

Le digital dans le commerce de détail

Résultats des enquêtes réalisées au cours de l'année 2020



CCI HAUTS-DE-FRANCE



Introduction

- Le e-commerce en France
- Les baromètres sur les nouveaux usages de consommation en Hauts-de-France
- Principaux résultats des enquêtes de conjoncture de la CCI de région Hauts-de-France

Résultats détaillés des enquêtes de conjoncture

- La situation économique des commerces des Hauts-de-France
- L'utilisation des outils numériques par les commerces des Hauts-de-France

Méthodologie



Introduction



+ 11 900

sites marchands

Le secteur du e-commerce compte 11 900 sites marchands actifs supplémentaires **au 3^{ème} trimestre 2020** par rapport au 3^{ème} trimestre 2019

+ 41%

canal web des magasins

Depuis le mois de janvier, l'augmentation du canal web des magasins est **3 fois plus importante que sur janvier à septembre 2019** (+41% contre +13%)

+ 175%

ventes des enseignes magasin

Suite à l'annonce du 2^{ème} confinement, la Fevad a mis en place un panel d'une cinquantaine de sites e-commerce dans le secteur non-alimentaire. Il ressort de cette enquête que **sur les quatre premières semaines du 2^{ème} confinement**, ce sont les enseignes magasin qui enregistrent la plus forte croissance : +175% par rapport aux mêmes semaines de 2019. Le rythme des pure players est 6 fois moins rapide (+30%)



Alimentaire

16% des ménages ont recours au **drive** (contre 5% il y a 5 ans)

62% ont une **fréquence d'achats moins importante** qu'avant le confinement

51% font leurs achats **une fois par semaine**



Non Alimentaire

Plus de la moitié des ménages ont effectué des **achats sur internet** (+ 9 points par rapport à avant le confinement)

29% des clients n'achètent **pas directement en magasin** (+ 9 points)

47% des ménages se font **livrer à domicile** (+ 9 points en quelques mois)



Services

16% des ménages **ne fréquentent pas de bar-restaurant** (contre 7% avant le confinement)

7% des ménages **ne consomment plus de services** (3 fois plus qu'il y a quelques mois)



*Depuis le début de la crise sanitaire, la CCI de région a réalisé 5 enquêtes auprès de ses ressortissants afin de mesurer son impact sur leur activité et évaluer leurs besoins. Le présent document se propose de faire un **bilan des résultats** portant sur l'utilisation des outils numériques par les commerçants des Hauts-de-France.*

Activité

54%

des commerces de détail **ont fermé** suite au 2^{ème} confinement

37%

des commerces de détail **ont totalement arrêté** leur activité

-35%

C'est la **baisse moyenne de chiffre d'affaires** enregistrée sur la période de janvier à novembre 2020 (par rapport à la même période en 2019)



Utilisation des outils numériques

42%

des commerçants **ont mis en place des outils numériques** afin de pouvoir poursuivre leurs ventes pendant le 1^{er} confinement

33%

Pour un tiers des commerces, **leur activité ne se prête pas** à l'utilisation de tels outils

44%

des commerces ont estimé que **les outils digitaux les ont aidé à traverser la crise** lors du 1^{er} confinement



Adaptation aux nouveaux comportements des clients

Pour **8 commerçants sur 10**,
une des **priorités** pour favoriser
la reprise de leur activité est de
l'**adapter aux nouveaux
comportements** de leurs clients

65%
des commerces sont **présents en ligne**

30%
y réalisent des **ventes**



Nouvelles organisations (*)

62%

des commerces
disposent d'un service
de **retrait de
marchandises / drive**

41%

réalisent des **ventes**
en ligne **sur leur
propre site internet**

46%

réalisent des **ventes**
en ligne sur les
réseaux sociaux

() Pour les commerces qui sont potentiellement concernés par ces différents modes d'organisation*



Résultats détaillés des enquêtes de conjoncture

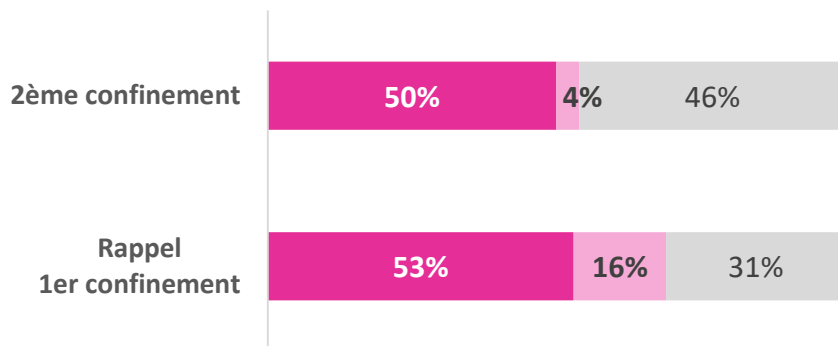


La situation économique des commerces des Hauts-de-France



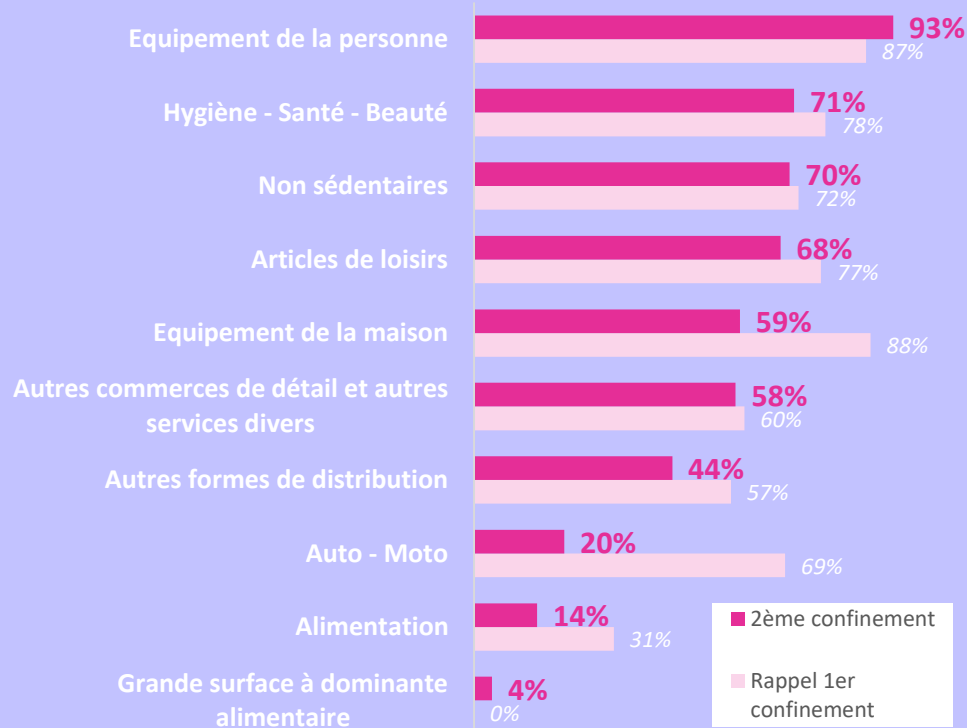
54% des commerces ont **fermé** suite au 2^{ème} confinement (Taux de fermeture tous secteurs : 42%)

Votre établissement est-il fermé suite à ce deuxième confinement ?



- Oui, j'y suis contraint par décision gouvernementale
- Oui, j'ai pris la décision de le fermer
- Non

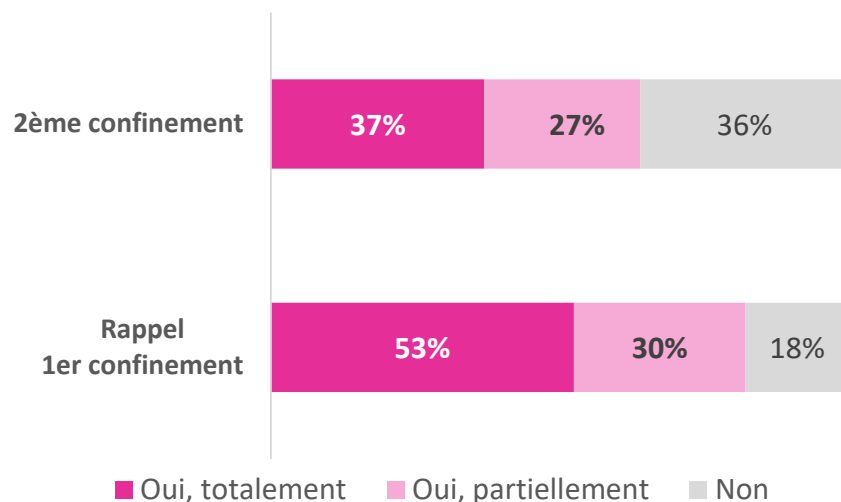
Taux de fermeture par sous-secteurs



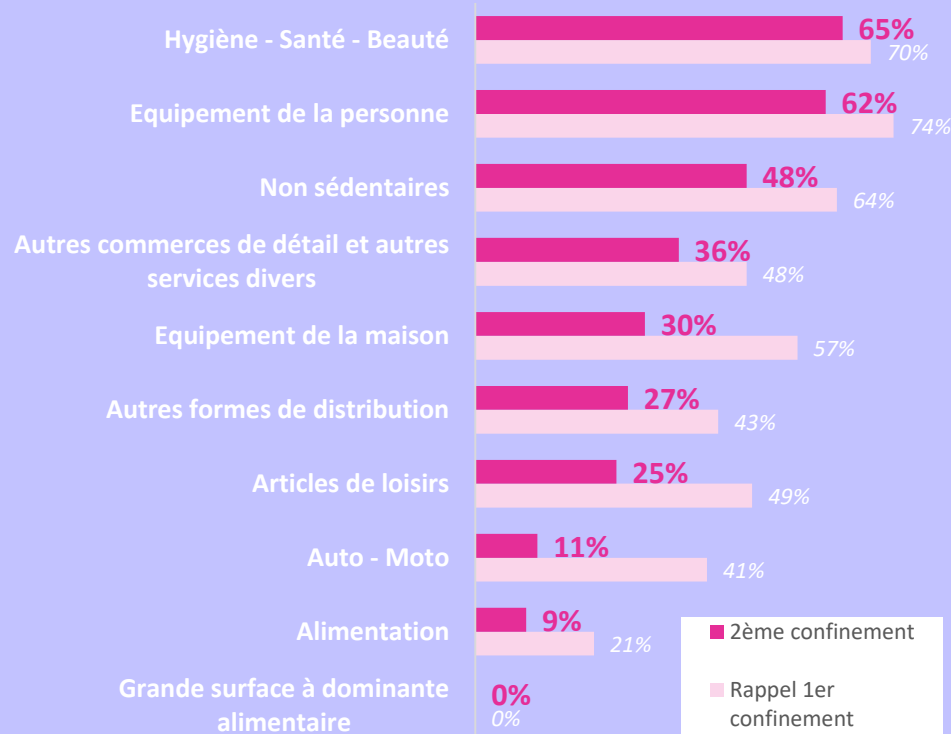


37% des commerces ont **totallement** arrêté leur activité suite au 2^{ème} confinement (*Arrêt total d'activité tous secteurs : 30%*)

Avez-vous arrêté votre activité pendant ce deuxième confinement ?



