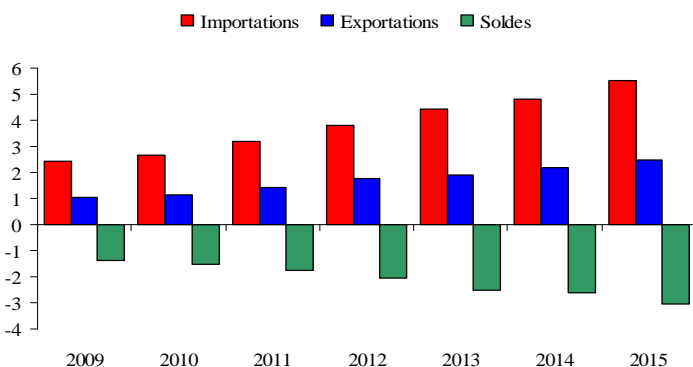




Le secteur de la vente à distance se développe à l'international

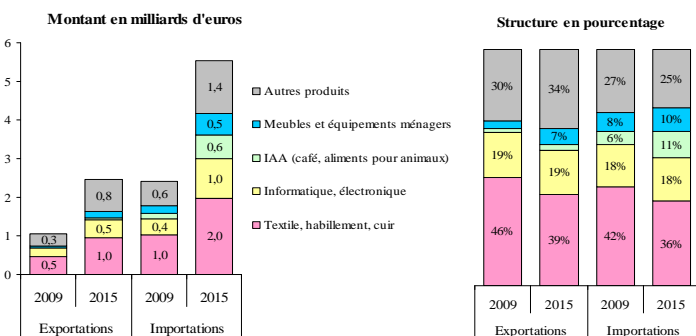
Le développement des nouvelles technologies a modifié en profondeur le commerce de détail. Le secteur de la vente à distance (VAD) connaît ainsi un essor considérable malgré un poids encore faible dans les échanges internationaux de biens. Les importations s'élèvent à 5,5 milliards en 2015, contre 2,5 milliards pour les exportations. Les échanges de la VAD touchent essentiellement les produits de consommation et d'équipement des ménages. Ce secteur, très concentré, se caractérise aussi par une forte présence des filiales étrangères.

1 Importations, exportations et soldes du secteur de la vente à distance entre 2009 et 2015 (en milliards d'euros)



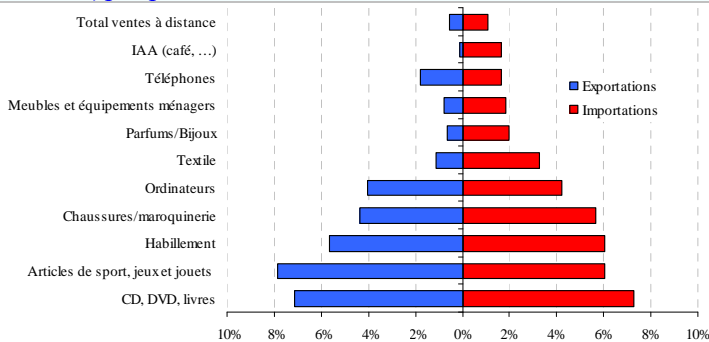
Source : Douanes – (champ : APE 4791A et 4791B)

2 Répartition par groupe de produits des échanges du secteur de la vente à distance



Source : Douanes – (champ : APE 4791A et 4791B)

3 Part du secteur de la vente à distance dans le commerce extérieur, par produit en 2015



Source : Douanes – (champ : APE 4791A et 4791B)

Guide de lecture : 6% des importations d'articles d'habillement relèvent du secteur de la vente à distance, contre 1,1% pour l'ensemble des importations.

Dynamisme des échanges de la vente à distance

La généralisation de l'équipement en ordinateurs, le haut-débit, l'accès mobile à Internet, les smartphones et autres tablettes, ont « électronisé » le commerce de détail révolutionnant le métier de commerçant. Les traditionnels véricistes, en perte de vitesse, ont retrouvé des couleurs avec la vente en ligne ; les pure-players sont leaders du secteur de la vente à distance, tandis que les enseignes physiques et les marques se positionnent massivement sur le e-commerce.

Aussi, le champ de la vente en ligne est difficile à appréhender dans son intégralité. Dans son acception large, il regroupe la vente sur catalogue, le e-commerce, la vente à distance de voyages et de spectacles, etc. Il se limite dans cette étude aux échanges de biens des opérateurs établis en France dont l'activité principale (APE) relève des codes 4791A et 4791B (vente à distance sur catalogue général ou spécialisé, hors automobile), soit 3 600 importateurs et 1 550 exportateurs en 2015.

