

Informe Especializado

Ecommerce – Francia
Industria de la Moda



2022

Ecommerce - Industria de la Moda

Francia

I. Introducción

Las ventas netas de comercio electrónico de las 500 principales tiendas en línea francesas representaron alrededor de US\$ 42 mil millones en 2020. Amazon.fr encabeza la lista de las tiendas en línea por ventas netas en Francia en 2020.

Otros jugadores importantes y destacados en el mercado francés son, p.cdiseunt.com, veepee.fr, auchan.fr y fnac.com. Las 5 principales tiendas en línea de Francia representaron el 31 % de las ventas netas de las 500 principales tiendas en línea en 2020.

Este informe especializado proporciona una descripción general completa del mercado de comercio electrónico francés con foco en la industria de la moda, incluidos los conocimientos de los consumidores, las tendencias del mercado y los análisis de las principales tiendas.

Factores Claves:

Capital	París
Población	65 millones
Población entre 15 y 64 años	40 millones
Porcentaje de población urbana	81%
PBI per cápita	US\$ 23'255

Elaboración: Dpt de Inteligencia de Mercados – Fuente: IMF, World Bank, UN, Eurostat

Datos sobre el comercio electrónico francés:

Consumidores	Usuarios ecommerce 2021	Penetración de internet	Penetración de ecommerce
	48 millones	84%	74%
Mercado	Ventas netas 2020 en Francia	Crecimiento de ventas netas 18-20	Mayor categoría basada en ventas netas
	US\$ 42 mil millones	46%	Moda
Tiendas	Top 5	Porcentaje de mercado de las Top 5 online stores	
	Amazon Cdiscount Veepee Auchan Fnac	41%	

Elaboración: Promperú Fuente: ecommerceDB – Statista Digital Market Outlook 2021

El comprador online en Francia

- Se espera que el número de usuarios de comercio electrónico crezca un 6% a 52 millones de usuarios en Francia para 2025
- 74% de la población en Francia compra en línea
- Los compradores en línea en Francia están más orientados a los precios de la ropa
- En la categoría zapatos, la diferencia entre Francia y el Reino Unido es mayor:
 - en Francia, el 60 % de los compradores en línea, en comparación con el 34 % en el Reino Unido, presta atención a los productos de bajo precio.
- Los compradores en línea en Francia prestan más atención a los productos de lujo en la categoría Smartphone
- La relevancia de los productos Premium para los compradores en línea en Francia y el Reino Unido es comparable en la mayoría de las categorías
- Los teléfonos inteligentes son los dispositivos más utilizados para comprar en línea en Francia
- En el Reino Unido, los teléfonos inteligentes también son los dispositivos más utilizados
- En Francia, ropa y zapatos tienen las tasas de devolución más altas
- Especialmente en la categoría ropa, las tasas de devolución en Francia son mucho más bajas que en el Reino Unido.

II. Visión General

El segmento de mercado de comercio electrónico de la moda abarca la venta comercial (B2C) de prendas de vestir (para hombres, mujeres y niños), calzado (como, zapatos de cuero, zapatillas de deporte, calzado de lujo, así como textiles y otros calzados), equipaje y bolsos (maletas, carteras y maletines), así como accesorios (como, sombreros y gorras, relojes y joyas) a través de un canal digital.

