

Baromètre trimestriel de l'audience du e-commerce en France / Achats en ligne et méthodes de paiement

2^{ème} trimestre 2021

42 millions de cyberacheteurs en France

D'après l'Observatoire des Usages Internet de Médiamétrie, **42 millions** d'internautes ont effectué des achats en ligne au cours du 2^{ème} trimestre 2021. C'est près d'**1 million** de cyberacheteurs supplémentaires par rapport au 2^{ème} trimestre 2020.

Pour Xavier Lemuet, Directeur du pôle digital & médias de Médiamétrie :
« La digitalisation des habitudes de consommation perdure hors période de confinement, cette année nous le confirme. Les cyberacheteurs sont toujours plus nombreux et achètent en ligne de plus en plus régulièrement. Cette progression est soutenue par une diversification des moyens de paiement, avec notamment une adoption très significative des solutions de paiement électroniques alternatives aux cartes bancaires classiques. Toutefois les banques restent des acteurs majeurs du paiement en ligne, avec des moyens performants pour sécuriser les achats. »

Selon Marc Lolivier, Délégué Général de la Fevad : « Si la sécurité reste de loin l'attente prioritaire en matière de paiement en ligne, cela n'empêche pas les consommateurs de diversifier de plus en plus leurs moyens de paiement. Au moment de régler la commande, la carte bancaire est souvent privilégiée. Mais les modes de paiement alternatifs comme le portefeuille électronique, les cartes cadeau et les virements continuent de gagner du terrain notamment chez les jeunes. Parallèlement, les paiements différés et fractionnés rencontrent aussi un public de plus en plus large. Cette évolution des comportements est aussi le reflet d'une offre de paiement de plus en plus large, développée par les sites marchands et les acteurs du paiement. »

Médiamétrie, en partenariat avec la Fevad, a interrogé les internautes sur les méthodes de paiement qu'ils utilisent pour régler leurs achats en ligne.

Médiamétrie et la Fevad publient les résultats d'une étude exclusive menée du 07 au 10 septembre, auprès de 1 008 internautes âgés de 15 ans et plus.

Médiamétrie//NetRatings et la Fevad publient chaque trimestre le classement d'audience des vingt 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.

Un nombre de cyberacheteurs fréquents en forte augmentation

Si le nombre global de cyberacheteurs affiche désormais une croissance tranquille (+ **près d'1 million** soit **+2,3%** en un an), les acheteurs fréquents voient leur nombre progresser plus rapidement : au 2^{ème} trimestre 2021, plus de **70% (70,1%)** des acheteurs en ligne ont réalisé au moins un achat au cours des 3 derniers mois. Ils étaient **63,6%** un an auparavant (T2 2020), soit une hausse de **12%** en un an.

Les paiements en ligne largement dominés par la Carte bancaire

77% des cyberacheteurs privilégient en effet le paiement en une fois par carte bancaire.

Toutefois, les Français utilisent également d'autres moyens de paiement comme les solutions de paiement électronique (PayPal, Google Pay, Apple Pay...) qui séduisent **40%** des acheteurs, les cartes cadeau (**33%**), les cartes à paiement étalé, le virement, etc. de sorte que plus de la moitié des cyberacheteurs utilisent plusieurs moyens de paiement, avec en moyenne **2** moyens différents par cyberacheteurs. Les CSP+ (**68%**) et les 15-34 ans (**66%**) sont plus nombreux à utiliser plusieurs moyens de paiement que la moyenne des cyberacheteurs (**59%**).

Par ailleurs, les moyens de paiement varient aussi en fonction du montant des achats.

Si le paiement en une fois par carte bancaire domine quel que soit le montant, cette solution a tendance à diminuer au profit d'autres, comme le prélèvement ou le paiement en plusieurs fois, lorsque l'achat est plus important (plus de **250€**). Les solutions de paiement électroniques sont davantage privilégiées pour les petits montants (moins de **30€**) que pour les gros.

Enfin, les moyens de paiement diffèrent également selon les catégories d'achat. Sans surprise, **74%** des acheteurs privilégient la carte bancaire en une fois pour l'achat de produits alimentaires et de grande consommation. Toutefois, **22%** préfèrent le paiement par carte bancaire en plusieurs fois pour acquérir des produits techniques et électroménagers et **32%** optent pour une solution de paiement électronique quand il s'agit de produits culturels physiques comme les livres par exemple.

