

8^e édition du baromètre ACSEL « Croissance & Digital »



Des commerçants optimistes et résilients face aux crises

Le digital contributeur incontournable de la croissance pour 62% d'entre eux (+11 pts en un an)

Dans un contexte économique incertain, impacté par l'inflation et les crises successives, les commerçants français composent avec la situation et affichent un optimisme rassurant : près d'un quart d'entre eux (22%) tablent sur une croissance de +5% en 2024. Ils envisagent de développer de nouvelles offres et de nouveaux services toujours plus éco-responsables (+6 pts en un an). Cette dynamique est massivement portée par le digital qui est perçu, par une très large majorité (62%), comme le moteur de leur activité. Formations, recrutements, ils ont multiplié les leviers pour conduire cette transformation digitale et disposent désormais des compétences numériques fortes. 28% des commerçants ont déjà même recours à l'IA générative pour améliorer leurs process, leur relation client ou trouver des relais de croissance.

Croissance, investissement et RSE sont au rendez-vous malgré la crise

L'optimisme est le mot clé de cette édition. Les commerçants gardent le cap, une très large majorité (86 %) estime que son chiffre d'affaires sera stable (48%) voire en croissance (38%) en 2024. Engagés dans une dynamique de développement, 64% continuent à investir dans le digital malgré la crise. Ils optent, par ailleurs, à 68% pour des offres éco-responsables (+6 pts), plus que jamais conscients de l'impact de leurs choix sur l'environnement et des attentes de leurs clients. Près d'un tiers d'entre eux (29%) se sont diversifiés avec des produits de seconde main.

L'engagement envers la planète grimpe d'ailleurs à la 3^{ème} place de leurs préoccupations en matière de croissance, cité par 57% des personnes interrogées (+7 points), juste derrière la marge et le chiffre d'affaires.

Le digital : un large contributeur de croissance

Depuis 2020, le digital est devenu un pilier plus important chaque année, de la stratégie de développement des marchands. 100% des commerces de plus de 20 salariés sont engagés dans une politique de transformation digitale.

Perçu comme une opportunité par plus de la moitié des commerçants (53%), le digital est reconnu par 62% d'entre eux comme un contributeur du chiffre d'affaires, en hausse de 11 points par rapport à 2023. Le digital participe non seulement à leur visibilité, 78% (+6 pts) possèdent un site internet et 84% (+11 pts) une page pro sur les réseaux sociaux, mais également à leur activité, 13% des marchands réalisent plus de 25% (+5 pts) de leur chiffre d'affaires en ligne.

Formations et recrutements en hausse pour soutenir la transformation digitale du commerce

Le commerce ne cesse de se digitaliser et les commerçants en mesurent aujourd'hui les bénéfices. 63% d'entre eux disposent, grâce à la formation, des compétences numériques nécessaires pour accompagner la montée en puissance des pratiques numériques. Pour parachever la digitalisation de leur activité, ils accélèrent le recrutement des profils spécifiques, 34% (+13 pts) d'entre eux ont recruté ou envisagent de le faire. Pour ce faire, ils se tournent vers les jeunes talents, au premier rang desquels les alternants apprentis (+5 pts) suivis des stagiaires (+17 pts) plus aptes à maîtriser les outils numériques et plus engagés dans la

transformation digitale. En la matière, les entreprises de moins de 20 salariés se distinguent : 75% (+21 pts) se sont ou envisagent de se tourner vers les jeunes talents.

Cette montée en compétence va, logiquement, de pair avec une baisse des besoins d'accompagnement, -7 points en un an. Les banques sont plus que jamais les partenaires privilégiés pour accompagner la transformation digitale (34% en hausse de +7 pts).

Enfin, plus matures et mieux armés, les commerçants sont désormais plus à même de lutter face à la menace cyber, 79% (+7 pts) d'entre eux disposant d'outils et de solutions pour protéger leur activité et leurs collaborateurs.

Une appétence pour le digital, qui amène les commerçants à mettre en pratique l'IA

Loin d'être une technologie exotique que les commerçants observent de loin, l'Intelligence Artificielle est déjà au cœur de leurs réflexions : 63% d'entre eux estiment que c'est un facteur de gain de temps (+ 4pts) et 61% qu'elle permet d'améliorer la distribution (+7 pts).

1/3 d'entre eux a d'ailleurs pris le sujet à bras le corps en faisant usage plus précisément de l'IA générative de façon régulière ou occasionnelle. Les grandes entreprises ont un recours encore plus important à l'IA générative (39%), principalement pour créer du contenu personnalisé (30%), améliorer leur efficacité opérationnelle (26%) ou gérer la relation client (10%). Toutefois 24% des marchands n'identifient pas encore l'impact significatif de cette technologie.

A propos de l'ACSEL (www.acsel.eu)

L'Acsel est la principale association multisectorielle et transversale du numérique en France dont la mission est l'accélération de la transformation numérique. Elle réunit l'ensemble des acteurs de l'économie numérique, des entreprises et des organismes publics, de toutes tailles (grands groupes, PME, TPE, ETI, startups) et œuvre à leur mise en relation par des événements de networking. Avec sa Think Factory, l'Acsel analyse l'impact du numérique sur les différents secteurs de l'économie, anticipe les défis à venir et partage les bonnes pratiques.

Les thématiques traitées portent sur la mise en place d'un cadre de confiance dans les relations numériques ; le décryptage des (r)évolutions en cours dans tous les domaines et en particulier pour les secteurs bancaires et paiement, commerce, assurance, santé ; la veille sur la transformation des organisations, des compétences et des métiers autour du numérique ; l'analyse de l'apport des technologies connectées dans la vie quotidienne et dans les écosystèmes ; l'anticipation et la mise en œuvre des évolutions réglementaires qui impactent le digital.

Contact presse

Sandra Laberrenne – slaberenne@meiji-communication.com - 06 43 19 13 88