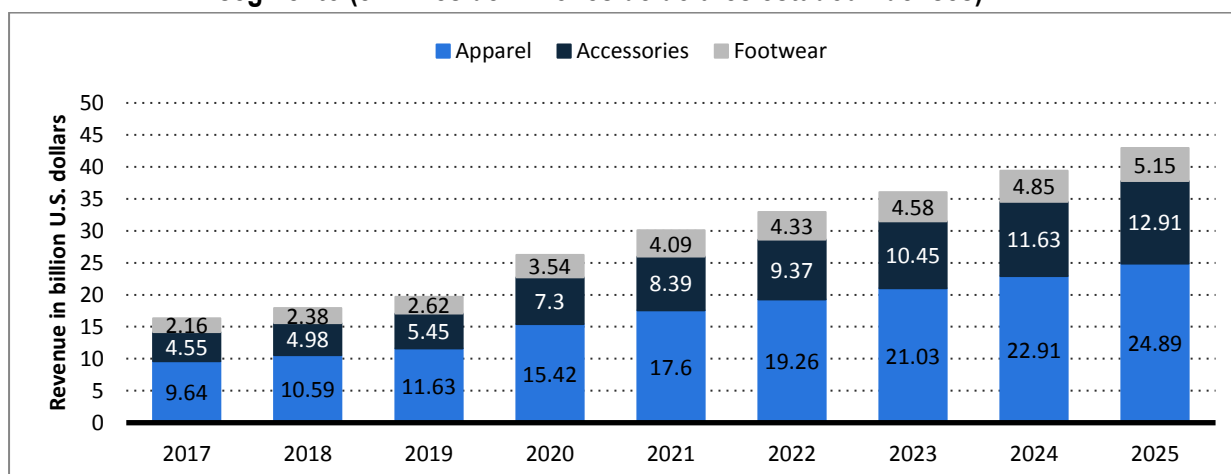
Los principales canales de venta en este segmento de mercado incluyen minoristas de Internet (como, amazon.com) y minoristas de moda en línea (como Asos, Zalando, Nordstrom) o minoristas de categorías dedicadas (eBags, zara.com, clarks.com, samsonite.com).

La ropa deportiva y para actividades al aire libre, el calzado deportivo y para actividades al aire libre, así como la ropa para bebés no se incluyen en este segmento ya que es denominado normalmente como juguetes, hobby y bricolaje. Tampoco se incluye en este segmento de mercado la compra y reventa de artículos de moda usados. Todas las cifras monetarias se refieren a los ingresos brutos anuales y no tienen en cuenta los costos de envío.

Se proyecta que los ingresos en el segmento de la moda alcancen los US \$ 32'960 millones en 2022. Se espera que los ingresos muestren una tasa de crecimiento anual (TCAC 2022-2025) de 9,23%, lo que resulta en un volumen de mercado proyectado de US \$ 42'960 millones para 2025.

Con un volumen de mercado proyectado de US \$ 312 mil millones en 2022, la mayoría de los ingresos se generan en China. En el segmento Moda, se espera que el número de usuarios ascienda a 35,7 millones de usuarios para 2025. La penetración de usuarios será del 47,4% en 2022 y se espera que alcance el 54,1% para 2025. Adicionalmente, se espera que el ingreso promedio por usuario ascienda a USD 1'06 mil.

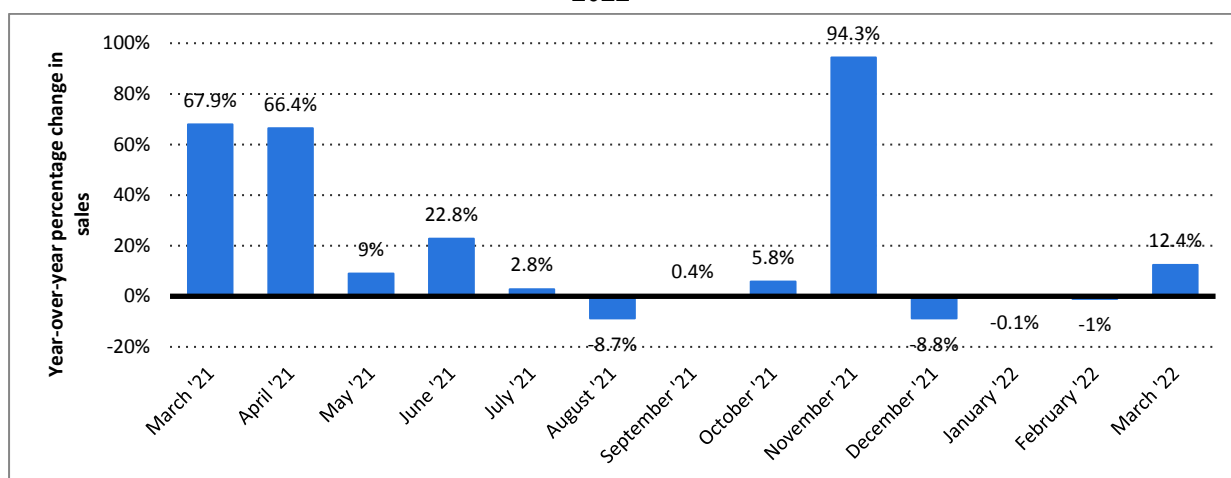
Pronóstico de ingresos del comercio electrónico de moda en Francia de 2017 a 2025, por segmento (en miles de millones de dólares estadounidenses)



