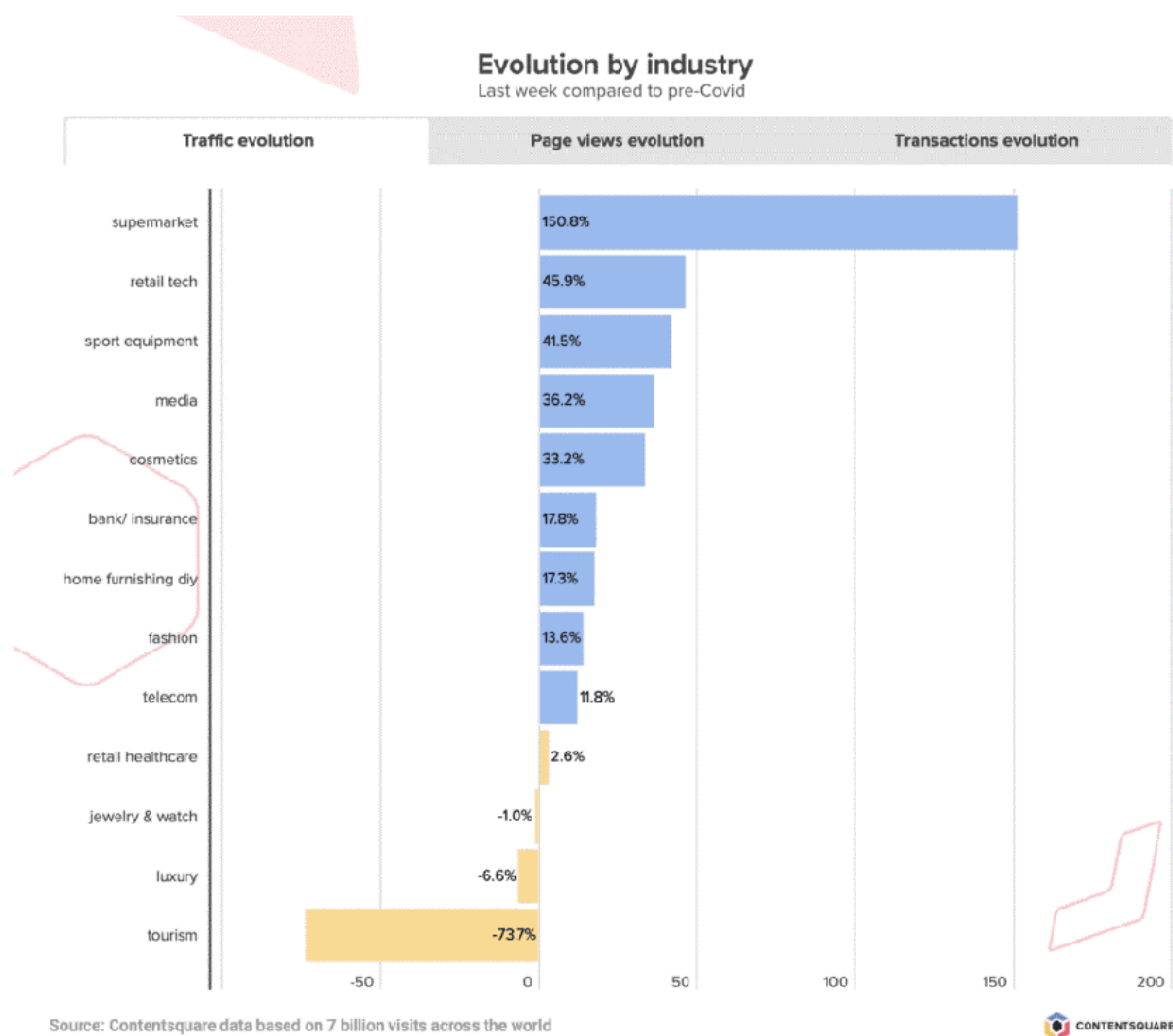


PARIS : L'impact du Coronavirus sur l'eCommerce, le baromètre Contentsquare

Contentsquare, la plateforme d'expérience analytics qui permet aux marques de créer de meilleures expériences digitales, propose chaque semaine, depuis le début de la crise engendrée par l'épidémie du Covid-19, un baromètre sur l'impact du Coronavirus sur l'eCommerce.



L'amélioration de la situation face au Covid-19 dans le monde ouvre la voie pour certains pays à une stratégie de déconfinement. Parmi ces pays, une partie supprime progressivement les restrictions mises en place ces derniers

mois. En Espagne comme en France, ce lundi a marqué la levée d'une partie des mesures liées au confinement : les commerces de petites tailles ont pu rouvrir leurs portes sous réserve de respecter les mesures sanitaires et de distanciation.

