

Baromètre trimestriel de l'audience du e-commerce en France - Intentions d'achat de Noël en ligne

3^{ème} trimestre 2020

41 millions de cyberacheteurs en France

D'après l'Observatoire des Usages Internet de Médiamétrie, au troisième trimestre 2020, le nombre de cyberacheteurs s'élève à plus de **41 millions**, soit près de **510 000** de plus qu'il y a un an.

Selon Marc Lolivier, Délégué Général de la Fevad : « *ancré plus que jamais dans le quotidien des Français, l'achat en ligne obtient cette année encore un indice de satisfaction extrêmement élevé auprès des consommateurs puisque la quasi-totalité (98%) des cyberacheteurs se déclarent satisfaits de leurs achats réalisés sur Internet au cours des 12 derniers mois. Ils sont heureux d'y trouver des services additionnels facilitant l'acte d'achat comme la livraison gratuite, par exemple, en tête des critères de sélection d'un site de e-commerce après le prix et la simplicité du retour ou du remboursement des produits* ».

Pour Jamila Yahia-Messaoud, Directrice du Département Consumer Insights de Médiamétrie : « *malgré la crise sanitaire, les habitudes de consommation se maintiennent. 96% des cyberacheteurs interrogés se seraient ainsi déplacés en magasin s'ils n'avaient pas acheté en ligne. Néanmoins, il plane sur la préparation des fêtes de fin d'année une certaine inquiétude face à l'avenir, obligeant les consommateurs à rationaliser leurs achats et à privilégier l'argument économique, souvent au détriment des préoccupations environnementales ou éthiques* ».

Noël 2020 sur Internet – Enquête sur les intentions d'achat des internautes

A l'approche des fêtes de fin d'année, Médiamétrie, en partenariat avec la Fevad, a interrogé du 28 octobre au 4 novembre 2020, 2 037 internautes de 15 ans et plus sur leurs intentions d'achat en ligne.

Médiamétrie et la Fevad publient les résultats d'une étude exclusive menée du 28 octobre au 4 novembre 2020*, auprès de 2037 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.

* À noter : 2^e confinement national à partir du 29/10 à minuit

Black Friday et Cyber Monday : top départ des courses de Noël en ligne

Les opérations commerciales autour du Black Friday et du Cyber Monday (respectivement les 4 et 7 décembre 2020) marquent pour beaucoup cette année encore le coup d'envoi des achats de Noël sur Internet. Une tendance accentuée par la crise sanitaire et le décalage de la date fixée pour ces promotions, plus proche des fêtes de fin d'année.

En 2019, **71%** des cyberacheteurs ayant profité de ces événements sur Internet ont acheté tout ou partie de leurs cadeaux de Noël à cette occasion.

Cette année, parmi ceux envisageant de profiter de ces opérations en ligne (**67%**), **9 cyberacheteurs sur 10** déclarent vouloir réaliser leurs achats de Noël durant cette période (**89%**, +2 points vs 2019).

Au-delà de la préparation des fêtes de fin d'année, les adeptes du Black Friday et du Cyber Monday souhaitent à **88%** privilégier Internet pour profiter des promotions (vs **81%** en 2019). Un regain d'intérêt pour la toile à mettre en rapport avec le contexte de pandémie puisque **62%** d'entre eux justifient ce choix par la limitation des risques liés à la crise sanitaire.

Enfin, **64%** des répondants déclarent que cette même crise les incite à davantage profiter des opérations commerciales Black Friday et Cyber Monday cette année.

Un budget de Noël entre plaisir et prudence

6 cyberacheteurs sur 10 ont réalisé leurs courses et cadeaux de Noël sur Internet en 2019.

Pour Noël 2020, ce canal reste incontournable puisque **près des trois quarts (73%)** des acheteurs en ligne ont l'intention d'utiliser le web pour gâter leurs proches. Cette année, le budget consacré aux achats de Noël en ligne restera le même pour **65%** des cyberacheteurs.

Cependant, l'impact de la crise sanitaire et les incertitudes économiques qui en découlent se font clairement sentir : **un quart** des cyberacheteurs ont l'intention de moins dépenser pour leurs courses de Noël sur la toile en 2020 (vs **20%** en 2019). Principales raisons évoquées : baisse du pouvoir d'achat, inquiétude sur la situation financière à venir, incertitude de la visite des proches pour les fêtes de fin d'année.