Fuente: Statista Digital Market Outlook - Junio 2022

En 2021, el segmento de prendas de vestir en el mercado de comercio electrónico de moda en Francia generó los mayores ingresos con un valor de USD 17'600 millones, según estimaciones de Statista Digital Market Outlook, el segmento de calzado generó los menores ingresos con USD 4'090 millones. Se proyecta que los ingresos en cada segmento aumenten en los próximos años.

Variación interanual de las ventas de prendas textiles en Francia de marzo de 2021 a marzo de 2022



Fuente: Institut Français de la Mode

Del consumo de prendas de vestir y textiles en febrero de 2022, se puede inferir que los ingresos descienden ligeramente en comparación con el 2021 en -1,0 % y descienden considerablemente en comparación con febrero de 2019 en -6,4 %.

Los resultados de febrero de 2022 indican una ligera caída en las ventas de prendas de vestir y textiles de los distribuidores:

- -1,0% con respecto a febrero de 2021.

Las ventas de febrero de 2021 se mantuvieron estables con respecto a febrero de 2020. El inicio de 2021 se dio en un contexto difícil (toque de queda desde las 18:00 horas e implementación a partir del 31 de enero del cierre de centros comerciales no alimentarios y grandes superficies de más de 20'000 m²). En comparación con febrero de 2019, la actividad comercial en febrero de 2022 registró así una caída del 6,4%.

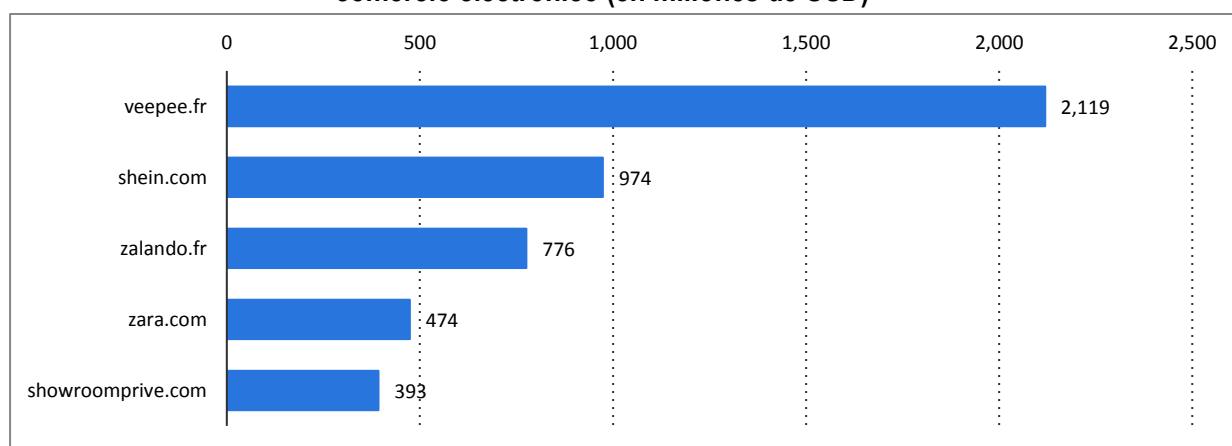
Las ventas online de todos los canales cayeron con fuerza en febrero de 2022 (-30,2% respecto a febrero de 2021), mientras que la actividad comercial en puntos de venta se benefició de un incremento del 13,4%. Es notable que en febrero de 2021 el crecimiento del comercio online había sido del 67,9% respecto a febrero de 2020.

Durante los dos primeros meses de 2022, las ventas de ropa y textiles siguen siendo comparables a las de los dos primeros meses de 2021 en -0,4 %, pero siguen siendo significativamente inferiores en comparación con los dos primeros meses de 2019 con -13,8 %.