Cette étude ne reprend donc ni les échanges de services, ni ceux des enseignes traditionnelles dont le e-commerce ne représente pas l'essentiel de l'activité, ni les échanges C to C (consumer to consumer), notamment dans le cadre d'une économie collaborative), ni les ventes à distance d'automobiles (voir encadré en page 2). Par ailleurs, les opérateurs réalisant annuellement moins de 460 000 euros d'introduction ou d'expédition (échanges intracommunautaires), n'ayant pas d'obligation déclarative statistique, sont également hors champ.

Ainsi définies, les importations relevant de cette activité, soit 5,5 milliards en 2015, surpassent les exportations (2,5 milliards), générant un solde déficitaire de -3 milliards. En effet, les vendeurs à distance achètent des biens pour desservir prioritairement le marché de proximité (France et pays frontaliers).

Les ventes à distance représentent ainsi une fraction marginale dans le commerce extérieur, soit 0,6% des exportations françaises en 2015 et 1,1% des importations. Pour autant, ces échanges sont largement plus dynamiques que dans les autres secteurs : les importations, comme les exportations s'accroissent de +15% en moyenne annuelle entre 2009 et 2015 (contre respectivement +4% et +4,5% tous secteurs confondus).

De la sorte, ce secteur pèse de plus en plus dans des échanges du commerce de détail. Il représente 16% des importations de biens du commerce de détail en 2015 (contre 8% en 2009) et 28% des exportations (contre 14% en 2009).

Domination des échanges en valeur de textiles et informatiques

Deux groupes de produits dominent le secteur de la vente à distance et représentent plus de la moitié de la valeur des échanges : l'habillement, marochinierie et chaussures (2,0 milliards à l'importation et 1,0 milliard à l'exportation en 2015) et les produits informatiques et électroniques (respectivement 1,0 milliard et 0,5 milliard).



La structure des échanges par produit est quasiment identique à l'importation et à l'exportation, à l'exception des produits agroalimentaires qui sont peu exportés par le secteur de la VAD.

En revanche, la structure géographique des échanges est différente : si les achats proviennent en premier lieu de Chine (24 %), suivie par l'Allemagne (15%), les ventes sont principalement destinées aux pays de l'UE (90 %), notamment aux pays frontaliers.

Du fait de la similarité de la structure des échanges par produit, la suite de l'analyse se concentre sur les importations du secteur de la VAD qui pèsent deux fois plus que les exportations.

Les articles d'habillement, textile et maroquinerie progressent de 12 % en moyenne annuelle entre 2009 et 2015, soit deux fois plus rapidement que l'évolution de ce groupe de produits tous secteurs confondus. La Chine demeure le premier fournisseur, avec le quart des importations, mais sa part de marché se réduit au profit du Vietnam (délocalisation des industries chinoises) et surtout de l'Allemagne et de l'Italie.

Les produits informatiques augmentent quatre fois plus vite que l'ensemble des secteurs (15 % l'an pour la VAD, contre 4 % pour l'ensemble des secteurs). Les importations d'ordinateurs et de téléphones tirent la croissance (respectivement +36 % et +56 % en moyenne annuelle). Les importations de la VAD sont constituées à 47 % d'ordinateurs, 18 % de téléphones et 36 % d'autres produits informatiques (électronique grand public, appareil optique et photo). Ces produits proviennent à près de 60 % d'Asie, essentiellement de Chine.

Les produits agroalimentaires se placent au troisième rang des importations du secteur de la VAD avec 0,6 milliard en 2015. Elles sont constituées aux trois quarts de café conditionné en dosettes (en provenance de Suisse), avec une croissance annuelle de 29 %, contre 4 % pour les achats de produits agroalimentaires tous secteurs confondus.

Enfin, les biens d'équipements des ménages représentent 0,5 milliard d'importations en 2015. Ces achats augmentent de 20 % en moyenne annuelle entre 2009 et 2015, contre 5,5 % tous secteurs confondus. La moitié des importations de biens d'équipement des ménages du secteur de la VAD est composée de meubles qui contribuent le plus à la croissance des achats du secteur.

Les produits culturels et les jouets se prêtent davantage à la VAD

Certains produits, bien que ne représentant qu'une faible part des échanges du secteur de la VAD, se prêtent bien à la vente à distance comme les CD/DVD et livres (7,3 % des importations contre 1,1 % en moyenne pour l'ensemble des produits) et les articles de sport, jeux et jouets (6,0 %).

