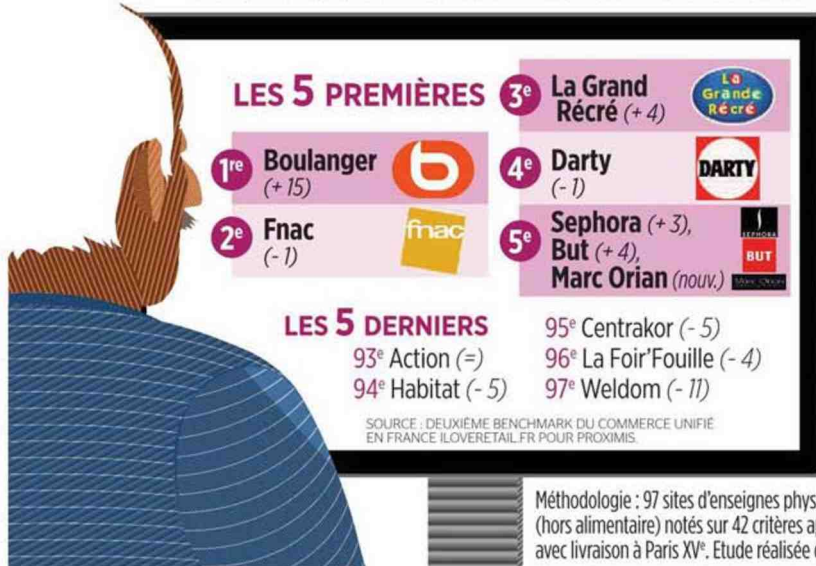




Le palmarès des enseignes

(évolution au classement par rapport à l'an dernier)



Les meilleurs sites commerçants

Selon une étude qui a noté les portails de 97 enseignes et que nous dévoilons en exclusivité, Boulangier est le plus performant.

E-COMMERCE

PAR SYLVIE DE MACEDO

AVEC LA CRISE SANITAIRE, l'e-commerce n'a jamais autant été plébiscité. La vente en ligne de produits a augmenté de 36 % au second trimestre 2020, selon la Fédération du e-commerce et de la vente à distance (Fevad). Des enseignes en ont profité pour accélérer leur transition numérique. Quelles sont celles dont les sites répondent le mieux aux attentes des clients en matière de délais, de livraison et de paiement ?

D'après la deuxième édition de Benchmark Iloveretail.fr pour Proximis, les enseignes du secteur culture-high-tech, les plus menacées par les pureplayers comme Amazon, se montrent toujours aussi performantes en ligne. Leurs atouts ? Une variété de modes de livraison, des coûts réduits et des délais bien affichés et rapides.

A noter, la « surprise » Boulangier, qui, en grappillant 15 places par rapport à 2019,

détrône son rival, la Fnac, en tête du classement. « Le Covid nous a poussés à mettre en place certains services comme le drive. Avec la crise sanitaire et les tensions sur la livraison, c'était le seul moyen pour mettre rapidement à disposition nos produits », décrypte Christophe Corfa, directeur e-commerce de Boulangier.

Un autre secteur, celui du jouet, « a également su profiter du confinement pour accélérer son développement en ligne en adoptant une stratégie omnicanale assez forte », pointe Mike Hadjadi, fondateur de Iloveretail.fr. JouéClub (13^e) enregistre une très belle progression par rapport à la dernière édition (+ 62 places). « Nous menons ce chantier digital depuis 2018. Mais, pendant le confinement, notre activité Web a été multipliée par dix », confirme Franck Mathais, porte-parole de l'enseigne de jeux, qui souligne la mise en place, fin 2019, d'un service drive en une heure, « bien utile ces derniers mois ».

Au sein des belles progressions, dans le secteur de la mode, la performance d'Etam (28^e, + 51 places) est aussi à souligner. « Depuis mon arrivée, il y a un an, j'ai fait du digital une priorité absolue avec cette volonté de faire de la navigation sur le site une expérience aussi agréable et simple qu'en magasin », affirme Patricia Tranvouéz, la directrice générale de l'enseigne, qui signale la mise en place du paiement par SMS ou encore le service Try at Home (« Essayez à la maison »).

Les déceptions Ikea et Bricomarché

En revanche, le leader du marché, Kiabi, se retrouve dans le « ventre mou » de ce classement (54^e, - 34 places), en raison de ses délais et coûts de livraison. « Nous essayons de répondre au mieux aux attentes des clients, assure Guillaume de Lacroix, chargé de Kiabi.com. Mais notre principal atout, c'est l'exclusivité de nos produits, que les clients ne peuvent trouver que chez nous. »

Parmi les « déceptions » de cette édition, on trouve (comme l'an passé), Ikea, 92^e (- 30 places), dont les points faibles sont « sa page d'accueil, les délais de livraison et les modes de paiement », énumère Mike Hadjadi. « Nous investissons beaucoup dans l'e-commerce de façon à avoir le même niveau de service en ligne qu'en magasin », précise toutefois l'enseigne, rappelant la baisse des coûts de livraison (de 59 € à 39 € pour les colis de + 20 kg et jusqu'à 400 € d'achat).

Bricomarché (79^e), bien placé en 2019, perd 56 places en raison de sa page paiement, pas assez fonctionnelle, et de ses modes et délais de livraison. « Surpris par ce résultat », le réseau précise que son activité en ligne connaît cette année « une croissance » importante (+ 740 %), alors que « plusieurs services ont été lancés ces derniers mois ». En queue de peloton, on retrouve des enseignes de bazar (Action, la Foir'Fouille...) pour qui l'e-commerce n'est pas une priorité.