

Vers l'émergence d'un nouveau modèle de Drop-Shipping adapté au E-Commerce à la française

Répondant parfaitement aux contraintes des e-marchands, le Drop Shipping explose aux Etats-Unis.

En 2002, 33% des web-marchands américains utilisaient ce réseau de distribution. En 2013, 53.3% des e-commerçants ayant leur siège social dans ce pays ont eu recours au drop shipping. La moyenne de leurs expéditions par ce nouvel outil était de 17,66% de leur produit. Désormais, 5% de ces e-commerçants réalisent jusqu'à 90% de leurs expéditions grâce à ce nouvel outil.

Les plus gros intermédiaires qui fournissent le marché américains sont :

- **Doba** : plus de 1,5 millions de références en électronique, jouets, vêtements et mobiliers,
- **Salehoo** : 1 million de références dans divers univers très proche de ceux proposés par Doba,
- **Worldwide Brands** : plus de 8 millions de références,
- **Drop Ship Access** : plus d'1,5 millions de références livres, matériels informatiques et électroniques, santé et beauté,
- **Sunrise Wholesale** : 1 million de références.

En France, il peine à s'implanter alors même que la demande des e-commerçants et en particulier des petits acteurs existe.

Selon moi, 3 raisons principales expliquent le retard et la difficulté du concept à s'imposer dans notre territoire.

- **la maturité du marché** : Alors qu'en France, l'e-commerce représente selon la FEVAD 7% à 8% des ventes de détail, aux Etats-Unis le marché est réellement mature. Les médias et loisirs dépassent actuellement 40% des ventes. Pour se rendre compte de la différence culturelle, il suffit de voir le poids du **classement du Top 500 des sites. C'est un classement qui fait loi ; une vraie référence.**

- **La création d'entreprise n'est pas autant encouragée qu'aux Etats- Unis**

- **L'absence d'acteurs référence pour soutenir le développement du Drop-shipping en France.** Pourtant, depuis la création du statut d'auto-entrepreneurs en 2009, le drop shipping devrait être plébiscité par les pure players qui n'ont pas les moyens de se constituer un stock, faute de trésorerie. C'est un outil parfaitement adapté à ce nouveau marché.

Pourquoi faut-il soutenir le développement du Drop-shipping en France ?

De plus en plus de grands noms du e-commerce prônent le fait de travailler avec ses concurrents. Selon moi, c'est une question de survie et de bon sens. En effet, face aux géants du

e-commerce comme Amazon, qui pratiquent ouvertement du dumping afin d'arriver en position de domination, les acteurs plus petits du e-commerce n'ont en fait pas d'autres choix que de trouver des solutions pour se démarquer et surtout augmenter leurs ventes. Un e-commerçant ultra-spécialisé sera toujours plus pertinent qu'Amazon pour répondre à son client et mieux l'accompagner dans son parcours de vente, parce qu'il a la passion des objets qu'il met en ligne.

En 2013, on évaluait qu'un commerce en dropshipping pouvait faire 5.18% de bénéfices supplémentaires qu'un e-commerce traditionnel.

Le chiffre d'affaires du e-Commerce a dépassé les 51 milliards d'euros en 2013. La vente en ligne offre un véritable oasis de croissance dans une économie globalement morose. Si le E-Commerce touche aujourd'hui tous les secteurs d'activité, plus de 60% des sites E-commerce ne dépassent pas 30000€ de CA annuel. Quant au reste des petits e-commerçants ont peut estimer leur CA entre 130-140K€ annuel.

En 2015, à moins d'avoir l'idée du siècle, un marketing de fou ou énormément de moyens, je pense qu'il est très difficile pour un pure player de se lancer sur le Web dans le e-commerce. Il faut se concentrer sur la relation avec le client en offrant un parcours d'achat personnalisé, une offre produit large avec beaucoup d'informations (vidéos, rendus 3D, etc par exemple) et bien entendu se regrouper en vue de baisser ses coûts.

Or pour améliorer ses marges et baisser ses prix comme le font les plus grands, l'e-marchand doit s'engager sur plus de stocks et donc immobiliser sa trésorerie qu'il ne peut plus utiliser pour développer ses ventes.

Comment faire émerger le Drop-shipping en France ?

Aujourd'hui, il existe de plus en plus de fournisseurs de Drop Shipping. La plupart est pour le moment aux Etats-Unis et en Chine, mais certains Français se lancent. Tous proposent un modèle classique : Fabricant -> Grossiste -> Revendeur -> Client Final.

Plusieurs tentatives de solutions Drop Shipping ont été faites en France dans les dix dernières années mais n'ont pas connu de succès, faute d'avoir trouvé leur marché. Une solution a très bien fonctionné, ZLIO, avant d'avoir été exclue de Google pour non respect de leurs conditions d'utilisation, poussant inévitablement la société à la faillite quelques semaines après.

Selon moi ce qui explique la non explosion du Drop Shipping en France est que toutes les solutions de Drop Shipping existantes se font via une relation Fournisseur/Grossiste vers revendeur. Pour que le concept prenne, il faut absolument disrupter et ubériser un peu tout ça en transversalisant la relation entre e-commerçants.

C'est cette approche que nous préconisons aujourd'hui. Avec la plateforme que nous développons, nous voulons « disrupter » cette relation et proposer un modèle transversal entre e-commerçants et aussi donner leur chance directement aux constructeurs de trouver un large

réseau de revendeurs, en se débarrassant ainsi du grossiste. Cette solution permet donc de réduire les coûts, donc les prix, et va dans le sens du client final. Notre objectif est de créer une sorte de coopérative des e-commerçants !

Le principe est simple : un commerçant en ligne se connecte à notre plateforme et ajoute son catalogue produit à l'aide d'un plugin. Il rend alors plus visible ses produits qui peuvent être revendus par d'autres e-commerçants, et inversement.

Chaque jour, il se crée environ 60 sites de e-commerce selon la FEVAD. Le nombre d'e-commerçants pure-player a fortement augmenté ces dernières années.

Le marché est donc prêt pour des solutions de Drop Shipping !