Chiffres clés e-commerce

2022

Fédération e-commerce et vente à distance

www.fevad.com

E-commerce aux particuliers

Si l'année 2020 a bousculé les prévisions e-commerce et entraîné de fortes augmentations, 2021 a stabilisé l'activité et a fait ressortir une fidélisation des habitudes d'achats. En 2021, les Français sont plus nombreux à acheter en ligne et le nombre d'e-acheteurs utilisant le mobile comme support d'achat a franchi le cap des +50 %. En parallèle, les préoccupations sanitaires et environnementales des consommateurs ont renforcé les tendances de consommation locale sur Internet, ainsi que la vente et l'achat de produits de seconde main.

14,1 %
du commerce de détail*
(*) Hors carburants, pharmacies, articles médicaux et orthopédiques.
Source : Fevad avec INSEE.

PARTS DU E-COMMERCE DANS LE COMMERCE

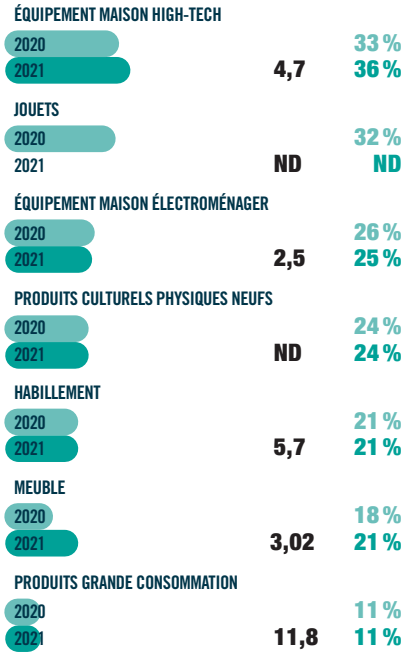
L'e-commerce représente 14,1% du commerce de détail de produits, soit une augmentation de 0,7 point par rapport à 2020. Si la part de marché du e-commerce a connu une forte poussée en 2020, elle a retrouvé son rythme de progression d'avant crise sanitaire en 2021. Sur certaines catégories, la dynamique de la part de marché e-commerce s'est stabilisée avec l'amélioration du contexte sanitaire qui a permis la reprise des ventes en magasin.

PART DU E-COMMERCE DANS LE COMMERCE DE DÉTAIL

- CA en milliards d'euros
- Part dans le commerce de détail

Sources : Fevad avec INSEE.

PARTS DE MARCHÉ ET CHIFFRES D'AFFAIRES E-COMMERCE PAR SECTEUR



- CA online 2021 en milliards d'euros
- PDM online dans les ventes du secteur

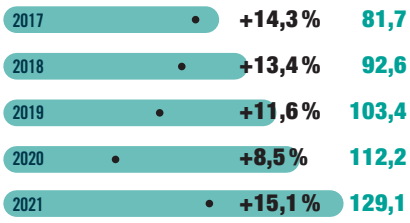
Sources : GfK pour les biens culturels (panel consommateur) et pour l'équipement maison ; The NPD Group – Panel consommateurs cumul janv. à sept. pour les jouets, communiqué de presse du 12 janvier 2021 ; IFM pour l'habillement ; IPEA pour le meuble ; NielsenIQ Homescan (panel consommateur) pour les PGC.

CHIFFRE D'AFFAIRES E-COMMERCE

Le secteur e-commerce a poursuivi sa progression en 2021 (+15 %) portée par l'accélération des ventes de produits et la reprise des ventes de transports, tourisme et loisirs depuis le 2e semestre 2021. Malgré cette reprise, cette dernière activité reste en recul par rapport au niveau des ventes pré-Covid. Le chiffre d'affaires des produits conserve une part majoritaire dans le chiffre d'affaires global e-commerce, malgré une diminution de 3 points par rapport à 2020.

129,1 milliards d'€
+15,1 % par rapport à 2020
(+24,9 % par rapport à 2019)

CA E-COMMERCE



- Taux de croissance
- CA e-commerce en milliards d'euros

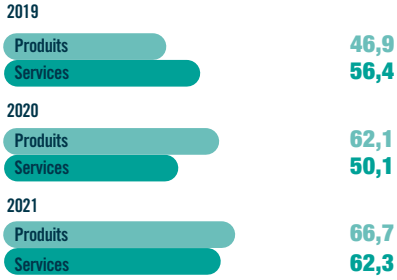
Source : Fevad iCE.

2,14 milliards
de **transactions** en ligne en 2021
+16,0 % par rapport à 2020
(+22,7 % par rapport à 2019)
Source : Fevad iCE.

PRODUITS ET SERVICES

+7 % sur les produits
(+42 % par rapport à 2019)

+24 % sur les services *(+11 % par rapport à 2019)* dont +44 % sur transport, tourisme, loisirs *(-16 % par rapport à 2019)*
Source : Fevad iCE.



- CA en milliards d'euros

Source : Fevad iCE.

E-ACHETEURS, M-ACHETEURS

Après une année de forte augmentation du nombre d'e-acheteurs en 2020, la 2e année de pandémie a été une année de fidélisation lors de laquelle le nombre d'acheteurs a continué de progresser plus doucement (41,8 millions dont +153 000 par rapport à 2020). L'achat sur Internet est aujourd'hui largement pratiqué par tous les profils de population et parfois pratiqué par presque tous les internautes pour les profils 25-34 ans ou les CSP+. Un cap a été franchi en matière de m-commerce ; +50 % des e-acheteurs utilisent le mobile comme support d'achat.