Arrêt total d'activité par sous-secteurs





Recul moyen du chiffre d'affaires

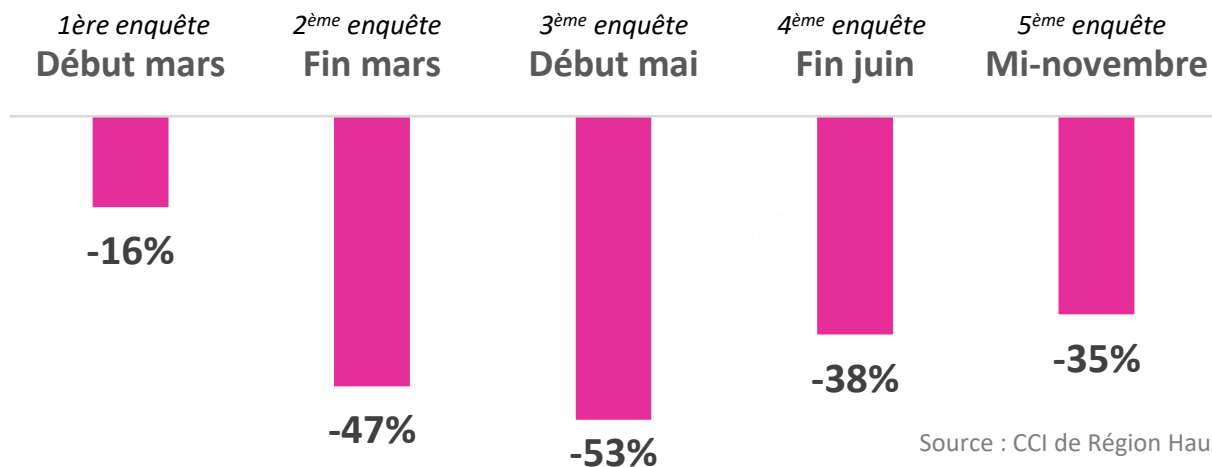
(Depuis Janvier 2020
par rapport à la même période en 2019)

-35%



Recul du chiffre d'affaires

Rappel des précédentes enquêtes :





Evolution du chiffre d'affaires depuis le début de l'année par sous-secteurs

	Pourcentage d'entreprises indiquant une baisse	Baisse moyenne de chiffre d'affaires	Rappel enquête précédente (juin 2020)
Alimentation	59%	-35%	-35%
Articles de loisirs	74%	-33%	-34%
Auto - Moto	77%	-35%	-39%
Equipement de la maison	73%	-34%	-32%
Equipement de la personne	90%	-34%	-40%
Hygiène - Santé - Beauté	79%	-29%	-31%
Grande surface à dominante alimentaire	16%	ns	-9%
Autres formes de distribution	66%	-37%	-54%
Non sédentaires	78%	-58%	-59%
Autres commerces de détail et autres services divers	65%	-35%	-45%

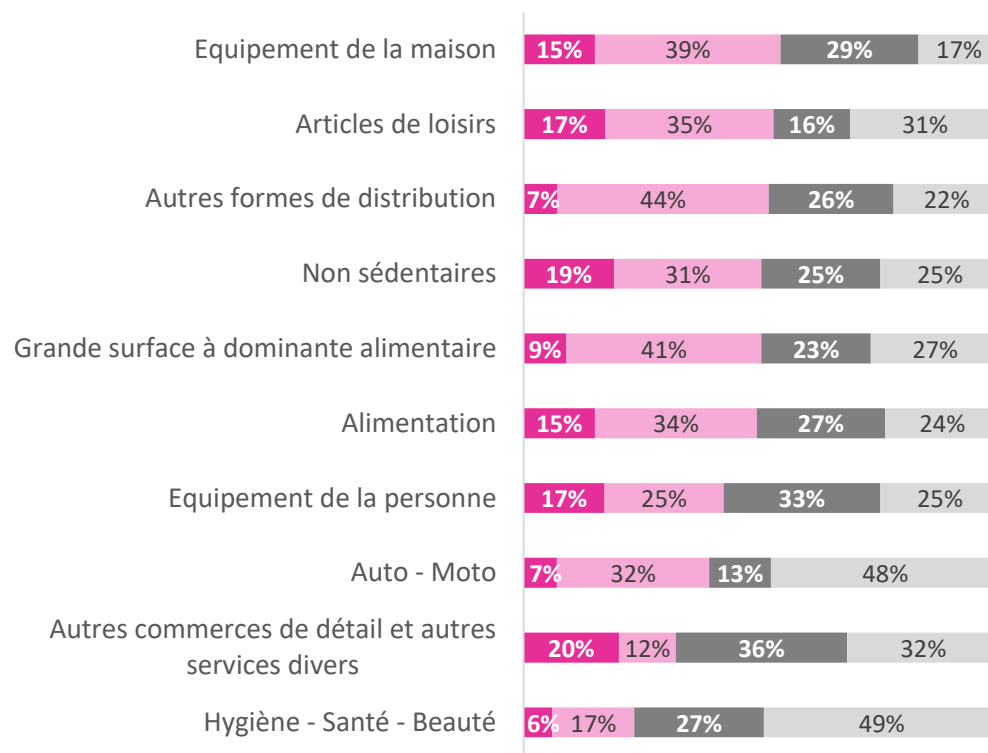
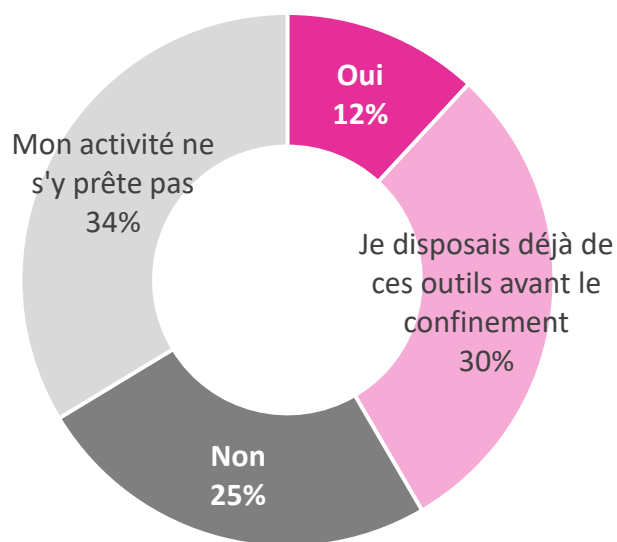


L'utilisation des outils numériques par les commerces des Hauts-de-France





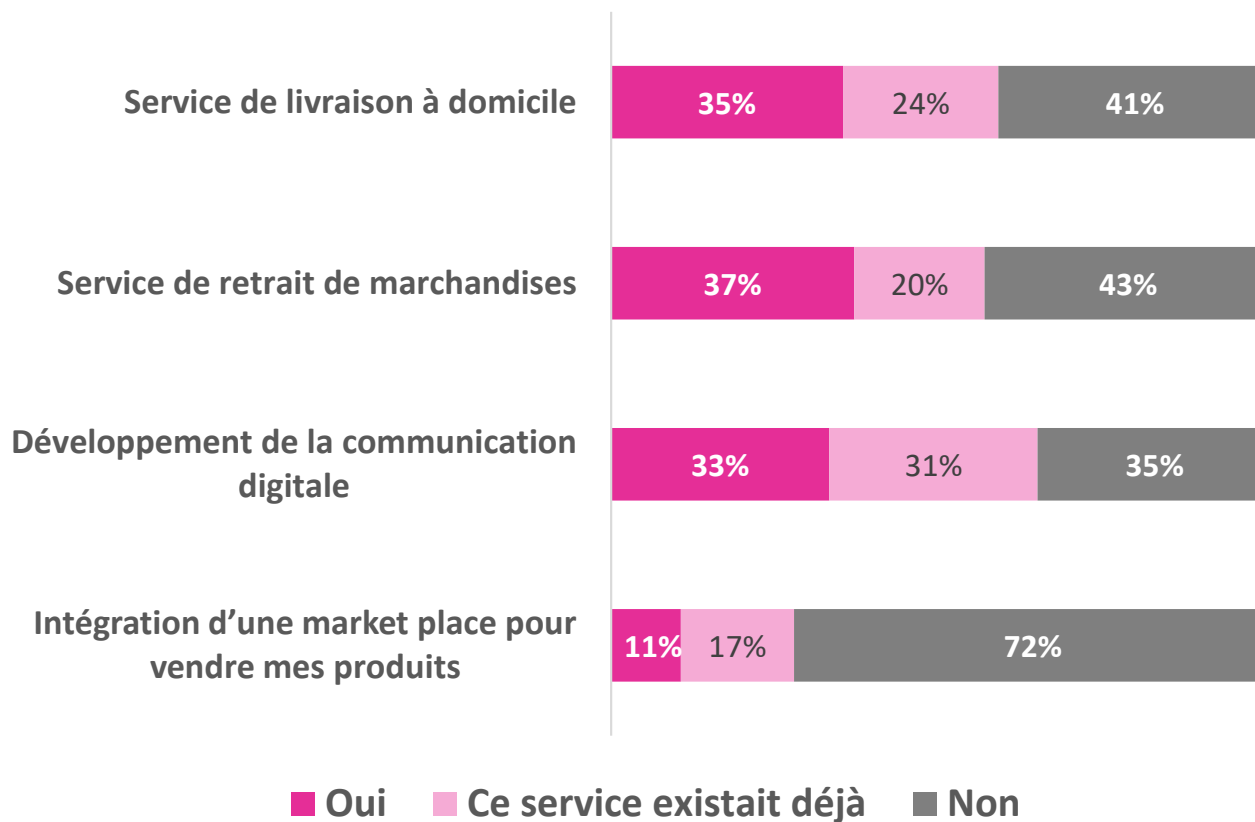
Durant la période de confinement, avez-vous mis en place des outils numériques afin de pouvoir poursuivre vos ventes ?





Adoption de nouvelles organisations pendant le premier confinement

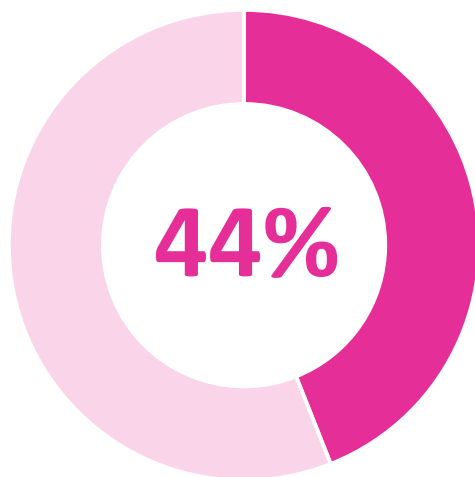
Avez-vous adopté une nouvelle organisation pour maintenir tout ou partie de votre activité ? (*)



(*) Pour les commerces potentiellement concernés par les différents modes d'organisation proposés

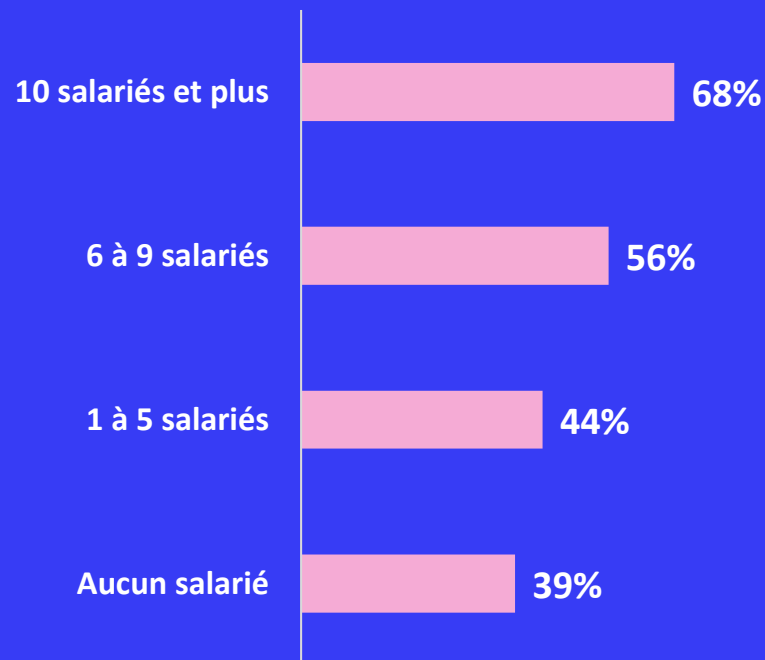


Les outils digitaux aident-ils les commerces à traverser la crise du premier confinement ?



des commerces estiment que **les outils digitaux les aident** à traverser la crise du premier confinement

Part selon la taille du commerce (nombre de salariés)

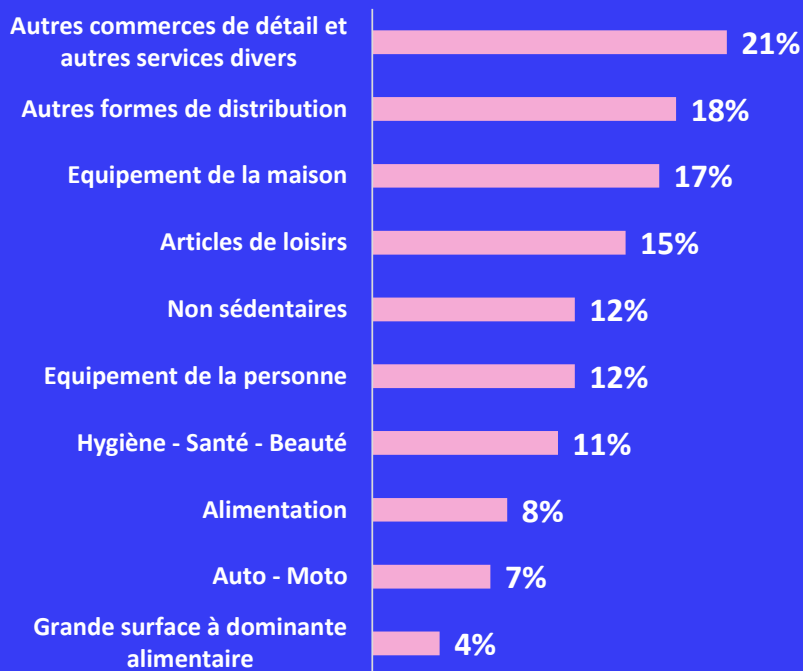


*Le principal outil digital permettant aux commerçants de traverser cette crise est la **présence en ligne (85%)**. La **vente en ligne depuis son propre site internet** n'est citée que par **20%** des commerçants, et seuls **10%** citent l'utilisation de **marketplaces de sites en ligne**.*



