

# Bilan du e-commerce français 2020

Jamila Yahia-Messaoud,

Directrice du Département Consumer  
Insights de Médiamétrie

04/02/2021



Mediametrie

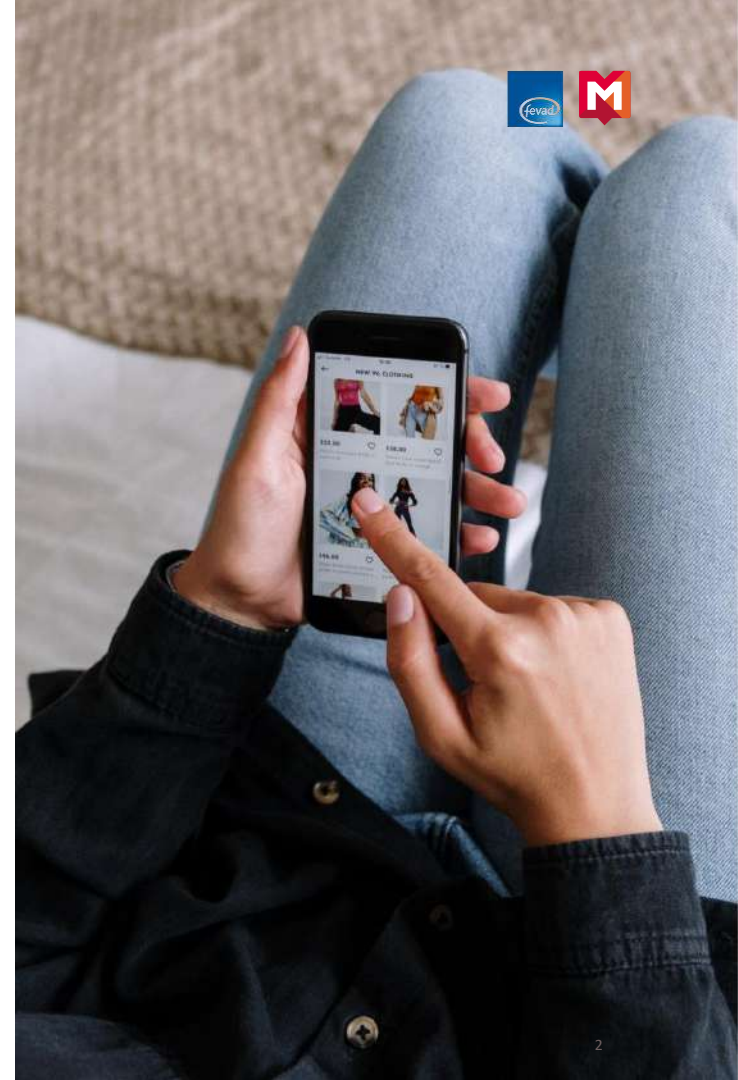


[www.fevad.com](http://www.fevad.com)

fédération e-commerce  
et vente à distance

## Sommaire

1. Quelles pratiques d'achat en ligne en 2020 ?
2. Une crise sanitaire aux effets notables
3. L'après crise sanitaire : des tendances se dessinent
4. Classement des sites eCommerce en France

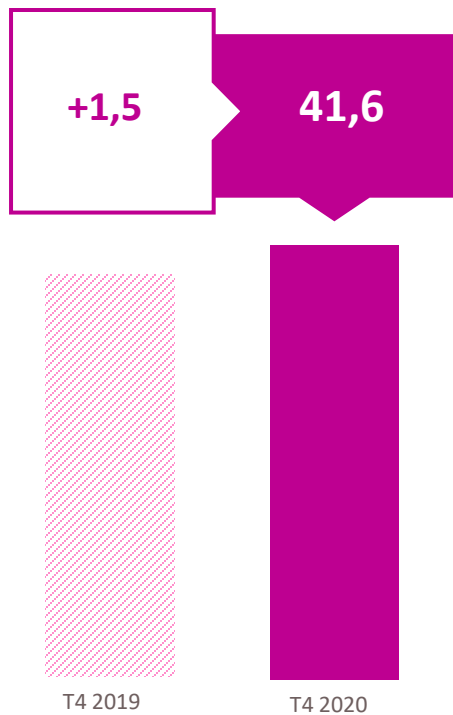


# 1

Quelles pratiques d'achat  
en ligne en 2020 ?



## Un nombre de cyberacheteurs en forte

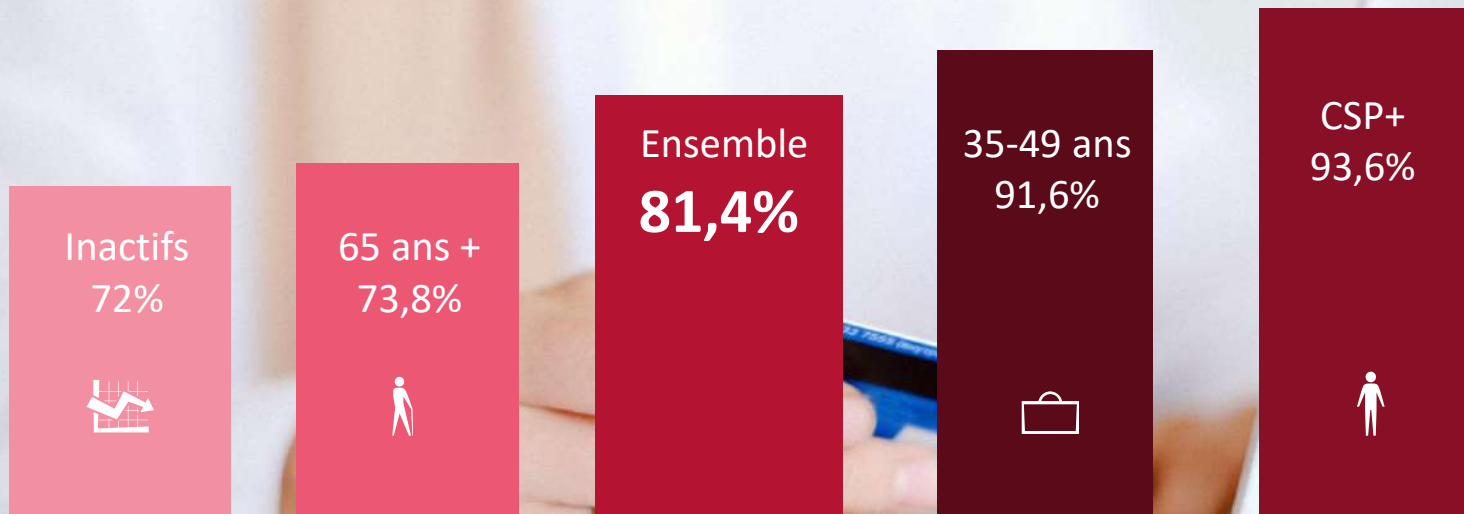


- Source : Médiamétrie - Observatoire des Usages Internet - Tous lieux de connexion – Ensemble des individus de
- Cyberacheteurs : internautes DM ayant déjà effectué un achat en ligne (=acheteurs en ligne)



