

La vague de l'e-commerce va emporter aussi l'alimentation

Le e-commerce se développe et représente désormais près de 20 % des ventes réalisées dans le monde, surtout dans les secteurs de l'électronique et des vêtements. Ce sont en effet les premiers secteurs qui ont été conquis par le e-commerce, mais celui-ci tend à se diversifier : la prochaine étape consistera à conquérir les secteurs des produits de grande consommation, alimentation en tête.

Rédigé par **Valérie Dewerte**, le 5 oct 2016, à 12 h 50 min

La tendance est clairement lancée depuis des années et les distributeurs ne se sont pas laissés dépasser par les événements : **tous les grands distributeurs en France et ailleurs disposent d'un site Internet permettant de faire des achats et de se faire livrer à la maison**. Sans compter les « Drive », où les achats sont réalisés sur Internet et où il ne suffit plus que de passer au magasin les retirer directement avec la voiture.

L'e-commerce veut s'attaquer aux supermarchés

Le **e-commerce dans l'alimentation** n'est donc pas une nouveauté. Mais les consommateurs n'en ont pas encore fait une réelle habitude : **seulement 4,4 % des ventes réalisées dans le secteur des produits de grande distribution (PGC) venaient d'Internet**, selon l'étude Kantar Worldpanel menée entre juin 2015 et juin 2016. Ce n'est pas énorme, mais la croissance de 15 % des ventes e-commerce sur un an laisse penser que le secteur n'a pas encore atteint son rythme de croisière.

L'agroalimentaire conquis par le e-commerce ? Oui, mais...

En France, surtout, la croissance a été surprenante selon Kantar Worldpanel : 20 % sur douze mois. **Le e-commerce dans les PGC représente 5,3 % des ventes dans l'Hexagone** et le cabinet en est convaincu : ça ne va pas s'arrêter là. L'e-commerce devrait, dans les années à venir, représenter dans les produits de grande consommation une part similaire à celle des produits électroniques ou du textile, soit environ 11 %.

L'alimentation devrait connaître l'augmentation la plus élevée, la beauté et l'entretien étant déjà beaucoup plus consommés sur Internet par les Français : ils connaissent déjà le produit et l'achat n'est pas lié à une envie mais à un besoin.

Lien article : 