A la fin du mois de Mars, **12%** des commerces indiquaient avoir des **besoins urgents liés au numérique**

Part selon le sous-secteur

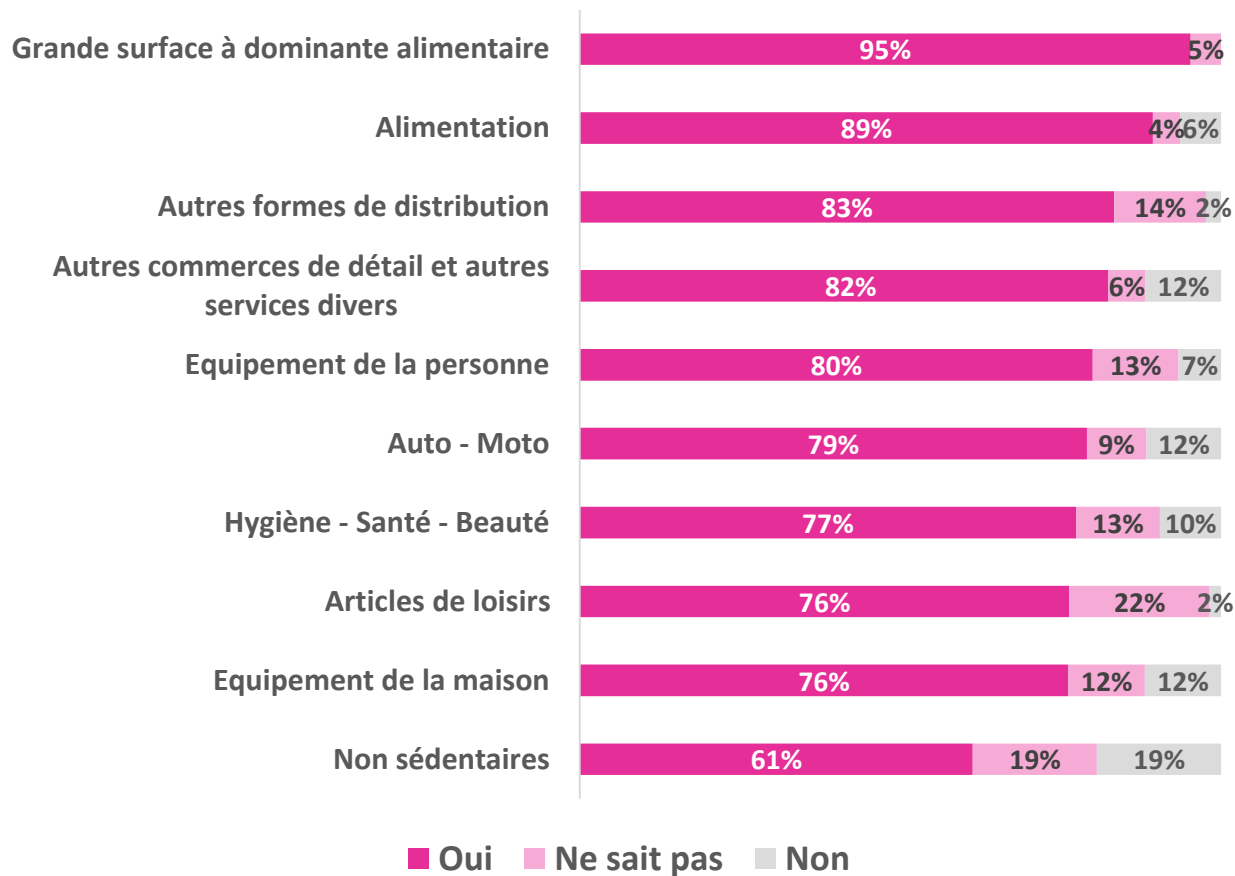
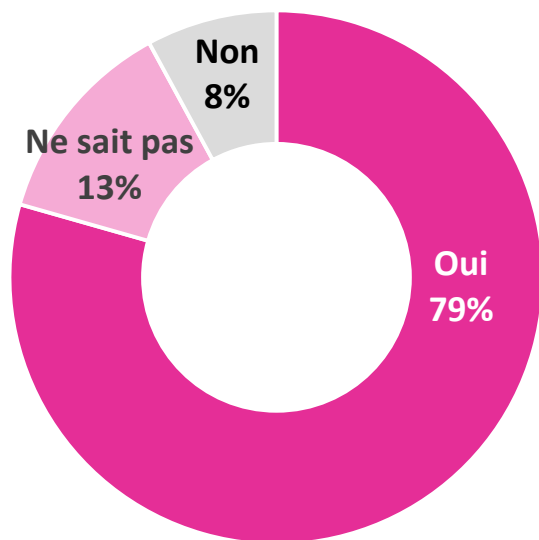


La **communication clients / les réseaux sociaux**, l'acquisition de **compétences** ainsi que les services à mettre en place (**commandes en ligne et livraison**) constituent les principaux besoins des commerçants (ils sont chacun cités par plus de 30% d'entre eux). Avoir du **matériel adapté** est également un besoin important (25%).

On note quelques différences selon la taille du commerce (en nombre de salariés). Ainsi, parmi les 13% des **commerces sans salarié** qui indiquent avoir des besoins urgents, **la moitié cite les services à mettre en place** (commandes en ligne, livraison).

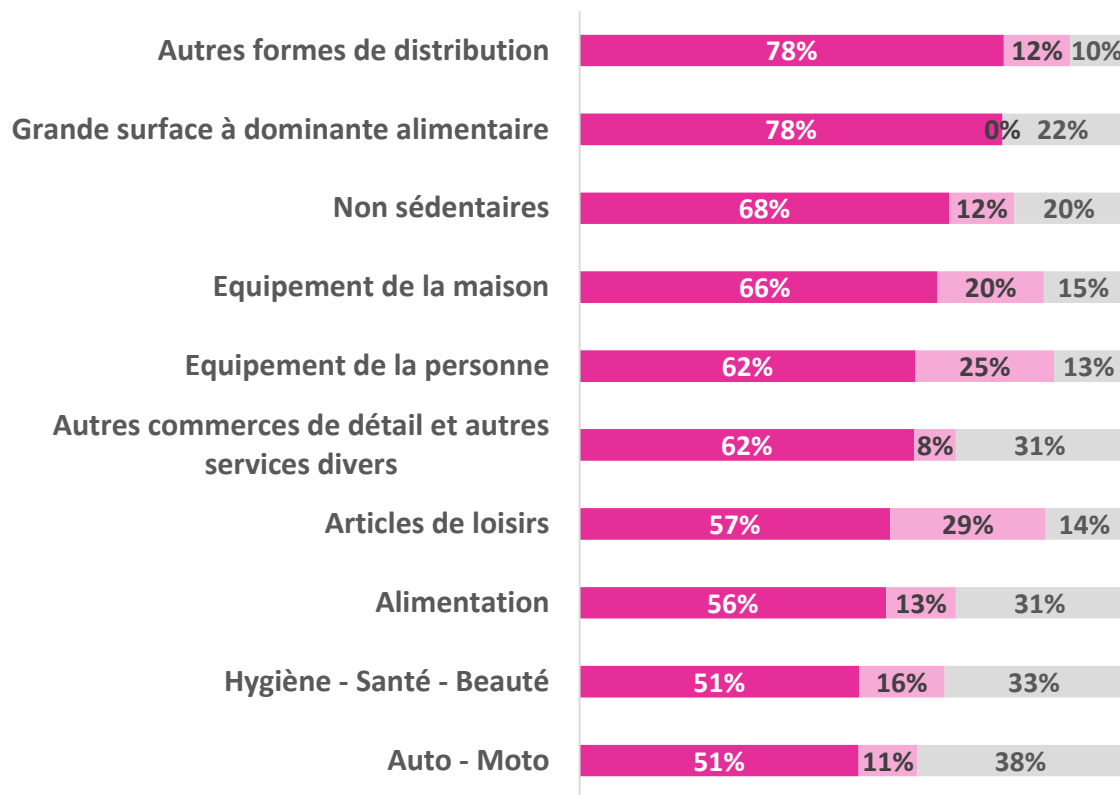
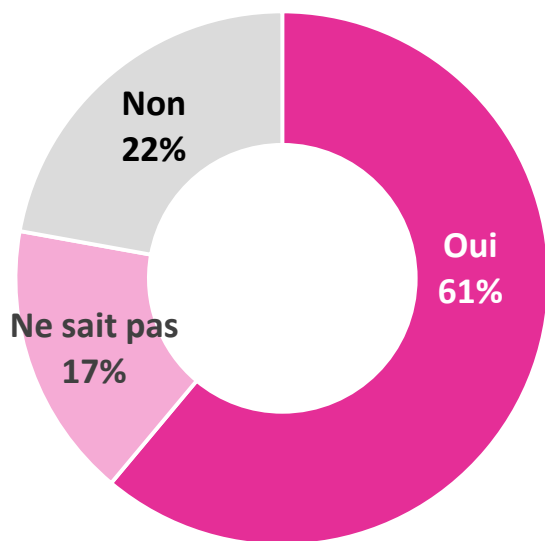


Adapter votre activité aux nouveaux comportements de vos clients fait-il aujourd'hui partie de vos priorités pour favoriser la reprise de votre activité ?





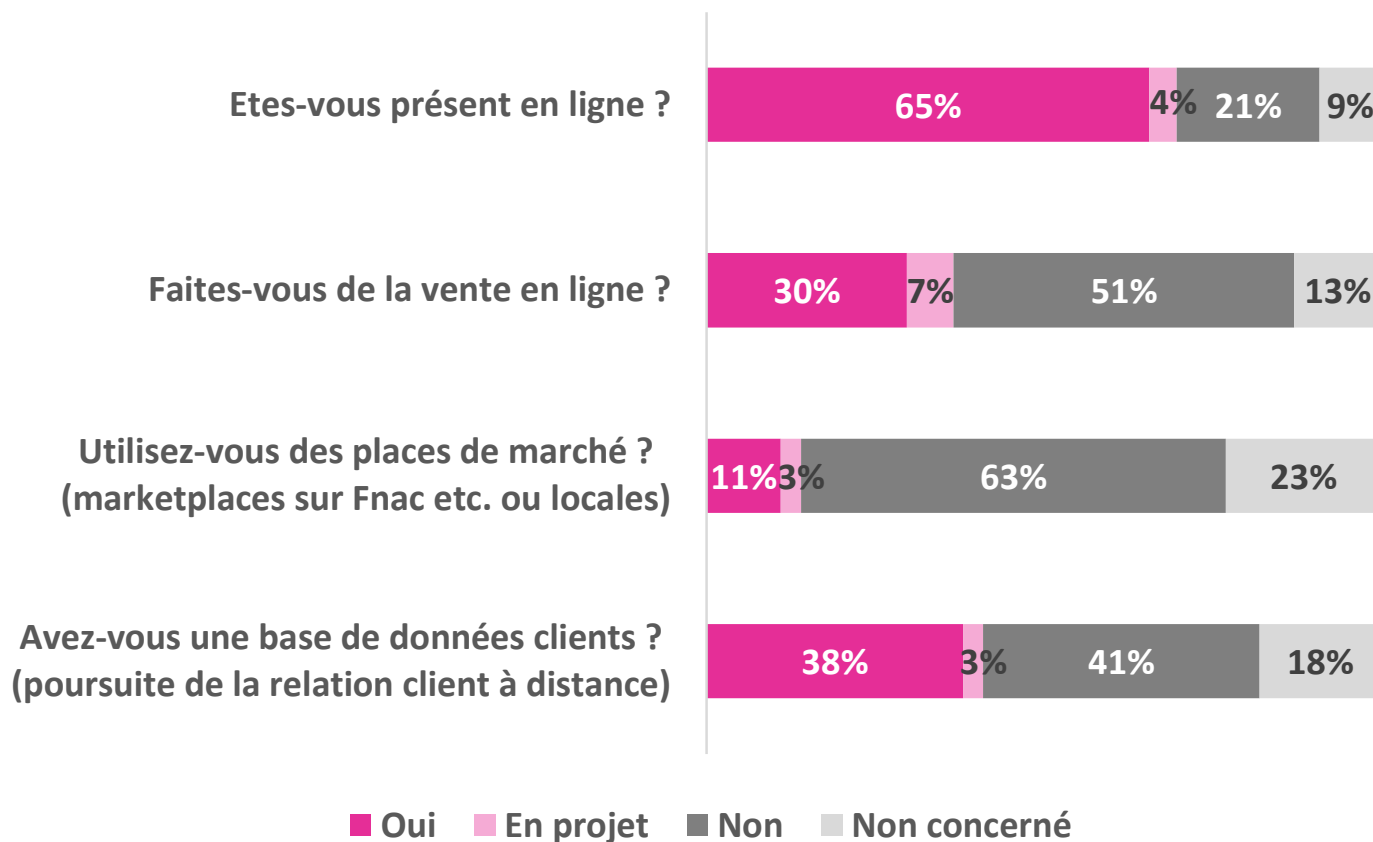
Renforcer la digitalisation de votre activité fait-il aujourd'hui partie de vos priorités pour favoriser la reprise de votre activité ?



