

La Fevad publie son Rapport d'activité 2021

16 novembre 2021



Le développement du e-commerce est l'une des illustrations des profonds bouleversements provoqués par la crise sanitaire. Le commerce en ligne de produits et services a atteint 112 milliards d'euros en 2020, en hausse de 8,5 %. Une croissance largement tirée par l'augmentation des ventes de produits, laquelle a permis de compenser en partie le recul des services, durement impactés par la chute brutale du voyage et des loisirs. Alors que le e-commerce de produits représentait 9,8 % du commerce de détail en 2019, il en représente aujourd'hui 13,4 %. En un an, sa part de marché a grimpé de 3,6 points là où habituellement la progression annuelle se situait autour de 1 point. Le e-commerce vient de franchir un nouveau cap !

Tout au long de cette année de crise, le e-commerce a su démontrer son utilité sociale et économique. D'une part, en permettant à des millions de Français de continuer à consommer, tout en se protégeant et en protégeant les autres. D'autre part, en offrant à de très nombreux commerçants et artisans la possibilité de maintenir leur activité, malgré la fermeture des magasins. Ainsi, les ventes en ligne

des commerces physiques ont progressé trois fois plus vite que celles des pure-players, avec des pics à +100 % pendant les confinements. Cette hausse a également touché les ventes en ligne réalisées via les places de marché, qui ont fourni un débouché pour de nombreuses TPE/PME et permis de limiter le recul de leurs ventes.

Cette crise aura été un accélérateur de la digitalisation du commerce. De nombreux commerçants ont accéléré leur transformation numérique afin de répondre aux nouvelles attentes de la clientèle. Selon un récent sondage, 75 % des personnes interrogées estiment que tous les commerces de proximité devraient désormais proposer un service e-commerce, en complément du magasin. Opposer commerce physique et commerce en ligne n'a donc pas de sens à l'heure où plus de 42 millions de consommateurs sont aussi des e-acheteurs.

Cette nouvelle percée de la vente en ligne représente aussi une opportunité de créer un modèle français de e-commerce plus responsable. Cette (r)évolution est l'affaire de tous : des entreprises, en renforçant les initiatives responsables en matière de production et de logistique ; des pouvoirs publics, en garantissant un environnement permettant d'accompagner le développement durable du secteur ; et des citoyens, en participant à la prise de conscience collective.

Le e-commerce s'inscrit dans la tendance vers une consommation à la fois plus locale, avec davantage de circuits courts, et plus circulaire, avec l'essor des produits de seconde main et reconditionnés. Nos sites ont intégré la nécessité de prendre en compte ces nouvelles aspirations des consommateurs. La responsabilité sociale et environnementale (RSE) est aujourd'hui devenue un élément de différenciation positive, forte et indispensable, tant vis-à-vis des clients et des collaborateurs que des investisseurs.

Cette prise de conscience a conduit les entreprises à accentuer leurs efforts sur la réduction de l'empreinte environnementale. La RSE s'invite sur toute la chaîne. La logistique e-commerce devient elle aussi de plus en plus verte : utilisation d'énergies renouvelables, composition des emballages, parcours de livraison optimisée, véhicules de plus en plus propres.

Accompagner la transformation numérique ; accélérer les échanges et les rencontres ; transmettre des valeurs de confiance, de respect des consommateurs et de transparence ; s'engager pour la compétitivité dans le cadre d'un développement plus

durable. Ce sont toutes ces missions que la Fevad, fédération de professionnels responsables et engagés, remplit au quotidien pour accompagner ses adhérents et la profession dans son ensemble. « Cette nouvelle percée de la vente en ligne représente aussi une opportunité de créer un modèle français de e-commerce plus responsable. »