



www.fevad.com

fédération e-commerce  
et vente à distance



Mediametrie

## Baromètre trimestriel de l'audience du e-commerce en France – Bilan de l'année 2020

4<sup>ème</sup> trimestre 2020

### Près de 42 millions de cyberacheteurs en France

D'après l'Observatoire des Usages Internet de Médiamétrie, au 4<sup>ème</sup> trimestre 2020, le nombre de cyberacheteurs s'élève à près de **42 millions**, soit plus de **1,5 million** de cyberacheteurs supplémentaires en 1 an.

Pour Marc Lolivier, Délégué Général de la Fevad : « L'année 2020, marquée par la crise sanitaire, a profondément bouleversé les habitudes d'achat de millions de Français. Les conditions inédites ont conduit ces derniers à s'organiser face aux restrictions de circulation et à la fermeture de nombreux commerces physiques. Internet leur a permis de continuer à s'alimenter, s'équiper, se former, se divertir tout en respectant les mesures de protection sanitaire en vigueur. Certaines de ces habitudes tendent à s'inscrire dans le temps et créent de nouvelles attentes parmi les consommateurs, comme celles d'avoir accès en ligne à leurs commerces de proximité par exemple. Si l'année 2020 a été un accélérateur de la digitalisation du commerce, il est primordial d'aller encore plus loin et d'accompagner tous les commerçants dans cette voie, en premier lieu les TPE/PME. Le digital a été un formidable amortisseur économique dans cette période, faisons en sorte qu'il devienne un levier de la reprise pour tous, pour le commerce dans son ensemble ».

Jamila Yahia-Messaoud, Directrice du Département Consumer Insights de Médiamétrie ajoute : « le nombre de cyberacheteurs a fortement augmenté cette année, plus encore que les années passées. Les cyberacheteurs ont également renforcé et diversifié leurs achats en ligne et ont plus régulièrement privilégié cette pratique, même pour des produits alimentaires. Au-delà de sa praticité et de sa facilité d'usage, le commerce en ligne a répondu à la volonté des cyberacheteurs de se protéger du risque sanitaire et d'éviter les contraintes en magasins ».

### Bilan du e-commerce en 2020

Médiamétrie, en partenariat avec la Fevad, a interrogé les internautes sur leurs pratiques de consommation en ligne en 2020 et l'impact de la crise sanitaire.

Médiamétrie et la Fevad publient les résultats d'une étude exclusive menée du 11 au 18 janvier 2021, auprès de 1296 internautes âgés de 18 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.

## La crise sanitaire booste les achats en ligne et le click & collect

Une première tendance marque cette année particulière : plus nombreux, près de **4 cyberacheteurs sur 10 (37,2%)** ont aussi effectué plus d'achats sur la toile durant cette période. Un choix essentiellement motivé par une volonté d'éviter tout risque de contamination (raison évoquée par plus de la moitié d'entre eux) ou les contraintes sanitaires dans les magasins.

Par ailleurs, plus **d'1 tiers des cyberacheteurs** ayant davantage commandé en ligne l'ont fait suite à la fermeture des magasins, notamment pendant les deux périodes de confinement.

Si la fréquence des achats en ligne augmente en 2020, **83%** des cyberacheteurs ayant commandé davantage sur le web déclarent également avoir dépensé plus qu'habituellement.

La livraison à domicile reste privilégiée par **plus de 85%** des cyberacheteurs pour récupérer leur commande. Néanmoins, le click & collect en point de vente, souvent mis en avant par les commerçants lors des périodes de confinement, a séduit cette année **plus de 4 acheteurs en ligne sur 10 (41%, en hausse de 14 points vs 2019)**.

Enfin, si la sécurité des données et des transactions sur un site de e-commerce reste un critère de sélection pour **68%** des adeptes des achats sur le web, ce point marque un retrait par rapport à 2019, preuve d'un effort des e-commerçants dans ce domaine.

## Achats sur mobile : le retour

Pour réaliser des achats sur Internet, les écrans utilisés demeurent multiples en 2020, ordinateur en tête avec plus de **84%** d'adeptes. A noter cependant, l'achat en ligne sur mobile, un temps délaissé pendant l'année 2020, revient au niveau observé fin 2019 et séduit **4 cyberacheteurs sur 10**. Les plus assidus de cette pratique : une population féminine, jeune et CSP+.

## Alimentation et commerces de proximité : les grands gagnants

Qu'achète-t-on en ligne en 2020 ? En majorité des produits dits « non essentiels », peu ou pas disponibles dans les magasins fermés lors des périodes de confinement, comme les biens culturels ou les vêtements, par exemple. Une tendance se confirme néanmoins : l'achat de produits alimentaires progresse et semble s'installer en cette année atypique.

