

TREND FOCUS

#3

E-COMMERCE : **Une opportunité** **pour mon** **entreprise ?**



POLE AGROALIMENTAIRE
ACCOMPAGNEMENT - TRANSFERT - INNOVATION

AVRIL 2020

POLE AGROALIMENTAIRE – ADECAL TECHNOPOLE

SOM

MAIRE

- > Définition & moteurs de croissance3
- > Opportunités4
- > Formes5
- > E-commerce en Nouvelle-Calédonie ...6
- > COVID-19 : Coup d'accélérateur pour le e-commerce9
- > Quelques pistes de développement et d'innovation13

“

Longtemps considéré comme une menace pour les entreprises calédoniennes car limité au commerce international, le e-commerce se développe progressivement sur le territoire.

Cette pratique d'achat représente une opportunité émergente pour les acteurs de l'alimentation, entreprises de transformation y compris.

En plein BOOM depuis l'épidémie de COVID19, le e-commerce se propose relais de croissance pour le secteur alimentaire, permettant de gagner de nombreux consommateurs en modifiant peu à peu le schéma classique d'achats alimentaires. Au-delà de cette crise, cette pratique pourrait remodeler durablement une partie des relations commerciales, à chaque maillon de la filière alimentaire.

ZOOM sur le e-commerce en Nouvelle-Calédonie : quels sont ses enjeux et quelles sont ses opportunités ?

”

4 moteurs de la tendance :



Digitalisation

Démocratisation de l'utilisation d'Internet & de ses nombreux vecteurs.



Nomadisme

Les consommateurs sont de plus en plus mobiles.



Le e-commerce ne remplace pas les formats classiques de commerce, mais permet de diversifier les pratiques de consommations et d'achats.



Optimisation du temps

Réduction du temps consacrée à la prise alimentaire et à l'achat.



Alimentation connectée

Les consommateurs sont à la recherche de davantage d'informations sur les produits.



Cible principale :

Population jeune & urbaine.

Le e-commerce > C'est quoi ?

Le « **e-commerce** » ou « **m-commerce** » (via des smartphones), comprend le commerce électronique, regroupe l'ensemble des transactions commerciales s'opérant à distance par le biais d'interfaces électroniques et digitales.

Le e-commerce englobe essentiellement les transactions commerciales s'effectuant sur Internet à partir des différents types de terminaux (ordinateurs, tablettes, smartphones, consoles, TV connectées) sur des sites e-commerce ou applications mobiles marchandes.

En pratique, le e-commerce s'hybride et prend aujourd'hui des formes diverses (drive, livraison à domicile, etc.) avec paiement en ligne ou non.

Les OPPORTUNITÉS du e-commerce

Théoriquement, le commerce en ligne ouvre des **belles opportunités** pour les acteurs du secteur alimentaire. Il permet notamment :



D'étendre sa zone de chalandise



D'ajouter un canal de distribution



De récolter différentes données sur ses clients



De mieux cerner son retour sur investissement



De développer sa relation client



De profiter davantage des technologies liées à Internet



De vendre 24h/24



De toucher une cible plus large



De présenter ses produits de manière différente



De diminuer ses coûts fixes (et donc d'améliorer sa marge)

Les principales FORMES de e-commerce

Le « click & collect »

Principe : sélection d'articles et paiement en ligne + retrait au magasin/restaurant ou au drive.

Motivations des consommateurs :

- Gain de temps
- Facilité d'achat
- Plébiscité pour les achats de produits lourds & volumineux
- Créneaux horaires adaptés et flexibles.

Principale contrainte :

Déplacement nécessaire du consommateur.



La livraison à domicile

Principe : sélection d'articles et paiement en ligne + livraison à domicile.

Motivations des consommateurs :

- Gain de temps
- Facilité d'achat
- Plébiscitée par les consommateurs urbains
- Plébiscitée pour la restauration à domicile.