III. Comerciantes y marcas

Las siguientes estadísticas presentan una clasificación de las principales tiendas en línea en Francia en el segmento Moda en 2021, ordenadas por ventas netas anuales de comercio electrónico.

Principales tiendas en línea en el segmento Moda en Francia en 2021, por ventas netas de comercio electrónico (en millones de USD)

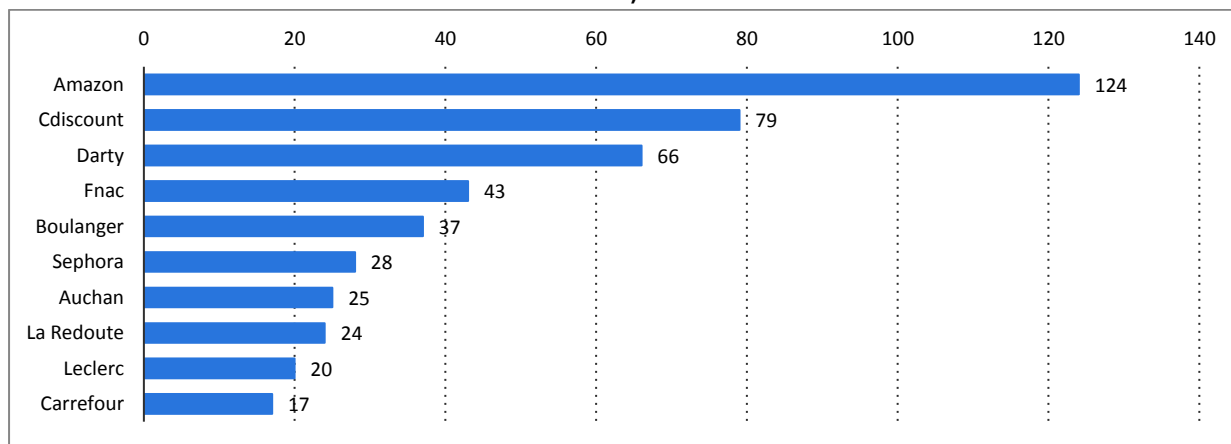


Fuente: ecommerceDB.com

En 2021, el líder del mercado, veepee.fr, generó USD 2'119 millones a través de la venta en línea de artículos de moda en Francia. La tienda en línea shein.com ocupó el segundo lugar con un ingreso de 974 millones de dólares estadounidenses.

Días de ventas altas

Retailers de comercio electrónico más buscados para el Black Friday en Francia en 2021 (en miles)



Fuente: SmartKeyword - Black Friday SEO 2021

Cada año, el Black Friday marca una fecha decisiva para las tiendas retailers en línea, ya que un porcentaje significativo de sus ventas anuales tiene lugar en esos días.

En 2021, un análisis de palabras clave identificó los minoristas en línea más buscados para el Black Friday en Francia, que tuvo lugar el 26 de noviembre. Según los resultados, Amazon fue el minorista en línea más popular entre los consumidores franceses, acumulando aproximadamente 124'000 consultas. Le siguieron las tiendas electrónicas francesas como: Cdiscount y Darty, con 79'000 y 66'000 búsquedas, respectivamente.

El mercado de la moda en línea en Europa¹

El mercado de la moda online sigue siendo el sector más popular del comercio electrónico. El Global Fashion Business Journal informó que en 2020, las ventas en línea representaron más del 30% del mercado total de la moda en la Unión Europea, con una participación de hasta el 48% en el Reino Unido o el 33 % en Alemania. El año pasado en Francia, Italia y España, la cuota online fue del 23%, 22% y 19%, en cada caso.

Amazon y la industria de la moda en línea no son necesariamente la historia de éxito esperada. Durante mucho tiempo, el gigante del comercio electrónico abandonó este sector y, por lo tanto, fue superado por otros jugadores. Esto suele ser lo que la gente suele pensar de Amazon y la moda. Pero no es tan simple.

