



Perceptions du détail en ligne

L'état du détail en ligne de 2023 vu de l'intérieur

Nous avons sondé le secteur du commerce en ligne pour connaître son point de vue sur l'état actuel du marché et les attentes à satisfaire. Mesurez votre rendement et définissez vos priorités à la lumière de ce compte-rendu.

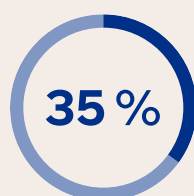


Retour sur 2022

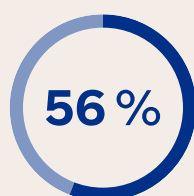
Ventes en ligne et tendances vertes à la hausse

Le volume des ventes en ligne a augmenté pour la plupart des commerces en 2022. Au-delà des dépenses de consommation accrues, le secteur a vu bondir la recherche de pratiques écoresponsables et le soutien aux entreprises locales.

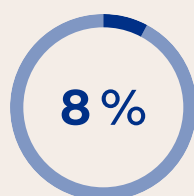
Volume de ventes de 2022 c. 2021



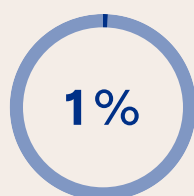
Beaucoup plus élevé
(hausse de 20 % ou plus)



Un peu plus élevé
(hausse de 5 à 20 %)



Comparable
(hausse d'environ 5 %)



Inférieur

Les 5 facteurs déterminants du rendement en 2022

- 01 Attente élevée de pratiques écoresponsables (21 %)
- 02 Dépenses de consommation accrues (19 %)
- 03 Soutien croissant aux entreprises locales (18 %)
- 04 Conjoncture économique dont l'inflation (17 %)
- 05 Augmentation du marché en ligne (17 %)

79 %

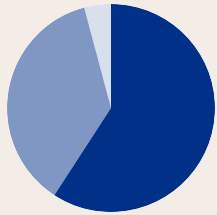
du secteur commercial en ligne croient que le développement durable devient un facteur clé du succès

Aperçu de 2023

De l'optimisme malgré l'incertitude économique

Malgré l'incertitude économique, une bonne partie du secteur commercial en ligne aborde 2023 avec optimisme, compte tenu de la croissance du bassin de clientèle et d'une offre améliorée au cours des dernières années.

Perspectives des ventes en ligne pour 2023



Meilleures qu'en 2022 – 60 %
Comparables à 2022 – 37 %
Inférieures à 2022 – 4 %



Les 5 raisons d'aborder 2023 avec optimisme

26 % Bassin de clientèle accru



- 26 % Offre améliorée
- 25 % Hausse de la demande pour la catégorie de produits
- 25 % Chaîne d'approvisionnement rétablie
- 23 % Soutien croissant aux entreprises locales



Les 5 raisons d'aborder 2023 avec prudence

37 % Conjoncture économique (inflation ou récession)

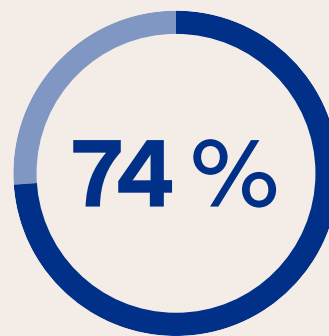


- 26 % Difficultés d'approvisionnement et de gestion des stocks
- 26 % Concurrence accrue d'autres commerces de détail canadiens
- 22 % Concurrence accrue d'Amazon
- 22 % Attentes de livraison élevées du marché

Les 10 priorités pour les 12 à 18 prochains mois

Les commerces canadiens tâcheront d'augmenter leurs ventes auprès de leur clientèle actuelle et de réduire leurs coûts d'exploitation.

- 01 Augmenter les ventes auprès de la clientèle actuelle (26 %)
- 02 Réduire les coûts d'exploitation (25 %)
- 03 Améliorer l'expérience d'achat (24 %)
- 04 Percer les marchés étrangers (24 %)
- 05 Acquérir une nouvelle clientèle (24 %)
- 06 Offrir diverses solutions de livraison (24 %)
- 07 Améliorer la procédure d'exécution des commandes (22 %)
- 08 Bonifier l'expérience de retour d'article (22 %)
- 09 Améliorer l'expérience en ligne ou sur appareil mobile (22 %)
- 10 Accélérer la livraison (20 %)



des commerces en ligne estiment qu'il est de plus en plus difficile de satisfaire les attentes du marché

Comment aborder le commerce en ligne au Canada en 2023? Avec un optimisme prudent! Bien que le secteur envisage la croissance d'un bon œil, les efforts consacrés pour augmenter le taux de rétention et réduire les coûts d'exploitation démontrent que la conjoncture économique commande une certaine réserve.

Pour pousser la réflexion et affermir vos décisions, consultez nos ressources sur postescanada.ca/contenupourcommercesenligne.

Source : Étude omni effectuée par The Strategic Counsel en mars 2023 pour Postes Canada.