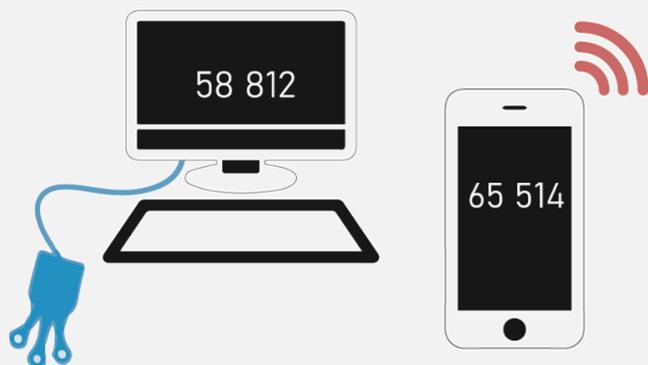
Principales contraintes :

- Génération de frais supplémentaires non négligeables dus à la livraison
- Planification d'une tranche horaire de livraison qui peut être contraire à la mobilité croissante du consommateur
- Parfois inaccessible pour les personnes habitant loin de la zone de livraison privilégiée.



Le E-COMMERCE en Nouvelle-Calédonie

Couverture Internet



58812 abonnements à l'Internet Fixe et 65514 abonnements à l'Internet Mobile en décembre 2019.

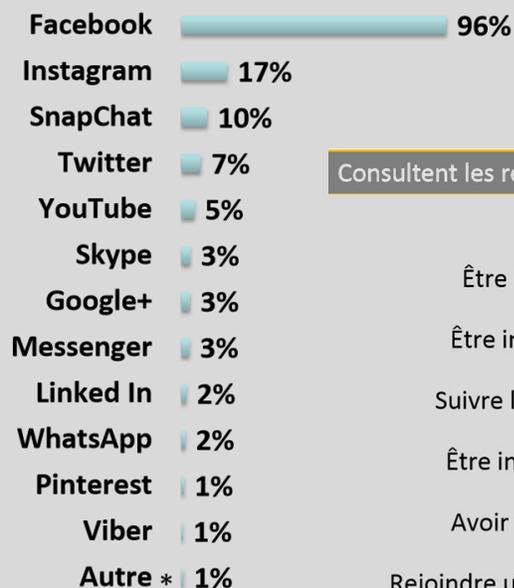
81% des calédoniens surfent sur Internet !

Source : Observatoire du Numérique NC.

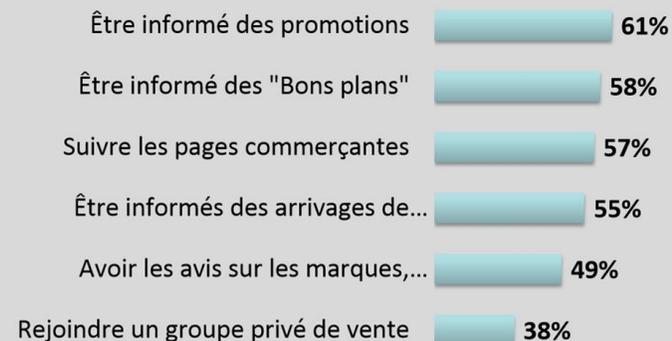
→ Un nombre important de clients potentiels !

Force des réseaux sociaux

Réseaux sociaux consultés



Consultent les réseaux sociaux pour ...