■ Oui ■ Ne sait pas ■ Non

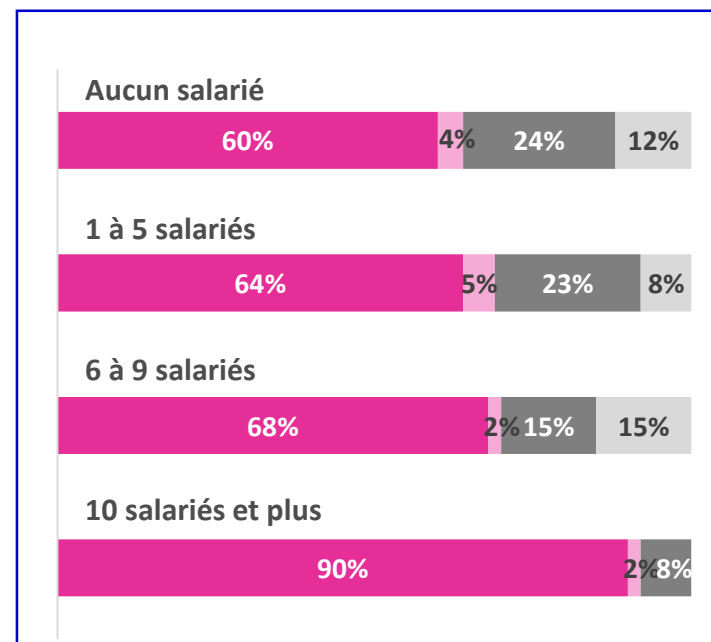
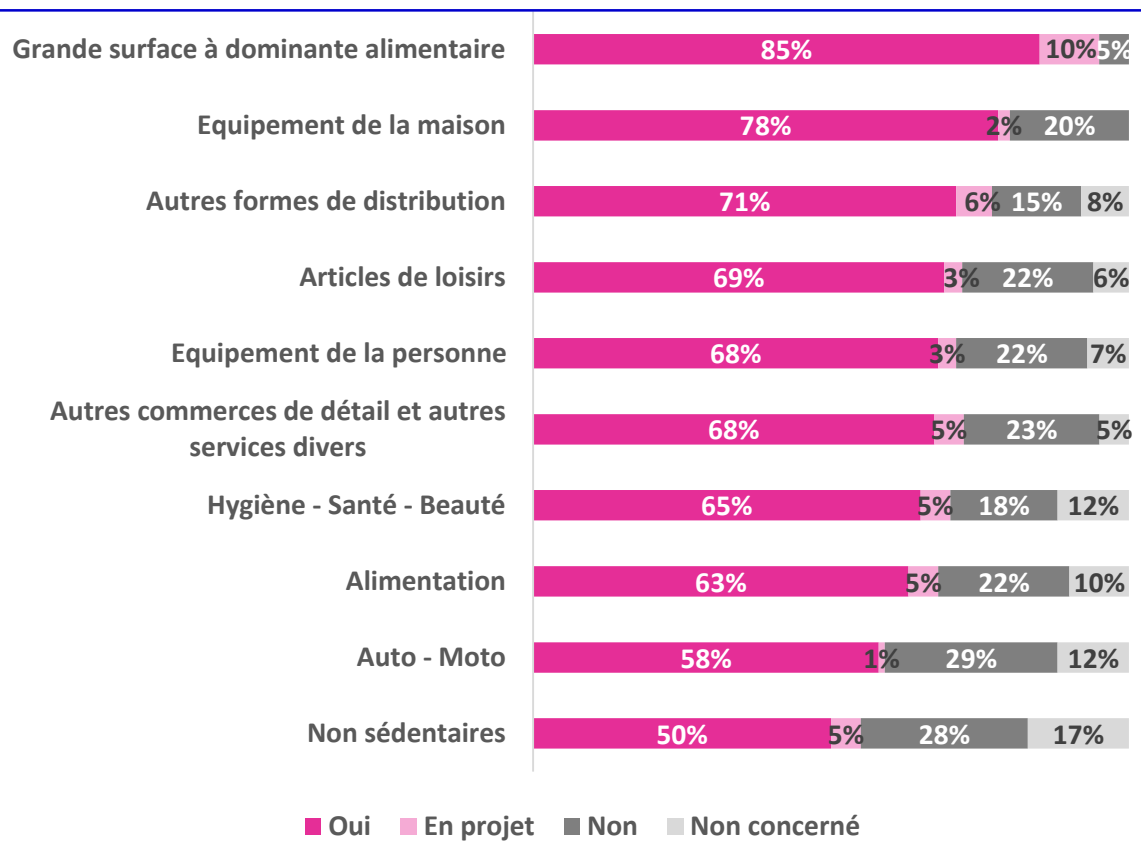


65% des commerces sont présents en ligne
mais seuls **30%** y réalisent des ventes





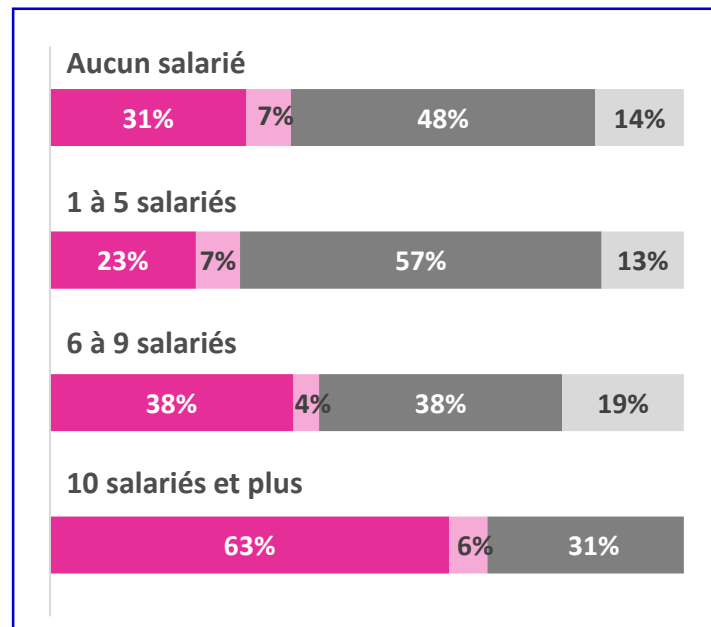
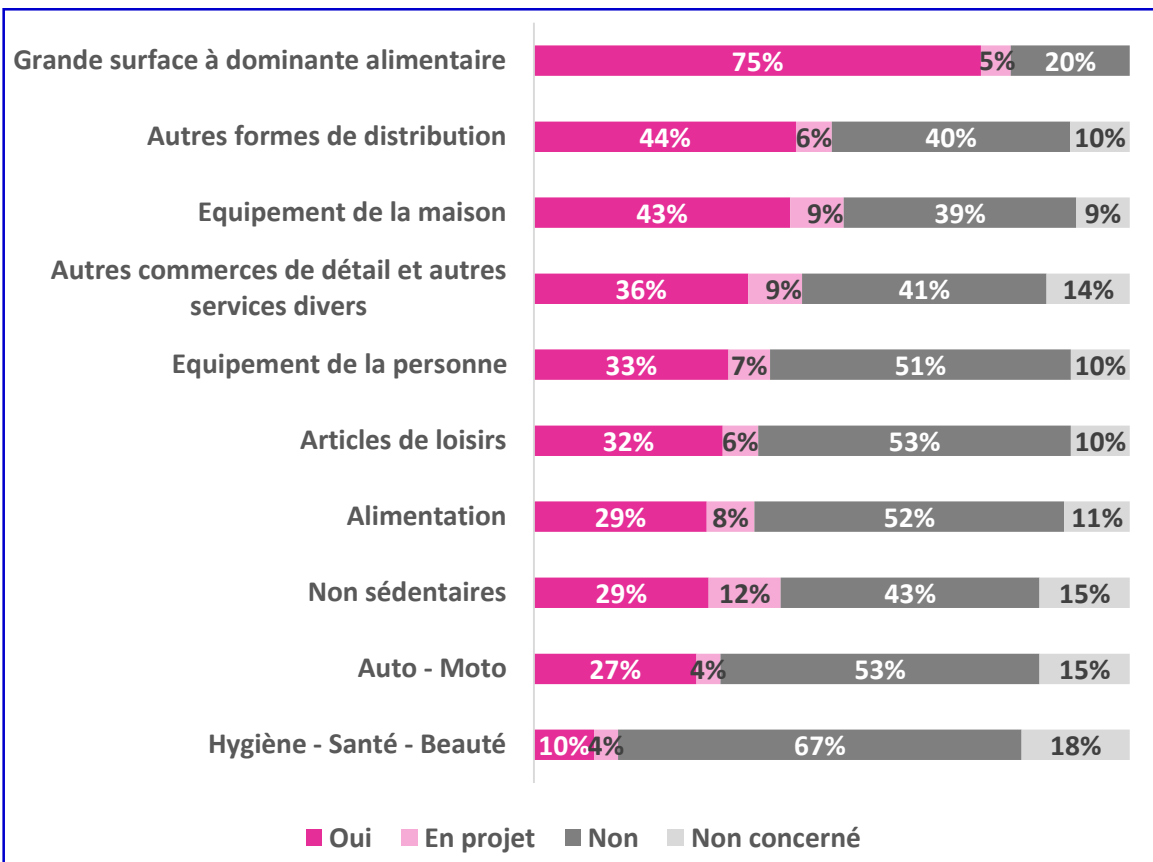
Présence en ligne





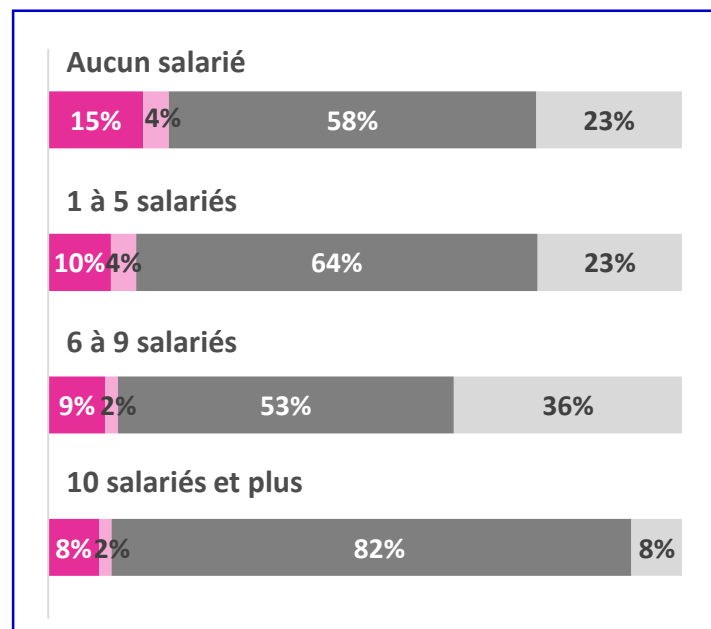
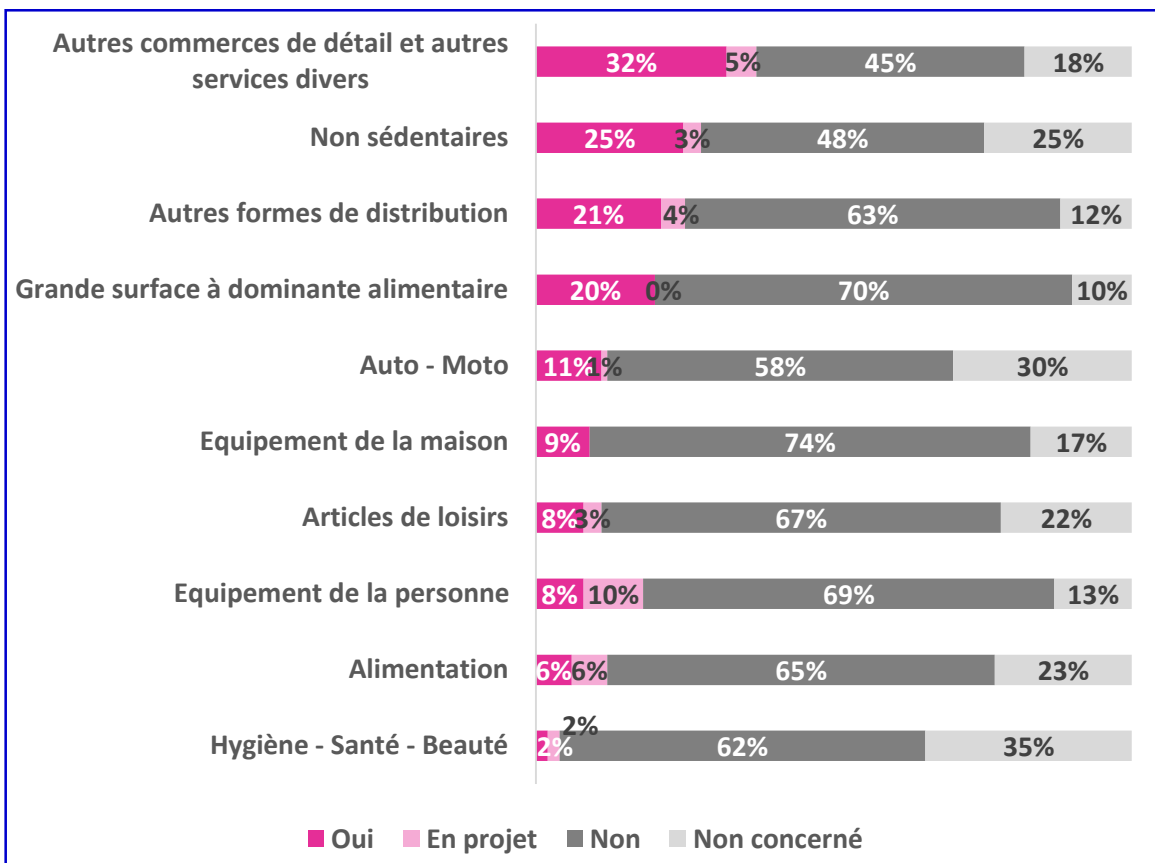
Point sur la digitalisation des commerces à la fin du mois de septembre : résultats par sous-secteurs et par taille (en nombre de salariés)