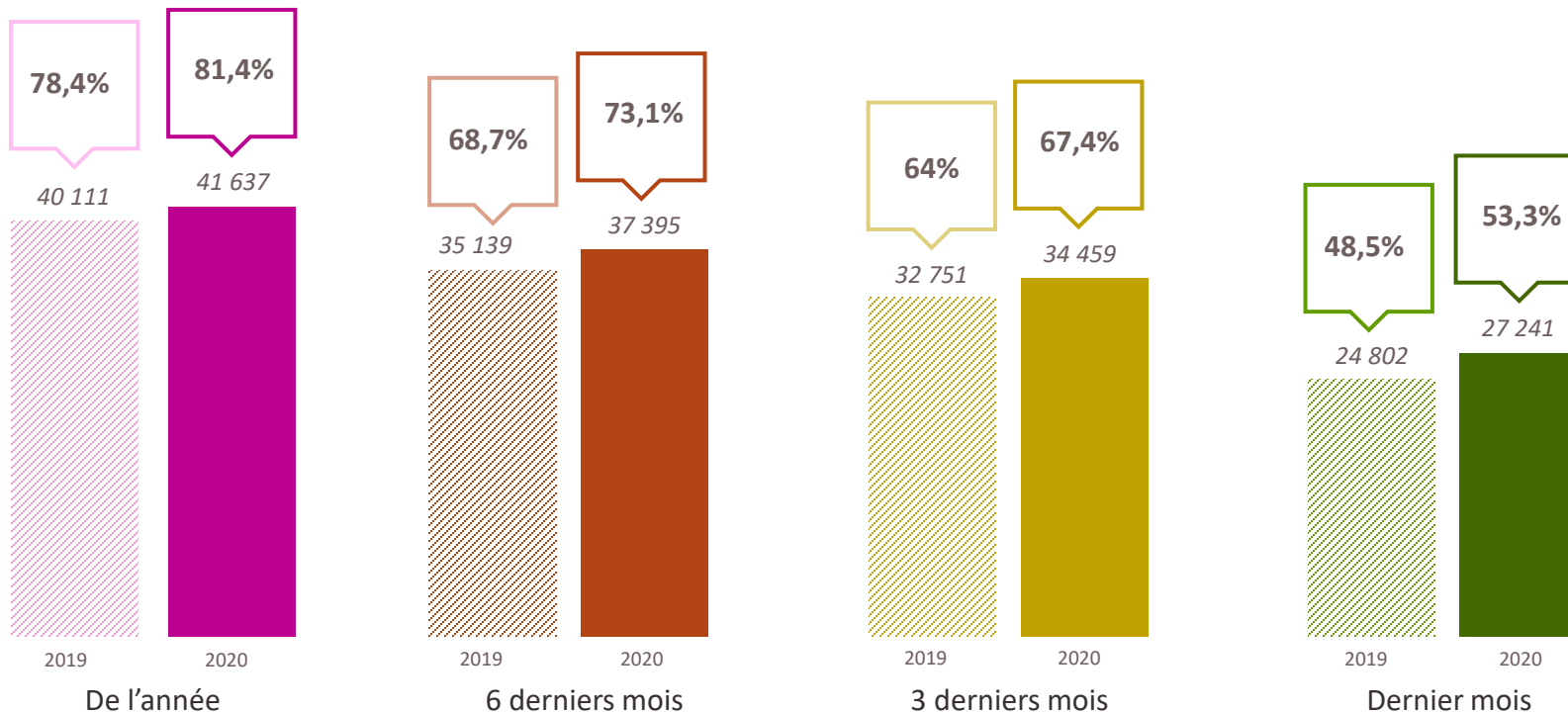
t plus

# Et toutes les populations en profitent



► Source : Médiamétrie - Observatoire des Usages Internet - Tous lieux de connexion – Ensemble des individus de 11 ans et plus  
► Cyberacheteurs : internautes DM ayant déjà effectué un achat en ligne (=acheteurs en ligne)

# Fidélité à l'achat en ligne = récurrence

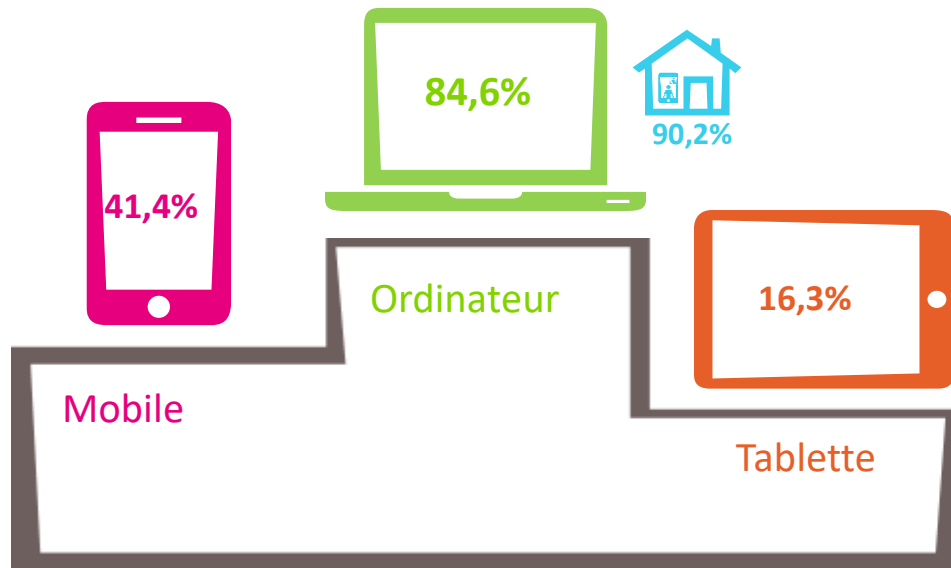


Chiffres indiqués en milliers

- ▶ Source : Médiamétrie - Observatoire des Usages Internet - Tous lieux de connexion – Ensemble des individus de 11 ans et plus
- ▶ Cyberacheteurs : internautes DM ayant déjà effectué un achat en ligne (=acheteurs en ligne)

