



 bascule

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Après l'eCommerce, voilà le
Quick commerce !

basculer publie un livre blanc pour
décrypter cette nouvelle tendance
forte chez les e-Shoppers

La troisième génération d'eCommerce est déjà là

Dans une société en constante évolution, et notamment en pleine digitalisation, de nouveaux besoins et de nouvelles méthodes de consommation se développent. C'est le cas du Quick Commerce qui est apparu presque concomitamment au CoVid 19.

Ce modèle urbain repose sur une promesse de livraison ultra-rapide opérée par des livreurs en vélos approvisionnés dans des dark stores.

Si le phénomène n'en est qu'à ses débuts, il est difficile de passer à côté. Publicités géantes dans le métro parisien, coursiers en vélo flashy dans les centres-villes français, le Quick Commerce marque déjà la France. Pas étonnant, donc, que ce nouveau canal de distribution commence à intéresser les marques qui souhaitent s'y positionner.

bascule., l'expert de la performance des marques sur les canaux eRetail (Drive, click-and-collect, livraison, Quick Commerce), a ainsi constaté un fort intérêt des marques de grande consommation pour le Quick Commerce, à la fois pour comprendre cette tendance mais aussi pour mettre en place des outils afin de travailler avec ces acteurs.

Pour partager ses connaissances avec l'ensemble des acteurs concernés et/ou intéressés par la digitalisation des modes de consommation, [bascule.consulting](https://www.bascule.consulting) (filial du groupe bascule) publie un livre blanc qui retrace les évolutions récentes des changements du comportement des eShoppers. Il se focalise sur la «troisième génération» d'eCommerce : le Quick Commerce.





Sommaire

Introduction

1 - L'impact de la crise Covid19 sur les modes de consommations

- Les nouveaux modes de consommation (click-and-collect, eRetail)
- Prise de conscience chez les consommateurs : des habitudes alimentaires plus responsables

2 - Le bouleversement de la distribution avec une nouvelle génération : le Quick Commerce

- Etat des lieux en Europe : qui sont ces jeunes pousses ?
- Leurs ambitions et stratégies de développement

3 - L'avenir du Quick Commerce, un modèle pérenne ?

- Malgré de nombreux investissements, un système non rentable
- Le quick commerce, sur le modèle des trottinettes électriques ? Conclusion



Extrait

« Dans une société de l'instant, les consommateurs deviennent de plus en plus exigeants, et veulent tout et tout de suite. Se faire livrer ses courses en un clic, c'est la nouvelle exigence de consommateurs de plus en plus pressés. Dans ce contexte, est né le Quick Commerce (littéralement "commerce rapide"), qui est en passe de révolutionner le monde de la livraison.

Contrairement à ce que l'on pourrait croire, l'essor de la livraison rapide n'est pas si nouveau que ça. Pour bien comprendre comment nous en sommes arrivés là, revenons quelques années en arrière, plus précisément en 2005.

Cette année-là, l'entrepreneur Jeff Bezos lance le premier service de livraison rapide avec l'abonnement Amazon Prime. Afin que le modèle puisse se pérenniser, il a consommé des ressources humaines et financières considérables pour atteindre un seuil critique élevé. Aujourd'hui, Amazon compte 200 millions de membres, et plus d'un ménage américain sur deux utilise ce service. Le cas d'Amazon rappelle les débuts actuels du marché du Quick Commerce.

En effet, ce nouveau service de livraison express prend progressivement ses marques dans le paysage français, et évolue sur un marché en pleine expansion, fortement favorisé par la crise du Covid-19. En effet, cette dernière n'a fait que confirmer la demande en courses "sans contact" et a conforté le eCommerce dans les habitudes de consommation. Considéré comme un commerce de troisième génération, le Quick Commerce repose sur deux vecteurs essentiels, propres à la vente en ligne : la rapidité et la flexibilité des livraisons. L'objectif

étant d'offrir à la clientèle des produits de manière quasi

instantanée.

En moins d'un an, et à coups de levées de fonds, plusieurs startups ont investi le marché européen, avec un niveau de service jusqu'alors impensable et présentant des prix alignés sur ceux du commerce de proximité.

Plus encore, certains acteurs du Quick Commerce proposent des tarifs plus avantageux que les commerces de proximité. Ainsi, pour une moyenne nationale des prix à 100, Franprix est à 111,2 à Paris contre 98,1 pour Flink et 100 pour Gorillas. »



A propos de bascule.

bascule. est le premier service dédié à la performance eRetail des marques de grande consommation. L'entreprise accompagne les plus grandes marques pour développer leurs ventes en ligne.

L'entreprise propose des services complémentaires pour ses clients :

- bascule.consulting : cabinet de conseil en stratégie et opérations spécialisé sur la performance digitale ;
- bascule.data : massive data sur le comportement du consommateur en eRetail ;
- bascule.media : agence media spécialisée sur les enjeux digitaux de la grande distribution.
- bascule. s'est développée très rapidement et continue son expansion.

“

« Grâce à sa réelle expertise sur ces sujets, l'entreprise travaille déjà avec plus de 30 groupes de marques de grande consommation en Europe, dont les plus grandes enseignes françaises (ex : l'Oréal, Savencia, Bjorg). »

