

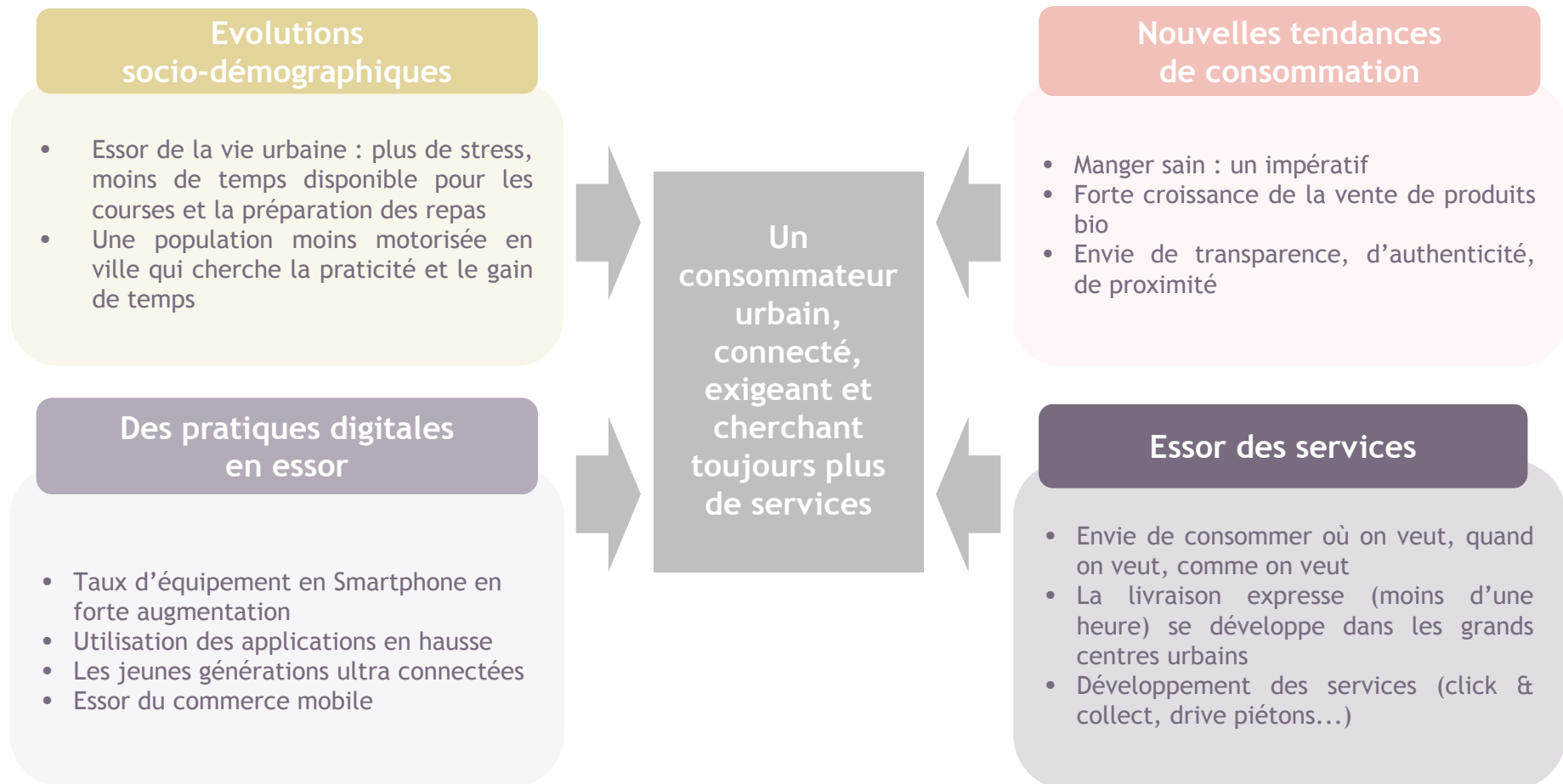
Le marché français du e-commerce alimentaire

Quelles perspectives pour les différents business models présents sur le marché ?

