



NEWSLETTER 

INSIGHTS

DIGITAL

DATA

E-COMMERCE

EMAIL

SOCIAL MEDIA

TRIBUNES

RESSOURCES



Annonce
inappropriée

Annonce
inintéressante

Contenu
masqué

Annonce
affichée trop
souvent

**Etude | Le e-commerce
alimentaire fait sa
révolution**



PUBLICITÉ

E-COMMERCE

Etude | Le e-commerce alimentaire fait sa révolution

10 % DE REMISE



Cupshe Combinaison à smocks et bretelles f Blanc,XL

Intemporelle et élégante, cette combinaison à smocks et bretelles fines ne démodera jamais. Cette combinaison accrocheuse présente un col en V et

AVIS D'EXPERT E-COMMERCE

Le modèle marketplace : un levier de l'économie circulaire ?

En quelques mois, le marché du e-commerce de courses alimentaires s'est radicalement transformé...

Date de publication : Il y a 6 jours



Dans leur publication « **les nouveaux marchés du e-commerce alimentaire** » (Juin 2022), les analystes des Echos Etudes décryptent

E-COMMERCE

Etude : ce que les clients attendent des sites de Luxe

E-COMMERCE

Live Shopping : les 5 commandements d'une stratégie réussie

un paysage concurrentiel en plein bouleversement et les propositions de valeur gagnantes pour répondre aux besoins de demain.

Historiquement basé sur le modèle du drive et s'adressant à une clientèle plutôt familiale et située en périphérie des villes, le e-commerce alimentaire propose aujourd'hui une multitude de solutions, s'adresse à une cible diversifiée et satisfait de nouveaux usages.

Quick commerce, Drive piéton, personal shopper... ces services répondent aux attentes des consommateurs d'aujourd'hui en termes de délai, de praticité et de choix. Ils s'ancrent progressivement dans les habitudes et sont bien là pour durer...

Nouveaux entrants

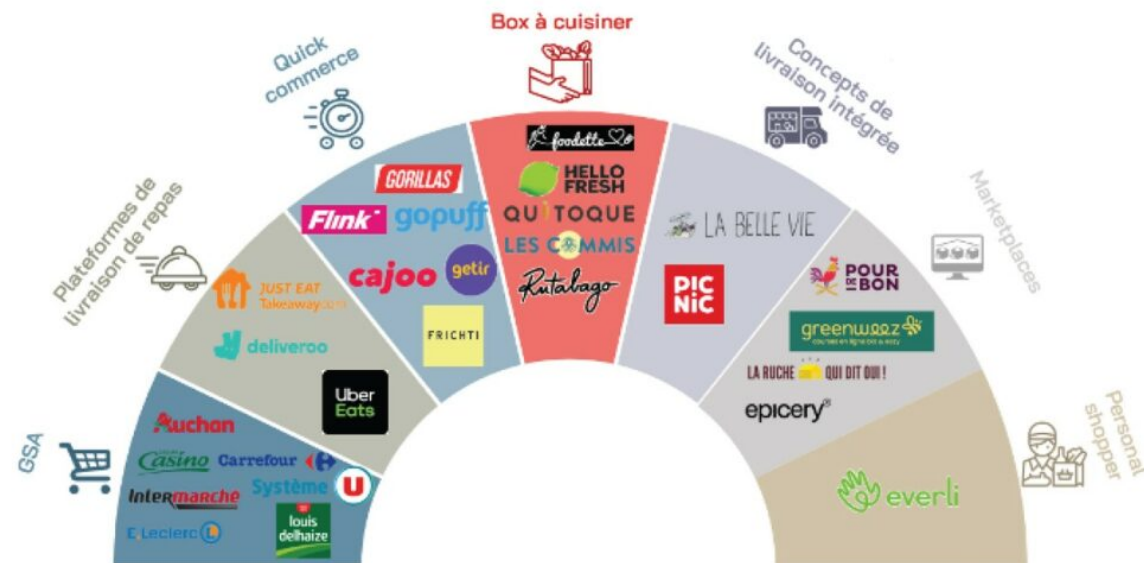
Ces nouvelles solutions, portées par des startups, bouleversent le paysage concurrentiel de la distribution alimentaire en ligne.

L'année 2021 a, en effet, été marquée par l'arrivée en France de nouveaux acteurs.

Ces startups, championnes des levées de fonds en 2021, ont su se faire une place à coup de campagnes publicitaires et de promotions.

Les plateformes de livraison de restauration (Uber Eats, Deliveroo, Just Eat) se diversifient également dans les courses alimentaires et multiplient les partenariats avec grandes enseignes et également petits commerçants.

Un paysage de plus en plus concurrentiel...



Source: Les EchosEtudes

Face à ces changements profonds dans les comportements d'achat, les enseignes historiques s'adaptent, nouent des partenariats

stratégiques, testent de nouveaux services, investissent dans leur transformation digitale.

Du côté des pure players, l'enjeu est de se déployer sur le territoire le plus rapidement possible, et d'atteindre un volume d'activité suffisant pour rentabiliser leur modèle.

La concurrence s'intensifie et une phase de concentration est déjà en marche, notamment sur le segment du quick commerce, et va se poursuivre dans les mois qui viennent.

La livraison, moteur de la croissance

Le e-commerce des courses alimentaires présente encore un réservoir de croissance important notamment sur les nouvelles solutions de livraison, qui tirent la croissance du marché.

Au global, **la livraison devrait représenter 36% du CA e-commerce de courses alimentaires à l'horizon 2025** selon les prévisions Les Echos Etudes.

Pour en tirer profit, les acteurs, historiques ou nouveaux entrants, devront faire preuve d'agilité et construire les bonnes alliances pour se positionner durablement sur un marché très concurrentiel.