



CHIFFRES CLÉS E-COMMERCE

FÉDÉRATION E-COMMERCE
ET VENTE À DISTANCE

2024



www.fevad.com



Crédit photo : AFP/Eric Piermont

ÉDITO

Accompagner le développement du e-commerce : c'est le rôle de la Fevad qui, au-delà de ses 800 entreprises adhérentes, est l'instance représentative du e-commerce en France. Dans ce contexte, l'une de nos missions essentielles consiste à fournir des éléments de compréhension et d'analyse de notre industrie à l'ensemble des parties prenantes de la filière : acteurs économiques, observateurs, analystes et journalistes, etc. Tendances de consommation, évolutions des marchés, décryptages des usages et des attentes des parties prenantes de la filière... Le document que vous tenez entre vos mains rassemble un grand nombre d'indicateurs indispensables qui offrent une vue panoramique sur la situation du e-commerce, pour vous aider à mieux comprendre le secteur ou pour valider vos orientations stratégiques, les adapter ou encore explorer de nouvelles voies.

Explorer. C'est bien le mot ! L'e-commerce est un champ exploratoire qui repose sur une remise en question continue des pratiques, des moyens, des technologies et des organisations.

Explorer. La définition du Larousse est lourde de sens : « 1. Parcourir, visiter une contrée, un lieu mal connus ou inconnus, en les étudiant avec soin. 2. Examiner quelque chose minutieusement, en particulier par la vue, le toucher ou un système équivalent qui en rend compte ». Explorer de nouveaux territoires. Une perspective enthousiasmante et inspirante mais qui impose une responsabilité éminente : ne jamais se perdre en chemin ! Pour relever ce défi, il faut une boussole. **Cette boussole, c'est le document que vous tenez entre vos mains.** L'ensemble des chiffres présentés émane soit du Service Études de la Fevad, soit d'instituts parmi les plus renommés, avec lesquels nous coopérons de manière étroite et suivie. Ainsi, tout au long de l'année, la Fevad publie à la fois des données barométriques et des études inédites pour mieux décrypter les évolutions du secteur. Ce rapport constitue ainsi un "best of", qui compile les informations les plus significatives et révélatrices de l'année écoulée. **Notre mission ? Garantir l'impartialité et la neutralité de ces chiffres.** Parce que la Fevad est au service du e-commerce, nous avons à cœur de faire preuve d'une objectivité sans faille. L'e-commerce est un secteur d'activité qui évolue en permanence et à un rythme effréné. Cette réalité impose aux acteurs de la filière de s'inscrire dans une démarche d'anticipation continue. Comportements et attentes des consommateurs, évolutions réglementaires, mutations technologiques, l'e-commerce, c'est du commerce en accéléré, définitivement inscrit dans le quotidien des consommateurs, comme le révèle l'étude réalisée en partenariat avec Odoxa. Pour garder le rythme, nos chiffres clés sont à la fois un reflet de la réalité de la filière, mais aussi un outil de prospective pour tracer un chemin vers l'avenir du e-commerce.

Marc Lolivier,

Délégué Général de la Fédération e-commerce et vente à distance (FEVAD)

À PROPOS DE LA FEVAD

+ La Fevad, avec plus de 800 membres, est **le premier réseau d'e-commerçants en France**. Son dynamisme repose sur la diversité de ses adhérents, incluant pure players, retailers, marques, start-ups, et fournisseurs de solutions. La Fevad favorise les échanges via des ateliers thématiques, des commissions, et deux événements majeurs : le Start Me Up Challenge et le Grand Prix des Favor'i. Partenaire de grands événements comme la Paris Retail Week, la Fevad offre des opportunités de réseautage et d'innovation.

+ Adhérer à la Fevad, c'est **bénéficier d'un accès privilégié à des études de marché, des newsletters, et des ateliers pour anticiper les évolutions du secteur**. La Fevad, reconnue par les pouvoirs publics, agit pour un cadre réglementaire favorable au e-commerce, tout en garantissant la transparence et le respect des consommateurs. Son label, gage de confiance, est reconnu par les e-acheteurs et fait partie du réseau Ecommerce Europe Trustmark. La Fevad propose également un service de médiation qualifié pour résoudre les litiges, renforçant ainsi la confiance des consommateurs.

LES FRANÇAIS & L'E-COMMERCE

TELEMENT DE BONNES RAISONS DE CONSOMMER EN LIGNE...

+ Même s'ils se montrent parfois critiques sur les effets d'internet (dépendance, isolement, sédentarisation...), les Français apprécient l'e-commerce, car il répond aux enjeux majeurs des consommateurs.

+ En effet, **88% des Français qui reconnaissent son impact sur leur vie quotidienne le jugent positif**. Un sentiment partagé par toutes les catégories de population. **Gain de temps, maîtrise du budget et optimisation du pouvoir d'achat, l'e-commerce offre un accès facile et flexible** à une large gamme de produits et services, rendant l'acte de consommation plus agréable, plus facile et plus intelligent.

L'E-COMMERCE POUR OPTIMISER SON BUDGET ET SES ACHATS



+ DE 8 FRANÇAIS SUR 10 optimisent leurs achats grâce au e-commerce : gamme plus étendue, produits plus adaptés, singuliers ou originaux

86% utilisent des services en ligne pour gérer leurs finances

VOUS ARRIVE-T-IL D'UTILISER DES SERVICE EN LIGNE...

