

Baromètre trimestriel de l'audience du e-commerce en France / l'apport du e-commerce aux magasins physiques

2^{ème} trimestre 2020

► 41 millions de cyberacheteurs en France

D'après l'Observatoire des Usages Internet de Médiamétrie, **41 millions** d'internautes ont effectué des achats en ligne au cours du 2^{ème} trimestre 2020. C'est près de **1 million** de cyberacheteurs supplémentaires par rapport au 2^{ème} trimestre 2019.

Pour Jamila Yahia-Messaoud, Directrice du Département Consumer Insights de Médiamétrie : « la période de confinement a sensiblement impacté notre façon de consommer sur internet. **71%** des cyberacheteurs sollicitent et utilisent des sites de e-commerce qui disposent de magasins physiques. **68%** sont même favorables à une offre en ligne émanant des commerces de proximité avec une nette préférence pour un site Internet qui regrouperait plusieurs commerces de proximité établis en centre-ville. En outre, à la suite de la période de confinement, ils reviennent progressivement à la livraison en point relais ou au retrait en magasin. »

Selon Marc Lolivier, Délégué Général de la Fevad : « il ne fait plus de doute quant au fait que la crise va durablement impacter les habitudes de consommation. Près de la moitié des répondants continue de commander davantage sur internet y compris depuis la fin du confinement. Les consommateurs n'en restent pas moins très attachés à leurs magasins. Et depuis le début de la crise plus d'un cyberacheteur sur deux déclare essayer de privilégier l'achat en ligne auprès de magasins physiques. Pouvoir commander en ligne lorsqu'on ne peut pas se rendre en magasin devient une attente partagée par de plus en plus de Français, et qui devrait perdurer dans le temps bien au-delà de la crise. »

Médiamétrie, en partenariat avec la Fevad, a interrogé les internautes sur leurs pratiques et attentes en termes de disponibilité d'une offre en ligne, en particulier pour les enseignes physiques.

Médiamétrie et la Fevad publient les résultats d'une étude exclusive menée du 06 au 20 août, auprès de 2003 cyberacheteurs âgés de 15 ans et plus.

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.

Plus d'achats en ligne pendant et après le confinement

Pendant la période de confinement, plus des deux tiers (**68,2%**) des cyberacheteurs déclarent avoir commandé autant ou plus qu'avant sur internet. **24%** affirment avoir commandé plus sur Internet pendant le confinement qu'en période normale.

Depuis le 11 mai et la réouverture progressive des magasins, **48,6%** de ces acheteurs ayant consommé davantage en ligne pendant le confinement, continuent sur leur lancée. C'est même le cas pour **64,9%** de ces acheteurs âgés de 15 à 34 ans.

Cette pratique concerne plus encore les populations inactives ou plus âgées : **65,7%** des inactifs et **67,3%** des 50 ans et + ayant plus consommé en ligne pendant le confinement disent continuer ainsi pour éviter les contraintes dans les magasins (port du masque, nombre de clients restreint, désinfection des mains, etc.).

Enfin, pour **52,8%** de ces cyberacheteurs qui continuent de commander davantage sur la toile, l'alimentation et les produits de grande consommation arrivent en tête dans les paniers.

Les achats en ligne dynamisés par les enseignes physiques...

Pour les acheteurs en ligne, les sites de e-commerce ayant également des magasins physiques présentent de nombreux avantages par rapport aux autres sites. C'est clairement la complémentarité des deux canaux, digital et physique, qui séduit les cyberacheteurs. Près de 50% (**46,4%**) de ces derniers mettent notamment en avant la possibilité de se rendre en magasin pour voir un produit avant un achat en ligne, faire appel au SAV ou aux conseils d'un vendeur (**41,3%**) ou même finaliser un achat en magasin après l'avoir préparé en ligne (**48,4%**). Résultat : **56,4%** des cyberacheteurs achètent sur des sites d'enseignes spécialisées ayant également des magasins physiques. Cette proportion dépasse les deux tiers (**66,9%**) chez les cyberacheteurs franciliens. De la même manière, près d'un tiers des cyberacheteurs (**31,5%**) ont recours à l'achat en ligne sur les sites de grandes surfaces alimentaires, une proportion qui atteint **37%** chez les cyberacheteurs de 35-49 ans.