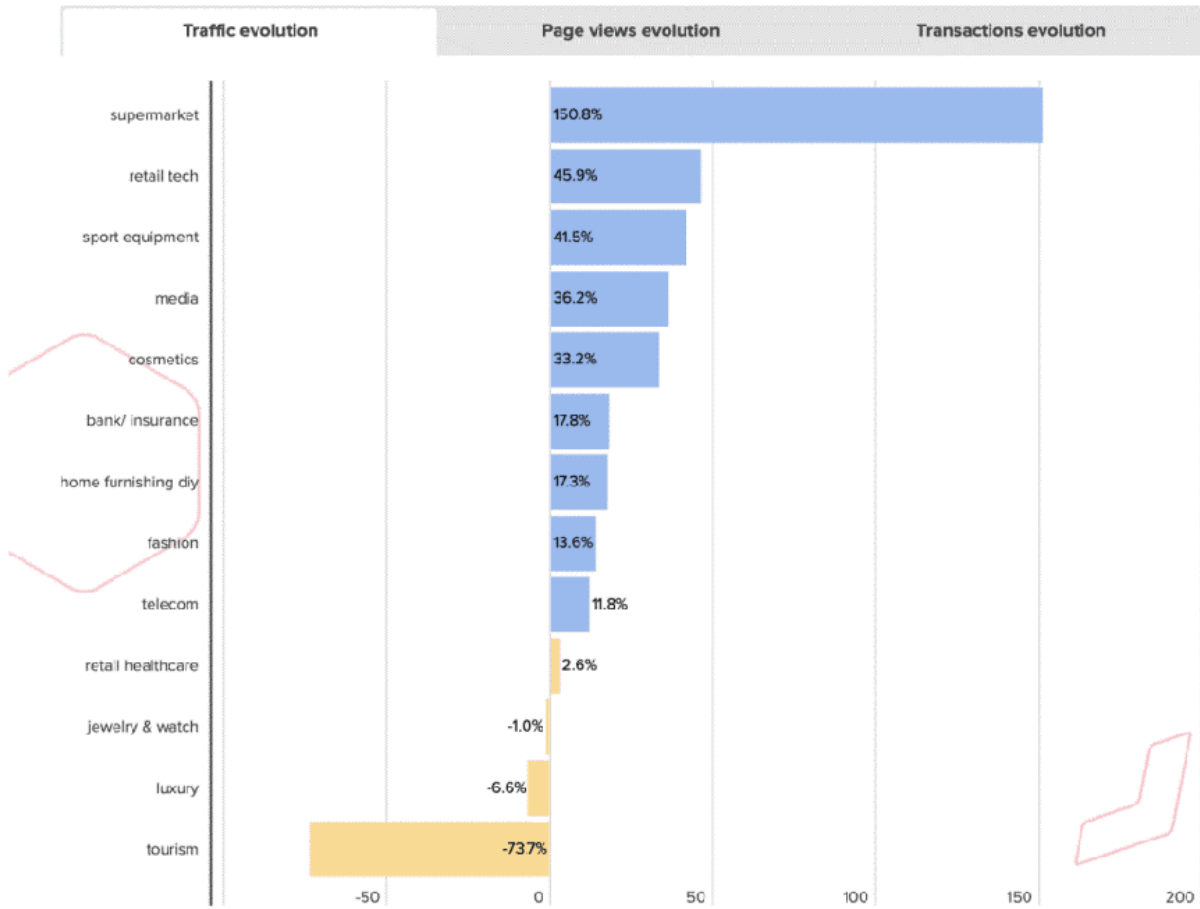
Pour la première fois depuis 7 semaines, le trafic ralentit

Même si cela reste peu visible sur l'ensemble de la période de confinement, cette dernière semaine, le trafic en ligne a connu un coup d'arrêt après des semaines de croissance. Le volume de visites reste toutefois bien au-dessus, +30%, par rapport à Janvier et Février derniers (période de référence). Idem pour les transactions, qui malgré un recul de -3% la semaine passée, demeurent bien plus fortes comparé à la période pré-crise avec une augmentation de +44% au global. En ce qui concerne l'engagement (temps passé par session), celui-ci a connu début Mars un démarrage fort suivi d'une chute notable, le ramenant désormais à des niveaux normaux.