En Alemania, Zalando, OTTO, bonprix.de, About You y H&M superaron a Amazon en este segmento en 2019, según MDS. Todos habían registrado un crecimiento de las ventas en línea más fuerte que el jugador estadounidense, pero Amazon.de sigue siendo el líder del comercio electrónico alemán con una facturación neta de 13.900 millones de euros en 2020. Ha logrado una facturación tres veces mayor que la de Otto de 4.500 millones de euros. Zalando le sigue en tercera posición con una facturación de 1.944 millones de euros, según el EHI Retail Institute.

¹ Fuente: <https://www.openstring.io/la-part-amazon-sur-la-mode-en-ligne-en-france/>

En Italia, Amazon también estuvo detrás de Zalando, YOOX, Privalia y H&M el año pasado. Sin embargo, desde entonces Amazon se ha colocado en la cima debido al impacto de la pandemia de Covid-19 en el país, seguido de la cadena italiana OVS, el grupo francés Decathlon, el pure player alemán Zalando y el gigante sueco H&M.

Según Kantar, en el Reino Unido, el 57% del gasto en moda ahora se realiza a través de Internet. Esto es más del doble de los niveles observados en Francia (26,4 %), así como en España (22,7 %) e Italia (21 %).

El mercado en línea segmentado en Francia²

Francia es el ejemplo típico de un mercado de la moda en línea muy fragmentado. De todas las categorías de productos que se venden en línea, la participación de la moda es la más alta. Más de una cuarta parte de las compras online (29%) se centran en artículos de moda, según ecommerceDB/Statista (The Global Fashion Business Journal anunció un 23 %). En Francia, Amazon fue superada este año en el segmento de moda por la alemana Zalando. Los "pure players", aquellos que solo venden online y no tienen tiendas propias, siguen copando la mayor parte de la moda online, con un 60% de cuota de mercado, según Kantar.

La cuota de mercado de las ventas online en las ventas tricolor había saltado del 15 al 21%. Si bien el crecimiento está volviendo a niveles más normales, aunque sostenido durante el ejercicio, esta participación debería aumentar al 23% para el ejercicio 2021, según el Institut Français de la Mode.

Más de una de cada cuatro prendas ahora se compra en línea en Francia, fue del 15% en 2019 y del 21% en 2020, según el Instituto Francés de la Moda. Y el ascenso meteórico del comercio electrónico continúa, según el IFM, esta participación debería aumentar al 23% en el año fiscal 2021.

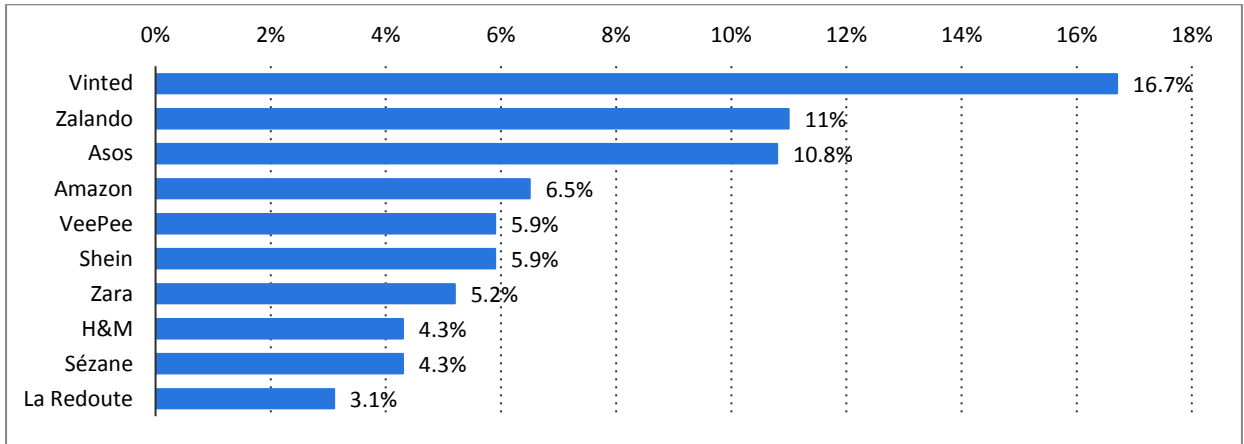
En términos de crecimiento, las ventas en línea de ropa y textiles en Francia aumentaron un 22,2% en 2020, en comparación al 3,2% en 2019. Esta progresión continúa en línea en 2021. Así, durante los siete primeros meses del año, los resultados aumentan un 24,2% respecto al mismo periodo de 2020, según datos de IFM Panel.

