

Baromètre trimestriel de l'audience du e-commerce en France

Focus Commerce et Consommation responsables

2^{ème} trimestre 2019

39 millions de cyberacheteurs

D'après l'Observatoire des Usages Internet de Médiamétrie du 2^{ème} trimestre 2019, **39 millions** d'internautes ont déjà effectué des achats en ligne, soit **87,7%** d'entre eux. Une part qui s'élève à **94,4%** chez les internautes CSP+, et même à **94,9%** chez les jeunes internautes de 18 à 24 ans.

Pour Jamila Yahia-Messaoud, Directrice du Département Consumer Insights de Médiamétrie : « avec **1,5 million** de cyberacheteurs supplémentaires conquis en 1 an, Internet ne cesse de croître dans les pratiques d'achat des internautes français. Des achats qui concernent aujourd'hui tous les types de produits, y compris les produits dits responsables. Les plus jeunes en particulier s'interrogent volontiers sur cet achat responsable, auquel internet contribue sensiblement. »

Marc Lolivier, Délégué Général de la Fevad, ajoute : « pour la première fois, notre sondage démontre que le réflexe achat-responsable gagne de plus en plus de terrain sur internet. 70% des consommateurs se déclarent prêts à privilégier les sites e-commerce qui adoptent des démarches éco-responsables et certains se disent même disposés à payer un peu plus cher pour leur commande. Nul doute que ces résultats devraient contribuer à accélérer le développement des politiques RSE chez les e-commerçants français. »



www.fevad.com

fédération e-commerce
et vente à distance

Médiamétrie//NetRatings et la Fevad abordent la problématique de la e-consommation responsable. 1 413 internautes âgés de 15 ans et + interrogés du 12 au 17 septembre 2019 sur leur perception et leur pratique, ainsi que sur le rôle d'Internet dans l'adoption de cette façon de consommer responsable.

Focus e-Commerce et Consommation responsables

Les internautes étudient différents critères relatifs à l'économie responsable lors de leurs achats en ligne. Mais ils ne privilégient pas tous les mêmes, ni même systématiquement.

Ainsi, quand **69%** des cyberacheteurs de 15 à 34 ans se déclarent incités à visiter un site parce qu'il met en avant des démarches de commerce responsable, **85%** des acheteurs en ligne de 50 à 64 ans regardent davantage le pays de provenance du bien qu'ils achètent.

Internet apparaît comme un outil utile au développement du commerce responsable : **77%** des acheteurs en ligne de 15-34 ans affirment qu'internet leur permet de découvrir des façons de consommer responsable qu'ils ne connaissaient pas. Enfin, **40%** des cyberacheteurs sont prêts à payer leur achat un peu plus cher, pourvu que le vendeur propose des modes de communication et de livraison écoresponsables. Chez les 15-34 ans, ils seraient même **54%** à dépenser plus si le vendeur en ligne garantissait « des normes éthiques avancées pour l'ensemble de ses collaborateurs et fournisseurs. »

Médiamétrie//NetRatings et la Fevad publient chaque trimestre le classement d'audience des quinze premiers sites d'e-commerce, tous secteurs confondus, sur ordinateur, mobile et tablette. Ce classement trimestriel permet de suivre l'évolution de l'audience des principaux sites marchands français en nombre de visiteurs et en pourcentage de la population française sur la période concernée.



www.fevad.com

fédération e-commerce
et vente à distance

Le Top 15 des sites et applications « e-commerce » les plus visités en France - Internet Global 3 écrans - 2^{ème} trimestre 2019

En moyenne 43 millions d'internautes (68,7% des Français) ont consulté, chaque mois, au moins un des sites et/ou applications du Top 15 « e-commerce ».

