

## **7<sup>e</sup> édition du baromètre ACSEL « Croissance & Digital » : Les commerçants français, optimistes, investissent de plus en plus dans le digital**

- 69% des commerçants déclarent que la crise ne freine pas les investissements dans le digital
- 62% des commerces disposent des compétences en interne pour accompagner la montée en puissance des pratiques liées au numérique (+7 points)
- Une accélération qui va de pair avec un besoin d'accompagnement toujours plus fort : + 7 points (31%)

### **SYNTHESE TÉLÉCHARGEABLE [ICI](#)**

Malgré les bouleversements récents et le retour de l'inflation, les commerçants français ont bel et bien acté la transition digitale et affichent de solides ambitions sur ce sujet, ils s'appuient d'ailleurs plus que jamais sur la génération montante pour relever les défis de demain. Signe des temps, ils prennent désormais en compte les exigences d'un commerce plus responsable et multiplient les investissements pour diversifier leurs canaux de vente. Devenu incontournable, le digital participe indéniablement au chiffre d'affaires des commerçants mais près de la moitié d'entre eux (parmi les moins de 20 salariés) peinent encore à en mesurer la contribution exacte.

#### **Optimisme et digitalisation vont de pair**

Les commerçants sont résolument optimistes : 41% d'entre eux misent sur une croissance de leur chiffre d'affaires en 2023 (+ 1 point par rapport à l'an dernier). Pour l'immense majorité de la profession (91%), la transition digitale apparaît désormais comme une évidence, qu'il s'agisse encore d'un passage obligé (41%) ou plus franchement d'une opportunité (50%). On peut réellement parler d'un changement de paradigme, puisque 98% des commerces de plus de 20 salariés ont aujourd'hui entamé leur politique de transformation digitale.

#### **Un modèle de croissance plus responsable et plus inclusif**

Quand on leur parle de croissance, les commerçants interrogés ne se réfèrent plus seulement à leur marge et leur chiffre d'affaires (les items les plus cités à 88 et 81%). Ils évoquent bien sûr les talents et les compétences de leurs collaborateurs comme facteurs de réussite (à 52%), mais surtout ils s'appuient à présent sur de nouvelles valeurs comme l'engagement envers la planète et leur impact sur l'environnement (50%, voire 59% dans les structures de plus de 20 salariés). La voie semble désormais toute tracée vers un commerce plus responsable et un modèle de croissance plus inclusif. Ainsi, 62% des commerces proposent ou vont prochainement proposer des offres éco responsables (+ 13 points), et 33% d'entre eux ont d'ores et déjà mis en œuvre une politique RSE (+ 9 points).

#### **Vers un déploiement optimal des outils digitaux**

La crise et l'inflation ne freinent aucunement leurs investissements en matière de transition digitale, les commerçants sont en tout cas largement enclins à le déclarer (69%). En termes d'outils, 73% d'entre eux se sont dotés d'une page pro sur les réseaux sociaux, et 72% d'un site vitrine. Parallèlement, la diversification des canaux de vente s'accélère : 64% des commerçants utilisent un ou plusieurs canaux digitaux pour commercialiser leurs produits et leurs services (+ 4 points), et 42% possèdent désormais leur propre site marchand (+ 5 points). On constate également un déploiement toujours plus fort des outils de fidélisation, qui bondit de 10 points pour atteindre 49%. Les stratégies « omnicanal » commencent à faire leurs preuves :

14% des commerçants ont mis en place des actions de ce type, elles ont d'ailleurs permis à 92% d'entre eux de maintenir la relation avec leur client malgré la crise.

### **Un commerce qui se réinvente et investit dans les jeunes talents**

Le commerce ne cesse de se digitaliser. Aujourd'hui, 62% des commerçants disposent en interne des compétences nécessaires pour accompagner la montée en puissance des pratiques numériques (+ 7 points), et 42% ont mis en place des actions de formation ou envisagent de le faire à court terme (+ 6 points). Par ailleurs, 21% des professionnels interrogés recrutent ou envisagent de le faire, principalement dans le marketing et la communication, la vente et le commercial, ou encore les systèmes d'information. Plus significatif encore, parmi ceux qui recrutent (21%), 75% d'entre eux se tournent principalement vers les jeunes talents, au premier rang desquels les alternants apprentis (recrutement en progression de 28 points) suivis des stagiaires, jeunes diplômés. Les raisons invoquées ne sont pas économiques mais plus directement liées au profil de la génération Z, jugée plus créative, plus à même de s'adapter à toutes les situations, et donc plus apte à résoudre des problèmes complexes.

### **Une maturité digitale qui progresse**

Les commerçants sont aujourd'hui nombreux à identifier clairement les risques et les opportunités inhérents aux pratiques numériques. Ainsi, 50% d'entre eux prennent au sérieux les risques de cybermenace qui pèsent sur leur entreprise ; 72% des structures interrogées disposant d'ores et déjà d'outils et de solutions de sécurité permettant de se protéger. Par ailleurs, en ce qui concerne les leviers de croissance, les commerçants sont majoritairement convaincus des apports de l'IA sur leur activité : 59% pensent qu'elle leur fait gagner du temps, et 54% qu'elle améliore la recherche et la distribution de leurs produits.

### **Un apport du digital à mieux évaluer**

La question de la contribution du digital au chiffre d'affaires est plus que jamais au cœur des préoccupations des commerçants. Si 73% des commerçants de plus de 20 salariés reconnaissent l'apport du digital à leurs résultats, le chiffre est bien plus bas chez les petits commerçants (- de 20 salariés) et s'établit à 43%. Il est également à noter que près de la moitié des commerçants interrogés ne perçoivent pas d'impact du numérique sur le commerce local : un recul de 7 points par rapport à la précédente enquête.

### **Un besoin d'accompagnement toujours plus important**

Les professionnels du secteur sont de plus en plus nombreux (31%, soit + 7 points) à exprimer un besoin d'accompagnement pour mener à bien leur transformation. Ils recherchent majoritairement un accompagnement global ou technique, à la fois pour savoir par où commencer et pour maîtriser les nouveaux outils. Dans les structures de plus de 20 salariés qui expriment un besoin d'accompagnement, le besoin d'évaluer le retour sur investissement enregistre quant à lui une spectaculaire explosion (86%, soit + 22 points). Aux yeux des commerçants les organismes les plus à même de les accompagner dans cette démarche sont les banques (27% en hausse de 9 points), les agences de communication (24%) et les CCI (20% en hausse de 6 points).

#### **A propos de l'ACSEL ([www.acsel.eu](http://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](mailto:slaberenne@meiji-communication.com) - 06 43 19 13 88