Vente en ligne





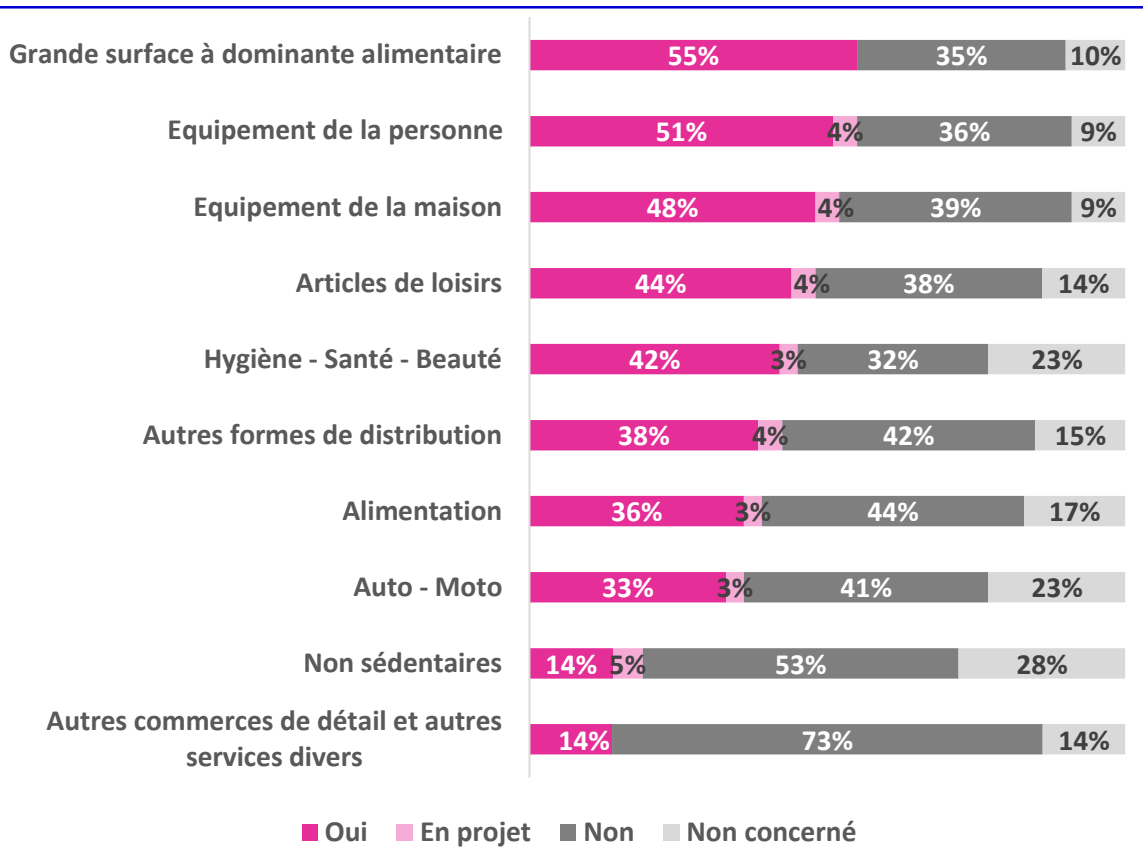
Utilisation de marketplaces





Point sur la digitalisation des commerces à la fin du mois de septembre : résultats par sous-secteurs et par taille (en nombre de salariés)

Base de données clients



Aucun salarié



1 à 5 salariés



6 à 9 salariés

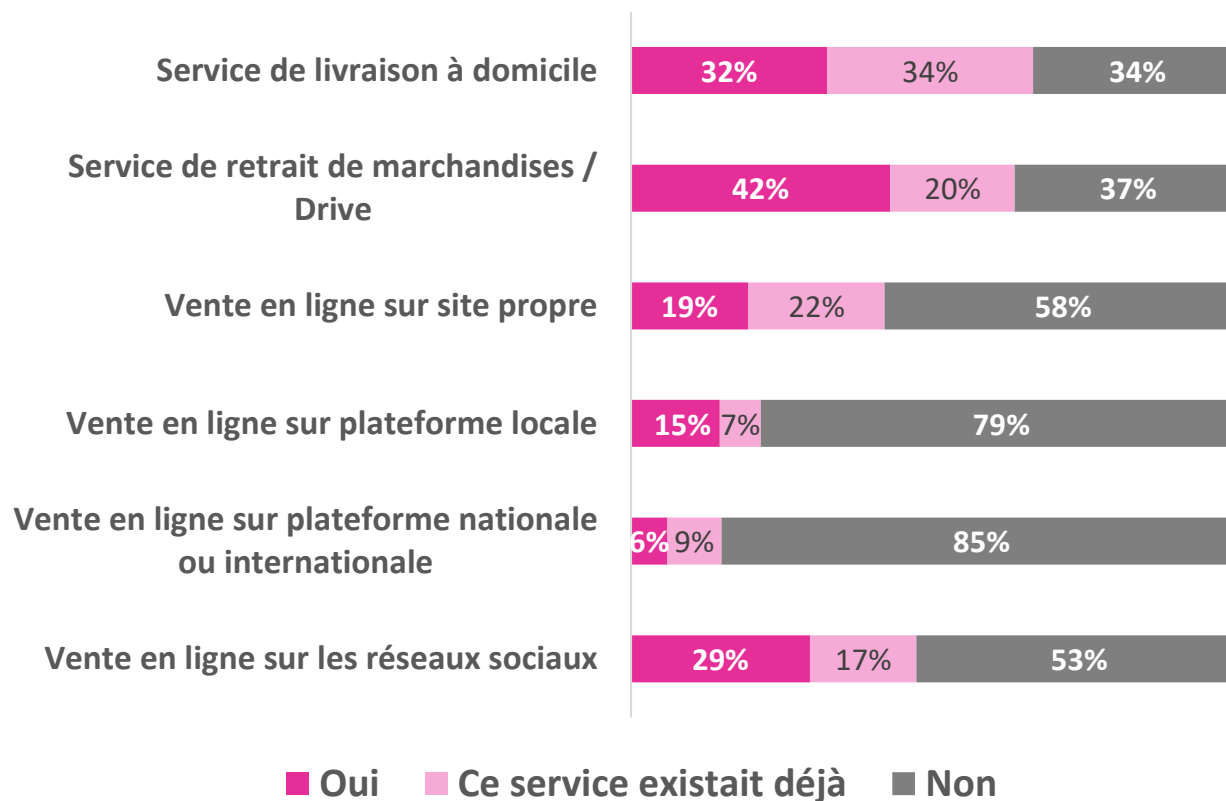


10 salariés et plus





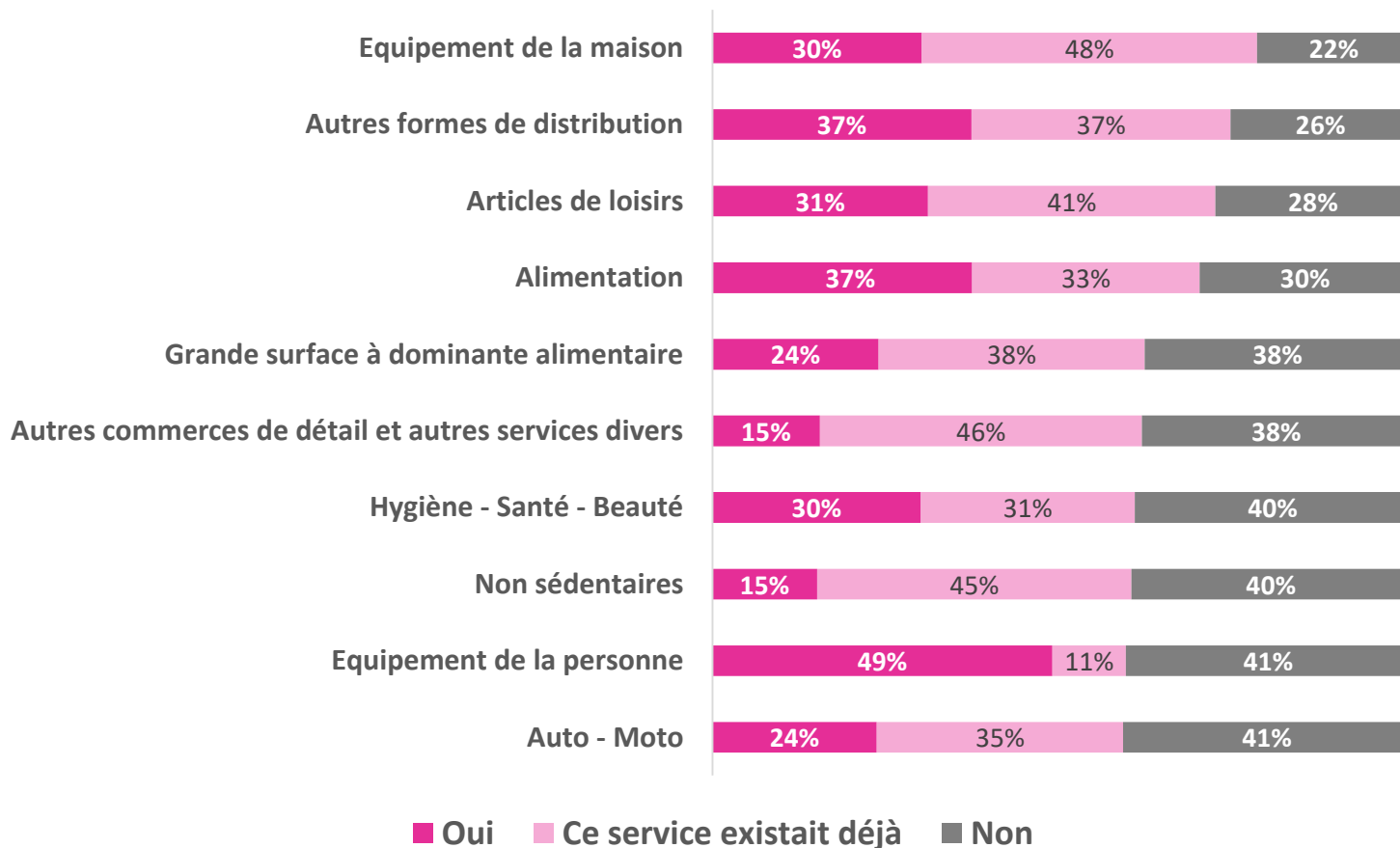
Avez-vous adopté une nouvelle organisation pour maintenir tout ou partie de votre activité pendant les confinements ? (*)



(*) Pour les commerces potentiellement concernés par les différents modes d'organisation proposés