Un consommateur à double facette

Un consommateur qui cherche à la fois l'authenticité et l'immédiateté

Le comportement du consommateur évolue vers un consommateur à double facette. La qualité des produits, le bio, le manger sain sont des tendances fortes liées à la prise de conscience du lien entre alimentation et santé, ainsi qu'à une préoccupation écologique et économique (soutien des agriculteurs locaux). En même temps, le consommateur cherche des solutions pratiques, souhaite consommer à tout moment sans contrainte. Le e-commerce alimentaire doit répondre aux attentes d'un consommateur à la fois en quête d'immédiateté et d'authenticité.



Source : Les Echos Etudes

Présentation des forces en présence

Une grande diversité de circuits

Cinq grands types de circuit sont présents sur le e-commerce alimentaire. Aujourd'hui, le circuit leader est celui des enseignes de grande distribution qui a imposé le concept du drive en France. Toutefois, le digital permet à de nouveaux acteurs d'émerger. C'est notamment le cas de nouvelles marketplaces qui proposent une offre très large ou des sites de vente directe, qui permettent aux consommateurs d'acheter aux producteurs ou fabricants.



Les enseignes de grande distribution

Le circuit leader en France avec le drive

- Drive, retrait en magasin
- Livraison à domicile (cybermarchés classiques, drives proposant la livraison)
- Généralistes
- N°1 Leclerc
- Intermarché, Système U, Auchan...



Les pure players

Les spécialistes du web : E-commerçant Sites de vente-privée et de ventes aux enchères Sites d'abonnement et de box

- Livraison à domicile
- Généralistes ou spécialistes
- Ex : Vente-privée, Petit Ballon, Greenweez, Illico Fresco...



Les marketplaces

Plateformes regroupant petits commerçants, fabricants, artisans, industriels...

- Livraison à domicile
- Généralistes ou spécialistes
- Leader Amazon
- Ex : Les nouveaux cavistes, Epicery, Pour de Bon...



Les click & mortar

Les enseignes historiques qui associent commerce physique et e-commerce

- Click & collect
- Livraison à domicile
- Spécialistes
- Ex : Nicolas, Naturalia, Hédiard, Le palais des thés...



La vente directe

Producteurs, coopératives, grossistes, fabricants, IAA





- Livraison à domicile
- Spécialistes
- Ex : La Belle Illoise, Fossier, Léa Nature, Bonduelle, petits sites de producteurs...

Source : Les Echos Etudes

Les services digitaux proposés par les sites e-commerce

La livraison à domicile est proposée par 95% des sites, mais la livraison dans la journée seulement par 22%

Les services de livraison et de retrait proposés en ligne - par marché
(en % des sites proposant le service)

Part des acteurs proposant les services	Livraison à domicile 	Livraison expresse 	Livraison gratuite 	Click & collect 
Produits frais	92%	18%	55%	34%
Produits bio	81%	5%	62%	38%
Epicerie salée et sucrée	93%	14%	71%	7%
Epicerie fine	100%	34%	74%	32%
Vin et spiritueux	100%	26%	60%	36%
Produits surgelés	80%	0%	60%	40%
Généralistes	100%	43%	71%	14%
TOTAL	95%	22%	64%	32%

95% des sites analysés proposent une livraison à domicile. La livraison à domicile est la norme à l'exception du marché des produits bio et des produits frais où certains acteurs ont choisi de privilégier le retrait dans des points relais.

La **livraison expresse** dans la journée est encore peu proposée, avec seulement **22%** des sites analysés qui la proposent. De plus, un tiers de ces sites ne propose ce service qu'à Paris ou région parisienne.

La **livraison gratuite** est proposée par **64%** des sites de notre panel. Il s'agit d'une livraison gratuite à partir d'un montant minimum d'achat, plus ou moins élevé selon les sites.

Le **click & collect** est proposé par 32% des sites analysés. Toutefois, il concerne surtout la région parisienne et les grandes villes. Seulement 17% des services click & collect sont proposés sur l'ensemble du territoire français.

Source : Les Echos Etudes d'après l'analyse de 165 acteurs du e-commerce alimentaire - février 2018