98 %

des e-acheteurs **satisfaits de leurs achats réalisés sur Internet** au cours des 12 derniers mois

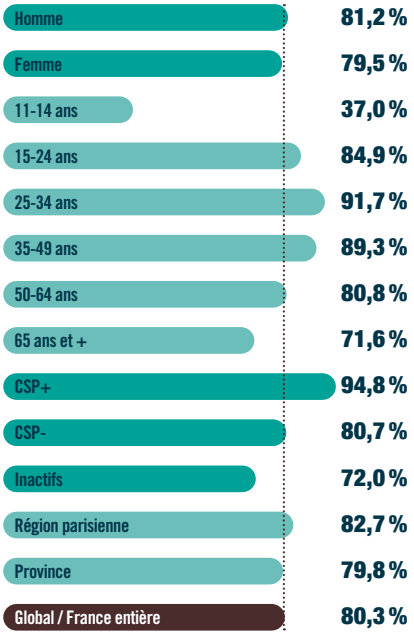
Source : Baromètre Fevad/Médiamétrie, novembre 2021.

41,8 millions

de Français **achètent sur Internet**
(+153 000 par rapport à 2020)
80 % des internautes

Source : Médiamétrie - Observatoire des usages Internet T4 2021.
Base : internautes DM global 11 ans et plus.

PROFIL DES E-ACHETEURS
% d'acheteurs par cible d'internautes

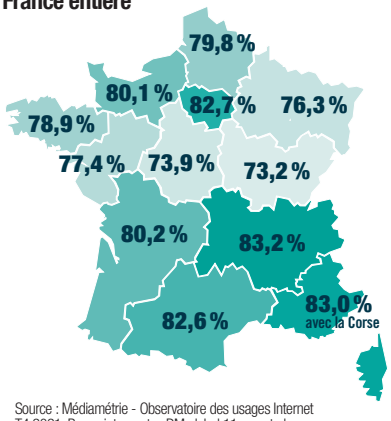


Source : Médiamétrie – Observatoire des usages Internet T4 2021.
Base : internautes DM global 11 ans et plus.

PÉNÉTRATION RÉGIONALE
% d'acheteurs par cible d'internautes

80,3 %

France entière



Source : Médiamétrie - Observatoire des usages Internet T4 2021. Base : internautes DM global 11 ans et plus.

MULTIPLICITÉ DES ÉCRANS UTILISÉS POUR ACHETER

46 %

e-acheteurs multi-écrans (+5 pts *vs* 2020)

Top 3 des écrans utilisés

1. Ordinateur — **78 %** (-11 pts *vs* 2020)
2. Mobile — **59 %** (+16 pts *vs* 2020)
3. Tablette — **17 %**

Source : Baromètre Fevad/Médiamétrie, janvier 2022.

22,3 M

de Français effectuent des achats à partir de leur mobile
(soit 53,3 % des acheteurs)

Source : Médiamétrie – Observatoire des usages Internet T4 2021.

E-commerce aux particuliers

60 €
Montant moyen d'une transaction -0,8 % par rapport à 2020 (soit +1,8 % *vs* 2019).
Source : Fevad iCE.

FRÉQUENCE D'ACHAT, PRODUITS ET SERVICES ACHETÉS

Le contexte sanitaire en 2021 a conduit les Français à acheter davantage sur Internet (1 achat en ligne par acheteur par semaine en moyenne en 2021). Le montant moyen d'une transaction, en hausse en 2020 après 8 ans de baisse consécutive, est légèrement en baisse en 2021, mais reste au-dessus de son niveau d'avant crise.

52 %
des internautes ont acheté au cours du dernier mois
69 % des internautes ont acheté au cours des 3 derniers mois (*vs* 67 % au T4 2020)
Source : Médiamétrie - Observatoire des usages Internet - T4 2021.

4,2
transactions en ligne en moyenne par mois (*vs* 3,7 par mois en 2020)
et **3 100 €** par acheteur sur l'année (*vs* 2 700 € en 2020)
Source : Fevad - Médiamétrie/NetRatings.

TOP 15 DES PRODUITS ET SERVICES ACHETÉS
En % des e-acheteurs

Mode-habillement	60 %
Produits culturels	47 %
Jeux, jouets	45 %
Chaussures	45 %
Hygiène, beauté	43 %
Maison, décoration	36 %
Produits techniques/électroménager	35 %
Textile, linge de maison	33 %
Alimentation et boisson	33 %
Séjours	32 %
Billets de transport	32 %
Jeux en ligne	26 %
Musique, livre, vidéo en ligne	26 %
Bricolage, jardinage	25 %
Bijoux, montres	24 %

Produits
Services

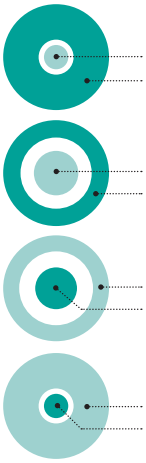
Source : Baromètre Fevad/ Médiamétrie, janvier 2022.

LES ACTEURS

Le nombre de sites marchands actifs a continué à augmenter en 2021, sur un rythme équivalent à 2020 : +11 % sur un an. Dès le début de la crise sanitaire, de nombreuses enseignes-magasins ont poursuivi leur digitalisation à travers la mise en place d'une activité de vente en ligne, la tendance s'est poursuivie sur 2021.

+11 %
de sites marchands par rapport à T4 2020
200 100 sites marchands actifs
Source : Fevad iCE T4 2021.

