



www.fevad.com

**fédération e-commerce
et vente à distance**



Paris, le 11 mars 2025

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Moral des e-commerçants en 2025 : optimistes sur l'état du marché, déterminés pour s'adapter aux nouveaux défis

Pour la 14^{ème} année consécutive, la Fédération du e-commerce et de la vente à distance (Fevad) publie les résultats issus de son enquête sur le moral des e-commerçants français et européens. Cette étude, réalisée par Toluna-Harris Interactive pour la Fevad et LSA, auprès de 114 dirigeants de sites de e-commerce en France et de 113 dirigeants européens (Belgique, Italie, Allemagne et Espagne) marque un début de retournement par rapport à 2024.

Plus optimistes qu'en 2024, les e-commerçants considèrent que leur secteur va croître en 2025

Plus de deux dirigeants interrogés sur trois abordent 2025 dans un état d'esprit stable ou positif et la part de ceux qui se déclarent plus optimistes que pessimistes l'emporte nettement : 34% contre 25% en France et 43% contre 24% à l'échelle européenne. Ce revirement est nourri par une perception positive de la croissance du e-commerce en 2025. Ainsi, en France, 38% des dirigeants (+10 points en un an) estiment que le marché sera plus porteur et ils sont encore plus nombreux à partager cette vision à l'échelle européenne (41%, + 9 points).

Avec des perspectives de meilleurs résultats financiers en 2025, les entreprises du e-commerce prévoient d'investir, notamment à l'international

S'agissant de leur propre situation, l'optimisme est encore plus marqué chez les e-commerçants; près de 6 sur 10 envisagent une croissance du chiffre d'affaires de leur entreprise en 2025. Cette tendance est davantage marquée en France (64%, + 6 points en un an). Un dirigeant sur 10 s'attend même à une forte croissance cette année. Logiquement, les e-commerçants prévoient une amélioration de leur performance financière en 2025 et une croissance de la marge nette.

Lorsqu'on les interroge sur leurs priorités d'investissements, les dirigeants français citent en premier le développement à l'international (46%, +17 points en an). Parmi les autres priorités d'investissements figurent la cybersécurité, la RSE et l'innovation, la recherche et le développement en croissance sur un an.

Le développement à l'international n'est pas qu'une priorité d'investissement. C'est aussi une réalité pour de nombreux e-commerçants. 73 % des répondants français sont déjà présents à l'international (+8 points par rapport à 2024). Parmi les destinations préférées des sites français : la Belgique, l'Espagne suivie de l'Allemagne qui, cette année, passe devant l'Italie. A noter que la France est la 1^{ère} destination préférée des Italiens et des Allemands tandis qu'elle occupe la deuxième place chez nos voisins Espagnols et Belges.

Quant aux perspectives de croissance sur les deux prochaines années, on atteint un niveau jamais égalé depuis le lancement de l'étude : 80% des répondants anticipent le développement de leur activité internationale, tandis qu'aucun d'entre ne l'envisage en recul.

Plus optimistes, les dirigeants du secteur du e-commerce se projettent en créateur net d'emplois et cultivent la motivation des collaborateurs

Pour soutenir la croissance attendue en 2025, les entreprises du e-commerce envisagent de recruter davantage : à l'échelle européenne, leurs dirigeants estiment que les effectifs vont nettement augmenter (solde positif de 17 points), une tendance moins marquée en France, où le solde positif est de +3 points, ce qui s'explique par des difficultés pour recruter, constatées par plus de la moitié des entreprises.

Conscients de ce phénomène, les dirigeants français ont très nettement renforcé leur attractivité pour les salariés, par des actions de communication internes, leurs politiques RH et le télétravail. Plus de 9 entreprises du e-commerce sur 10 accordent au moins une journée par semaine et 71% au moins 2 jours.

Les e-commerçants anticipent de profonds bouleversements, autant dans les nouveaux modes de consommation qu'avec la montée en puissance de l'IA

Si deux tiers des e-commerçants français considèrent que la déconsommation va s'accroître, ils sont autant à estimer que leur stratégie commerciale est adaptée à ce phénomène. Le développement de la seconde main devrait ainsi, selon eux, se poursuivre. C'est d'ailleurs la première tendance que les dirigeants français citent pour 2025 suivie de près par la montée en puissance des sites asiatiques.

L'IA générative reste la principale priorité des e-commerçants français et européens en matière d'innovation. Considérée comme l'innovation de loin la plus prometteuse pour le secteur, son taux d'adoption continue de progresser chez les e-commerçants français : 82% d'entre déclarent l'utiliser, ce qui correspond à une hausse de +11% par rapport à l'an dernier et +3% par rapport à nos voisins européens. Si la relation clients et le marketing restent en tête des usages, les usages dans la logistique sont en forte progression.

Enfin, les dirigeants pensent que les cyberattaques constituent un de leur plus gros risque. Une majorité écrasante estime que les tentatives de cyber-attaques devraient

augmenter au cours de l'année. Face à cette menace, plus de 9 entreprises sur 10 ont ainsi renforcé leur politique protection au cours des derniers mois.

Marc Lolivier, Délégué général de la Fevad commente : « 2025 marque un retournement dans le moral des dirigeants du e-commerce par rapport à l'an dernier. Ce retour de la confiance se traduit dans les perspectives financières de leurs entreprises. Leur volonté d'investir dans le développement à l'international témoigne de leur capacité à prendre des risques. Et leur pleine prise en main des sujets liés à l'intelligence artificielle, aux évolutions des comportements de consommation ou la cybersécurité démontre la grande maturité du secteur pour anticiper et bien se préparer aux défis du futur proche ».

A propos de l'étude : Questionnaire auto-administré par Internet envoyé par la Fevad auprès de 114 entreprises e-commerce adhérentes de la Fevad en France du 18 décembre 2024 au 5 février 2025 et auprès de 113 entreprises e-commerce membres des Fédérations de l'association E-commerce Europe du 18 décembre au 14 février. Cette étude a été analysée par Toluna Harris Interactive.

A propos de Toluna - Harris Interactive, partenaires des études agiles pour penser le monde de demain. Toluna révolutionne le monde des insights consommateurs et citoyens en combinant technologie innovante et accès direct en temps réel à la plus grande communauté mondiale dédiée aux études. Harris Interactive regroupe les meilleurs experts et accompagne tous types de clients à prendre les bonnes décisions, avec un temps d'avance.

Contact Presse : Marine Segura Marine.Segura@Toluna.com

A propos de la FEVAD :

La Fédération du e-commerce et de la vente à distance fédère aujourd'hui plus de 800 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 X : [@FevadActu](https://twitter.com/FevadActu) et [sur LinkedIn](https://www.linkedin.com/company/fevad).

Contact Presse : Nathalie Laîné - Responsable Communication
01 42 56 38 86 nlaine@fevad.com