80% des internautes calédonien sont sur au moins un réseau social

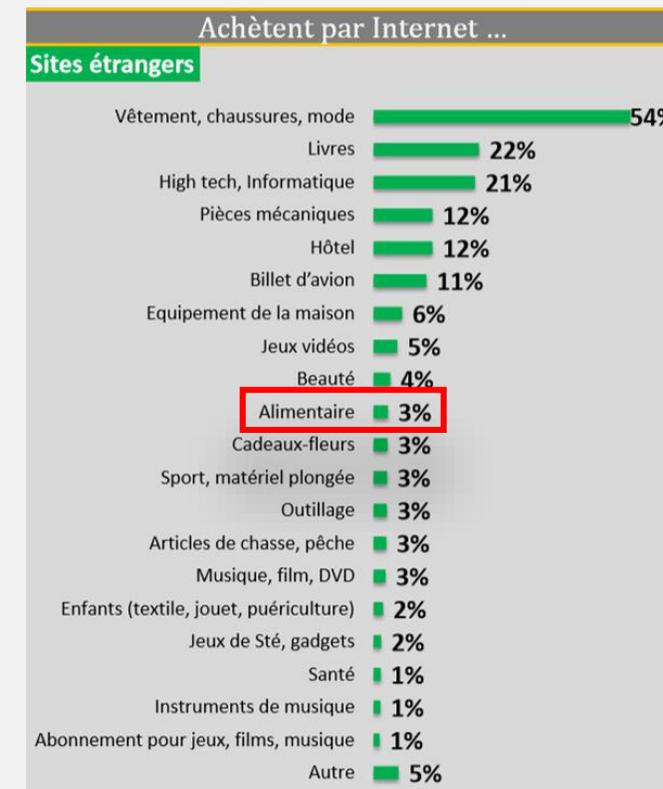
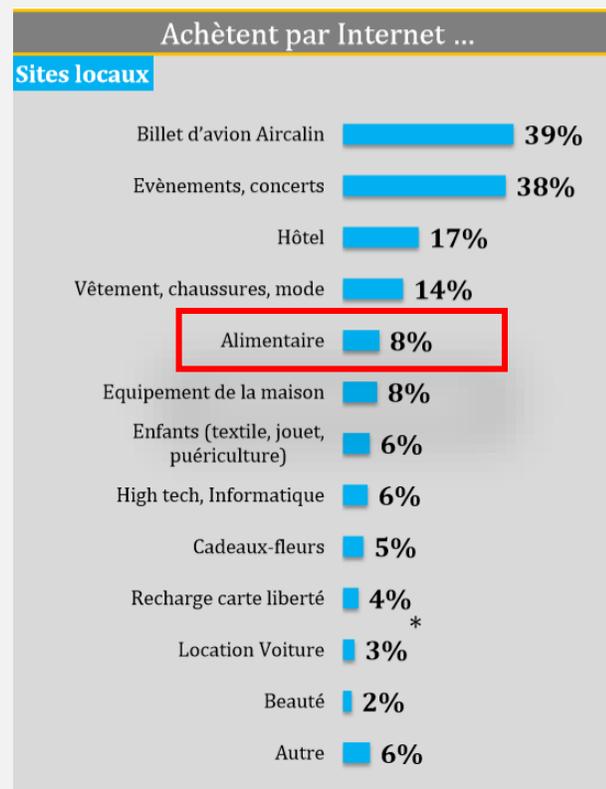
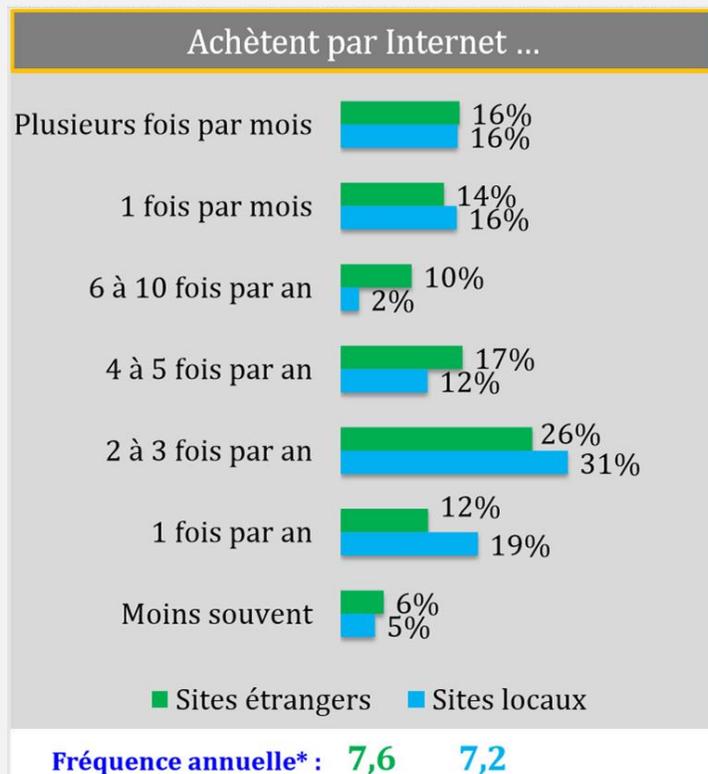
80% de ceux qui consultent un réseau social l'utilisent dans leur démarche commerciale

20% consultent les réseaux sociaux sans les utiliser pour aucune action de suivi commercial

Source : *Etude sur l'e-commerce en Nouvelle-Calédonie*, réalisée en 2017 par l'Observatoire Numérique NC, en partenariat avec la Chambre de Commerce et d'Industrie de la Nouvelle-Calédonie (CCI-NC).