RÉPARTITION DE L'ACTIVITÉ E-COMMERCE PAR TAILLE DES E-MARCHANDS



Moins de 100 000 € par an
1,2 % du CA du secteur
70,4 % des sites

De 100 000 € à 1 million d'€ par an
6,7 % du CA du secteur
22,4 % des sites

De 1 à 10 millions d'€ par an
16,3 % du CA du secteur
6,0 % des sites

Plus de 10 millions d'€ par an
75,8 % du CA du secteur
1,2 % des sites

Le CA réalisé par les *marketplaces* pour le compte de tiers est affecté au site hébergeant la *marketplace*.
Source : Fevad iCE T4 2021.

TOP 5 DE PÉNÉTRATION DES SITES E-COMMERCE

1	Amazon	25 369 000	52,1 %
2	Cdiscount	11 002 000	22,6 %
3	Fnac	9 679 000	19,9 %
4	E.Leclerc	8 659 000	17,8 %
5	Decathlon	8 459 000	17,4 %

Nombre de clients : extrapolation à la population
Couverture : part d'internautes ayant acheté sur le site au cours des 12 DM toutes catégories de produits confondues.

Source : Baromètre Fevad/Médiamétrie, novembre 2021.

RENTABILITÉ DES SITES DE VENTES DE PRODUITS

63 % rentables
12 % à l'équilibre
Source : Baromètre Fevad/LSA/Opinionway, mars 2022.

+57 %
de créations d'entreprises dans la vente à distance en 2020 par rapport à 2019
soit 33 000 créations

Source : Insee, répertoire des entreprises et des établissements (Sirene) - Insee Focus n°247. L'activité vente à distance correspond au regroupement des deux sous-classes de la Naf rév.2 Vente à distance sur catalogue général et Vente à distance sur catalogue spécialisé.

PLACES DE MARCHÉ

Les places de marché ont continué d'accompagner le développement de l'activité des marchands tiers, notamment les TPE/PME encore fragilisées sur l'année 2021 par le contexte sanitaire. Les ventes réalisées sur les places de marché du panel des sites leaders iCE100 ont progressé de 5 % *vs* 2020 soit une hausse de 33 % *vs* 2019.

VOLUME D'AFFAIRES DES PLACES DE MARCHÉ

14,4 %
du volume d'affaires du panel iCE100 ventes de produits Fevad
+5 % par rapport à 2020
(+33% par rapport à 2019)
Source : Fevad iCE.

2019	+14 %
2020	+27 %
2021	+5 %

36 %
des e-marchands vendent leurs produits sur les places de marché tierces
Source : Baromètre Fevad/LSA/Opinionway, mars 2022.

RECOURS AUX PLACES DE MARCHÉ

COMMERCE DE DÉTAIL

29 % des unités légales effectuent des ventes en ligne
6 % vendent sur une ou plusieurs places de marché

COMMERCE DE GROS

23,5 % des unités légales effectuent des ventes en ligne
30 % vendent sur une ou plusieurs places de marché

SECTEUR DE L'HÉBERGEMENT ET LA RESTAURATION

50 % vendent sur une ou plusieurs places de marché.

Source : Insee, Enquête TIC 2020 (données 2019) - La situation du commerce en 2020.

E-COMMERCE AU SERVICE DES COMMERCES PHYSIQUES, DES CIRCUITS COURTS ET DE LA PROXIMITÉ

Les e-acheteurs ont continué à profiter pleinement de la diversification des offres de vente en ligne, notamment de l'accélération de la digitalisation des commerces physiques, des circuits courts et des commerçants de proximité. Les nouveaux comportements d'achat sur Internet et la volonté des acheteurs de consommer plus responsable et de participer au développement local ont profité aux circuits courts et aux commerces de proximité. C'est notamment le cas pour les enseignes alimentaires et les restaurants dont la dynamique omnicanale est plébiscitée par les e-acheteurs.

COMPLÉMENTARITÉ PHYSIQUE/DIGITAL

Sites d'achat des 12 derniers mois
En % des e-acheteurs

Les enseignes uniquement présentes sur Internet	67 %
Total Brick and Mortar	71 %
Les sites de grandes surfaces spécialisées	38 %
Les sites de grandes surfaces alimentaires	33 %
Les sites de marques	23 %
Les sites de circuits courts	14 %
Les sites de commerçants de proximité	13 %

Source : Baromètre Fevad/Médiamétrie, janvier 2022.

COMPLÉMENTARITÉ PHYSIQUE/DIGITAL POUR LES ACHATS ALIMENTAIRES

En % des internautes

SITES/APPLIS ANTIGASPI	
% qui connaissent et qui ont acheté	17 %
% qui ont déjà entendu parler	44 %
SITES/APPLI PRODUCTEURS/CIRCUITS COURTS	
% qui connaissent et qui ont acheté	7 %
% qui ont déjà entendu parler	33 %
SITES/APPLI PETITS COMMERCES DE PROXIMITÉ INDÉPENDANTS	
% qui connaissent et qui ont acheté	3 %
% qui ont déjà entendu parler	14 %

Source : Baromètre Fevad/Médiamétrie, mai 2022.

LA VOLONTÉ DE SOUTENIR LE LOCAL

Parmi les e-acheteurs ayant commandé sur un site de commerçants de proximité cette année

Soutenir les commerces de proximité	60 %
C'est pratique	57 %
Éviter les déplacements en magasin par peur du risque sanitaire	41 %

Source : Baromètre Fevad/Médiamétrie, janvier 2022.