# L'ordinateur domine, le mobile revient !

Cyberacheteurs multi-écrans : **39,6%**

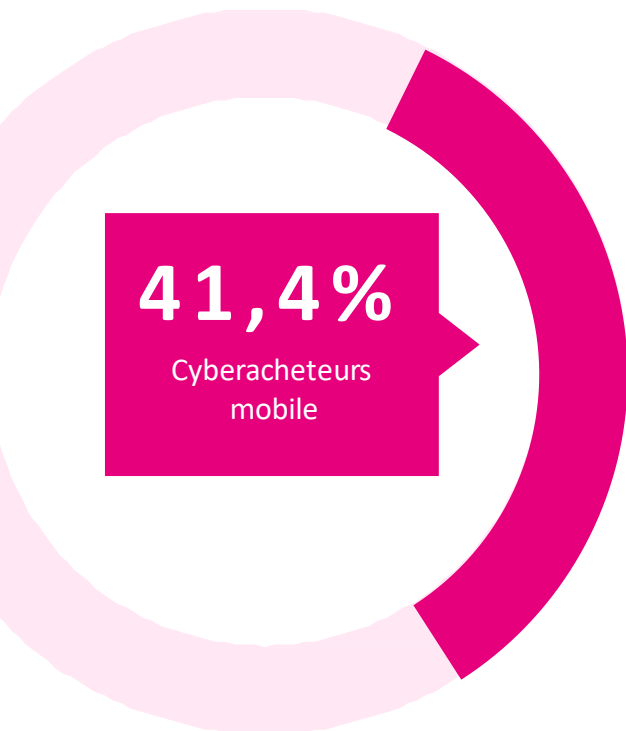


► Question : Parmi les équipements suivants, lesquels utilisez-vous pour faire des achats sur Internet ?

► Base : Internautes 18+ (n=1296)



# Achats sur mobile : sites et applications au coude à coude



**84,9%**

Site mobile

**77,2%**

Application mobile

**27,4%**

Store



▶ Question : Avec votre téléphone mobile, avez-vous déjà effectué les actions suivantes...

▶ Base : Cyberacheteurs sur mobile (n=530)



