

LE SOCIAL COMMERCE

Un nouveau modèle de croissance

Le modèle e-commerce traditionnel s'efface au profit du discovery commerce. L'inspiration, la recommandation et l'achat convergent désormais directement au sein des plateformes sociales, effaçant les frictions pour le consommateur.

Un marché en pleine explosion

2 000 Mds \$

Poids estimé du marché mondial du social commerce en 2026

+37 %

Rythme de croissance annuelle du marché

76 %

Des consommateurs influencés dans au moins un achat

48 %

Des utilisateurs US ont déjà acheté via ces plateformes

La Gen Z redéfinit les usages

69 %

Ont découvert une marque grâce à un créateur de contenu

53 %

De la Gen Z a acheté via une plateforme sociale

41 %

Préfèrent le social search aux moteurs de recherche

L'Asie du Sud-Est, laboratoire de demain

En Asie, le changement de paradigme est déjà une réalité industrielle. L'essentiel des ventes est capté par des plateformes sociales comme TikTok Shop, Shopee ou Lazada.

5-7 %

c'est la part des sites de marques traditionnels dans les transactions en ligne.

Comment passer à l'action ? Les 3 piliers

Contenu et social culture

Créer du contenu utile, divertissant ou inspirant qui s'intègre aux conversations naturelles des plateformes, plutôt que de la publicité traditionnelle.

Incarnation

L'influence, l'UGC et les collaborateurs créent de la proximité. Avant l'achat, il y a la confiance — et derrière la confiance, presque toujours une personne.

IA et live shopping

Le live shopping devient un point de vente permanent, accompagné par des avatars vendeurs 24h/24 et des agents conversationnels en temps réel.