LA VOLONTÉ DE CONSOMMER RESPONSABLE

Parmi les internautes ayant commandé sur un site de commerces de proximité indépendants ou un site de producteurs circuits-courts.

Privilégier une consommation locale	53 %
Qualité des produits	44 %
Contribuer au dynamisme local	37 %

Source : Baromètre Fevad/Médiamétrie, mai 2022.

COMPLÉMENTARITÉ PHYSIQUE/DIGITAL POUR LES RESTAURANTS

42 %
des internautes ont utilisé **des services de livraison de repas à domicile en ligne** au cours des 12 derniers mois.
Source : Baromètre Fevad/Médiamétrie, mai 2022.

Internautes ayant commandé directement *via* le restaurant	28 %
Internautes ayant commandé *via* des sites/applications dédiées	27 %
Les deux	13 %

1/5
utilisateur des services de livraison à domicile a commandé au moins une fois par semaine
Source : Baromètre Fevad/Médiamétrie, mai 2022.

E-commerce aux particuliers

185 000
emplois en 2021
(+14% par rapport à 2020)
Source : estimation Fevad à partir Insee, Esane 2019.

E-COMMERCE ET EMPLOI

En 2020, plus d'une entreprise sur deux avait augmenté ses effectifs affectés au e-commerce afin de pouvoir satisfaire l'afflux de commandes lié à la crise sanitaire. Cette dernière, ainsi que les habitudes d'achat ont continué à dynamiser la création d'emplois en 2021.

48 %
des sites ont augmenté leurs effectifs en 2021
Et **54 %** prévoient de recruter en 2022
Source : Baromètre Fevad/LSA/Opinionway, mars 2022.

PAIEMENT

Si la carte bancaire est privilégiée par les e-acheteurs, les modes de paiement alternatifs comme le portefeuille électronique, les cartes cadeaux et les virements continuent de gagner du terrain. Parallèlement, les paiements différés et fractionnés rencontrent un public de plus en plus large.

MODES DE PAIEMENT UTILISÉS
En % des e-acheteurs

Cartes bancaires en une fois	77 %
Solution de paiement électronique (Paypal : 38 % ; ApplePay : 4 % ; GooglePay : 4 %)	40 %
Carte ou chèque cadeau	33 %
Carte bancaire en 3 ou 4x en moins de 3 mois	19 %
Virement ou prélèvement	16 %
Chèque	7 %
E-réservation : paiement en magasin	6 %
Carte enseigne ou organisme de crédit (en une fois)	4 %
Auprès du livreur	4 %
Carte enseigne ou organisme de crédit (en plusieurs fois)	3 %

Source : Baromètre Fevad/Médiamétrie, septembre 2021.

PAIEMENT FRATIONNÉ ET PAIEMENT DIFFÉRÉ
En % des e-acheteurs

32 %
des e-acheteurs ont déjà utilisé le paiement fractionné pour payer un achat en ligne (vs 29 % l'ont utilisé pour payer un achat en magasin)

34 %
ont déjà utilisé le paiement différé pour payer un achat en ligne

Via une offre bancaire de débit différé	24 %
Via une offre proposée par le site marchant	9 %
Via une solution d'un acteur tiers	4 %

Source : Baromètre Fevad/Médiamétrie, septembre 2021.

14 %
des e-acheteurs ont déjà utilisé ces deux modes de paiement en ligne
Source : Baromètre Fevad/Médiamétrie, septembre 2021.

LIVRAISON

En 2021, le mode de livraison favori des e-acheteurs reste la livraison à domicile, utilisé par 80 % d'entre eux. Le retrait dans un lieu tiers (point relais, La Poste, consigne ou magasin d'enseigne) est également utilisé par près de 7 cyberacheteurs sur 10.

MODES DE LIVRAISON UTILISÉS
En % des e-acheteurs

80 %
des e-acheteurs ont été livrés sans se déplacer

À domicile	79 %
Au travail	3 %

67 %
se sont fait livrer dans un lieu de retrait
62 % se sont déplacés dans un point de retrait

En points relais	59 %
En agence postale	10 %
En consigne	7 %

25 % se sont déplacés dans un magasin de l'enseigne

En click & collect	23 %
E-réservation	6 %

Source : Baromètre Fevad/Médiamétrie, novembre 2021.

33 %
des e-acheteurs ont récupéré plus souvent leur commande en magasin (click & collect ou drive)
14 % ont réservé plus souvent leurs produits sur Internet pour les payer en magasin (e-réservation)
Source : Baromètre Fevad/Médiamétrie, janvier 2022.

59 %
des e-acheteurs ont utilisé plusieurs moyens de paiement pour faire des achats en ligne au cours des 12 derniers mois
Source : Baromètre Fevad/Médiamétrie, septembre 2021.

E-COMMERCE EN EUROPE ET DANS LE MONDE

Après une année 2020 lors de laquelle la pandémie Covid-19 a fortement stimulé les ventes de produits, la reprise du secteur tourisme et des services a accéléré le chiffre d'affaires 2021. Les ventes e-commerce de produits ont atteint dans le monde près de 5 000 milliards de $ en 2021, soit près d'un cinquième des ventes au détail globales.

NOMBRE D'E-ACHETEURS EN EUROPE
En % des internautes

2019	69 %
2020	74 %
2021	73 %

Source : « European E-Commerce Report 2022 » par Amsterdam University of Applied Sciences pour Ecommerce Europe.