En términos de crecimiento, las ventas de ropa y textiles en línea en Francia aumentaron un 22,2% en 2020, en comparación con el 3,2% en 2019. Este crecimiento continúa en línea en 2021. Así, durante los primeros siete meses del año, los resultados suben un 24,2% en comparación al mismo período en 2020.

En Francia, Amazon nunca ha sido dominante en este segmento específico: el mercado siempre ha sido particularmente competitivo, con muchos jugadores compartiendo un mercado de 14,93 mil millones de euros en 2020, según datos de ecommerceDB/Statista convertidos al tipo de cambio promedio en 2020 (1 USD = 0,876 EUR).

² Fuente: Kantar, Institut Français de la Mode, ecommerceDB, The Global Fashion Business Journal

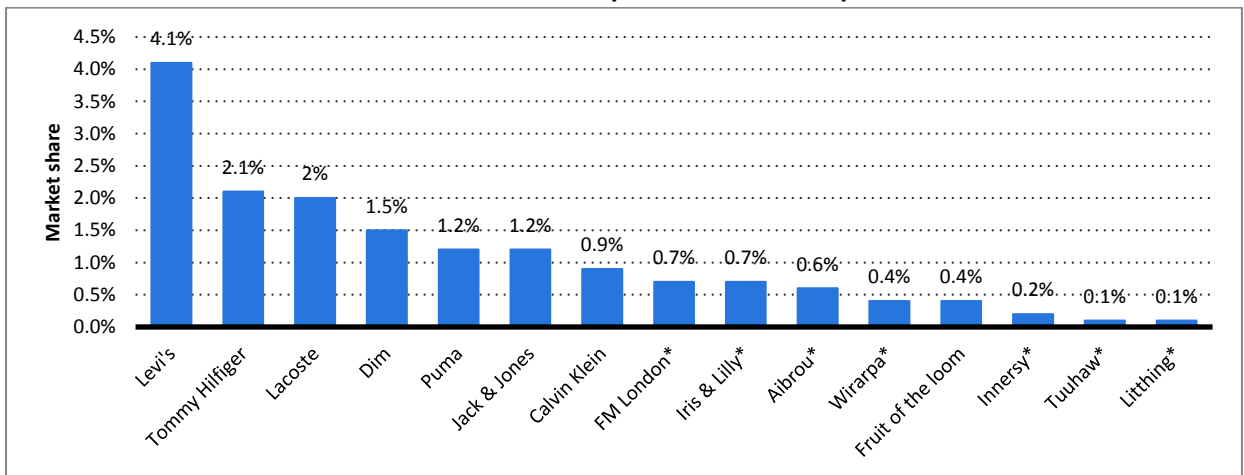
Principales minoristas de moda online en Francia a septiembre de 2021, por cuota de mercado



Fuente: Foxintelligence; Openstring – Diciembre 2021

El sitio web de reventa de ropa Vinted fue la plataforma de moda líder en Francia, con el 16,7% de las compras en línea entre octubre de 2020 y septiembre de 2021. Zalando le siguió en el ranking, con una cuota de mercado estimada del 11 %.