# Dissolution des frontières entre pro et perso : l'achat en ligne en profite

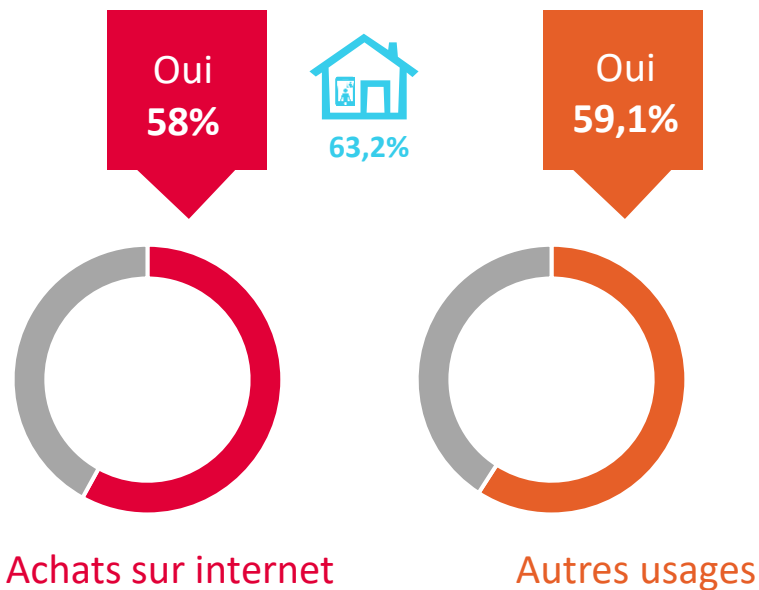


**8,9%**

Équipé par l'entreprise

**77,9%**

Usages personnels



# Top 3 des achats produits et services

Achat de produits en ligne

95,8%

Achat de services en ligne

74,4%

Mode, habillement



61,2%

53,9%

Billet de transport



27,1%

Produits culturels



50,1%

Séjours



25,7%

Hygiène, beauté



38,8%

Musique, livres,  
vidéo en ligne



31%

23,8%

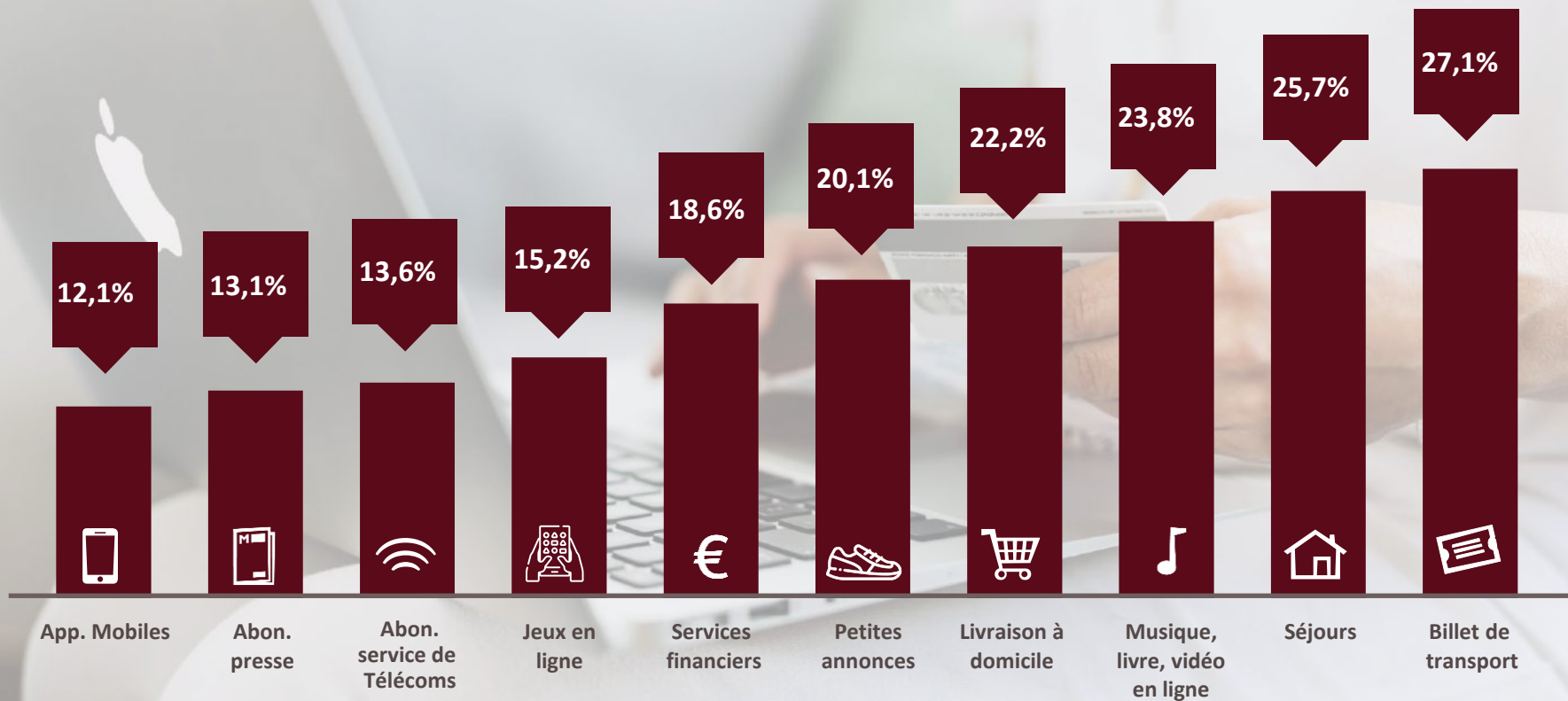
# Achats de produits : l'alimentation se maintient



► Question : Parmi les catégories de produits suivantes, quelles sont celles que vous avez achetées sur Internet en 2020 ?

► Base : Internautes 18+ (n=1296)

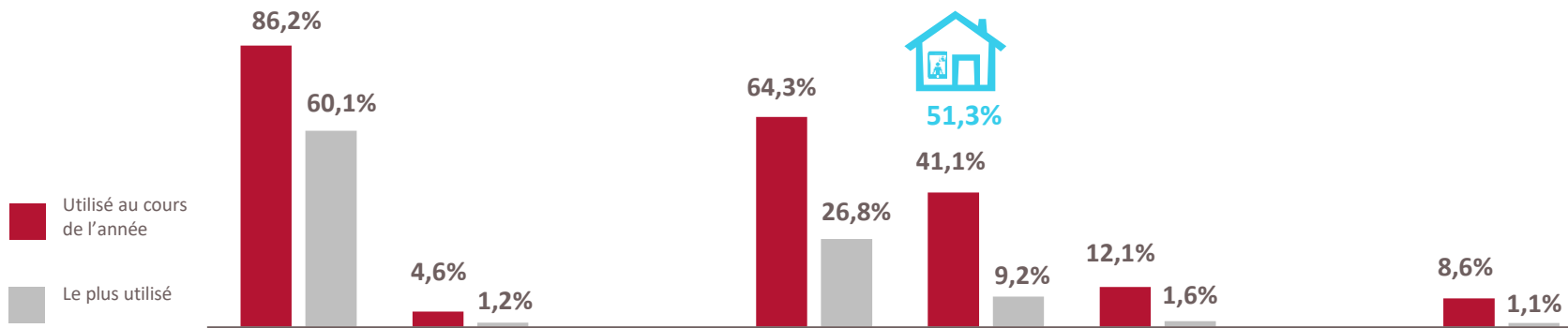
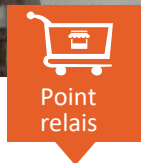
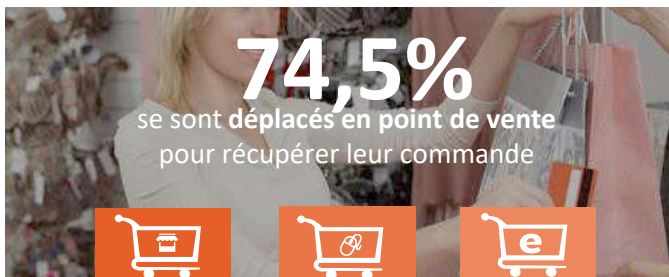
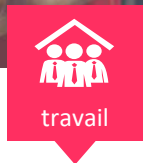
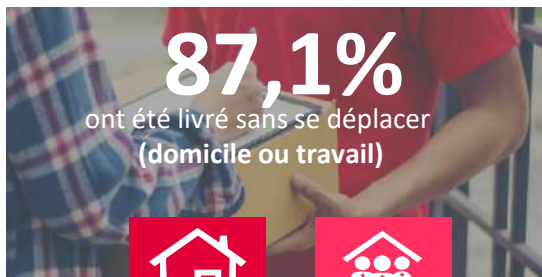
# Loisirs et services "pratiques" : des achats diversifiés pour les services



► Question : Parmi les catégories de services suivantes, quelles sont celles que vous avez achetées sur Internet en 2020 ?

► Base : Internautes 18+ (n=1296)

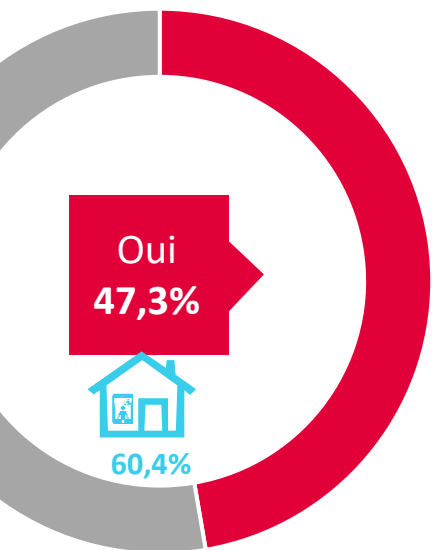
# Livrés à domicile ET en point de vente : le click & collect séduit !