Les articles d'habillement, la maroquinerie et les chaussures, poids lourds de la vente à distance relèvent également de cette catégorie (6%), tout comme les ordinateurs (4,2 %). Ils se distinguent des textiles (peu vendus aux particuliers) et des téléphones qui disposent de multiples canaux de distribution (commerce traditionnel et réseau des opérateurs de téléphonie).

Le poids des produits agroalimentaires vendus à distance est relativement faible dans la mesure où ce commerce se cantonne surtout aux importations de café. Les autres produits empruntent les réseaux traditionnels de commercialisation (commerce de gros, intermédiaires du commerce, etc).

Si la vente à distance des meubles, des équipements ménagers, des bijoux et des parfums se développe, la commercialisation de ces produits passe encore massivement par les réseaux traditionnels.

Forte concentration du commerce à distance

Les échanges de la VAD sont très concentrés : les 5 premières entreprises réalisent, en 2015, 60 % des exportations du secteur et 42 % des importations. Cette tendance à la concentration s'accroît :

elles effectuaient 54 % des ventes et 40 % des achats en 2009.

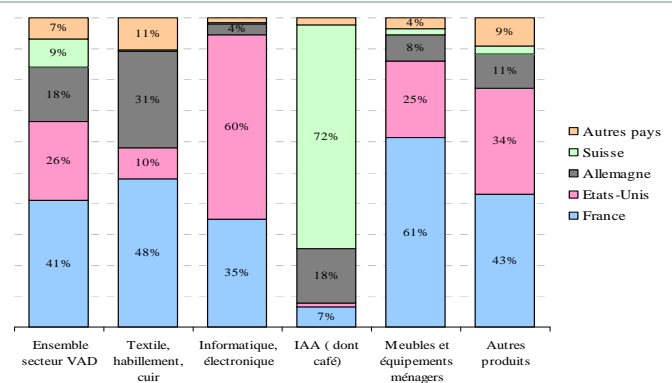
Les firmes, établies en France, sous contrôle étranger dominent le secteur de la vente à distance avec 59 % des importations et 54 % des exportations. Les filiales de groupes américains figurent notamment en bonne place puisqu'elles représentent le quart des importations de VAD (39 % à l'exportation), suivies par les allemandes (18 % des importations et 12 % des exportations).

Selon le produit, la nature du contrôle est néanmoins variable. Les importations d'informatique et d'électronique sont dominées par des filiales de groupes américains (60 %), qui occupent les deux premières places. Le premier opérateur est un généraliste (multi-produits), tandis que le second est spécialisé dans le domaine informatique et électronique (94 % de son activité).

Les importations de produits agroalimentaires sont encore plus concentrées, les trois premiers opérateurs réalisant 90 % des achats. La première est sous contrôle suisse.

A l'inverse, les groupes français sont majoritaires dans le secteur du textile/habillement/chaussure (48 %) ainsi que dans celui des meubles et des équipements ménagers (61 %). Les anciens leaders français de la vente par catalogue se maintiennent en bonne place sur ces deux segments de marché. Toutefois, parmi les dix premières entreprises du secteur du textile et de l'habillement, quatre sont allemandes (dont le leader).

4 Origine du contrôle des entreprises de vente à distance, selon le produit (importations 2015)



Sources : INSEE et Douanes – (champ : APE 4791A et 4791B)

Essor de la VAD d'équipements automobiles

Pour l'automobile, le secteur de la vente à distance n'est pas identifiable par l'activité principale. Aussi on appréhende ce segment de marché via les échanges internationaux des cinq principales entreprises spécialisées dans la vente à distance de pneus ou de pièces automobiles, à l'exclusion des mandataires (car leurs ventes s'effectuent par les deux canaux, physique et en ligne).

Les cinq leaders réalisent 103 millions d'exportations en 2015 et 74 millions d'importations (soit 0,3 % des importations et des exportations d'équipements automobiles tous secteurs confondus). Ce segment de marché est donc exportateur net, contrairement aux autres ventes à distance. Les pièces automobiles constituent 84 % des ventes. A l'inverse, les pneus dominent les importations avec 91 %. Les achats à distance de pneus surpassent les ventes, ce qui correspond au schéma classique du secteur VAD. Les exportations de ces entreprises sont très dynamiques, celles de pneus progressent de +121 % l'an entre 2012 et 2015 et celles de pièces automobiles de +44 %. En revanche, seules les pièces automobiles sont dynamiques à l'importation.

Contrairement à l'ensemble du secteur de la VAD, le segment de l'automobile est dominé par des firmes françaises, parfois adossées aux groupes leaders nationaux de l'industrie automobile qui investissent dans un marché en plein essor.