Marcas de moda líderes en Amazon.fr a septiembre de 2021, por cuota de mercado



Fuente: Foxintelligence; Openstring – Diciembre 2021

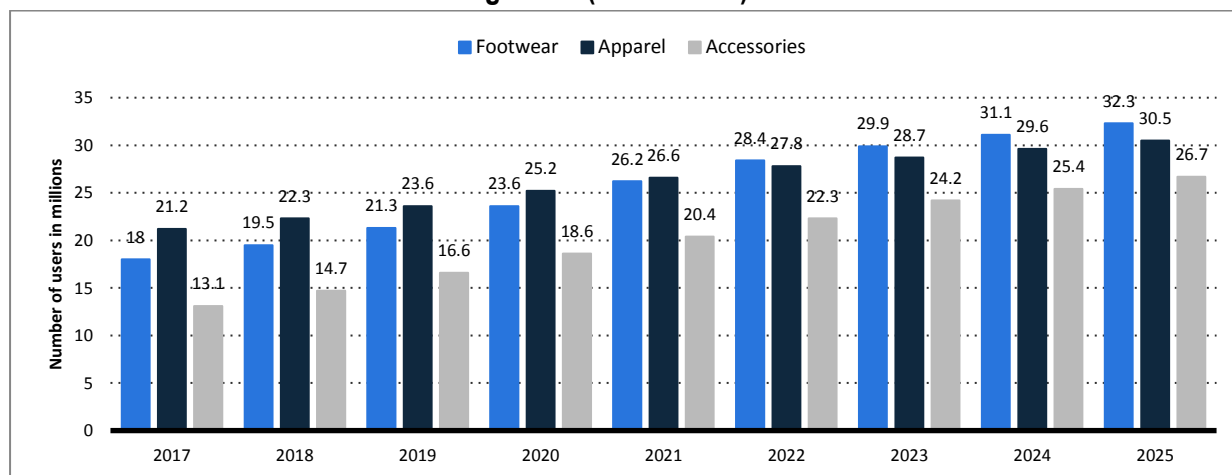
Entre octubre de 2020 y septiembre de 2021, Levi's fue la marca de moda más popular en el sitio de Amazon para Francia. Como plataforma multimarca, Amazon.fr aparecía muy fragmentado en cuanto a la presencia de marca. Según los datos, Levi's representó más del cuatro por ciento de las compras de moda en Amazon Francia.

IV. Perfil del consumidor francés

En 2021, el segmento de ropa en el mercado de comercio electrónico de moda en Francia tuvo el mayor número de usuarios con un valor de 26,6 millones de usuarios. Se espera que el segmento de calzado tome el relevo en los próximos años, convirtiéndose en el segmento con mayor número de usuarios.

Según estimaciones de Statista Digital Market Outlook, el segmento de accesorios tuvo el menor número de usuarios con 20,4 millones de usuarios. Se espera que el número de usuarios en cada segmento aumente en los próximos años.

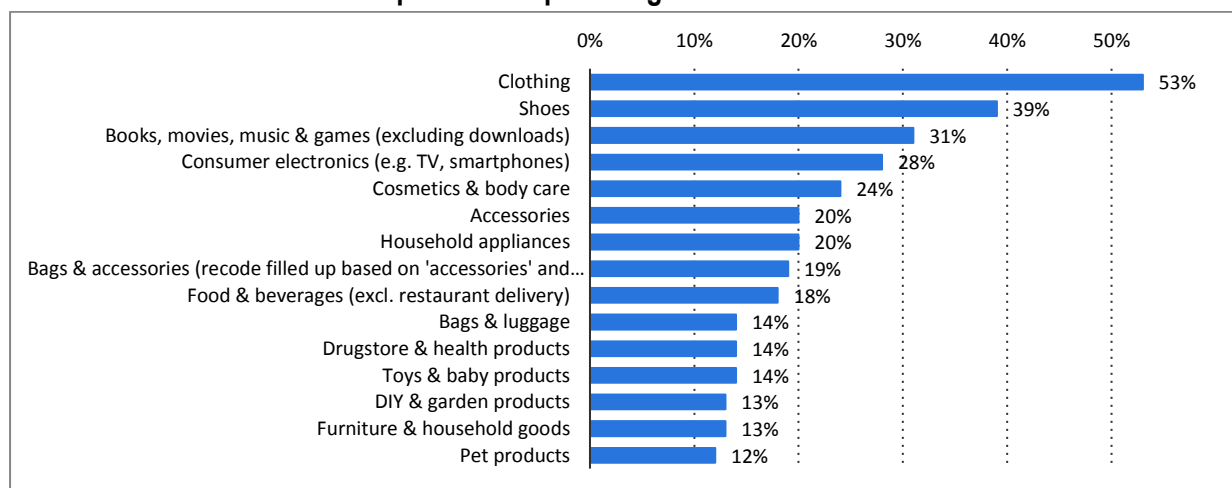
Número de usuarios de comercio electrónico de moda en Francia de 2017 a 2025, por segmento (en millones)