► Question : Quels modes de livraison avez-vous utilisés au cours de l'année pour vos différents achats sur Internet ? // Parmi ces modes de livraison, lequel avez-vous utilisé le plus souvent au cours de l'année ?

► Base : Internautes ayant acheté au moins un produit en ligne au cours de l'année (n=1241)

## Livraison : des adaptations opérées



Livraison plus souvent ...

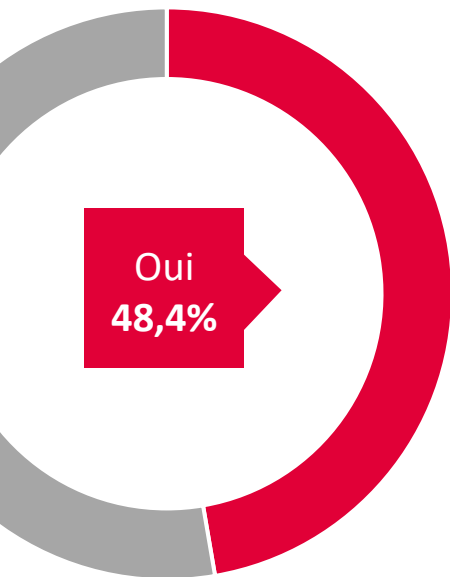
A domicile	30%
En point relais	14,9%
Click and collect / drive	9,3%
eRéservation	2,3%
En consignes	2,2%
Lieu de travail	1,6%



40%



## Le retrait en point de vente : l'occasion d'un nouvel



E-réservation : **61,3%**

Retrait en magasin  
(click and collect) **48,1%**

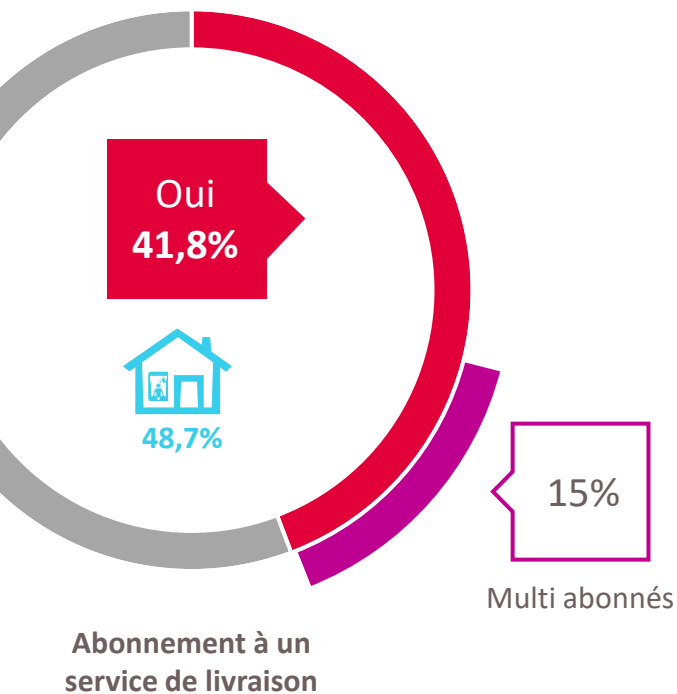
En point relais **48%**

### Autres achats lors du retrait

- ▶ Question : A l'occasion du retrait de votre commande en point relais ou en magasin, vous arrive-t-il d'en profiter pour acheter d'autres produits au
- ▶ Base : Cyberacheteurs s'étant déplacés en magasin pour retirer une commande en ligne (n=924)



# Les abonnements aux services de livraison en progression



## Type d'abonnement



## Raison d'abonnement



► Question : Êtes-vous abonné à un service de livraison qui permet la livraison gratuite, la livraison express gratuite, des facilités de paiement, ou encore des remises exclusives ? // Pour quelles raisons êtes-vous abonné à un tel service de livraison ?

► Base : Internautes 18+ (n=1296), qui sont abonnés à un service de livraison (n=545)



# Des attentes liées à l'offre et aux services



## Offre

74,4%

La gratuité de la livraison

57,9%

La clarté et la transparence de l'offre

42,2%

## Praticité

73,4%

Qualité du service client

47,9%

Respect des délais de livraison

58,2%



64,8%

## Sécurité

68%

Sécurité des transactions

59,9%

Protection des données personnelles

47,5%

## Actions concrètes

41,5%

Mise en place de protocoles sanitaires adaptés

27,8%

Engagements en faveur de l'environnement et la RSE

26,3%



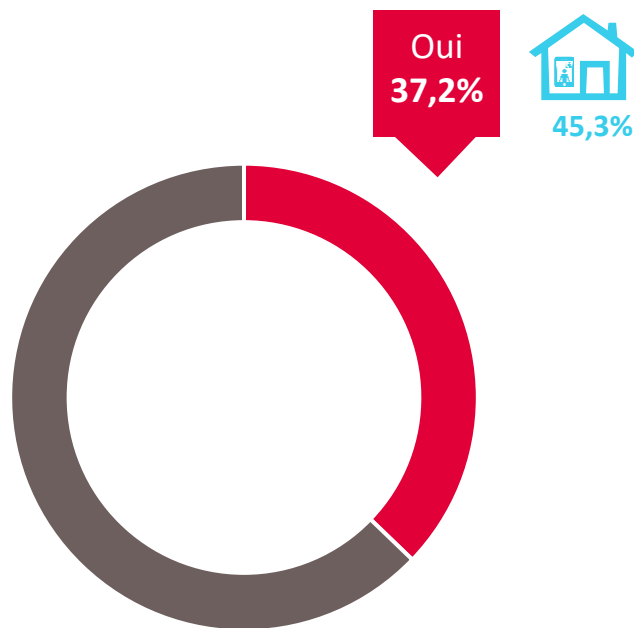
2

## Une crise sanitaire aux effets notables



[www.fevad.com](http://www.fevad.com)