NOMBRE D'E-ACHETEURS DANS LE MONDE
E-acheteurs en milliards d'individus

2019	NC	2,11
2020	30,7 %	2,37
2021	31,9 %	2,48

E-acheteurs en milliards d'individus
Part de la population

Source : eMarketer, janvier 2022. Internautes ayant réalisé au moins un achat sur Internet au cours de l'année (tous écrans).

CA E-COMMERCE EN EUROPE

718 milliards d'€
+13 % par rapport à 2020

Source : « European E-Commerce Report 2022 » par Amsterdam University of Applied Sciences pour Ecommerce Europe.

CA e-commerce en milliards d'euros
Taux de croissance

2019	+13 %	563
2020	+12 %	633
2021	+13 %	718

Source : « European E-Commerce Report 2022 » par Amsterdam University of Applied Sciences pour Ecommerce Europe.

TOP 5 DES PAYS EN EUROPE (EN MILLIARDS D'EUROS)

1	Royaume-Uni	162,26
2	France	129,1
3	Allemagne	108,4
4	Espagne	55,83
5	Italie	39,4

Source : « European E-Commerce Report 2022 » par Amsterdam University of Applied Sciences pour Ecommerce Europe.

CA E-COMMERCE DANS LE MONDE

4 938 milliards de $
+16,3 % par rapport à 2020

Source : eMarketer, décembre 2021 et janvier 2022. Produits et services commandés sur Internet, hors voyages, billetterie événementielle, services de restauration, jeux d'argent.

CA e-commerce en milliards d'$
Part du commerce de détail

2019	13,6 %	3 361
2020	17,9 % (+26,4 % *vs* n-1)	4 248
2021	19,0 % (+16,3 % *vs* n-1)	4 938

Source : eMarketer, décembre 2021 et janvier 2022.

CHINE

2019	1 801
2020	2 297
2021	2 488

ÉTATS-UNIS

2019	598
2020	792
2021	919

Source : eMarketer, décembre 2020 et janvier 2022. Produits et services commandés sur Internet, hors voyages, billetterie événementielle, services de restauration, jeux d'argent.

PART DU PIB ISSUE DU COMMERCE ÉLECTRONIQUE EN EUROPE

2019	3,19 %
2020	3,58 %
2021	3,92 %

Source : « European E-Commerce Report 2022 » par Amsterdam University of Applied Sciences pour Ecommerce Europe.

VENTE À L'INTERNATIONAL

Deux sites sur trois ont une activité à l'international et l'ont maintenue en 2021. L'amélioration du contexte sanitaire mondial et la reprise des échanges internationaux conduisent une très large majorité d'entre eux à anticiper, pour les deux prochaines années, une croissance de leurs ventes à l'international.

64 %
des sites leaders vendent à l'international
61 % *via* une présence physique locale
60 % directement depuis la France
15 % par une présence sur les *marketplaces* présentes à l'international

Source : Baromètre Fevad/LSA/Opinionway, mars 2022.

TOP 5 DES PAYS DANS LESQUELS LES ENTREPRISES MEMBRES FEVAD SONT PRÉSENTES
En % des sites qui vendent à l'international

1	Belgique	81 %
2	Espagne	69 %
3	Italie	61 %
4	Allemagne	55 %
5	Royaume-Uni	52 %

Source : Baromètre Fevad/LSA/Opinionway, mars 2022.

31 %
des sites qui vendent à l'international sont présents dans plus de **10** pays

Source : Baromètre Fevad/LSA/Opinionway, mars 2022.

85 %
des sites anticipent une augmentation de la part de leurs ventes à l'international sur les deux prochaines années
(54 %, une forte augmentation)

Source : Baromètre Fevad/LSA/Opinionway, mars 2022.

E-commerce aux professionnels

La digitalisation des entreprises et la crise sanitaire ne cessent de renforcer la vente en ligne auprès des professionnels. Les relations client-fournisseur ont repris en physique et se poursuivent en ligne. Les critères de choix d'un fournisseur sont à présent de plus en plus corrélés aux usages digitaux (disponibilité des stocks, possibilité de passer commande en ligne facilement, etc.).

VENTE DE PRODUITS

En 2021, la progression des ventes aux professionnels (ventes de produits industriels/spécialisés, bureau et informatique) a retrouvé sa trajectoire d'avant crise (+16 % par rapport à 2020, +29 % par rapport à 2019).

CROISSANCE DU CA E-COMMERCE

+16 %
par rapport à 2020 *(+29 % par rapport à 2019)*

Source : Fevad iCE100 BtoB, panel ventes de produits industriels et spécialisés, bureau et informatique.

IMPACT DES DEUX ANNÉES DE CRISE COVID-19 SUR LES HABITUDES D'ACHAT DES ENTREPRISES

La crise sanitaire et la digitalisation des entreprises impactent les relations client-fournisseur, depuis l'échange jusqu'au critère de choix. L'usage du numérique dans les échanges et la relation client-fournisseur est passé dans les habitudes et ces nouveaux usages ont cohabité en 2021 avec une nette reprise des échanges physiques avec les fournisseurs. Les entreprises ont continué à davantage commander sur Internet et à y avoir davantage recours à toutes les étapes des relations commerciales, préparation des achats, négociation… La disponibilité en stock est devenue le critère clé dans le choix du fournisseur lors d'un achat B2B.