► ... et d'autant plus dynamisés par les commerces de proximité

68,3% des personnes interrogées pensent que les commerces de proximité en centre-ville devraient offrir la possibilité de commander sur internet. Une tendance déjà observée lors du confinement (**70%**) et qui se maintient encore aujourd'hui, ce qui souligne bien l'attente des cyberacheteurs à ce sujet.

Là encore, l'alimentation et les produits de grande consommation arrivent en tête des motivations puisque **53,2%** des acheteurs affirment qu'ils seraient susceptibles de les acheter en ligne auprès des commerces de proximité de centre-ville.

La proximité d'un magasin physique de l'enseigne constitue donc un réel avantage : **43,2%** déclarent que cette proximité les inciterait à davantage commander sur le site de l'enseigne en question.

Les cyberacheteurs avancent avant tout une volonté de contribuer à la vie économique de leur quartier : **60,8%** disent qu'ils pourraient ainsi commander quand ils veulent tout en préservant leur commerce local. Cette motivation est encore plus forte chez les cyberacheteurs de 50 ans et plus (**65,6%**).

Selon **55,3%** des cyberacheteurs, l'offre en ligne des commerces de proximité permettrait à ces professionnels de centre-ville de se faire connaître et de prospérer ; cet avis est encore une fois plus tranché chez les cyberacheteurs de 50 ans et plus (**62,9%**).

Pour **64,4%** des cyberacheteurs favorables à une offre en ligne des magasins de proximité, cette offre devrait être portée par un site unique regroupant plusieurs commerçants.



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 2020

En moyenne, **43,5 millions** d'internautes (**69%** 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 *	31 179 000	49,7%	6 146 000
2	Cdiscount *	23 414 000	37,3%	2 871 000
3	Fnac *	17 242 000	27,5%	1 424 000
4	Leroy Merlin *	14 453 000	23,0%	1 396 000
5	E.Leclerc *	13 815 000	22,0%	1 699 000
6	Vinted *	13 671 000	21,8%	3 174 000
7	Carrefour *	13 332 000	21,3%	1 596 000
8	Wish	12 928 000	20,6%	2 690 000
9	Veepee *	12 169 000	19,4%	2 919 000
10	eBay *	12 047 000	19,2%	1 371 000
11	Mano Mano *	11 711 000	18,7%	907 000
12	Rakuten (B) *	10 963 000	17,5%	1 126 000
13	Darty *	10 338 000	16,5%	616 000
14	AliExpress	10 102 000	16,1%	1 534 000
15	Booking.com	9 859 000	15,7%	842 000

*Sites adhérents à la FEVAD

► Médiamétrie et Médiamétrie//NetRatings - Audience Internet Global - Catégorie créée spécialement pour la Fevad - Moyenne T2 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 – 2^{ème} trimestre 2020

Rang	Marques	Visiteurs uniques moyens par mois	Part de l'audience		
			Ordinateur	Mobile	Tablette
1	Amazon *	31 179 000	51,2%	64,9%	19,2%
2	Cdiscount *	23 414 000	41,5%	63,7%	17,6%
3	Fnac *	17 242 000	40,7%	60,3%	16,7%
4	Leroy Merlin *	14 453 000	47,8%	53,2%	16,8%
5	E.Leclerc *	13 815 000	42,6%	57,0%	16,3%
6	Vinted *	13 671 000	19,0%	76,7%	18,2%
7	Carrefour *	13 332 000	37,2%	62,6%	15,4%
8	Wish	12 928 000	16,9%	75,3%	18,8%
9	Veepee *	12 169 000	30,5%	65,9%	18,2%
10	eBay *	12 047 000	46,7%	53,6%	13,6%
11	Mano Mano *	11 711 000	47,3%	49,8%	15,0%
12	Rakuten (B) *	10 963 000	33,9%	64,2%	12,3%
13	Darty *	10 338 000	44,5%	52,6%	15,0%
14	AliExpress	10 102 000	35,4%	61,6%	15,0%
15	Booking.com	9 859 000	33,6%	59,9%	18,0%

*Sites adhérents à la FEVAD

► Médiamétrie et Médiamétrie//NetRatings - Audience Internet Global - Catégorie créée spécialement pour la Fevad - Moyenne T2 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
2^{ème} 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