Le E-COMMERCE en Nouvelle-Calédonie

43% des internautes calédoniens sont e-shoppers



Source : *Etude sur l'e-commerce en Nouvelle-Calédonie*, réalisée en 2017 par l'Observatoire Numérique NC, en partenariat avec la Chambre de Commerce et d'Industrie de la Nouvelle-Calédonie (CCI-NC).

→ Le potentiel de croissance du e-commerce alimentaire en Nouvelle-Calédonie, illustré par la crise du COVID-19, est à exploiter par les entreprises agroalimentaires du territoire.

Le E-COMMERCE en Nouvelle-Calédonie

Points de vigilance

Quelques points de vigilance relatifs au e-commerce :

Les consommateurs ont des difficultés à faire confiance aux systèmes de paiement en ligne (39% en Nouvelle-Calédonie).

Source : Observatoire du Numérique NC, 2017



Les consommateurs ne peuvent contrôler le produit (sa qualité, son niveau de fraîcheur, sa date de durabilité, etc.).



Questionnement sur les achats d'impulsion & produits dits « plaisir » (confiseries, chocolats, produits de luxe, etc..).



Gestion de la chaîne du froid et des durées de vie pour les produits frais.



Des exemples de réponse :

L'objectif est de **rassurer les consommateurs**. Il existe des moyens **sécurisés** de paiement en ligne. A titre d'exemple, EpayNC est l'offre de la Calédonienne de Services Bancaires à destination des e-commerçants.



Mise en place de systèmes de traçabilité, d'information du consommateur, ..



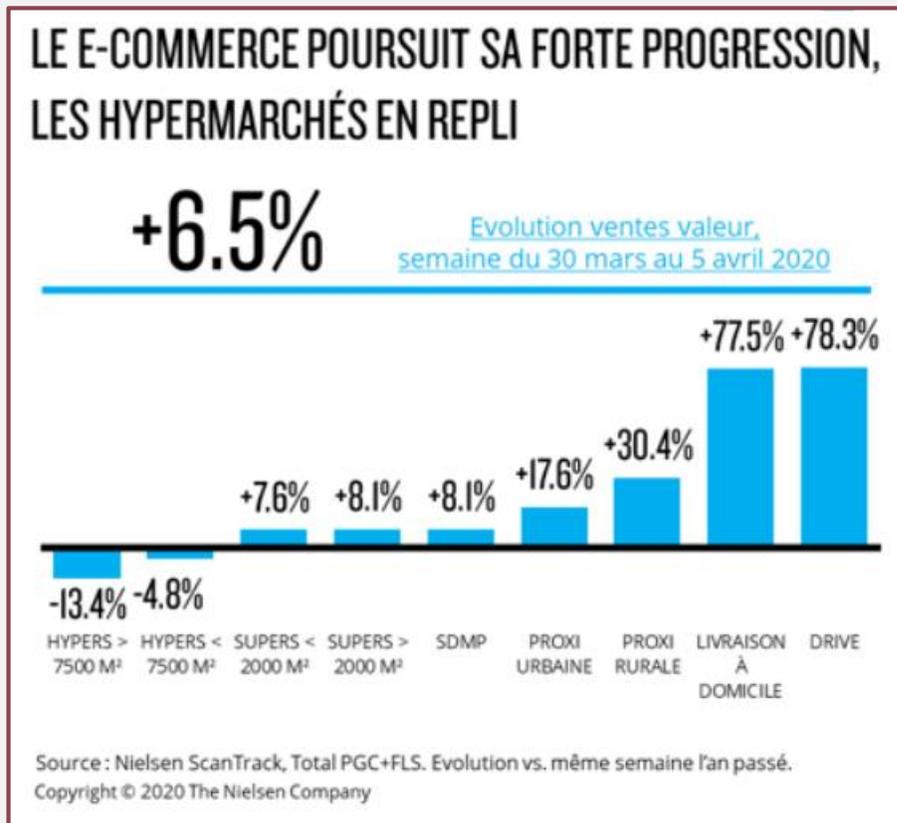
Il est essentiel de développer des interfaces et sites Internet avec une ergonomie de plus en plus poussée pour améliorer l'expérience consommateur.

Mise en valeur produits, expériences client...**à innover !**

Logistique à optimiser.

COVID-19 : Coup d'accélérateur pour l'e-commerce

La crise du COVID-19 a provoqué une **accélération spectaculaire des ventes en e-commerce** : exemple en France métropolitaine sur livraison à domicile et drive (Chiffres Nielsen France).