# Un recours renforcé à l'achat en ligne en période de crise



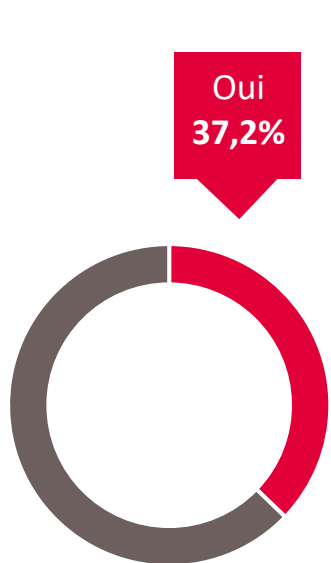
Commande d'avantage depuis le début de la crise

Pas de déplacement en magasin pour éviter le risque sanitaire	52%
Eviter les contraintes sanitaires dans les magasins	45%
Pas d'autres choix lors des deux confinements	33,8%
Des avantages non disponibles en magasin	25,6%
Par habitude prise pendant les deux périodes de confinement	23%
Autres raisons	4,5%

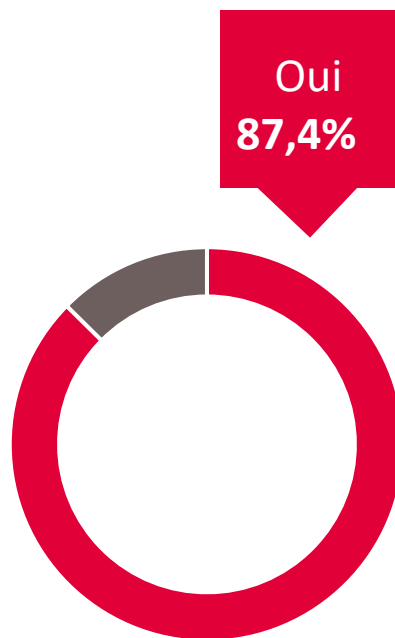
► Question : Depuis le début de la crise sanitaire, quelle proposition correspond le plus à votre situation ? // Pour quelles raisons avez-vous commandé davantage sur Internet depuis le début de la crise sanitaire ?

► Base : Cyberacheteurs 12 DM (n=1247) qui ont commandé davantage sur Internet qu'avant le début de la crise sanitaire (n=458)

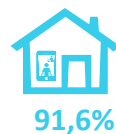
# Transfert partiel des achats du physique au digital



Commande d'avantage depuis le début de la crise



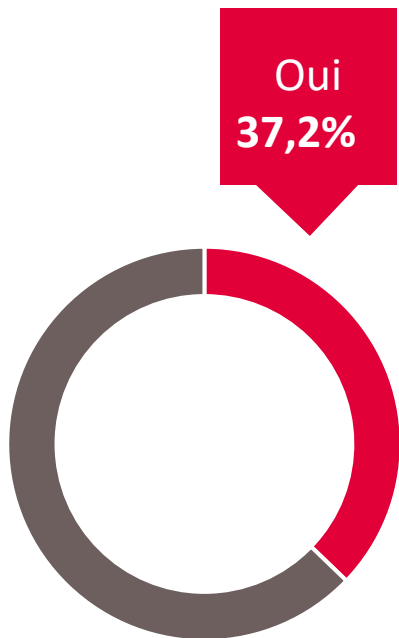
Transfert des achats réalisés en magasin en temps normal vers achat en ligne



- ▶ Question : Diriez-vous qu'en 2020 vous avez transféré des achats sur Internet alors que vous les auriez réalisés en magasin en temps normal ?
- ▶ Base : Cyberacheteurs 12 DM (n=1247) qui ont effectué plus de commandes en ligne qu'en 2019 ou dont le panier moyen était plus élevé (n=442)

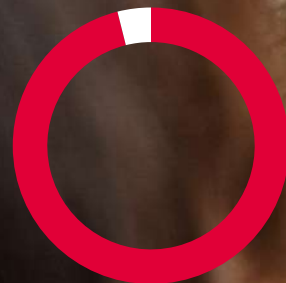


# Un renforcement des commandes en ligne pour...

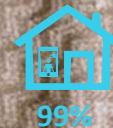


**Commande d'avantage depuis le début de la crise**

- ▶ Question : Diriez-vous qu'en 2020 :
- ▶ Base : Cyberacheteurs 12 DM (n=1247) qui ont commandé davantage sur Int



Oui  
96,1%



99%

Plus de commandes qu'en 2019



Oui  
83%

Montant moyen des commandes plus élevé qu'en 2019

avant le début de la crise sanitaire (n=458)

# L'alimentaire profite des commandes additionnelles en ligne



40%

Oui  
30,3%



Achat de produits alimentaires en ligne



Oui  
55,8%

## Hausse budget achats alimentaires en ligne

Sites de drive



47,8%  
52,8%

Sites de grandes surfaces/hypermarchés

35,3%

Sites de circuits courts

10,9%

▶ Question : La période de crise sanitaire vous a-t-elle fait acheter davantage de produits alimentaires en ligne ?

▶ Base : Internautes 18+ (n=1296) qui ont acheté de produits alimentaires en ligne (n=394) et qui ont augmenté ces dépenses (n=218)

▶ Question : Sur quel type d'enseigne en ligne avez-vous principalement commandé vos produits alimentaires en ligne ?

▶ Base : Internautes 18+ (n=1296) qui ont acheté de produits alimentaires en ligne (n=394) et qui ont augmenté ces dépenses (n=218)

## La livraison de repas séduit aussi !



Oui  
29,2%



Souhaite apporter son soutien aux restaurateurs

52,4%

C'est une façon de se détendre

51%

Souhaite continuer à profiter de repas savoureux malgré la fermeture des restaurants

46,2%

Ne souhaite pas passer du temps à cuisiner

18,6%

Pour d'autres raisons

4,4%

► Question : Durant les périodes de fermeture des restaurants, avez-vous davantage utilisé des services de livraison de repas à domicile ?