Fuente: Statista Digital Market Outlook

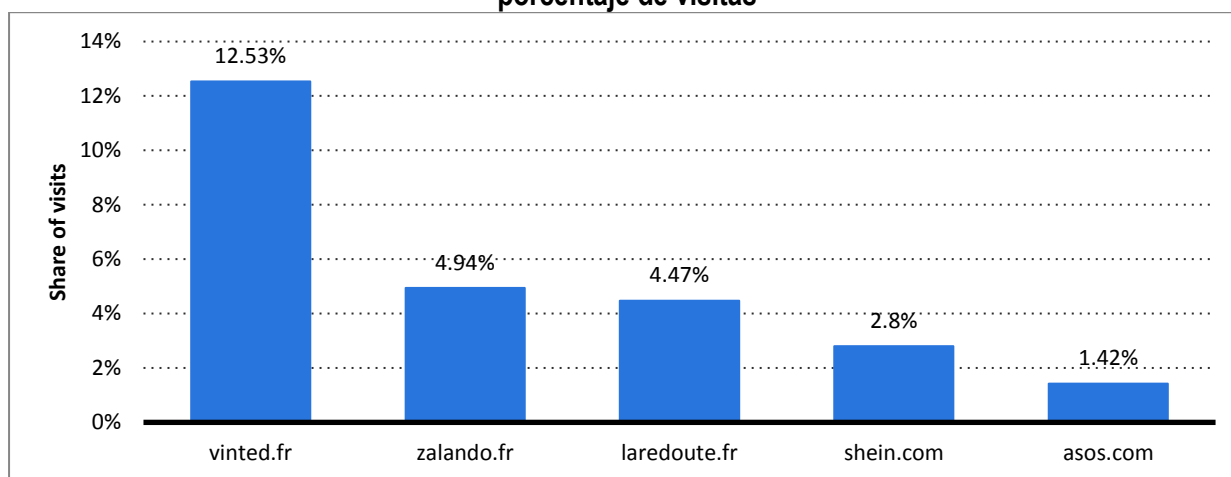
Según el informe de Retail Economics; Eversheds Sutherland cuando se les preguntó sobre el cambio en su comportamiento de compra de ropa en línea debido al brote de COVID-19, el 15% de los encuestados franceses entre las edades de 16 y 24 dijeron que habían comenzado a comprar más en línea y afirmaron que este cambio sería permanente. Comúnmente conocidos como Gen Z, los consumidores jóvenes en este rango de edad mostraron la mayor intención de mantener este hábito de compra en el futuro, en comparación con solo el siete por ciento de los boomers. Una encuesta de 2021 reveló que el 37% de los compradores millennials en Francia tenían más probabilidades de visitar una tienda de ropa si ofrecía servicios de devolución y hacer clic y recoger. La Generación X fue la generación que mostró el segundo mayor interés en esta opción de compra, con el 36% de los encuestados. Los boomers estaban más inclinados a visitar una tienda de ropa con clic y recolección gratis que los encuestados de la Generación Z.

Compras online por categoría en Francia en 2022



Los datos mostrados sobre compras en línea por categoría muestran los resultados de la Encuesta global de consumidores de Statista realizada en Francia en 2022. Alrededor del 53% de los encuestados respondió la pregunta "¿Cuál de estos artículos ha comprado en línea en los últimos 12 meses?" con "Clothing", es decir "Ropa".

Sitios web de moda e indumentaria más populares en Francia en febrero de 2022, según el porcentaje de visitas



Fuente: SimilarWeb – marzo 2022

En febrero de 2022, vinted.fr fue el sitio web de productos de moda e indumentaria más visitado en Francia, ya que representó el 12,53% del tráfico de escritorio a sitios de esta categoría. El sitio de comercio electrónico C2C de segunda mano fue seguido por el mercado zalando.fr, con el 4,94% de las visitas.