La **Nouvelle-Calédonie** n'échappe pas à cette tendance. Par exemple :

Les achats en ligne effectués sur la plateforme commerciale locale Shop.nc **ont été multipliés par deux** par rapport à la période de Noël pendant le confinement dû au COVID-19.

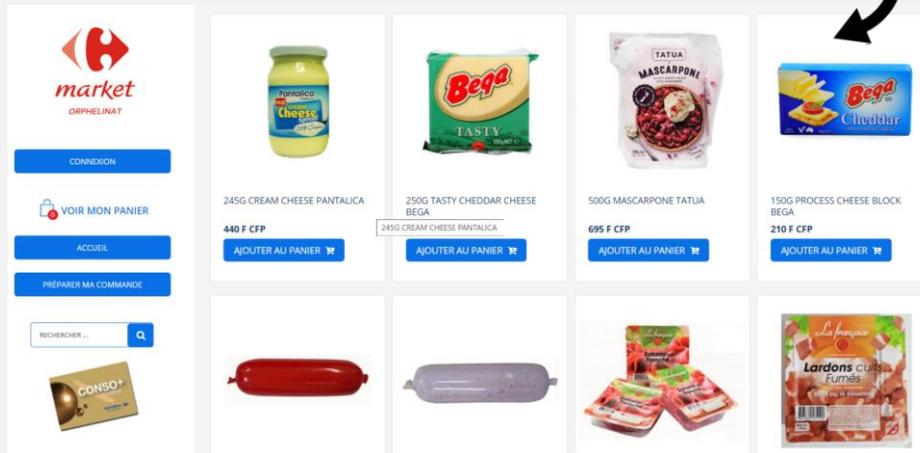
Source : article NC1ère du 17.04.2020



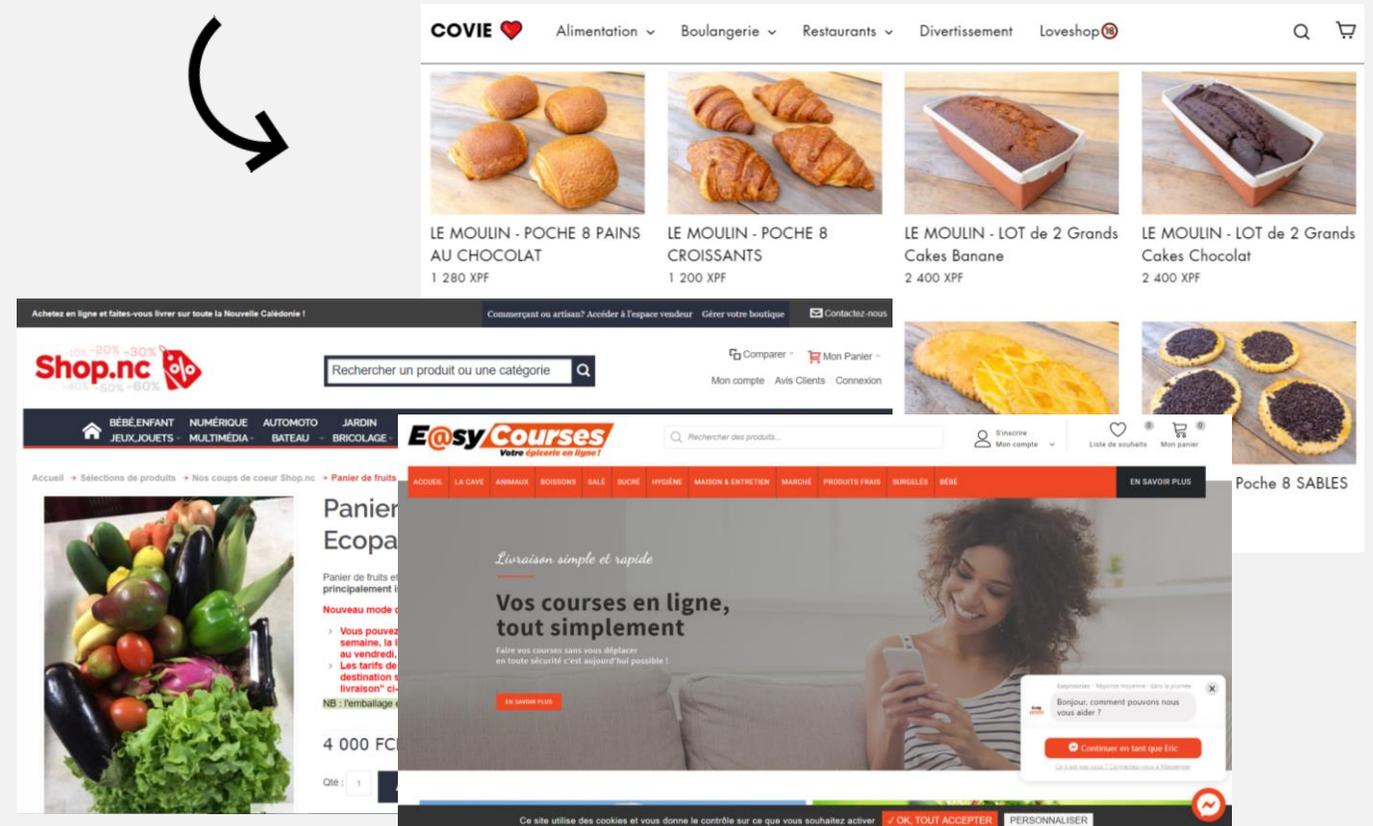
COVID19 : Coup d'accélérateur pour l'e-commerce