Le déclin en trafic de -21% en Allemagne peut s'expliquer par la réouverture de tous les magasins depuis le 6 Mai. Les transactions en ligne ont, elles aussi, chuté (-17%) laissant entendre qu'une partie des achats passés en ligne étaient repassés en physique. Malgré tout, les ventes en ligne restent en forte augmentation par rapport à la période pré-crise, +48%.

Evolution by industry

Last week compared to pre-Covid

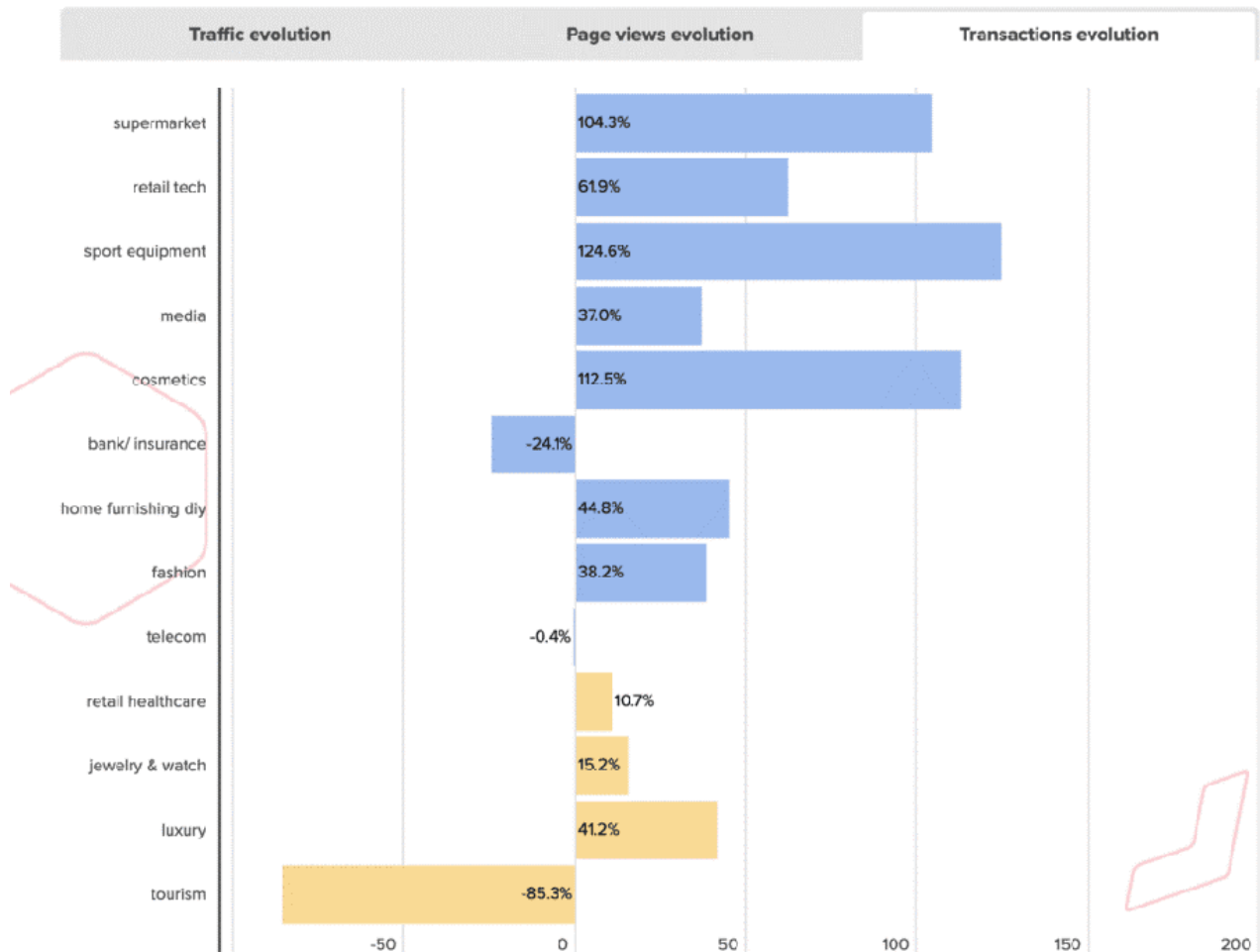


Source: Contentsquare data based on 7 billion visits across the world



Evolution by industry

Last week compared to pre-Covid



Source: Contentsquare data based on 7 billion visits across the world



L'été arrivant, les consommateurs se préparent à la reprise du sport

Qu'il s'agisse d'une météo plus clémente ou d'un horizon plus optimiste grâce à la levée de certaines restrictions, les articles de sports ont la côte ! Et notamment du côté des sites spécialisés dans les articles de sport : +10% de trafic en une semaine soit un total de +41% de visites supplémentaires depuis le début de l'épidémie. Quant aux transactions, elles sont aussi en augmentation de +6%, et c'est +124% que l'on observe sur toute la période !

