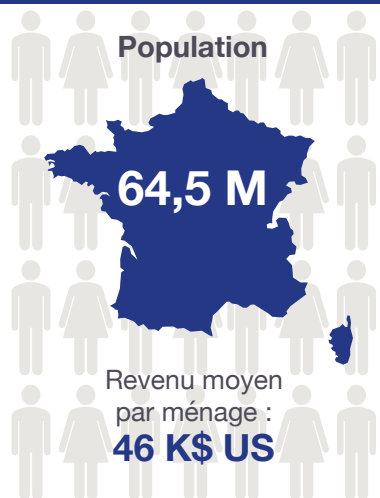


UN APERÇU DES TENDANCES DU COMMERCE ÉLECTRONIQUE EN FRANCE



ÉLÉMENTS DE BASE À PRENDRE EN COMPTE POUR LES PETITES ET MOYENNES ENTREPRISES (PME) QUI FONT AFFAIRE AVEC LA FRANCE AU MOYEN DU COMMERCE ÉLECTRONIQUE

FAITS EN BREF



Un des pays européens les plus branchés



82,2 %
des foyers ont accès au service Internet à large bande

90,5 %
des foyers possèdent un téléphone cellulaire



Achats en ligne de nourriture et de boissons

6,9 G\$ US

Prévision de **9,3 G\$ US**
en 2021

(croissance annuelle de **6,2 %**)



Dépenses des consommateurs (2016)

Dépenses totales des consommateurs pour les aliments et les boissons non alcoolisées :

172.8 B\$ US

2 679 \$ US par habitant

Dépenses totales en ligne pour les aliments et les boissons non alcoolisées :

107,10 \$ US par habitant

Données démographiques sur la France



Femmes
33,2 M



Hommes
31,3 M

Âge médian
41,2 ans

Croissance de la population
0,88 %

PRINCIPAUX APPAREILS UTILISÉS POUR LES ACHATS EN LIGNE



34 millions
d'utilisateurs de téléphones intelligents

46 % des ventes au détail par Internet se font au moyen de **téléphones intelligents**.



29 millions
d'utilisateurs d'ordinateurs personnels



9,9 millions
d'utilisateurs de tablettes

ACHEMINER LES MARCHANDISES À VOS CLIENTS

LES 3 PRINCIPAUX modes de livraison

1. Livraison à domicile
2. Point de collecte
3. Ramassage en magasin

LES 3 PRINCIPAUX modes de paiement en ligne

1. Cartes de crédit/débit
2. Paiements en ligne > La France compte plus de 8 millions d'abonnés à PayPal
3. Transferts bancaires directs



Agriculture et Agroalimentaire Canada

Agriculture and Agri-Food Canada

Canada

COMPORTEMENTS ET TENDANCES DES CONSOMMATEURS FRANÇAIS

La France est le deuxième marché en importance de l'Europe en ce qui concerne le commerce électronique. Les revenus en ligne continuent d'augmenter d'au moins 10 % par année.

Autres raisons pour pénétrer le marché français : pouvoir d'achat élevé, modes de paiement fiables et faibles coûts de transport.

CE QUE VEULENT LES ACHETEURS FRANÇAIS :

- ▶ Sites Web en français bien conçus.
- ▶ Service de bonne qualité.
- ▶ Des entreprises qui respectent leurs promesses quant à la disponibilité et la livraison des produits.
- ▶ Choisir la date et la méthode de livraison.

COMPRENDRE LE MARCHÉ EN LIGNE DE LA FRANCE

- ▶ La vente au détail de produits alimentaires est très compétitive en France, offrant aux consommateurs une grande variété de magasins. Cela conduit les concurrents à introduire des produits innovateurs, ainsi que des politiques de vente et de prix plus agressives pour se distinguer.
- ▶ Les entreprises canadiennes peuvent avoir une boutique en ligne avec des biens situés en France, ou dans un autre État membre de l'UE, et devraient être prêtes à accepter l'euro comme monnaie de paiement.
- ▶ Les consommateurs français continuent de se tourner vers des produits haut de gamme, en raison de la disponibilité d'une plus grande variété de produits et de meilleures méthodes de livraison.
- ▶ En France, on a l'habitude de consommer des produits alimentaires variés et dispendieux. Les dépenses liées à l'alimentation représentent 18 % des budgets des ménages.
- ▶ Les ingrédients alimentaires organiques, les réclamations de santé et les produits diététiques (tisanes, suppléments alimentaires, produits sans gluten) offrent de grandes opportunités. La nourriture emballée biologique est l'étoile de la vente de nourriture sur internet.
- ▶ La production agroalimentaire française fait l'objet d'une promotion active, particulièrement à l'aide de marques de qualité (appellation d'origine contrôlée – AOC, indication géographique protégée – IGP, biologique et Red Label).

ENTREPRISE EN VEDETTE



CARREFOUR

- ▶ Carrefour est une entreprise française présente dans le commerce du détail à l'échelle mondiale, qui offre trois formes différentes de magasin de vente au détail : les hypermarchés, les supermarchés et les dépanneurs.
- ▶ Carrefour SA est une multinationale du commerce de détail. Elle se spécialise dans le commerce de détail des produits alimentaires, mais elle a aussi d'autres intérêts comme le « payer et emporter », la vente en gros, les voyages, les assurances et les banques. L'entreprise offre des produits et des services partout en France.

EN LIGNE

- ▶ Carrefour exploite les marques sur Internet Carrefour Drive et Ooshop/Carrefour. Le site Web de Carrefour (<http://www.rueducommerce.fr>) offre entre autres des produits d'épicerie ainsi que des liens vers les deux autres marques afin que les consommateurs puissent choisir entre faire livrer leur commande à domicile ou utiliser le service « cliquer et ramasser ».



Source du contenu : Euromonitor International, 2016

Prenez une longueur d'avance en vous inscrivant pour recevoir dès maintenant les rapports de l'Analyse des marchés mondiaux d'AAC.

Pour vous inscrire à notre liste de distribution, pour faire une suggestion ou pour demander un rapport, veuillez contacter le Secrétariat de l'accès aux marchés à l'adresse :

MAS-SAM@AGR.GC.CA