

Baromètre trimestriel de l'audience du e-commerce en France / enquête « e-commerce et confinement »

1^{er} trimestre 2020

40 millions de cyberacheteurs en France

D'après l'Observatoire des Usages Internet de Médiamétrie, **40 millions** d'internautes ont effectué des achats en ligne au cours du 1^{er} trimestre 2020. Un chiffre stable par rapport au 1^{er} trimestre 2019, pour une période marquée par des mouvements sociaux en début d'année et les quinze premiers jours du confinement.

Pour Jamila Yahia-Messaoud, Directrice du Département Consumer Insights de Médiamétrie : « *si les internautes n'ont pas vraiment changé leurs habitudes de consommation en ligne, la période de confinement a sensiblement impacté leur façon de consommer sur internet. A commencer par l'écran utilisé : l'ordinateur est arrivé en position n°1 pour passer commande. En outre, assez logiquement, la livraison à domicile a détrôné tout autre mode de livraison.* »

Marc Lolivier, Délégué Général de la Fevad, ajoute : « *pendant le confinement, le e-commerce a permis à des millions de Français d'effectuer leurs achats en restant chez eux. Ils ont pu ainsi avoir accès, en toute sécurité, et pendant les 8 semaines de confinement, à ce qui leur était nécessaire pour se nourrir, télétravailler, rester en contact avec leurs proches, permettre à leurs enfants de suivre les cours à la maison... Le commerce en ligne a donc contribué au succès du confinement qui a permis de faire reculer la propagation du virus. 51,4% des répondants estiment que l'achat en ligne leur a permis d'éviter de s'exposer au risque sanitaire.* »

Médiamétrie, en partenariat avec la Fevad, a interrogé les internautes sur leurs pratiques d'achat en ligne pendant et à la suite de la période de confinement.

Médiamétrie et la Fevad publient les résultats d'une étude exclusive « e-commerce et confinement » menée en 2 vagues, du 04 au 11 mai et du 14 au 22 mai, auprès de 2 069 puis 2 019 internautes âgés de 15 ans et plus. Elle vise à mesurer les tendances en matière d'achats sur internet pendant la période de confinement et à la suite du déconfinement.

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.

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Baromètre trimestriel de l'audience du e-commerce en France
1^{er} trimestre 2020



Des achats en ligne, pour se tenir à distance du Covid-19

La période de confinement tout comme celle qui a suivie, avec le déconfinement, ont vu l'achat en ligne s'intensifier : près de la moitié des personnes interrogées (**44,8%**) ont réalisé au moins un achat au cours des 7 derniers jours. Parmi ces acheteurs, **90%** ont même effectué de 1 à 3 commandes par semaine.

Leurs motivations sont étroitement liées au contexte sanitaire. L'achat en ligne leur a en effet permis d'avoir accès à des produits de première nécessité (pour **31%** d'entre eux), de supporter les contraintes liées au confinement (**32,3%**) et d'éviter de s'exposer au risque sanitaire (**51,4%**).

Plus de 9 acheteurs sur 10 (**94,3%**) sont satisfaits de leurs achats et du mode de livraison choisi (à domicile ou en magasin). **85,8%** des acheteurs ont opté pour la livraison à domicile ; en conséquence, seuls **14,2%** des acheteurs ont privilégié la livraison en magasin.

Pour passer commande, l'ordinateur a dépassé le mobile : plus de 2 cyberacheteurs sur 3 ont privilégié cet écran pendant cette période. Les courses alimentaires en ligne, plus confortables sur grand écran, contribuent à ce retour en force de l'ordinateur. **67%** des acheteurs de produits de première nécessité en ligne ont rempli leur panier depuis un ordinateur. Le mobile, majoritairement dédié aux achats de loisirs, prend donc la deuxième place des écrans utilisés pour les achats en ligne en période de confinement.

La grande majorité des cyberacheteurs (**53,2%**) n'a pas foncièrement modifié son panier moyen. Toutefois, « privé » d'achats en magasin, près d'un acheteur en ligne sur 3 (**30,2%**) précise dépenser davantage qu'avant sur internet. Une tendance déjà observée pendant la période de confinement.

Des habitudes qui vont perdurer au-delà de la crise

Et demain ? Si **65%** des cyberacheteurs déclarent que l'après-confinement ne changera rien à leurs habitudes d'achat en ligne, **35%** reconnaissent que le confinement aura eu un impact sur leurs habitudes de consommation : ils achèteront désormais davantage sur internet, pour continuer de se prémunir en cette période prolongée de crise sanitaire.

Les attentes des consommateurs ont également évolué et de nouveaux besoins ont émergé : aujourd'hui, **74,7%** des cyberacheteurs attendent de leurs commerces de proximité un service de livraison.