Quelques exemples : DISTRIBUTION

Mise en place d'un drive au Carrefour Market Orphelinat, Nouméa (passage de commande en ligne mais paiement en caisse pour le moment)



Plateformes (marketplaces) mettant en relation commerces et consommateurs, avec achat en ligne & incluant la livraison à domicile : ici par exemple « COVIE », « Shop.nc » & « EasyCourses ».



COVID19 : Coup d'accélérateur pour l'e-commerce

Quelques exemples : TRANSFORMATION

Certaines entreprises de transformation proposent leur propre service de livraison à domicile et/ou de retrait en magasin, avec paiement en ligne ou non. Quelques exemples observés sur la toile et les réseaux sociaux :

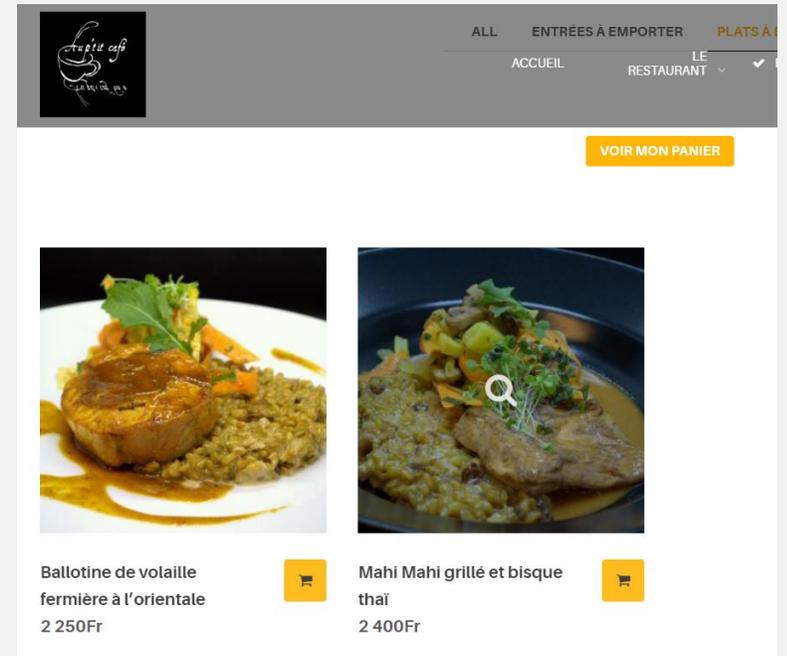
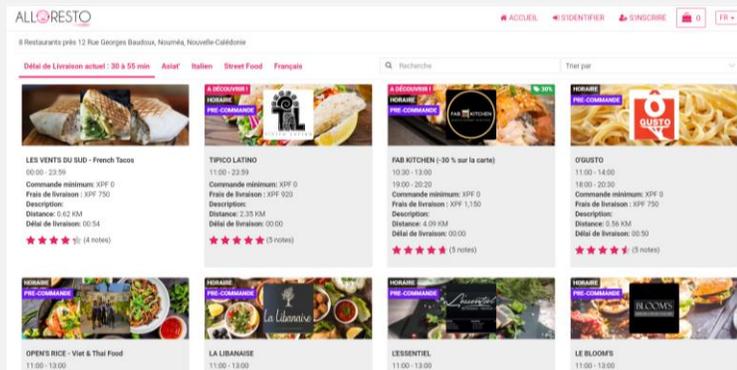