Rang	Marques	Visiteurs uniques moyens par mois	Couverture France mensuelle (en % de la pop. Française)	Visiteurs uniques moyens par jour
1	Amazon (B)*	29 876 000	47,7%	4 968 000
2	Cdiscount (B)*	19 622 000	31,3%	2 001 000
3	Veepee (B)*	14 136 000	22,6%	2 960 000
4	Booking.com (B)	13 681 000	21,8%	1 123 000
5	Fnac.com (B)*	13 368 000	21,3%	921 000
6	Carrefour (B)*	12 633 000	20,2%	1 172 000
7	Oui SNCF (B)*	12 402 000	19,8%	1 186 000
8	E.Leclerc* (B)	11 677 000	18,6%	1 132 000
9	eBay (B)*	11 343 000	18,1%	1 231 000
10	Vinted (B)*	10 866 000	17,3%	2 848 000
11	Wish (B)	10 517 000	16,8%	1 426 000
12	Leroy Merlin (B)*	10 512 000	16,8%	757 000
13	Groupon (B)*	10 502 000	16,8%	1 299 000
14	Airbnb (B)	9 655 000	15,4%	940 000
15	Darty (B)*	8 253 000	13,2%	484 000

*Sites adhérents à la FEVAD

Le Top 15 des sites et applications « e-commerce » les plus visités en France - répartition par écran - 2^{ème} trimestre 2019

Rang	Marques	Visiteurs uniques moyens par mois	Part de l'audience Ordinateur	Part de l'audience Mobile	Part de l'audience Tablette
1	Amazon (B)*	29 876 000	56,6%	61,4%	16,2%
2	Cdiscount (B)*	19 622 000	44,0%	62,1%	12,6%
3	Veepee (B)*	14 136 000	29,4%	68,1%	19,9%
4	Booking.com (B)	13 681 000	39,2%	60,2%	15,5%
5	Fnac.com (B)*	13 368 000	42,3%	60,3%	10,2%
6	Carrefour (B)*	12 633 000	41,1%	60,7%	11,3%
7	Oui SNCF (B)*	12 402 000	38,9%	63,5%	11,4%
8	E.Leclerc* (B)	11 677 000	40,6%	61,0%	11,7%
9	eBay (B)*	11 343 000	49,9%	52,0%	10,9%
10	Vinted (B)*	10 866 000	21,7%	76,9%	13,1%
11	Wish (B)	10 517 000	14,6%	72,5%	22,6%
12	Leroy Merlin (B)*	10 512 000	49,1%	51,3%	13,2%
13	Groupon (B)*	10 502 000	26,1%	69,7%	14,4%
14	Airbnb (B)	9 655 000	36,5%	61,7%	14,9%
15	Darty (B)*	8 253 000	46,4%	51,5%	11,4%

*Sites adhérents à la FEVAD

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Baromètre trimestriel de l'audience du e-commerce en France
2^{ème} trimestre 2019



Définitions

Marque ou Brand (B) : La Brand est le niveau « marque ». Une Brand est un agrégat de domaines, de sous-domaines, de pages et/ou d'applications identifiés par un même logo de façon cohérente et homogène.

Visiteurs Uniques par jour / mois : Nombre total d'individus ayant visité une marque au moins une fois au cours d'un jour moyen ou du mois concerné quel que soit leur lieu de connexion : domicile, travail, autres lieux. Les individus ayant visité la même brand plusieurs fois ne sont comptés qu'une seule fois.

Couverture : Nombre de visiteurs uniques d'une Brand, exprimé sous la forme d'un pourcentage de la population française pour la période concernée.

A propos de la FEVAD

La Fédération du e-commerce et de la vente à distance fédère 600 entreprises et 800 sites internet parmi lesquels les sites leaders du e-commerce en France. Elle est l'organisation représentative du secteur du commerce électronique et de la vente à distance. La Fevad a notamment pour mission de recueillir et diffuser l'information permettant l'amélioration de la connaissance du secteur et d'agir en faveur du développement durable et éthique de la vente à distance et du commerce électronique en France.

A propos de Médiamétrie et Médiamétrie//NetRatings

Leader des études médias, Médiamétrie observe, mesure et analyse les comportements du public, les tendances du marché et favorise l'émergence d'une référence de la data média en France. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, Internet (ordinateur, smartphone et tablette), le Cinéma et le Cross-Médias. En 2018, le Groupe Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 102,7 M€.

Médiamétrie//NetRatings est la société créée et détenue conjointement par Médiamétrie et Nielsen. Médiamétrie//NetRatings développe et commercialise en France les mesures de référence de l'audience Internet et de l'efficacité online.

www.mediametrie.fr

Twitter : @Mediametrie

Facebook : Médiamétrie

Contacts Presse :

MEDIAMETRIE

Juliette Destribats

Tél : 01 47 58 97 55

jdestribats@mediametrie.fr

FEVAD

Nathalie Laîné

Tél : 01 42 56 38 86

nlaine@fevad.com