Cet épisode inédit aura donc initié voire converti une partie des internautes à l'achat en ligne.



Le Top 15 des sites et applications « e-commerce » les plus visités en France – Internet Global 3 écrans – 1^{er} trimestre 2020

En moyenne, **44,2 millions** d'internautes (**71%** des Français) ont consulté, chaque mois, au moins un des sites et/ou applications du Top 15.

| Rang | Marques | Visiteurs uniques moyens par mois | Couverture France mensuelle (en % de la pop. Française) | Visiteurs uniques moyens par jour |
|------|----------------|-----------------------------------|---|-----------------------------------|
| 1 | Amazon * | 32 566 000 | 52,0% | 6 141 000 |
| 2 | Cdiscount * | 20 965 000 | 33,5% | 2 317 000 |
| 3 | Fnac * | 16 568 000 | 26,4% | 1 313 000 |
| 4 | E.Leclerc * | 13 156 000 | 21,0% | 1 529 000 |
| 5 | Booking.com | 13 109 000 | 20,9% | 1 190 000 |
| 6 | Carrefour * | 12 987 000 | 20,7% | 1 591 000 |
| 7 | Veepee * | 12 658 000 | 20,2% | 2 767 000 |
| 8 | Vinted * | 12 496 000 | 19,9% | 3 395 000 |
| 9 | Wish | 12 327 000 | 19,7% | 2 388 000 |
| 10 | OUI.sncf * | 11 319 000 | 18,1% | 1 237 000 |
| 11 | eBay * | 10 729 000 | 17,1% | 1 234 000 |
| 12 | Leroy Merlin * | 10 666 000 | 17,0% | 802 000 |
| 13 | Groupon * | 9 631 000 | 15,4% | 1 294 000 |
| 14 | Rakuten (B)* | 9 400 000 | 15,0% | 926 000 |
| 15 | Airbnb | 9 088 000 | 14,5% | 1 030 000 |

*Sites adhérents à la FEVAD

► Médiamétrie et Médiamétrie//NetRatings - Audience Internet Global - Catégorie créée spécialement pour la Fevad - Moyenne T1 2020 - France
Base : 2 ans et plus - Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés

Le Top 15 des sites et applications « e-commerce » les plus visités en France – répartition par écran – 1^{er} trimestre 2020

| Rang | Marques | Visiteurs uniques moyens par mois | Part de l'audience | | |
|------|----------------|-----------------------------------|--------------------|--------|----------|
| | | | Ordinateur | Mobile | Tablette |
| 1 | Amazon * | 32 566 000 | 52,9% | 65,7% | 15,1% |
| 2 | Cdiscount * | 20 965 000 | 39,3% | 63,6% | 15,9% |
| 3 | Fnac * | 16 568 000 | 37,1% | 62,4% | 15,9% |
| 4 | E.Leclerc * | 13 156 000 | 40,5% | 58,4% | 15,7% |
| 5 | Booking.com | 13 109 000 | 37,1% | 59,7% | 17,8% |
| 6 | Carrefour * | 12 987 000 | 40,7% | 59,4% | 13,2% |
| 7 | Veepee * | 12 658 000 | 29,8% | 65,8% | 20,0% |
| 8 | Vinted * | 12 496 000 | 21,2% | 76,3% | 15,4% |
| 9 | Wish | 12 327 000 | 15,9% | 73,7% | 19,9% |
| 10 | OUI.sncf * | 11 319 000 | 34,0% | 65,0% | 15,2% |
| 11 | eBay * | 10 729 000 | 47,6% | 52,3% | 12,3% |
| 12 | Leroy Merlin * | 10 666 000 | 48,4% | 50,9% | 13,2% |
| 13 | Groupon * | 9 631 000 | 22,5% | 70,8% | 17,0% |
| 14 | Rakuten (B)* | 9 400 000 | 37,1% | 61,4% | 10,4% |
| 15 | Airbnb | 9 088 000 | 30,3% | 64,3% | 16,6% |

*Sites adhérents à la FEVAD

► Médiamétrie et Médiamétrie//NetRatings - Audience Internet Global - Catégorie créée spécialement pour la Fevad - Moyenne T1 2020 - France
Base : 2 ans et plus - Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Baromètre trimestriel de l'audience du e-commerce en France
1^{er} trimestre 2020



Définitions

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.

www.fevad.com

A propos de Médiamétrie et Mediametrie//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.

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

Instagram : Mediametrie.official

Contacts Presse :

MEDIAMETRIE

Juliette Destribats

Tél : 01 47 58 97 55

jdestribats@mediametrie.fr

FEVAD

Nathalie Lainé

Tél : 01 42 56 38 86

nlaine@fevad.com