



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 2021

4<sup>ème</sup> trimestre 2021

### Près de 42 millions de cyberacheteurs en France

D'après l'Observatoire des Usages Internet de Médiamétrie, au 4<sup>ème</sup> trimestre 2021, le nombre de cyberacheteurs s'élève à près de **42 millions**.

Pour Xavier Lemuet, Directeur du pôle ad'hoc et grandes enquêtes de Médiamétrie : « Après une progression très marquée en 2020 dans le contexte de la crise sanitaire, le volume de cyberacheteurs connaît une croissance plus douce en 2021 pour atteindre un volume de **41,8 millions**, soit **80%** des internautes de 11 ans et plus. On note aussi une intensification de la pratique puisque la proportion d'acheteurs hebdomadaires représente désormais **32%** des internautes, soit **2 points** de plus qu'en 2020, à rapprocher de la progression du mobile comme support d'achat, utilisé par plus de la moitié des cyberacheteurs. Au-delà, l'étude détecte l'essor de nouvelles tendances qu'il s'agira de suivre à court terme, telles le recours aux plateformes qui mettent en relation les consommateurs avec les commerces de proximité, utilisées par plus d'**1** cyberacheteur sur **10** en 2021 ».

Selon Marc Lolivier, Délégué Général de la Fevad : « C'est un fait, la crise sanitaire a poussé les Français à consommer davantage sur internet : **38%** des cyberacheteurs déclarent avoir commandé davantage sur internet qu'avant le début de la crise. Et ils sont quasi-unanimes à penser que ces nouvelles habitudes d'achat sur internet vont perdurer au-delà de la crise. Mais l'impact de la situation sanitaire est loin de se limiter à la simple augmentation des commandes sur internet. L'étude met aussi en évidence toute une série de nouvelles tendances qui traduisent l'envie chez les Français de consommer autrement. Parmi elles figurent le marché de la seconde main sur internet qui touche désormais plus de **80%** des cyberacheteurs, qui déclarent avoir déjà acheté et/ou vendu un bien d'occasion sur internet. Chez certains, vérifier si le produit est disponible en seconde main est même devenu un réflexe avant l'achat d'un produit neuf ».

### Bilan du e-commerce en 2021

Médiamétrie, en partenariat avec la Fevad, a interrogé les internautes sur leurs pratiques de consommation en ligne en 2021, les perspectives et tendances pour 2022.

Médiamétrie et la Fevad publient les résultats d'une étude exclusive menée en ligne du 6 au 12 janvier 2022, auprès de 1 002 internautes cyberacheteurs âgés de 15 ans et +.

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.

### Quelles pratiques ont dominé l'achat en ligne en 2021 ?

En 2021, plusieurs catégories de produits et de services sont en progression, notamment les offres en ligne de transports et de séjours, plébiscitées par **32%** des cyberacheteurs (en hausse de **4** et **6** points versus 2020), témoignant ainsi de la reprise de l'ensemble du secteur touristique.

Les attentes prioritaires des cyberacheteurs portent sur des points de sécurité : la sécurité des transactions, pour **63%** d'entre eux, et la protection des données personnelles pour **53%** d'entre eux, toutes deux en hausse de **5** points versus 2020.

Les attentes en termes de RSE (engagement en faveur de l'environnement et de la responsabilité sociale des entreprises) sont également en progression et mobilisent désormais **31%** des cyberacheteurs. Dans ce domaine, une très grande majorité considère que les enseignes ont amélioré la gestion des emballages (diminution de la quantité, emballages réutilisables).

Dans le même registre, le made in France est un critère d'achat pour les **2/3** des cyberacheteurs (**66%**).

### Que reste-t-il de 2020 ?

Si **54%** des cyberacheteurs n'ont pas changé leurs habitudes d'achat en ligne, **38%** déclarent commander davantage sur Internet qu'avant le début de la crise sanitaire. Dans le détail, **9%** des cyberacheteurs ont commandé davantage de produits alimentaires qu'en 2020 et **24%** davantage de produits non alimentaires. Parmi ces derniers, **48%** intensifient leurs achats en ligne « pour profiter d'avantages non disponibles en magasins ». Et, probable signe de lassitude, **46%** commandent davantage en ligne « pour éviter les contraintes sanitaires imposées dans les magasins ».