► Base : Internautes 18+ (n=1296) qui ont davantage utilisé des services de livraison de repas à domicile



raison de repas à domicile qu'en temps normal ? // Pour quelles raisons avez-vous davantage utilisé ces

# Les commerces de proximité se digitalisent au grand bonheur des cyberacheteurs



## Achats en ligne commerces de proximité

### Des freins persistent ...

Mes commerces de proximité ne proposaient pas d'offre de vente en ligne **40,9%**

J'ai préféré commander sur d'autres sites de vente en ligne **13,6%**

L'offre proposée sur Internet était différente de celle habituellement proposée en magasin **6,1%**

Soutenir les commerces de proximité **69,6%**

C'est pratique **45,7%**

Eviter les déplacements en magasin par peur du risque sanitaire **26,3%**



# 3

## Les suites de la crise sanitaire



# Les commandes en ligne de produits alimentaires : une pratique qui perdurera



**30,3%**

ont acheté des produits alimentaires sur Internet

Parmi eux

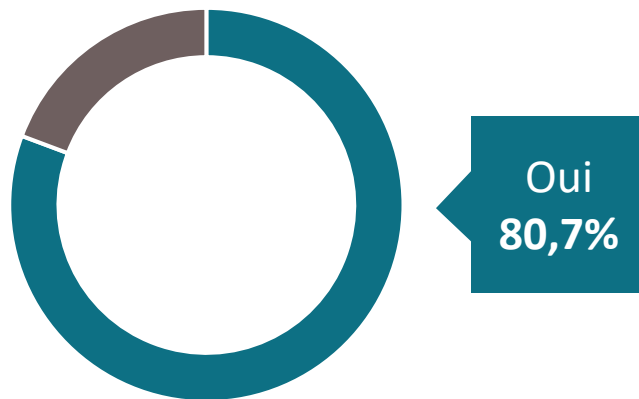
**55,8%**

ont commandé plus de produits alimentaires sur internet

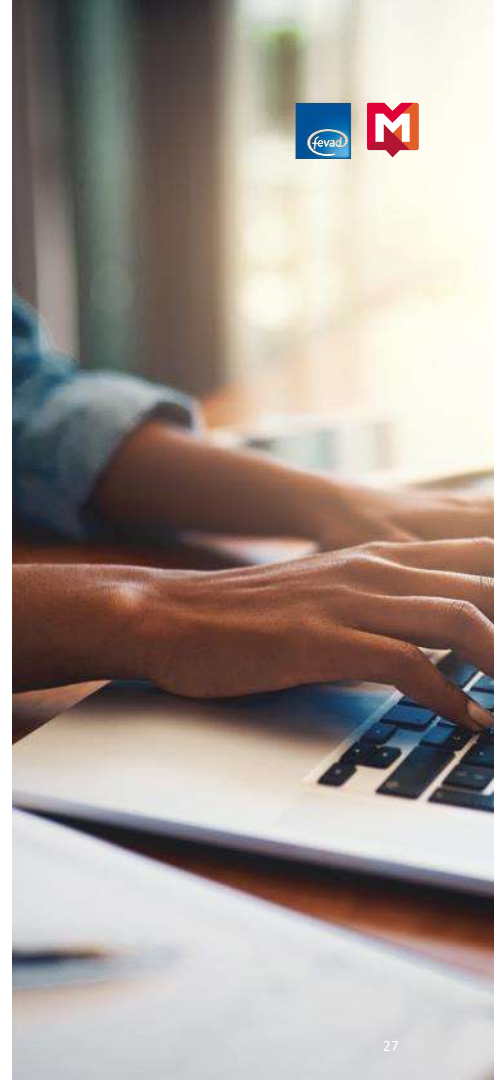
Et parmi ces derniers

**80,7%**

Prévoient de continuer l'augmentation de commande de produits alimentaires en ligne



- ▶ Question : Une fois la crise sanitaire terminée, pensez-vous poursuivre vos habitudes acquises depuis le début de celle-ci ?
- ▶ Base : Internautes 18+ (n=1296) qui ont acheté des produits alimentaires en ligne (n=394) et qui ont augmenté ces dépenses avec la crise (n=218)



# Les commandes en ligne hors alimentaires : renforcées même à l'issue de la crise



**37,2%**

ont commandé davantage sur Internet

Parmi eux

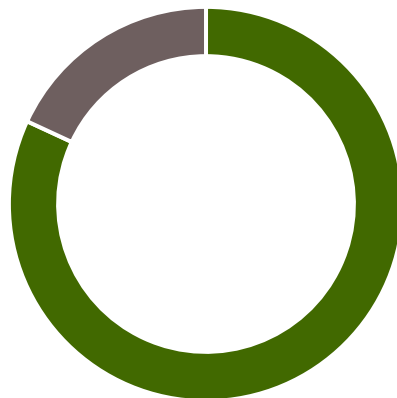
**87,4%**

ont commandé plus de produits hors alimentaires sur internet

Et parmi ces derniers

**73,7%**

prévoient de continuer l'augmentation de commande de produits hors alimentaires en ligne