Des e-payers en quête de sécurité

La sécurité et l'authentification des paiements évoluent. Les applications bancaires sont largement adoptées par les Français : **72%** des cyberacheteurs ont téléchargé l'appli de leur banque (**80%** des CSP+ et des 15-34 ans), et parmi eux, **91%** l'utilisent pour authentifier leurs achats en ligne, en très grande majorité (**73%**) via un code : c'est même le cas pour **83%** des 50 ans et +.

Et la confiance gagne progressivement les utilisateurs de carte bancaire, puisque plus de la moitié d'entre eux (**51%**) acceptent que leur numéro de carte soit enregistré par les sites pour faciliter des achats ultérieurs.



www.fevad.com

fédération e-commerce
et vente à distance

Le Top 20 des sites et applications « e-commerce » les plus visités en France – Internet Global 3 écrans – 2^{ème} trimestre 2021

En moyenne, **46,8 millions** d'internautes (**74,1%** des Français) ont consulté, chaque mois, au moins un des sites et/ou applications du Top 20.

	Visiteurs uniques moyens par mois	Couverture France mensuelle (en % de la pop. française)	Visiteurs uniques moyens par jour
1 Amazon*	35 782 000	56,7%	7 889 000
2 Leboncoin.fr*	29 001 000	46,0%	7 811 000
3 Cdiscount*	21 720 000	34,4%	2 217 000
4 Vinted*	16 661 000	26,4%	5 120 000
5 Leroy Merlin*	15 056 000	23,9%	1 334 000
6 Fnac*	15 025 000	23,8%	1 112 000
7 Carrefour*	14 267 000	22,6%	1 461 000
8 Booking.com	13 600 000	21,6%	1 083 000
9 AliExpress	13 470 000	21,3%	2 383 000
10 E.Leclerc*	12 660 000	20,1%	1 431 000
11 ManoMano*	11 671 000	18,5%	798 000
12 eBay*	11 601 000	18,4%	1 326 000
13 Wish	11 098 000	17,6%	2 087 000
14 Veepee*	10 997 000	17,4%	2 445 000
15 Sheln	10 298 000	16,3%	1 765 000
16 Rakuten France*	10 140 000	16,1%	976 000
17 Decathlon	10 123 000	16,0%	681 000
18 Darty*	9 961 000	15,8%	602 000
19 Boulanger*	9 562 000	15,2%	582 000
20 Airbnb	9 489 000	15,0%	917 000

*Sites adhérents à la FEVAD



www.fevad.com

fédération e-commerce
et vente à distance

Le Top 20 des sites et applications « e-commerce » les plus visités en France – répartition par écran – 2^{ème} trimestre 2021



	Visiteurs uniques moyens par mois	Part de l'audience Ordinateur	Part de l'audience Mobile	Part de l'audience Tablette
1 Amazon*	35 782 000	48,7%	72,1%	19,0%
2 Leboncoin.fr*	29 001 000	42,9%	70,9%	16,7%
3 Cdiscount*	21 720 000	39,3%	65,8%	14,7%
4 Vinted*	16 661 000	22,2%	80,1%	14,1%
5 Leroy Merlin*	15 056 000	44,3%	55,5%	16,4%
6 Fnac*	15 025 000	38,2%	64,2%	12,9%
7 Carrefour*	14 267 000	36,5%	65,0%	13,3%
8 Booking.com	13 600 000	42,2%	58,3%	13,5%
9 AliExpress	13 470 000	36,0%	65,6%	11,3%
10 E.Leclerc*	12 660 000	35,7%	62,9%	14,5%
11 ManoMano*	11 671 000	44,5%	53,0%	14,1%
12 eBay*	11 601 000	43,2%	56,5%	12,4%
13 Wish	11 098 000	14,8%	78,5%	13,9%
14 Veepee*	10 997 000	33,5%	63,7%	16,6%
15 Sheln	10 298 000	20,7%	78,4%	9,0%
16 Rakuten France*	10 140 000	25,6%	70,9%	12,9%
17 Decathlon	10 123 000	37,2%	60,0%	13,1%
18 Darty*	9 961 000	42,1%	55,6%	13,2%
19 Boulanger*	9 562 000	44,4%	54,0%	10,7%
20 Airbnb	9 489 000	34,7%	64,8%	9,8%

*Sites adhérents à la FEVAD

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Baromètre trimestriel de l'audience du e-commerce en France
2^{ème} trimestre 2021



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 aujourd'hui plus de 750 entreprises. 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.

Pour en savoir plus : www.fevad.com / Suivez-nous sur twitter : @FevadActu et sur LinkedIn.

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