Magasins physiques, économie circulaire et « made in France » à l'honneur

Stars de Noël, les produits culturels (**48%**) et les jeux et jouets (**38%**) demeurent en tête des intentions d'achat de fin d'année sur la toile. Pour les réaliser, **8 cyberacheteurs sur 10** déclarent se rendre sur les sites Internet des magasins physiques.

Bien qu'un peu mises à mal par le contexte général, les préoccupations éthiques et/ou environnementales restent ancrées, notamment chez les plus jeunes. **37%** des cyberacheteurs offriront des produits issus de l'économie circulaire à Noël, les 15-24 ans représentant **près de la moitié** d'entre eux.

Enfin, d'une manière générale, les **trois quarts** des adeptes du e-commerce choisissent un site Internet parce qu'il est français et près **d'un cyberacheteur de Noël sur 2 (47%)** est prêt à dépenser plus pour offrir des cadeaux produits en France.



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 – 3^{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.

		Visiteurs uniques moyens par MOIS	Couverture mensuelle moyenne (en % de la pop. française)	Visiteurs uniques moyens par JOUR	Evol. rang vs T2 2020
1	amazon	32 094 000	51,2%	6 043 000	=
2	Cdiscount	22 410 000	35,7%	2 477 000	=
3	fnac	15 637 000	24,9%	1 127 000	=
4	Booking.com	15 290 000	24,4%	1 337 000	+9
5	Vinted	15 174 000	24,2%	4 197 000	+1
6	Carrefour	13 131 000	20,9%	1 389 000	+1
7	wish	13 048 000	20,8%	2 572 000	+1
8	E.Leclerc	12 997 000	20,7%	1 395 000	-3
9	LEOFRANCOIS	12 347 000	19,7%	986 000	-5
10	OUI	12 230 000	19,5%	1 224 000	Entrée
11	Veepee	11 895 000	19,0%	2 406 000	-2
12	ebay	10 944 000	17,4%	1 116 000	-2
13	Rakuten	10 681 000	17,0%	1 104 000	-1
14	AliExpress	10 256 000	16,3%	1 485 000	=
15	airbnb	9 712 000	15,5%	1 036 000	Entrée

*Sites adhérents à la Fevad, sauf Booking.com, Wish, AliExpress et Airbnb

► Médiamétrie et Médiamétrie//NetRatings - Audience Internet Global - Catégorie créée spécialement pour la Fevad - Moyenne T3 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 – 3^{ème} trimestre 2020

		Visiteurs uniques moyens par mois	% des visiteurs uniques moyens ayant utilisé l'ordinateur	% des visiteurs uniques moyens ayant utilisé le mobile	% des visiteurs uniques moyens ayant utilisé la tablette
1	amazon	32 094 000	49,5	68,0	18,7
2	Cdiscount	22 410 000	37,2	68,4	16,1
3	fnac	15 637 000	37,8	62,4	15,5
4	Booking.com	15 290 000	33,3	65,0	17,3
5	Vinted	15 174 000	19,2	79,0	15,3
6	Carrefour	13 131 000	35,3	63,9	14,4
7	wish	13 048 000	14,8	78,3	16,1
8	E.Leclerc	12 997 000	37,2	62,0	15,7
9	LEOFRANCOIS	12 347 000	44,1	55,1	15,3
10	OUI	12 230 000	29,1	69,7	14,3
11	Veepee	11 895 000	27,7	68,8	16,7
12	ebay	10 944 000	42,7	56,4	13,3
13	Rakuten	10 681 000	30,7	66,5	14,1
14	AliExpress	10 256 000	30,9	66,8	12,4
15	airbnb	9 712 000	28,0	66,9	16,5

*Sites adhérents à la FEVAD, sauf Booking.com, Wish, AliExpress et Airbnb adhérents à la Fevad

► Médiamétrie et Médiamétrie//NetRatings - Audience Internet Global - Catégorie créée spécialement pour la Fevad - Moyenne T3 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
3^{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
Stéphanie Haoun
Tél : 01 71 09 93 18
shaoun@mediametrie.fr

FEVAD
Nathalie Lainé
Tél : 01 42 56 38 86
nlaine@fevad.com