**55,8%** des acheteurs de produits alimentaires sur la toile ont ainsi commandé davantage de leurs mets favoris en ligne en raison de la crise sanitaire. Les sites de e-commerce proposant un service de drive ont été les premiers à profiter de cette hausse puisque près de **48%** des cyberacheteurs concernés ont fait leurs courses alimentaires sur ces sites.

Par ailleurs, les commandes de repas en ligne ont aussi eu le vent en poupe en 2020. Près de **30%** des cyberacheteurs ont augmenté leurs commandes de cette nature, avec, pour plus de la moitié d'entre eux, la motivation première d'apporter leur soutien aux restaurateurs.

Enfin, autre tendance de cette année hors normes, l'envie pour les adeptes des achats en ligne de pouvoir quand même profiter de leurs commerces de proximité. Ainsi, **plus d'un quart des cyberacheteurs (25,7%)** ont réalisé leurs achats sur le web auprès de leurs commerces de proximité. En tête des motivations pour près de **70%** d'entre eux : comme pour les restaurateurs, l'envie de soutenir les commerces de proximité. À l'inverse, **plus de 4 cyberacheteurs sur 10** non adeptes de cette pratique invoquent comme principal frein l'indisponibilité de ce service.

### Quelles perspectives pour 2021 ?

*« Il est certain qu'avec la crise sanitaire, le e-commerce et les cyberacheteurs ont dû s'adapter et cette adaptation se poursuit. Ces nouvelles tendances et habitudes vont-elles s'inscrire dans le temps ? Pour l'instant, on observe que **80%** des cyberacheteurs ayant davantage consommé en ligne en 2020 ont l'intention de continuer à le faire à l'avenir »* conclut Jamila Yahia-Messaoud.



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 – 4<sup>ème</sup> trimestre 2020

En moyenne, **45,4 millions** d'internautes (**72%** 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 T3 2020
1	amazon	36 066 000	57,5%	8 165 000	-
2	Cdiscount	24 580 000	39,2%	2 779 000	-
3	fnac	22 271 000	35,5%	2 006 000	-
4	Vinted	16 229 000	25,9%	5 002 000	+1
5	Carrefour	14 998 000	23,9%	1 607 000	+1
6	Wish	14 783 000	23,6%	3 073 000	+1
7	E.Leclerc	14 617 000	23,3%	1 598 000	+1
8	Savvy	14 104 000	22,5%	955 000	
9	ebay	13 205 000	21,0%	1 429 000	+3
10	Leclerc	12 762 000	20,3%	995 000	-1
11	Rakuten	12 447 000	19,8%	1 221 000	+2
12	Veepee	12 165 000	19,4%	2 567 000	-1
13	boulanger	12 134 000	19,3%	815 000	
14	La Redoute	11 813 000	18,8%	890 000	
15	AliExpress	11 731 000	18,7%	1 989 000	-1

\*Sites adhérents à la Fevad, sauf Wish, et AliExpress

## Le Top 15 des sites et applications « e-commerce » les plus visités en France – répartition par écran – 4<sup>ème</sup> 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	36 066 000	52,7	68,7	19,9
2	Cdiscount	24 580 000	43,4	64,9	15,3
3	fnac	22 271 000	39,6	66,1	15,7
4	Vinted	16 229 000	22,8	79,1	14,4
5	Carrefour	14 998 000	38,1	63,4	13,4
6	Wish	14 783 000	17,7	77,2	15,5
7	E.Leclerc	14 617 000	40,2	60,8	15,0
8	Savvy	14 104 000	40,5	58,8	15,4
9	ebay	13 205 000	45,3	56,6	12,8
10	Leclerc	12 762 000	45,7	54,3	13,0
11	Rakuten	12 447 000	33,3	65,5	12,7
12	Veepee	12 165 000	31,5	65,1	17,9
13	boulanger	12 134 000	43,2	57,8	11,4
14	La Redoute	11 813 000	39,2	57,6	17,0
15	AliExpress	11 731 000	39,4	60,7	12,1

\*Sites adhérents à la Fevad, sauf Wish, et AliExpress

# COMMUNIQUÉ DE PRESSE

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

4<sup>ème</sup> 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](http://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](http://www.mediametrie.fr)

Twitter : @Mediametrie

Instagram : Mediametrie.official

## Contacts Presse :

MEDIAMETRIE

Stéphanie Haoun

Tél : 01 71 09 93 18

[shaoun@mediametrie.fr](mailto:shaoun@mediametrie.fr)

FEVAD

Nathalie Lainé

Tél : 01 42 56 38 86

[nlaine@fevad.com](mailto:nlaine@fevad.com)