Ce pic de trafic et de transactions est particulièrement visible au Royaume-Uni avec +14%. En France en revanche, l'engouement reste frileux avec seulement +5% de trafic la semaine passée et +2% de transactions.

Les transactions dans le tourisme ne s'arrêtent plus : une nouvelle semaine de croissance à deux chiffres

Le constat est sans appel, s'il y a bien un secteur impacté par la crise du Coronavirus, il s'agit du secteur du voyage (-74% de visites par rapport à la période de référence). La baisse des transactions, de -85%, est encore plus vertigineuse. Pourtant, les prémices d'un rebond sont bien là : la semaine dernière, les transactions sont reparties à la hausse avec +26%.

Malgré tout, selon les pays, les résultats restent assez inégaux : en France, par rapport aux États-Unis et au Royaume-Uni, la chute de trafic y est la plus forte avec -76% (-69% pour le Royaume-Uni et -71% pour les États-Unis). En revanche, en terme de transactions, le Royaume-Uni est le plus mal loti avec -92% contre -83% aux États-Unis et en France.

En toute logique, ce sont les acteurs du tourisme local qui tirent leur épingle du jeu contrairement aux acteurs internationaux, un constat d'autant plus flagrant d'un point de vue des transactions avec respectivement une chute des ventes de -79% contre -90%. Confirmant ce bilan, la plus forte progression cette semaine revient aux voyages domestiques et plus particulièrement aux sites de réservations de séjours (+72% d'une semaine à l'autre), le train (+54%) et les hôtels (+41%). Du côté des compagnies aériennes en revanche, il n'y a aucune amélioration, confirmant la tendance : les consommateurs commencent à organiser leurs vacances d'été certes, mais localement.

Cette amélioration montre bien que les consommateurs commencent à se projeter dans le futur et rêvent à leur prochaine escapade. Leur engagement remonte, même si le temps moyen passé par session est toujours en recul de -25% par rapport à la période pré-crise, il a tout de même augmenté de +10% depuis le 10 avril.

La décoration d'intérieur et les produits high-tech pâtissent du déconfinement

Que ce soit le trafic des sites d'intérieur et de DIY ou de leurs transactions, la baisse est flagrante (respectivement -10% et -12% la semaine dernière). Plusieurs hypothèses sont à envisager : la vague générale de travaux d'intérieur lancée en Avril prend fin alors que chacun a mené à bien les aménagements nécessaires chez soi. La baisse des visites (-7%) des sites high-tech et des transactions (-9%) peut, elle, être liée au fait que désormais, chacun est équipé en ordinateur portable, jeux vidéos et loisirs, l'intérêt et l'appétence se focalisant dorénavant sur d'autres objectifs.

Ces chiffres sont une comparaison entre la moyenne par semaine pré-coronavirus (6 janvier – 16 février 2020) et celle du 10 mai 2020 inclus.

Contentsquare a récolté des datas parmi ses 700 clients soit :

Nombre de sessions analysées : 7 milliards

Nombre de sites : 900

Zone géographiques : 26 pays partout dans le monde

>> Retrouvez toutes les datas Contentsquare (France & Monde) sur l'impact sur l'E-commerce du Covid-19 mises à jour en continu sur : <https://contentsquare.com/fr-fr/covid-19-ecommerce-impact-data-hub/>

A propos de Contentsquare :

Contentsquare permet aux marques de créer de meilleures expériences digitales.

Notre plateforme d'Experience Analytics capture des milliards de données comportementales en ligne et les transforme en recommandations utilisables par tous. Les marques peuvent alors générer plus de revenu tout en renforçant la fidélité client et leur capacité d'innovation.

Fondée à Paris en 2012, Contentsquare possède également des bureaux à Londres, New York, San Francisco, Munich et Tel

Aviv.

Contentsquare aide aujourd'hui plus de 700 marques dans 25 pays à proposer une meilleure expérience digitale à leurs clients.

Contentsquare fait partie du Next40 – l'indice rassemblant les start-ups françaises les plus prometteuses.

Pour en savoir plus, visitez contentsquare.com.

> Pour en savoir plus sur Contentsquare, rendez-vous sur :
Contentsquare.com

>> Retrouvez notre kit presse sur :
<http://brand.contentsquare.com/>