**71%** des cyberacheteurs effectuent des achats sur les sites des enseignes également présentes en points de vente physiques (*brick and mortar* tels que grandes surfaces alimentaires et spécialisées...). Tandis que **67%** d'entre eux se tournent vers les enseignes uniquement présentes sur Internet. A noter que **14%** ont commandé sur des sites de circuits courts en 2021, et **13%** sur des sites de commerçants de proximité, « pour les soutenir » en premier lieu.

Enfin, côté livraison, le recours aux services de *click & collect* et de *drive* s'est lui aussi intensifié : **33%** des cyberacheteurs y ont eu le plus souvent recours en 2021.

## Quelles perspectives pour 2022 ?

Parmi les cyberacheteurs qui affirment avoir commandé davantage de produits (alimentaires ou non-alimentaires) sur Internet en 2021, plus de **90%** déclarent qu'ils conserveront cette habitude en 2022.

La tendance aux achats de seconde main s'ancre massivement dans la pratique des cyberacheteurs : **50%** ont acheté en ligne des produits reconditionnés ou de seconde main en 2021 ; **80%** d'entre eux l'ont fait « pour faire des économies » et **51%** « pour accéder à des produits de marque qu'ils ne pourraient pas s'offrir à l'état neuf ».

Si l'on tient compte des cyberacheteurs également vendeurs, c'est plus de **80%** des cyberacheteurs qui ont déjà acheté des produits reconditionnés ou de seconde main et/ou vendu eux-mêmes des produits sur Internet.

Enfin, le Live Stream Shopping, ce nouveau canal d'achat au format vidéo et interactif permettant un achat immédiat, n'est pas encore très connu du grand public. Si seuls **18%** des cyberacheteurs en ont déjà entendu parler et **12%** ont déjà participé à un évènement du genre, **45%** trouvent le concept intéressant.



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 – 4<sup>ème</sup> trimestre 2021

En moyenne, 46,9 millions d'internautes (74,3% des Français) ont consulté, chaque mois, au moins un des sites et/ou applications du Top 20.

	*Sites adhérents de la FEVAD	Visiteurs uniques moyens par MOIS	Couverture mensuelle moyenne (en % de la pop. française)	Visiteurs uniques moyens par JOUR
1	<b>Amazon*</b>	<b>36 811 000</b>	58,3%	8 591 000
2	<b>Leboncoin.fr*</b>	<b>26 895 000</b>	42,6%	6 561 000
3	<b>Cdiscount*</b>	<b>22 877 000</b>	36,3%	2 382 000
4	<b>Fnac*</b>	<b>19 121 000</b>	30,3%	1 574 000
5	<b>Vinted*</b>	<b>17 214 000</b>	27,3%	4 882 000
6	<b>Carrefour*</b>	<b>15 267 000</b>	24,2%	1 628 000
7	<b>E.Leclerc*</b>	<b>14 438 000</b>	22,9%	1 625 000
8	<b>AliExpress</b>	<b>13 658 000</b>	21,6%	2 228 000
9	<b>Booking.com</b>	<b>13 054 000</b>	20,7%	1 052 000
10	<b>Lidl*</b>	<b>12 951 000</b>	20,5%	1 577 000
11	<b>Leroy Merlin*</b>	<b>12 621 000</b>	20,0%	984 000
12	<b>Darty*</b>	<b>11 286 000</b>	17,9%	728 000
13	<b>OUI.sncf*</b>	<b>11 025 000</b>	17,5%	1 061 000
14	<b>Rakuten France*</b>	<b>10 998 000</b>	17,4%	1 007 000
15	<b>Boulangier*</b>	<b>10 958 000</b>	17,4%	738 000
16	<b>Veepee*</b>	<b>10 850 000</b>	17,2%	2 235 000
17	<b>eBay*</b>	<b>10 257 000</b>	16,3%	1 094 000
18	<b>Zalando*</b>	<b>9 836 000</b>	15,6%	943 000
19	<b>ManoMano*</b>	<b>9 402 000</b>	15,0%	572 000
20	<b>Auchan*</b>	<b>9 311 000</b>	14,8%	770 000