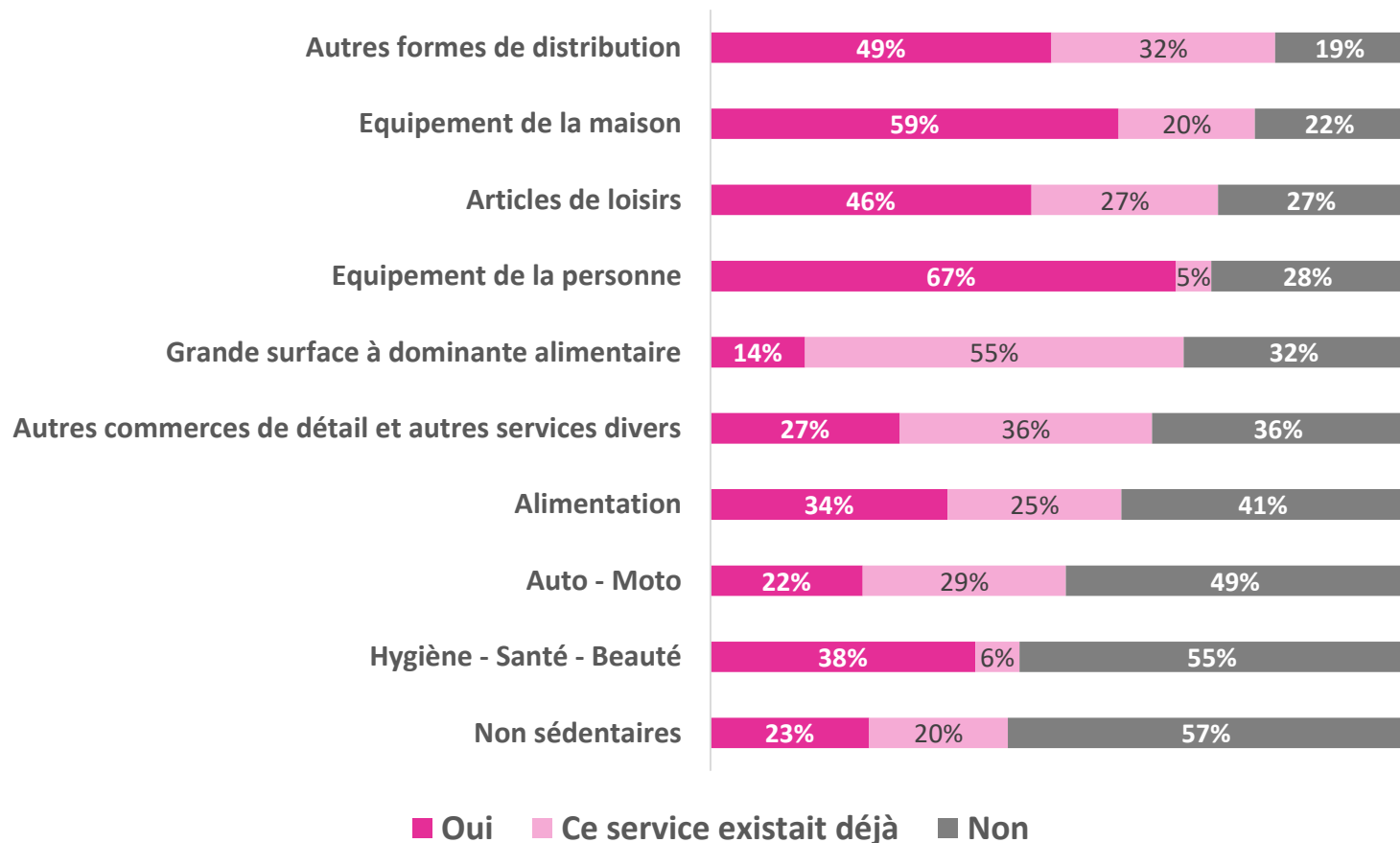
Service de livraison à domicile (*)



(*) Pour les commerces potentiellement concernés par ce mode d'organisation



Service de retrait de marchandises / Drive (*)

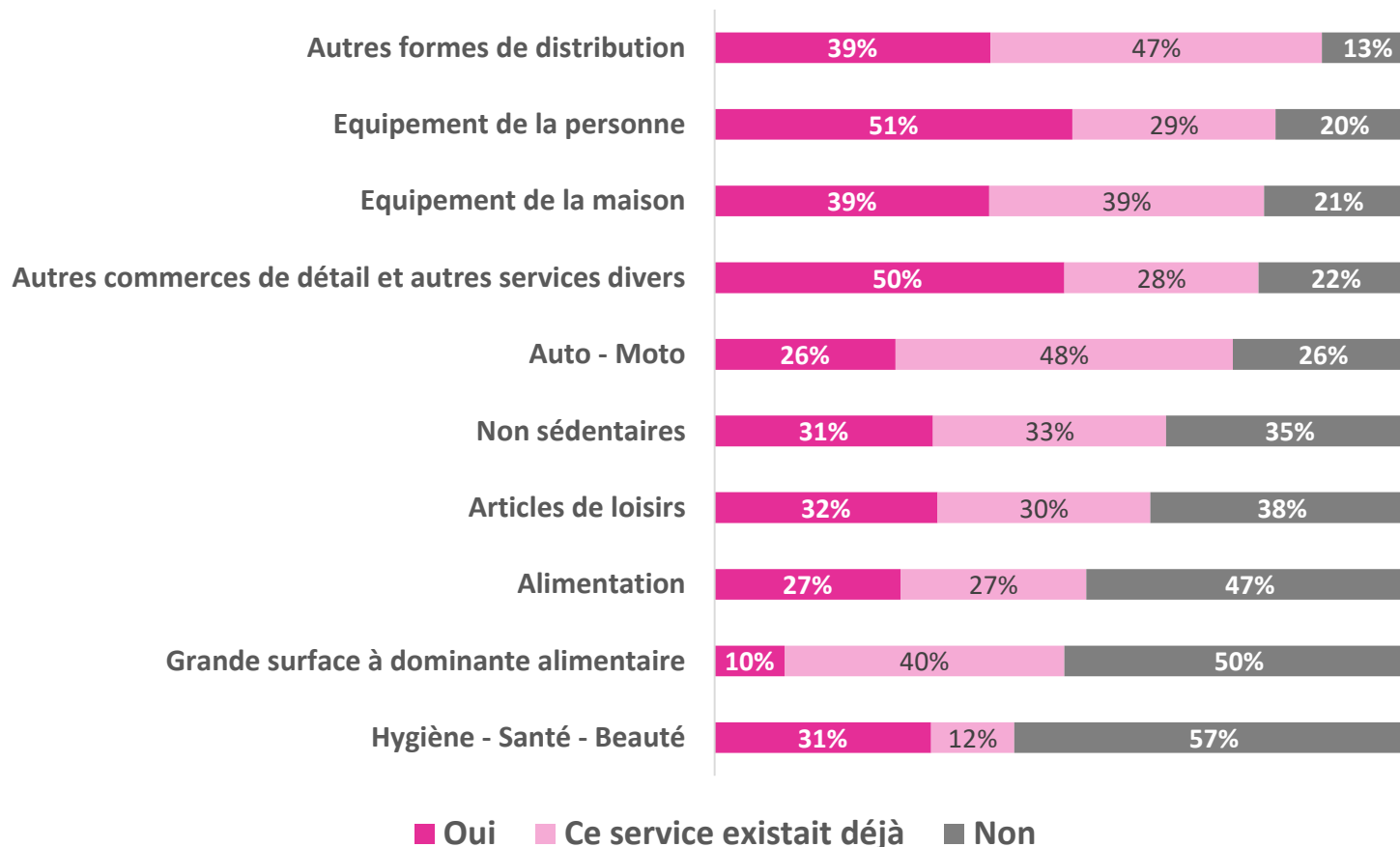


(*) Pour les commerces potentiellement concernés par ce mode d'organisation



Vente en ligne (*)

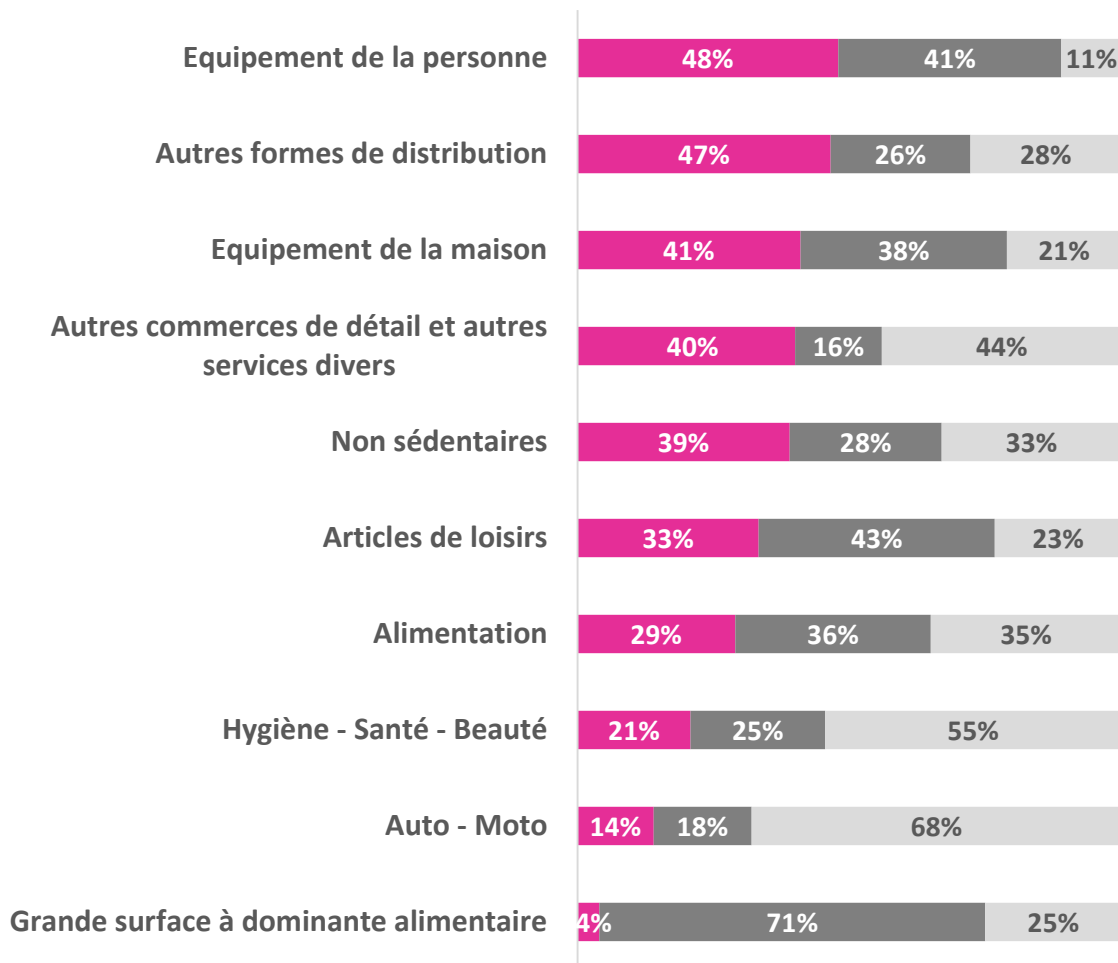
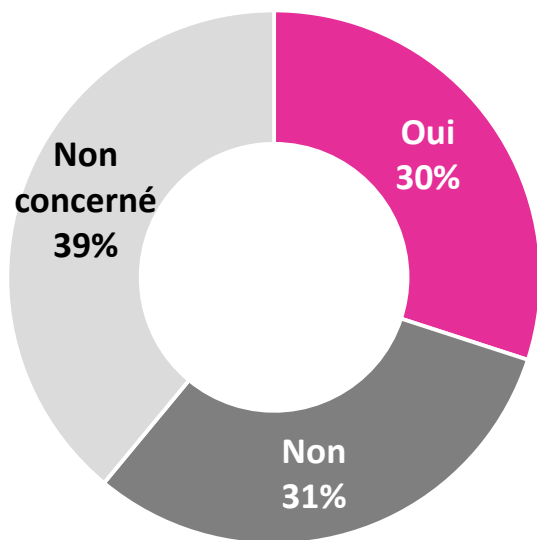
(quel que soit le canal : site propre, plateformes locales, nationales ou internationales, réseaux sociaux)