MODÈLE HYBRIDE DE L'ORGANISATION DU TRAVAIL ET DES ÉCHANGES AVEC LES FOURNISSEURS En % des clients interrogés

33 %
pratiquent le télétravail
dont **28 %** en alternance présentiel/télétravail

20 %
considèrent que le travail dans **des locaux tiers** va se développer *(+4 pts vs 2020)*

38 %
pensent que les réunions en visioconférence vont augmenter durablement *(-6 pts vs 2020)*

Source : Étude Fevad/Médiamétrie – décembre 2021.

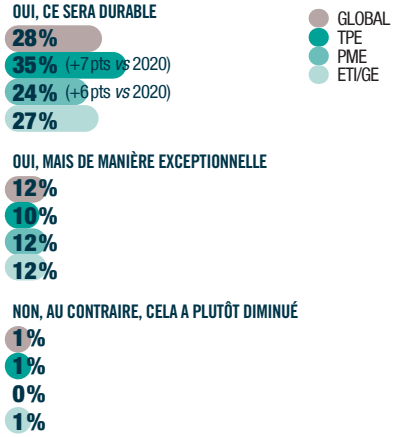
70 %
des clients qui ont des échanges avec les fournisseurs ont repris les rendez-vous en face-en-face *(+7 pts vs 2020)*

Car le plus souvent c'est plus efficace
25 % (+6 pts *vs* 2020)

À des moments clés de la relation ou pour certaines commandes
45 %

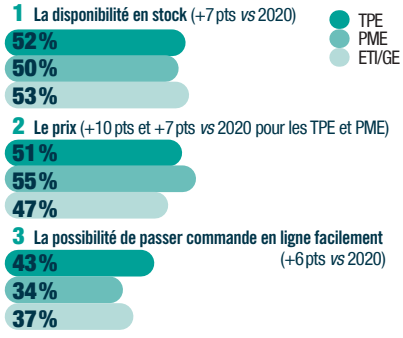
Source : Étude Fevad/Médiamétrie – décembre 2021.

DÉVELOPPEMENT DES COMMANDES SUR INTERNET LIÉ À LA CRISE DE COVID-19 En % des clients interrogés



Source : Étude Fevad/Médiamétrie – décembre 2021.

TOP 3 DES CRITÈRES DE CHOIX D'UN FOURNISSEUR LORS DE L'ACHAT E-COMMERCE



Source : Étude Fevad/Médiamétrie – décembre 2021.

40 %
considèrent que la crise Covid-19 les a conduits à développer les commandes sur Internet
(+8 % pts *vs* 2020), dont 28 % pensent que cela sera durable

Source : Étude Fevad/Médiamétrie – décembre 2021.

Crise Covid-19 et e-commerce

En 2020, les habitudes de consommation ont été bousculées par la crise sanitaire. En 2021, de nombreuses tendances se sont renforcées et des pratiques d'achat occasionnelles se sont installées plus durablement auprès des consommateurs.

IMPACT DES DEUX ANNÉES DE CRISE COVID-19 SUR LES COMPORTEMENTS DES E-ACHETEURS

En 2021, le nombre d'e-acheteurs a augmenté de 0,4 %, une progression plus douce par rapport à 2020 (+3,8 %). Les acheteurs qui ont découvert l'achat sur Internet en 2020 sont dans leur grande majorité revenus acheter en 2021, à la fois conquis par ce mode d'achat et par crainte du risque sanitaire. L'année 2021 a également vu une accélération des nouvelles tendances de consommation en ligne : consommation locale, seconde main, etc.

FIDÉLISATION DES NOUVEAUX E-ACHETEURS
en millions de Français

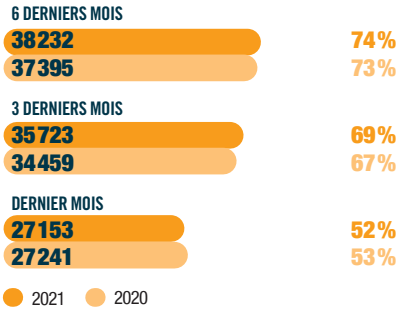
+0,4 %
sur 2021/2020 *(après +3,8 % sur 2020/2019)*

Source : Médiamétrie – Observatoire des usages Internet.

58 %
des nouveaux acheteurs **en e-commerce alimentaire (PGC)** en 2020 *(soit 3,3 millions de foyers)* sont revenus acheter en ligne en 2021

Source : NielsenIQ Homescan/Fevad mai 2022.

ACCÉLÉRATION DE LA FRÉQUENCE D'ACHAT
en milliers de e-acheteurs et % d'internautes



Source : Médiamétrie - Observatoire des usages Internet – Bilan du e-commerce 2021. Base : internautes DM ayant déjà effectué un achat en ligne.

38 %
des e-acheteurs commandent davantage sur Internet depuis le début de la crise sanitaire

Source : Baromètre Fevad/Médiamétrie, janvier 2022.