COVID19 : Coup d'accélérateur pour l'e-commerce

Quelques exemples : RESTAURATION



Plateformes (marketplaces) mettant en relation restaurateurs locaux et consommateurs, avec achat en ligne & incluant la livraison à domicile : ici par exemple « FEED ME » & « ALLORESTO ».



Certains restaurateurs possèdent leur propre site de vente en ligne, avec retrait des commandes au restaurant et/ou livraison à domicile : ici par exemple « Au p'tit café ».

E-COMMERCE

→ Au-delà d'être une tendance de fond, il semble être plus que jamais aujourd'hui une opportunité qu'il revient à chacun d'exploiter selon son secteur d'activité.

-

QUELQUES PISTES DE DEVELOPPEMENT ET D'INNOVATION

Alimentation connectée

E-COMMERCE : SUPPORT D'INFORMATION

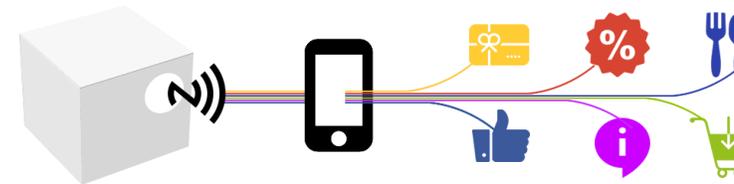
Les supports web permettent l'affichage de nombreuses informations supplémentaires sur les produits : traçabilité (exigence croissante), idées recettes, nutrition, etc.

SITES E-COMMERCE : SUPPORTS D'INFORMATIONS



bioattitude.nc,
Nouvelle-Calédonie
Rubrique « En savoir plus », présentant bienfaits, conseils d'utilisations etc.

PACKAGING CONNECTES & INTELLIGENTS



Accès instantané aux diverses informations sur le produit; traçabilité, etc. via les technologies QR CODE, NFC, RFID présentes sur l'emballage.



Marketing

E-COMMERCE : SUPPORT DE COMMUNICATION

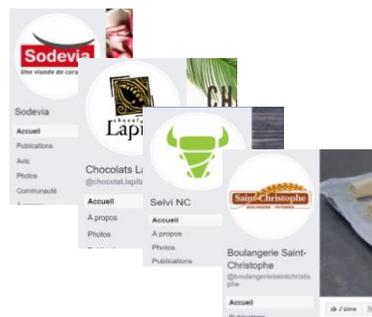
Les supports web permettent de diversifier les moyens de communication.

RESEAUX SOCIAUX



Utilisation des réseaux sociaux par les marques pour renforcer la fidélisation et la communication individuelle, personnalisée et instantanée auprès des consommateurs.

Des entreprises calédoniennes mettent en ligne leur catalogue produits, prix, promotions, idées recettes, etc.



COMMUNICATION CIBLEE

Le e-commerce permet une récolte de données online très précieuses liées au trafic web. **La connaissance des consommateurs permet des communications ciblées.**



Facebook Business Manager

Accès aux données chiffrées (nombre de pages visitées, profils des consommateurs, taux de clics, terminaux utilisés, etc.) de chaque publication, et de la page Facebook en globalité.

Logistique

PARTENARIATS INTER-ENTREPRISES

Mutualisation production-transformation-distribution
Développement d'offres complémentaires



Veggies & Casimir, Nouvelle-Calédonie

Mutualisation des livraisons : « packs » comprenant des produits Veggies ainsi que des produits Casimir.

CREATION DE GAMMES ADAPTEES

Développement de gammes ou d'activités industrielles spécifiques au format du drive ou de la livraison.



Exemple : maîtrise du poids fixe pour la viande, le poisson, les fruits et légumes, ..



POLE AGROALIMENTAIRE

ACCOMPAGNEMENT - TRANSFERT - INNOVATION

CONTACT

Téléphone : 24.90.77

Mail : agroalimentaire@adecal.nc