() Pour les commerces potentiellement concernés par ce mode d'organisation*



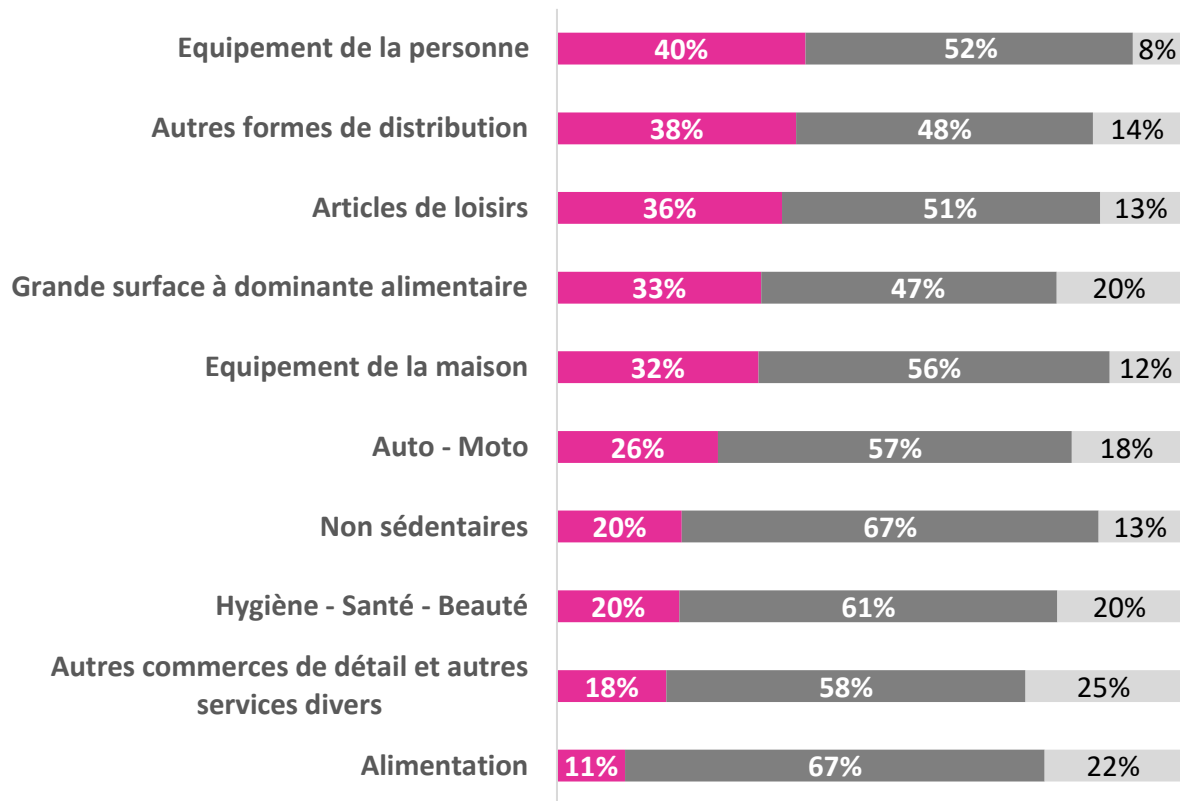
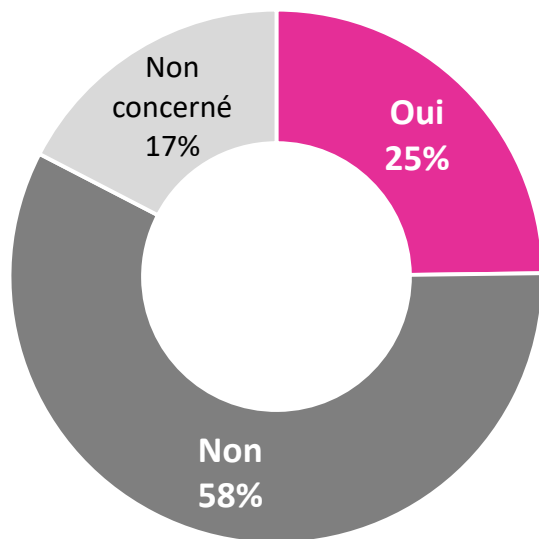
Seriez-vous intéressé(e) pour intégrer une plateforme de vente en ligne régionale Hauts-de-France ?





Quelles conséquences durables la crise aura-t-elle sur votre activité ?

>> Usages plus important du digital



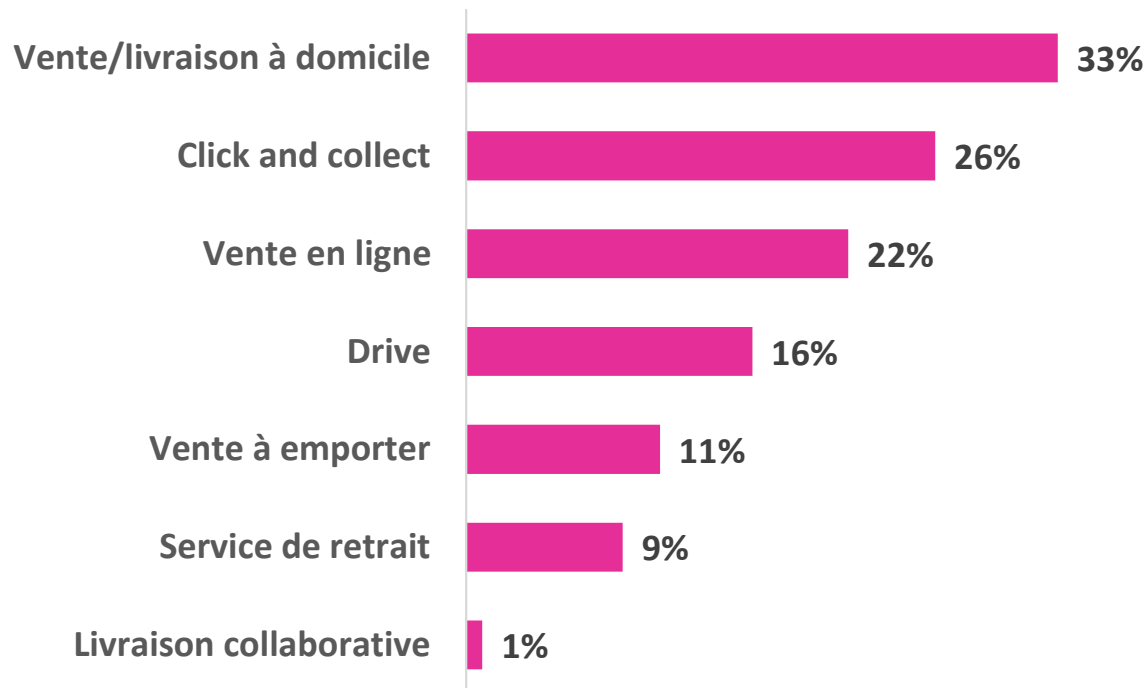
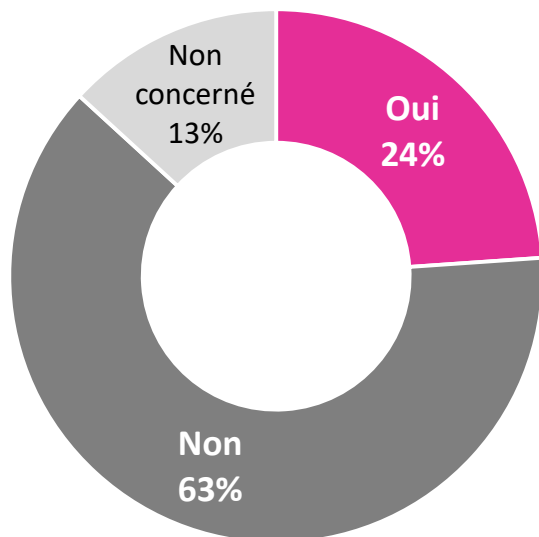
■ Oui ■ Non ■ Non concerné



Quelles conséquences durables la crise aura-t-elle sur votre activité ?

>> Mise en place de nouveaux services en lien avec les nouveaux comportements des consommateurs

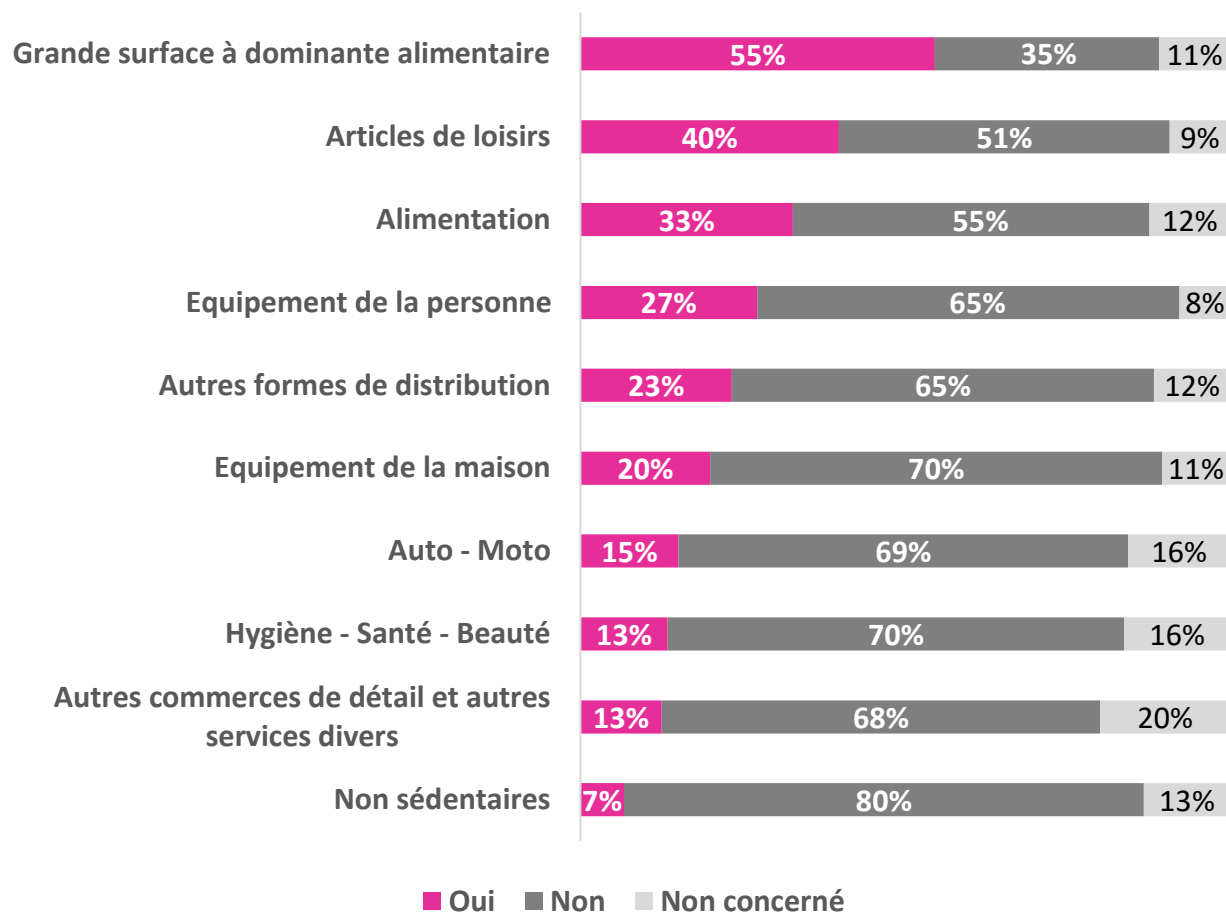
Si oui, nouveaux services mis en place





Quelles conséquences durables la crise aura-t-elle sur votre activité ?

