d'un panel online de 2.000 personnes représentatives des internautes de 18-64 ans.

POUR NOUS RETROUVER : <http://blog.mappy.com/>
<http://corporate.mappy.com/>

Le Livre Blanc est disponible gratuitement en téléchargement sur : <http://corporate.mappy.com/presse/livre-blanc>

CONCEPTION ET RÉALISATION :