TOP 3 DES RAISONS

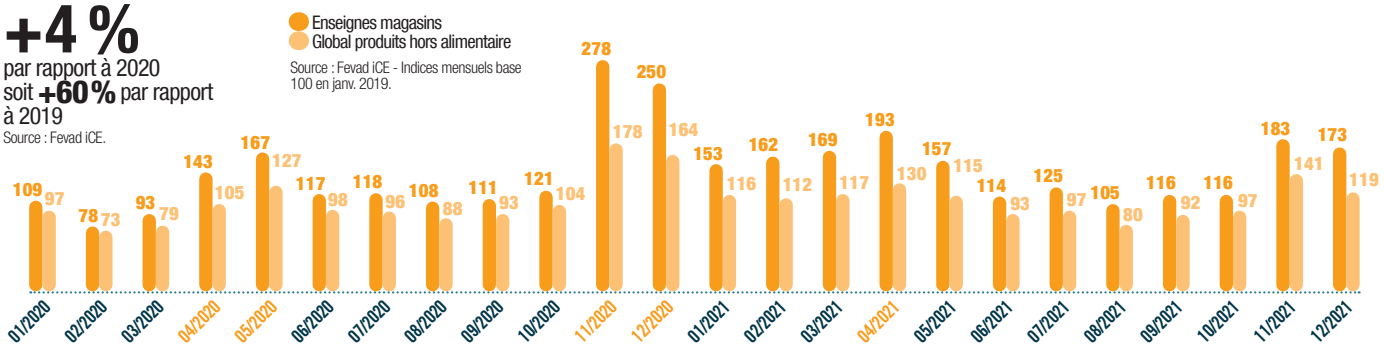
1. **Des avantages non disponibles en magasin**
   48 % (+22 pts *vs* 2020)
2. **Éviter les contraintes sanitaires dans les magasins**
   46 % (+0 pt *vs* 2020)
3. **Pas de déplacement en magasin pour éviter le risque sanitaire**
   41 % (-12 pts *vs* 2020)

Source : Baromètre Fevad/Médiamétrie, janvier 2022.

ACCÉLÉRATION DES VENTES INTERNET DES ENSEIGNES MAGASIN
Évolution du chiffre d'affaires des sites du panel iCE100 vente de produits hors PGC hors places de marché

+4 %
par rapport à 2020
soit **+60 %** par rapport à 2019

Source : Fevad iCE.



Source : Fevad iCE - Indices mensuels base 100 en janv. 2019.

ÉVOLUTION DES VENTES SELON LES CATÉGORIES DE PRODUITS

FORTE CROISSANCE DES PRODUITS ALIMENTAIRES, DU MEUBLE-DÉCORATION ET DE LA BEAUTÉ

PRODUITS ALIMENTAIRES ET GRANDE CONSOMMATION

+59 % chiffre d'affaires e-commerce par rapport à 2019 *(+10,8 % vs 2020)*

Source : NielsenIQ Homescan (panel consommateur).

MEUBLE-DÉCORATION

+46 % chiffre d'affaires e-commerce par rapport à 2019 *(+18 % vs 2020)*

Source : Fevad iCE.

HYGIÈNE-BEAUTÉ

+47 % chiffre d'affaires e-commerce par rapport à 2019 *(-3 % vs 2020)*

Source : Fevad iCE.

ÉQUIPEMENT MAISON HIGH-TECH ET ÉLECTROMÉNAGER

+26 % chiffre d'affaires e-commerce par rapport à 2019 *(-6 % vs 2020)*

Source : Fevad iCE.

HABILLEMENT-TEXTILES DE MAISON

+22 % chiffre d'affaires e-commerce par rapport à 2019 *(+6 % vs 2020)*

Source : Fevad iCE.

Responsabilité sociale des entreprises & e-commerce

Au fil des ans, la RSE constitue une attente de plus en plus forte chez les e-acheteurs. En 2021, ils sont 80 % à déclarer avoir déjà acheté et/ou vendu un bien d'occasion sur Internet. Conscientes des enjeux liés à la réduction de l'empreinte environnementale et soucieuses de répondre aux nouvelles attentes, les entreprises en ont fait un axe stratégique prioritaire. En ce sens, le e-commerce favorise une démocratisation de l'économie circulaire.

E-COMMERCE & IMPACT ENVIRONNEMENTAL

2/3 des cyberacheteurs déclarent qu'ils auraient utilisé leur voiture s'ils avaient réalisé leurs achats non alimentaires en magasin plutôt qu'en ligne. En ce sens, la livraison à domicile évite une part importante des déplacements. Cette proportion est plus importante chez les e-acheteurs vivant dans les villes moyennes et les communes rurales.

MOYENS DE TRANSPORT UTILISÉS POUR RÉALISER DES ACHATS NON-ALIMENTAIRES EN MAGASIN PLUTÔT QU'EN LIGNE
En % de e-acheteurs

Source : Baromètre Fevad/Médiamétrie, novembre 2021.

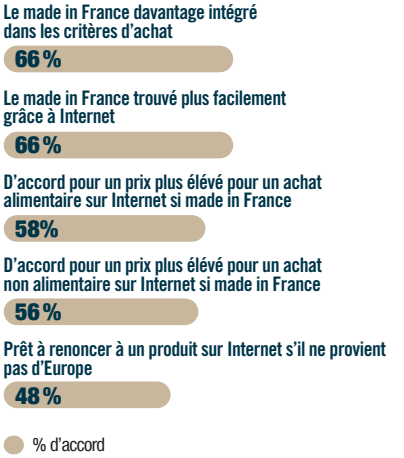
UNE ATTENTE FORTE DES CONSOMMATEURS

Les attentes en termes de RSE ne cessent de progresser. Une grande majorité des acheteurs est attentive aux actions des enseignes en la matière et considère notamment que les enseignes ont amélioré la gestion des emballages (diminution de la quantité, emballages réutilisables, etc.).

LES E-ACHETEURS CONSTATENT LES AMÉLIORATIONS RSE DES SITES E-COMMERCE
En % des e-acheteurs

Source : Baromètre Fevad/Médiamétrie, janvier 2022.