\* Tous ces sites sont adhérents à la Fevad sauf AliExpress et Booking



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 – 4<sup>ème</sup> trimestre 2021



*Sites adhérents de la FEVAD	Visiteurs uniques moyens par mois	% des visiteurs uniques moyens ayant utilisé le mobile	% des visiteurs uniques moyens ayant utilisé l'ordinateur	% des visiteurs uniques moyens ayant utilisé la tablette
1 <b>Amazon*</b>	36 811 000	74,0	47,2	20,3
2 <b>Leboncoin.fr*</b>	26 895 000	72,9	36,0	16,4
3 <b>Cdiscount*</b>	22 877 000	69,1	35,6	15,0
4 <b>Fnac*</b>	19 121 000	67,1	37,2	13,7
5 <b>Vinted*</b>	17 214 000	81,5	20,9	13,9
6 <b>Carrefour*</b>	15 267 000	69,4	32,4	13,4
7 <b>E.Leclerc*</b>	14 438 000	66,8	33,6	14,1
8 <b>AliExpress</b>	13 658 000	69,0	31,8	11,8
9 <b>Booking.com</b>	13 054 000	59,9	39,8	12,4
10 <b>Lidl*</b>	12 951 000	77,6	20,5	11,8
11 <b>Leroy Merlin*</b>	12 621 000	57,6	41,2	13,7
12 <b>Darty*</b>	11 286 000	60,0	38,5	13,0
13 <b>OUI.sncf*</b>	11 025 000	68,2	34,3	9,6
14 <b>Rakuten France*</b>	10 998 000	69,4	27,1	13,1
15 <b>Boulanger*</b>	10 958 000	60,5	39,0	11,2
16 <b>Veepee*</b>	10 850 000	66,5	31,0	15,9
17 <b>eBay*</b>	10 257 000	55,7	43,4	10,9
18 <b>Zalando*</b>	9 836 000	73,7	24,0	10,2
19 <b>ManoMano*</b>	9 402 000	53,6	42,0	13,2
20 <b>Auchan*</b>	9 311 000	64,7	33,7	10,6

\* Tous ces sites sont adhérents à la Fevad sauf AliExpress et Booking

# COMMUNIQUÉ DE PRESSE

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

4<sup>ème</sup> 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](http://www.fevad.com) / Suivez-nous sur twitter : @FevadActu et sur LinkedIn.




## A propos de Médiamétrie et Médiamétrie//NetRatings

Médiamétrie s'engage à fournir à ses clients des mesures d'audience de référence communes et souveraines. Leader de la donnée et experte des médias, la société étend son expertise aux mesures des comportements vidéo, audio, cross-médias et à la mesure de l'efficacité publicitaire. Chaque jour, près de 1 000 collaborateurs élaborent et produisent la juste mesure d'aujourd'hui et de demain pour favoriser la libre décision des clients de l'entreprise en France et à l'international.

En 2020, le groupe Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de près de 100 M€ et traite plus d'un milliard de données chaque jour.

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.

Plus d'informations : [www.mediametrie.fr](http://www.mediametrie.fr)

 @Mediametrie  
 Mediametrie.official  
 Médiamétrie



Consultez  
+ de 500 définitions  
sur [Les Mots des Médias](#)

## Contacts Presse :

MEDIAMETRIE  
Juliette Destribats  
Tél : 01 47 58 97 55  
[jdestribats@mediametrie.fr](mailto:jdestribats@mediametrie.fr)

FEVAD  
Nathalie Lainé  
Tél : 01 42 56 38 86  
[nlaine@fevad.com](mailto:nlaine@fevad.com)