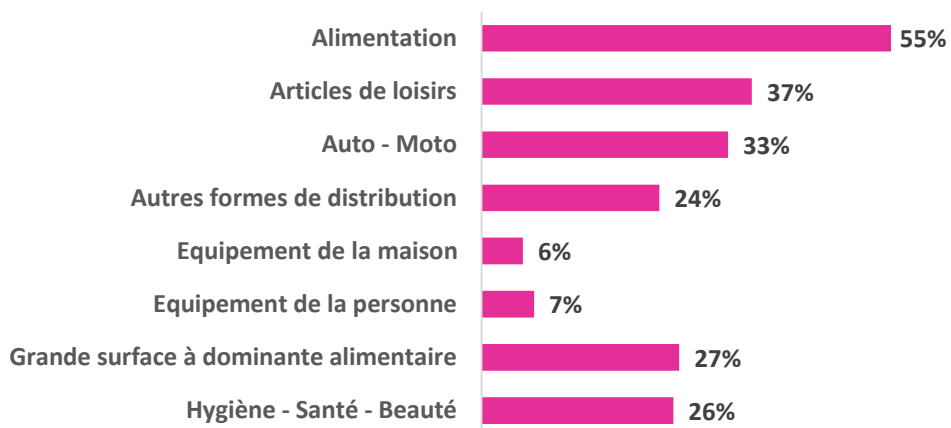
>> Mise en place de nouveaux services en lien avec les nouveaux comportements des consommateurs



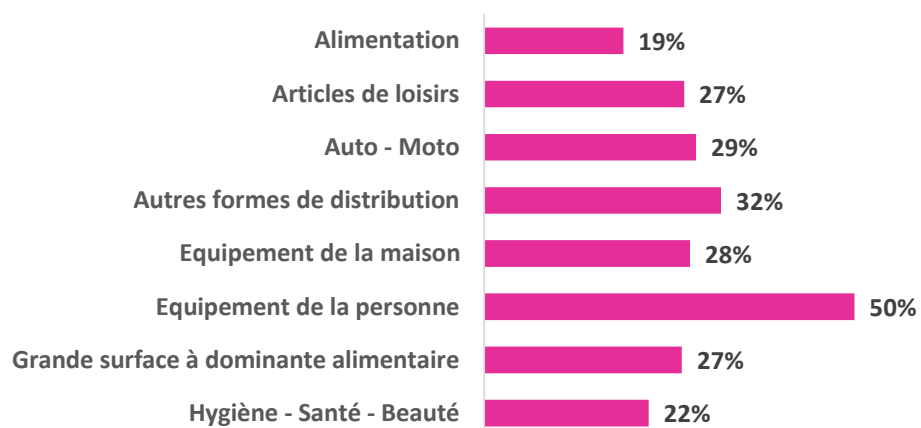


Les 4 principaux nouveaux services mis en place par sous-secteurs

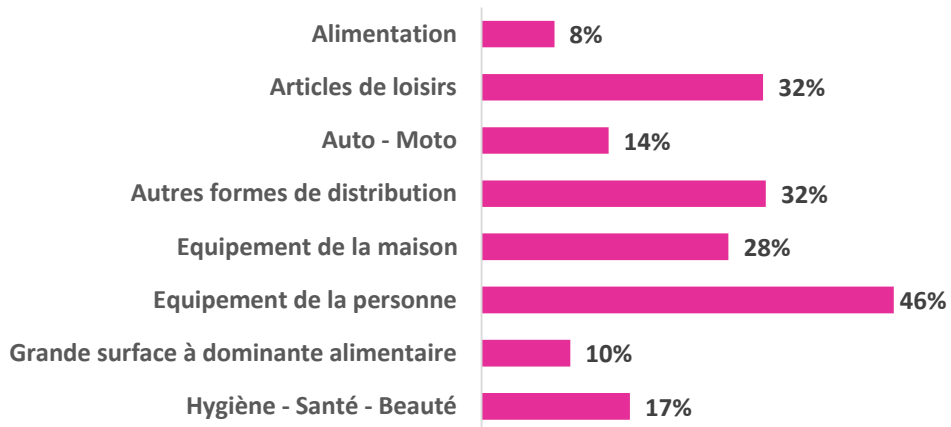
Vente/livraison à domicile



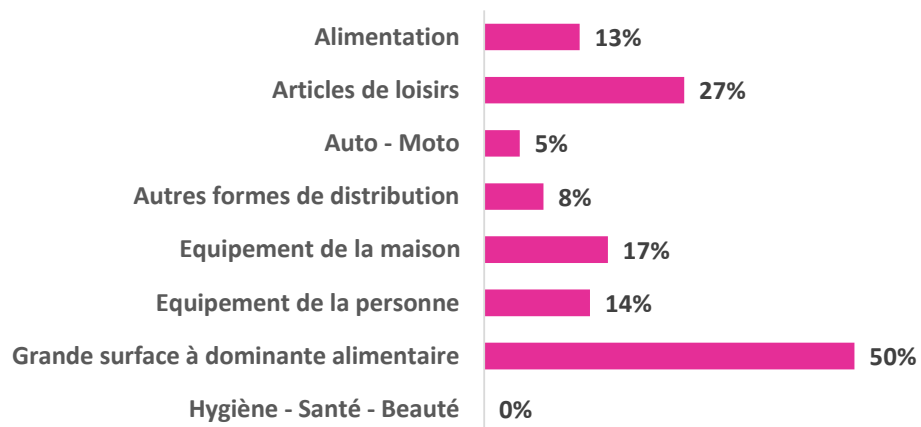
Click and collect



Vente en ligne



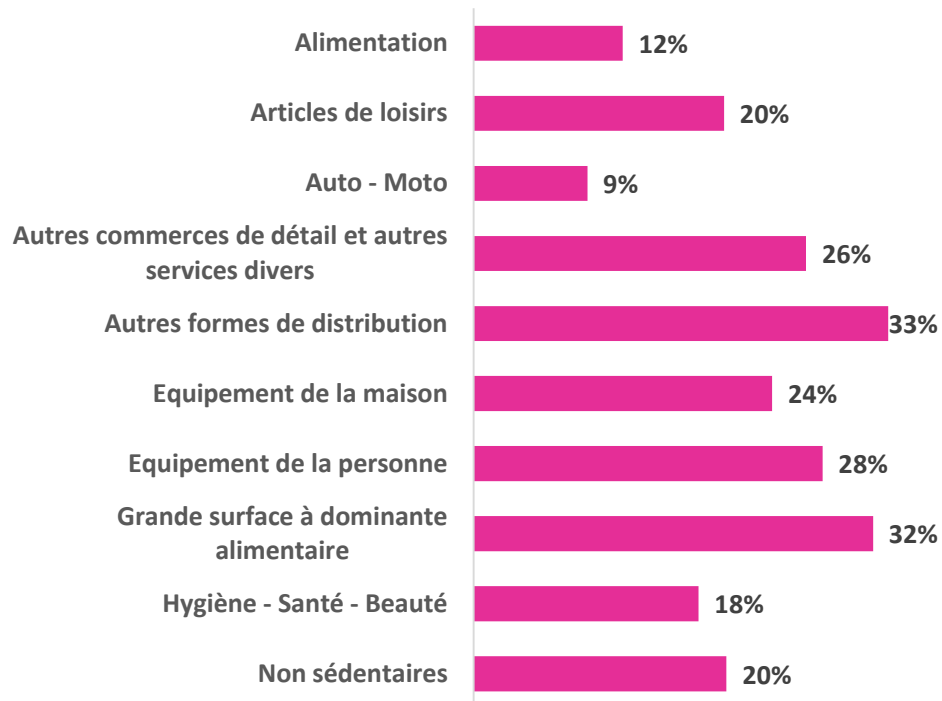
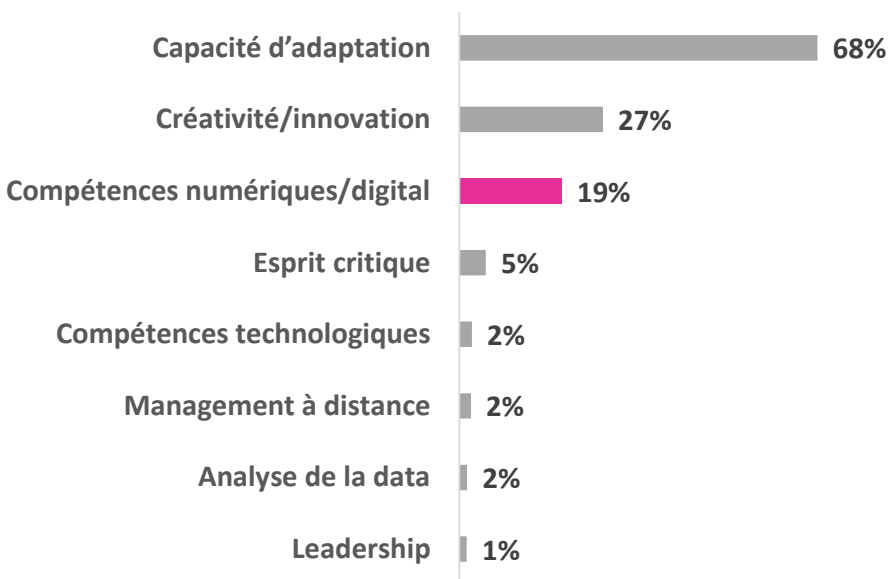
Drive





Quelles sont les compétences dont vous aurez le plus besoin pour gérer l'après-crise ?

Compétences numériques/digital





Méthodologie



Les résultats de cette étude sont issus des différentes **enquêtes réalisées par la CCI de région Hauts-de-France** auprès des entreprises de la région au cours de l'année 2020.

- En mars (par mail) : réalisée entre le 25 et le 30 mars 2020 – **915** commerçants ont répondu
- En mai (par mail) : réalisée entre le 5 et le 12 mai 2020 – **873** commerçants ont répondu
- En juillet (par mail) : réalisée entre le 29 juin et le 2 juillet 2020 – **548** commerçants ont répondu
- En septembre (par mail) : réalisée entre le 21 et le 28 septembre 2020 – **660** commerçants ont répondu
- En novembre (par mail) : réalisée entre le 18 et le 23 novembre 2020 – **917** commerçants ont répondu
- En décembre (enquête annuelle de conjoncture, par téléphone) : réalisée au cours des mois de novembre et décembre 2020 – **1 450** commerçants ont répondu

La **nomenclature** qui a été utilisée pour les traitements et l'analyse des résultats est propre à la CCI de région Hauts-de-France (*voir détail dans les diapos ci-après*).



Alimentation : Charcuterie / Cuisson de produits de boulangerie / Boulangerie et boulangerie-pâtisserie / Pâtisserie / Commerce de détail de produits surgelés / Commerce d'alimentation générale / Commerce de détail de fruits et légumes en magasin spécialisé / Commerce de détail de viandes et de produits à base de viande en magasin spécialisé / Commerce de détail de poissons, crustacés et mollusques en magasin spécialisé / Commerce de détail de pain, pâtisserie et confiserie en magasin spécialisé / Commerce de détail de boissons en magasin spécialisé / Autres commerces de détail alimentaires en magasin spécialisé

Articles de loisirs : Reproduction de plantes / Commerce de détail d'ordinateurs, d'unités périphériques et de logiciels en magasin spécialisé / Commerce de détail de matériels de télécommunication en magasin spécialisé / Commerce de détail de matériels audio et vidéo en magasin spécialisé / Commerce de détail de livres en magasin spécialisé / Commerce de détail de journaux et papeterie en magasin spécialisé / Commerce de détail d'enregistrements musicaux et vidéo en magasin spécialisé / Commerce de détail d'articles de sport en magasin spécialisé / Commerce de détail de jeux et jouets en magasin spécialisé / Commerce de détail de fleurs, plantes, graines, engrais, animaux de compagnie et aliments pour ces animaux en magasin spécialisé

Auto – Moto : Commerce de voitures et de véhicules automobiles légers / Commerce d'autres véhicules automobiles / Entretien et réparation de véhicules automobiles légers / Entretien et réparation d'autres véhicules automobiles / Commerce de détail d'équipements automobiles / Commerce et réparation de motocycles / Commerce de détail de carburants en magasin spécialisé

Équipement de la maison : Commerce de détail de textiles en magasin spécialisé / Commerce de détail de quincaillerie, peintures et verres en petites surfaces (moins de 400 m²) / Commerce de détail de quincaillerie, peintures et verres en grandes surfaces (400 m² et plus) / Commerce de détail de tapis, moquettes et revêtements de murs et de sols en magasin spécialisé / Commerce de détail d'appareils électroménagers en magasin spécialisé / Commerce de détail de meubles / Commerce de détail d'autres équipements du foyer



Equiperment de la personne : Commerce de détail d'habillement en magasin spécialisé / Commerce de détail de la chaussure / Commerce de détail de maroquinerie et d'articles de voyage / Commerce de détail d'articles d'horlogerie et de bijouterie en magasin spécialisé

Hygiène - Santé – Beauté : Commerce de détail de produits pharmaceutiques en magasin spécialisé / Commerce de détail d'articles médicaux et orthopédiques en magasin spécialisé / Commerce de détail de parfumerie et de produits de beauté en magasin spécialisé / Commerces de détail d'optique / Blanchisserie-teinturerie de détail / Coiffure / Soins de beauté / Services funéraires / Entretien corporel

Grande surface à dominante alimentaire : Supérettes / Supermarchés / Hypermarchés

Autres formes de distribution : Magasins multi-commerces / Grands magasins / Autres commerces de détail en magasin non spécialisé / Autres commerces de détail spécialisés divers / Vente à distance sur catalogue général / Vente à distance sur catalogue spécialisé / Vente par automates et autres commerces de détail hors magasin, éventaires ou marchés n.c.a.

Non sédentaires : Commerce de détail alimentaire sur éventaires et marchés / Commerce de détail de textiles, d'habillement et de chaussures sur éventaires et marchés / Autres commerces de détail sur éventaires et marchés / Vente à domicile

Autres commerces de détail et autres services divers : Commerce de détail de produits à base de tabac en magasin spécialisé / Commerces de détail de charbons et combustibles / Commerce de détail de biens d'occasion en magasin

Contacts CCI Etudes :

Grégory STANISLAWSKI

g.stanislawski@hautsdefrance.cci.fr

03.20.63.79.52

Delphine DENOUAL

d.denoual@hautsdefrance.cci.fr

03.20.63.79.31

Contact presse :

Nathalie DELELIS

n.delelis@hautsdefrance.cci.fr

03.20.63.78.99

Facebook
[@CCIHautsdeFrance](#) 

Twitter
[@CCI_hdf](#) 

Linkedin
[CCI Hauts-de-France](#) 

hautsdefrance.cci.fr