

Contacts presse

Paul Grand
Elan Edelman
+33 (0)6 29 60 29 80
paul.grand@elanedelman.com

Benoît Vallé
Elan Edelman
+33 (0)6 25 98 11 62
benoit.valle@elanedelman.com

Adobe dévoile le premier Indice de l'économie numérique

Ce nouvel indice mesure l'économie numérique en temps réel ; le COVID-19 engendre une accélération de l'e-commerce et du click & collect.

PARIS. — 31 mars 2020 — Adobe (Nasdaq : ADBE) dévoile aujourd'hui un nouvel indice relatif à l'économie numérique (Digital Economy Index). Véritable baromètre de l'économie numérique en temps réel, il analyse des milliards de transactions en ligne à travers 100 millions de références dans 18 catégories de produits (aux États-Unis pour l'instant). Enregistrant une croissance plus rapide que l'économie globale, l'économie numérique est, dans le contexte actuel du Covid-19, plus importante que jamais, dans la mesure où les entreprises et les consommateurs du monde entier doivent composer avec une réalité uniquement numérique. De manière générale, alors que l'économie numérique continue son développement, il devient de plus en plus critique de suivre attentivement les évolutions des prix et des dépenses réelles afin de mieux cerner les tendances et mieux anticiper les changements dans les différents pays et secteurs d'activité.

Optimisé par Adobe Analytics et basé sur un « panier numérique du consommateur » qui mesure les ventes en ligne de biens et services, l'indice Adobe relatif à l'économie numérique met en avant une hausse moyenne de 20 % du pouvoir d'achat numérique — ce que les consommateurs peuvent acheter avec une certaine somme d'argent sur une période donnée — depuis 2014. Avec le COVID-19, les ventes ont fait un véritable bond dans certaines catégories : alimentation, médicaments anti-rhume, équipements de fitness, et ordinateurs. Le click & collect a augmenté de 62 %.

De nombreux autres enseignements sont mis en avant, parmi lesquels :

- **Le numérique modifie les comportements d'achat** : Certaines catégories de produits représentent une part grandissante du panier numérique, alors que d'autres sont en baisse. La part de l'alimentation est passée de 6 à 8 % en trois ans. Les marques de vêtements se sont mises très tôt au numérique et leur part de l'ensemble des transactions en ligne est passée de 21 à 23 % au cours des cinq dernières années. La part des ordinateurs est, quant à elle, passée de 21 à 8 % avec l'essor du mobile.
- **Le pouvoir d'achat numérique continue d'augmenter** : Les consommateurs voient leur pouvoir d'achat numérique progresser de 3 % par an en glissement annuel. Cette hausse représente une augmentation de 20 % depuis 2014, 1 dollar aujourd'hui permettant d'acheter ce qui coûtait 1,20 dollars à la même période de l'année. A l'inverse, dans le même laps de temps, 1 dollar consacré en 2020 à l'achat physique permet d'acquérir ce qui ne coûtait que 88 cents en 2014. Avec la digitalisation massive de la vie familiale, les économies digitales et physiques vont continuer à converger, au même titre que les prix.
- **Le COVID-19 engendre une accélération du e-commerce** : Entre le 1^{er} janvier et le 11 mars 2020, les ventes en ligne de certains produits ont connu une hausse spectaculaire : 807 % pour les solutions hydro-alcooliques, gants, masques et sprays antibactériens ; 217 % pour les médicaments en vente libre (anti-rhume, antigrippe et antalgiques) ; 231 % pour le papier toilette ; 87 % pour les produits de longue conservation et les conserves. Par ailleurs, début mars, les commandes d'équipements de fitness (kettlebells, haltères, vélos d'appartement et tapis de course) ont augmenté de 55 %. Les ventes en ligne des produits d'alimentation ont enregistré une hausse quotidienne de 100 % entre les 13 et 15 mars, tandis que le click & collect a augmenté de 62 % en glissement annuel entre le 24 février et le 21 mars.

- **L'innovation fait chuter les prix en ligne** : Les catégories de produits les plus innovants, c'est-à-dire ceux dont les références se renouvellent le plus (électronique, ordinateurs, TV), ont vu en un an : les prix en ligne baisser, le pouvoir d'achat en ligne augmenter, l'inflation américaine rester faible dans l'ensemble. Les prix de l'électronique en ligne ont, par exemple, diminué de plus de 40 % en cinq ans. Entre janvier 2014 et juillet 2017, la déflation en ligne a fait grimper le pouvoir d'achat en ligne de 3,9 % par an en moyenne. En revanche, lorsque les consommateurs se sont mis à acheter en ligne davantage de biens et services moins touchés par l'innovation (alimentation, ameublement, etc.), la déflation et le pouvoir d'achat en ligne ont ralenti de 2 % en glissement annuel. Dès lors que les achats en ligne commencent à représenter la totalité des achats, et pas seulement des produits les plus innovants, l'avantage de l'e-commerce en termes de prix va s'atténuer.

Panier du consommateur numérique

La part totale des achats en ligne aux États-Unis comprend les catégories suivantes : habillement (23 %), électronique (16 %), maison et jardin (12 %), informatique (8 %), alimentation (8 %), aménagement d'intérieur (5 %), électroménager (4 %), produits d'hygiène (4 %), fleurs et cadeaux (3 %), matériel de bureau (3 %), articles de sport (2 %), livres (2 %), bijoux (2 %), ameublement et literie (2 %), produits pour animaux (2 %) et jeux et jouets (2 %). Les catégories matériel médical et médicaments en vente libre représentent 1 % chacune.

Méthodologie

L'indice Adobe relatif à l'économie numérique offre les insights les plus complets de leur catégorie, basés sur l'analyse de plus de mille milliards de visites de sites et plus de 100 millions de références. Adobe Analytics mesure les transactions de 80 des 100 premiers e-commerçants américains, soit plus que n'importe quelle autre entreprise technologique. Les analyses sont plus fines que les évaluations basées sur des enquêtes, car Adobe est la seule entreprise d'édition de logiciels à avoir accès à un tel volume de données de consommation transactionnelles en temps réel. Plusieurs administrations et organisations professionnelles américaines, dont le Bureau of Labor Statistics, la Réserve fédérale et le Bureau du recensement des États-Unis, ont accepté de coopérer avec Adobe pour bénéficier d'un éclairage immédiat sur l'économie numérique et d'un accès aux données.

Ressources complémentaires

- Article de blog sur [l'Indice de l'économie numérique](#)
- Suivez l'actualité de [l'Indice de l'économie numérique](#)

À propos d'Adobe

Adobe révolutionne les expériences numériques à travers le monde. Pour plus d'informations, consultez le site www.adobe.com/fr.

###