

Le e-commerce se porte bien

● Les résultats de l'étude que vient de mener Kaymu sur le e-commerce au Maroc dresse un profil des utilisateurs des plateformes commerciale électroniques et met en évidence quelques chiffres clefs relatifs au segment des sites marchands au Maroc.



Kaymu vient de livrer les résultats d'une étude sur le e-commerce au Maroc. L'enquête a dévoilé quelques chiffres clefs sur le segment et a dressé le profil des cyberconsommateurs marocains.

Perspectives

L'étude de Kaymu sur le e-commerce dévoile un taux de croissance fluctuant du e-commerce au Maroc. En 2014, année pour laquelle on dispose d'une croissance calculée, cette dernière a atteint son pic lors du dernier semestre (50%). Les prévisions de l'année 2015 se veulent très optimistes. Le e-commerce, selon l'étude de Kaymu, devrait connaître une croissance exponentielle lors des deux derniers trimestres de l'année en cours, et le taux de croissance du secteur devrait avoisiner les 75%. 2016 s'annonce bonne pour les marchands en ligne. En effet, lors des deux premiers trimestres, le segment affichait un taux de croissance de 78%. Cette tendance haussière se confirme tout au long de l'année. Les deux derniers trimestres de 2016 devraient être très bénéfiques pour la croissance du segment. Cette dernière devrait enregistrer un taux de croissance des plus élevés, à savoir 95%.

Profil des habitués des sites marchands

À en croire les résultats de l'étude de Kaymu, la plus grande frange des cyberconsommateurs marocains se situe dans la tranche d'âge des 25-34 ans, avec un pourcentage de 38%. Ce pourcentage s'amenuise au fur et à mesure que l'on avance dans l'âge. Les seniors, catégorie délimitée à 55-64 ans, sont les moins enclins à effectuer des achats sur les sites marchands. En effet, seulement 3% des seniors sont des cyberconsommateurs. Selon les résultats de l'étude toujours, les hommes sont les plus habitués des sites de e-commerce avec un pourcentage de 58% comparé aux femmes avec 42%. Ces cyberconsommateurs marocains se concentrent -et cela n'a rien d'étonnant- sur l'axe Casablanca-Rabat. Casablanca se classe en tête de file avec 39% d'utilisateurs, Rabat occupe la deuxième position avec un pourcentage de 18%. C'est la ville de Tanger qui compte le moins de cyberconsommateurs. Ils sont seulement 5% dans la ville du Nord à faire des achats en ligne. En termes de catégorie d'achat, les consommateurs marocains du net sont férus, avant tout, de produits high-tech, relève l'étude

menée par Kaymu. Les vêtements et chaussures puis la joaillerie se classent respectivement aux deuxième et troisième positions. L'expérience d'achat en ligne chez les internautes marocains, a souligné l'étude, se fait via les ordinateurs à hauteur de 55%. Par ailleurs, l'achat via les terminaux mobiles est moins développé au Maroc. 36% d'achats seulement sont effectués via smartphones. Les tablettes numériques semblent, selon l'étude, être les terminaux les moins prisés par les cyberconsommateurs pour acheter en ligne. 9% seulement des achats s'effectuent via les tablettes numériques.

Sources de trafic et modes de paiement

À en croire l'enquête de Kaymu sur le e-commerce au Maroc, les modes de paiement les plus populaires auprès des internautes sont les paiements à la livraison, via Amana Express, par virement bancaire et par carte de crédit. L'étude ne fournit pas plus d'indications sur les pourcentages d'utilisation de ces moyens de paiement. L'enquête sur le e-commerce a identifié les trois plus importantes sources de trafic que se répartissent les sites marchands au Maroc. Les publicités sur le moteur de recherche Google se taillent la part du lion avec 34% du trafic, talonnées par les publicités Facebook qui génèrent 30% du trafic vers les e-commerces au Maroc. Par ailleurs, la part du trafic issu des résultats de recherche reste relativement faible. Elle ne dépasse pas les 11% du trafic global générés par les autres canaux. Il est à rappeler que le Maroc compte quelque 17 millions d'internautes, ce qui équivaut à un taux de pénétration d'Internet de 50,4%.

PAR ASMÂA EL KEZIT
a.elkezit@leseco.ma

● ● ●
Les hommes sont les plus habitués des sites de e-commerce avec un pourcentage de 58% comparé aux femmes avec 42%.

Q/R



Youness Haddouk
Regional Head of SEO

Les ÉCO : Quelle méthodologie avez-vous adopté pour mener cette étude et sur quelles ressources vous êtes-vous basés pour conduire l'enquête ?

Youness Haddouk : Cette étude repose à la fois sur les informations recueillies via des outils d'analyse étudiant un échantillon de 500.000 visiteurs ainsi qu'un sondage effectué auprès de 250 de nos plus fidèles et plus actifs consommateurs (voir sources). En ce qui concerne le sondage, celui-ci a comporté des questions généralistes visant à apporter des réponses sur le rapport du consommateur marocain à l'achat en ligne de manière générale, pas spécifiquement sur Kaymu. C'est ce qui nous a permis de livrer des chiffres éclairant sur le shopping en ligne au Maroc. Pour ce qui est des outils d'analyse (certains accessibles au grand public et d'autres plus sophistiqués), ceux-ci ont incontestablement été notre principale source d'information.

Quelles sont les difficultés auxquelles vous avez été confrontés, en menant l'étude ?

Cette étude ne s'est pas faite sans difficultés car il faut savoir que le e-commerce est un secteur où la documentation manque. Nous sommes donc très heureux que notre plateforme soit la première à livrer un contenu de ce genre au Maroc. Toutefois, l'aperçu livré par ce travail de recherche, bien qu'exact et représentatif, gagnerait à être approfondi par les recherches des autres acteurs leaders et différentes parties prenantes du e-commerce au Maroc. Ce travail est le premier jet d'une série de rapports que nous entendons publier au cours de l'année à venir. Ainsi, nous aspirons à apporter une première pierre à l'édifice qui ne saurait être construit sans l'implication de tous les représentants du secteur.