Oui

**73,7%**



**83,5%**



## Les commandes en ligne auprès de commerces de proximité : un intérêt confirmé

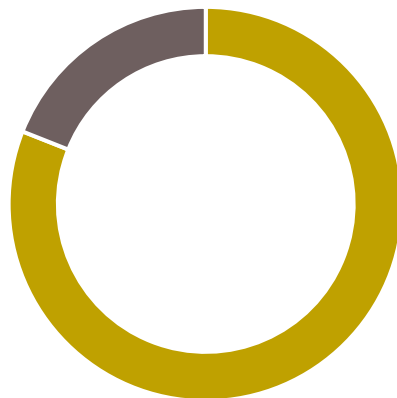
**25,7%**

ont commandé sur les sites des commerces de proximité

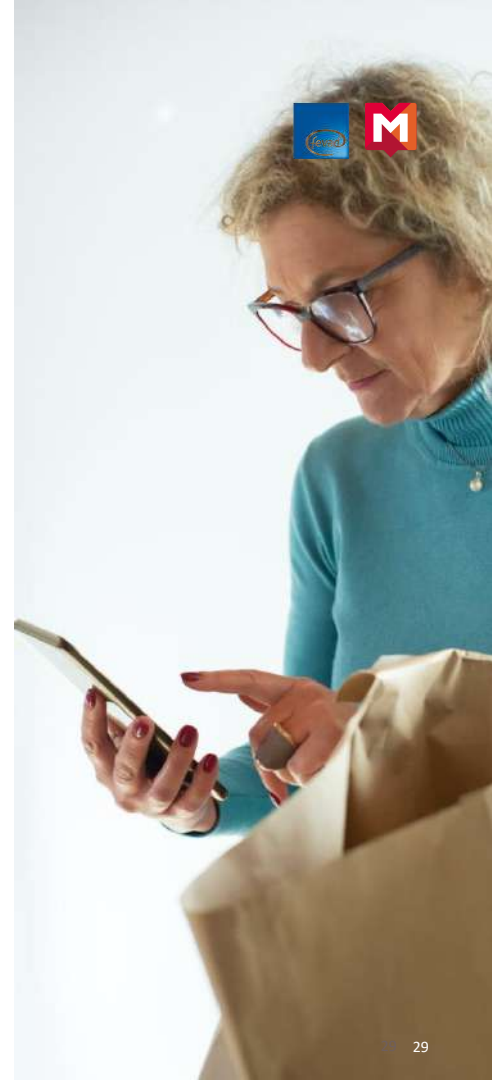
Parmi eux

**81%**

Prévoient de continuer de commander auprès de ces sites



Oui  
81%



# Maintien majoritaire des abonnements de streaming au-delà de la crise



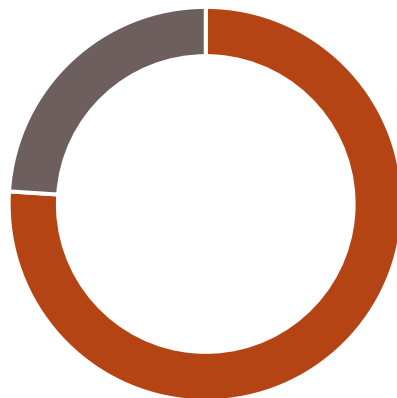
**23,8%**

ont commandé des services de musique, livres ou vidéo en ligne

Parmi eux

**74,5%**

prévoient de maintenir leur abonnement



Oui  
**74,5%**

 **81,5%**

- ▶ Question : Une fois la crise sanitaire terminée, pensez-vous poursuivre vos habitudes acquises depuis le début de celle-ci ?
- ▶ Base : Internautes 18+ (n=1296) qui ont souscrit à un abonnement de streaming (musique, vidéo, livres) (n=311)



# Les commandes de repas en ligne au lendemain de la crise : des perspectives mitigées

**29,2%**

ont commandé des repas en ligne

Parmi eux

**49,8%**

Prévoient de maintenir leurs commandes de repas en ligne



Oui  
**49,8%**

 **52,5%**

- ▶ Question : Une fois la crise sanitaire terminée, pensez-vous poursuivre vos habitudes acquises depuis le début de celle-ci ?
- ▶ Base : Internautes 18+ (n=1296) qui ont davantage utilisé des services de livraison de repas à domicile (n=375)



# 4

























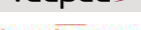

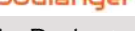



## Classement des sites eCommerce en France



[www.fevad.com](http://www.fevad.com)

# Top 15 des sites et applications de e-commerce

## Internet Global - 4<sup>ème</sup> trimestre 2020

			Visiteurs uniques moyens par MOIS	Couverture mensuelle moyenne (en % de la pop. française)	Visiteurs uniques moyens par JOUR	Evol. rang vs T3 2020
1			36 066 000	57,5%	8 165 000	-
2			24 580 000	39,2%	2 779 000	-
3			22 271 000	35,5%	2 006 000	-
4			16 229 000	25,9%	5 002 000	+1
5			14 998 000	23,9%	1 607 000	+1
6			14 783 000	23,6%	3 073 000	+1
7			14 617 000	23,3%	1 598 000	+1
8			14 104 000	22,5%	955 000	
9			13 205 000	21,0%	1 429 000	+3
10			12 762 000	20,3%	995 000	-1
11			12 447 000	19,8%	1 221 000	+2
12			12 165 000	19,4%	2 567 000	-1
13			12 134 000	19,3%	815 000	
14			11 813 000	18,8%	890 000	
15			11 731 000	18,7%	1 989 000	-1
















































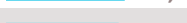














En moyenne,  
**45,4 millions**  
**d'internautes**  
(72% des  
Français)  
ont consulté,  
chaque mois,  
au moins un  
des sites et/ou  
applications du  
**Top 15**



# Répartition par écran du Top 15 e-commerce

## Audience Internet Global, 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		36 066 000	 52,7	 68,7	 19,9
2		24 580 000	 43,4	 64,9	 15,3
3		22 271 000	 39,6	 66,1	 15,7
4		16 229 000	 22,8	 79,1	 14,4
5		14 998 000	 38,1	 63,4	 13,4
6		14 783 000	 17,7	 77,2	 15,5
7		14 617 000	 40,2	 60,8	 15,0
8		14 104 000	 40,5	 58,8	 15,4
9		13 205 000	 45,3	 56,6	 12,8
10		12 762 000	 45,7	 54,3	 13,0
11		12 447 000	 33,3	 65,5	 12,7
12		12 165 000	 31,5	 65,1	 17,9
13		12 134 000	 43,2	 57,8	 11,4
14		11 813 000	 39,2	 57,6	 17,0
15		11 731 000	 39,4	 60,7	 12,1

## Top 10 des sites et applications Hyper et Supermarchés e-commerce

Internet Global - 4<sup>ème</sup> trimestre 2020

		Visiteurs uniques moyens par MOIS	Couverture mensuelle moyenne (en % de la pop. française)
1	Carrefour	14 998 000	23,9%
2	E.Leclerc	14 617 000	23,3%
3	Auchan	9 883 000	15,8%
4	Intermarche	6 276 000	10,0%
5	Courses-u.com	2 193 000	3,5%
6	Monoprix	2 167 000	3,5%
7	Cora	985 000	1,6%
8	Casino.fr	899 000	1,4%
9	METRO	533 000	0,9%
10	Supermarchés Match	427 000	0,7%

# Merci !

**Jamila Yahia-Messaoud,**  
Directeur du Département Consumer Insights de Médiamétrie

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