LE MADE IN FRANCE : UN CRITÈRE D'ACHAT
En % des e-acheteurs

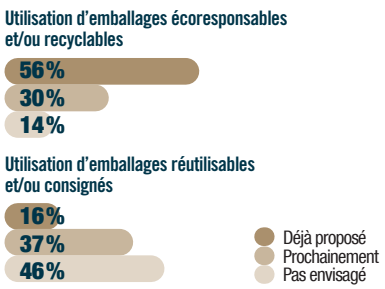


Source : Baromètre Fevad/Médiamétrie, janvier 2022.

LES ACTIONS RSE DES E-COMMERCANTS

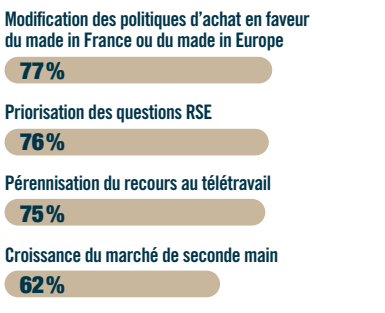
Le 28 juillet 2021, 14 grandes enseignes du commerce en ligne s'engagent en faveur d'un e-commerce plus durable et signent avec le gouvernement et la Fevad la « Charte d'engagements pour la réduction de l'impact environnemental du commerce en ligne » comportant des engagements relatifs à l'information du consommateur, aux emballages, aux entrepôts et à la livraison. Le 15 mars 2022, 18 nouvelles entreprises rejoignent cette dynamique et signent la Charte.

LA LIVRAISON
En % de e-commerçants



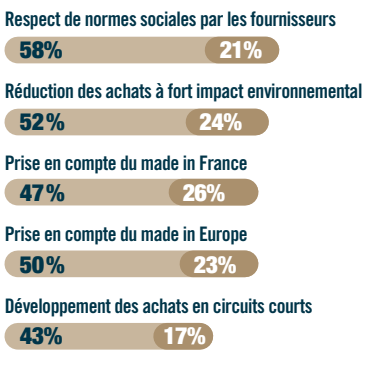
Source : Baromètre Fevad/LSA/Opinionway, mars 2022.

PANDÉMIE ET CONSÉQUENCES DURABLES POUR LES ENTREPRISES
En % des e-commerçants



Source : Baromètre Fevad/LSA/Opinionway, mars 2022.

ÉVOLUTION DES PRATIQUES D'ACHAT
En % des e-commerçants



Source : Baromètre Fevad/LSA/Opinionway, mars 2022.

LE E-COMMERCE, ACCÉLÉRATEUR DE L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE

L'achat de produits de seconde main se démocratise sur Internet. Deux sites parmi les cinq sites marchands les plus visités ont pour activité l'achat et la vente de produits de seconde main. Un constat d'autant plus fort à l'heure où 80 % des e-acheteurs déclarent avoir déjà acheté et/ou vendu un bien d'occasion sur Internet.

TOP 5 D'AUDIENCE DES SITES E-COMMERCE

		Visiteurs uniques moyens par mois	Couverture mensuelle moyenne (en % de la population française)
1	Amazon	36 811 000	58,3 %
2	Leboncoin	26 895 000	42,6 %
3	Cdiscount	22 877 000	36,3 %
4	Fnac	19 121 000	30,3 %
5	Vinted	17 214 000	27,3 %

Source : Médiamétrie//NetRatings- Audience Internet global – Moyenne T4 2021.

ACHAT B2B ET SECONDE MAIN

43 %

des e-acheteurs seraient prêts à acheter des produits de seconde main pour leur entreprise

TOP 3 DES PRODUITS

1	Mobilier de bureau, confort et communication	28 %
2	Équipements et fournitures industriels	23 %
3	Fournitures de bureau	21 %

Source : Étude Fevad/Médiamétrie – décembre 2021.

ACHAT ET VENTE SUR INTERNET DES PRODUITS RECONDITIONNÉS OU DE SECONDE MAIN

50 %

des e-acheteurs ont **acheté sur Internet** en 2021 des produits reconditionnés ou de seconde main

Source : Baromètre Fevad/Médiamétrie, janvier 2022.

TOP 5 DES RAISONS

1	Pour faire des économies	80 %
2	Pour acquérir des marques	51 %
3	Pour le plaisir de dénicher de bonnes affaires	50 %
4	Pour des raisons écologiques	48 %
5	Pour des raisons budgétaires	43 %

Source : Baromètre Fevad/Médiamétrie, janvier 2022.

70 %

des e-acheteurs ont déjà **proposé des produits à la vente sur Internet**

Produits inutilisés	79 %
Produits à renouveler	27 %
Cadeaux offerts	10 %

Source : Baromètre Fevad/Médiamétrie, janvier 2022.

Plus de 80 % des e-acheteurs ont déjà acheté des produits reconditionnés ou de seconde main et/ou vendu eux-mêmes des produits sur Internet

Source : Baromètre Fevad/Médiamétrie, janvier 2022.

Fédération e-commerce et vente à distance
60 rue La Boétie – 75008 Paris – tél. 01 42 56 38 86 – contact@fevad.com
Ces données sont issues des études réalisées par la Fevad et ses partenaires. Pour plus d'infos voir www.fevad.com
Copyright : Si vous utilisez les informations contenues dans ce document, nous vous remercions de bien vouloir citer la source indiquée pour chaque information.
Fevad – siret 784 854 994 00034 – juin 2022
Création graphique et réalisation : Wefactory&Co – **Crédits photos :** AdobeStock