86% **SOUVENT/PARFOIS** Pour gérer votre compte en banque / vos finances personnelles

85% **SOUVENT/PARFOIS** Pour comparer les prix

DIRIEZ-VOUS QU'AVEC L'E-COMMERCE...

85% **OUI** Vous avez accès à un choix de produits / d'articles plus larges qu'avant

83% **OUI** Vous pouvez trouver les produits les plus adaptés à vos attentes

82% **OUI** Vous pouvez trouver des produits / des articles singuliers, originaux

Source : Odoxa pour la Fevad, janvier 2024.

L'E-COMMERCE POUR GAGNER DU TEMPS



85% des cyberacheteurs estiment que commander sur internet permet de gagner du temps



53% d'entre eux utilisent ce temps pour passer plus de moments en famille ou entre amis

L'E-COMMERCE POUR ALLÉGER SES CONTRAINTES ET ÊTRE MOINS ISOLÉ



75% des habitants de zones rurales se font livrer des articles qu'ils ne trouvent pas près de chez eux



27% des Français ont fait des rencontres amicales et/ou amoureuses grâce à internet

L'E-COMMERCE POUR ACCORDER SON MODE DE VIE À SES CONVICTIIONS



55% des cyberacheteurs considèrent que l'e-commerce a contribué à plus de transparence sur l'affichage de l'origine, la composition des produits, etc.



Pour plus de la moitié des Français, l'e-commerce est facilitant d'accès aux produits responsables

L'E-COMMERCE LARGEMENT JUGÉ POSITIF PAR LES FRANÇAIS



88% des Français qui reconnaissent l'impact du e-commerce sur leur vie quotidienne le jugent positif.



EN SAVOIR +

E-COMMERCE AUX PARTICULIERS : LE MARCHÉ

LE MARCHÉ DU B2C CONFIRME SON DYNAMISME

+ 159,9 milliards d'€ ! C'est le chiffre d'affaires du secteur du e-commerce (produits et services confondus) en 2023. **Un chiffre en hausse de 10,5% par rapport à l'année précédente.** Le secteur a généré 2,35 milliards de transactions (contre 2,24 milliards en 2022). Un dynamisme qui souligne la place centrale qu'occupe le commerce en ligne dans le quotidien des consommateurs français.

+ Les ventes de produits sur internet ont progressé de 34%, par rapport à 2019, et se sont quasiment maintenues (-0,7%) au niveau atteint en 2022 à la suite du dégonflement d'une partie des années Covid. Cependant, le nombre de transactions produits a continué de diminuer (-1,2%) sous l'effet de la baisse du pouvoir d'achat liée à l'augmentation des prix, notamment sur les dépenses contraintes. Parallèlement, le panier moyen a faiblement progressé (+0,5%), ce qui reflète en partie la recherche de meilleurs prix et le développement de la seconde main.

+ **Du côté des ventes de services, la progression demeure soutenue (+19%),** même si l'on constate un certain tassement après les fortes accélérations post-Covid. Toutefois, l'on retiendra la poursuite de croissance du nombre des transactions en matière de services (+11%) autant que du panier moyen (+7%).

+ L'année 2023 s'est, elle aussi, caractérisée par un contexte inflationniste structurant, notamment sur le secteur de l'alimentaire. Même si la courbe s'est légèrement infléchie depuis avril, les prix ont augmenté de 12% (soit +19% sur 2 ans) ; dans l'énergie, ils ont continué à augmenter de 6% (soit +30% sur 2 ans). Les effets indirects de l'inflation se sont fortement fait ressentir sur les comportements d'achat de produits hors alimentaire.

CHIFFRE D'AFFAIRES E-COMMERCE

159,9 Mde

+10,5% par rapport à 2022

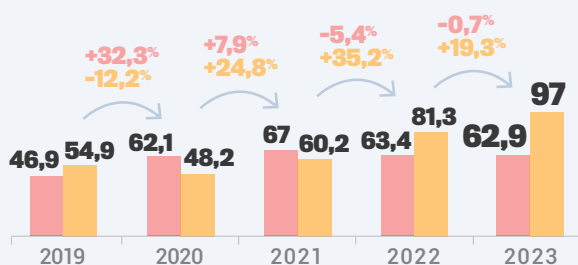
2017	+14,3%	(80,5)
2018	+13,4%	(91,3)
2019	+11,6%	(101,8)
2020	+8,4%	(110,4)
2021	+15,2%	(127,2)
2022	+13,8%	(144,7)
2023	+10,5%	(159,9)

Source : Fevad iCE.

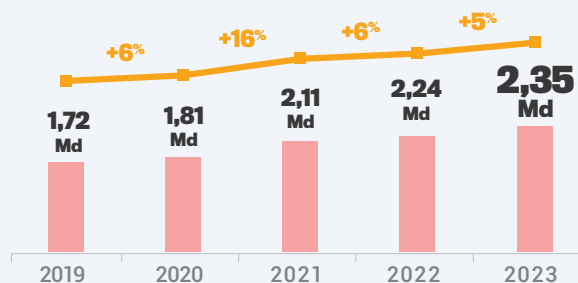
PRODUITS ET SERVICES

ÉVOLUTION DU CA DES PRODUITS ET SERVICES EN MDE

■ Secteur e-commerce produits
■ Secteur e-commerce services



ÉVOLUTION DU NOMBRE DE TRANSACTIONS DE PRODUITS ET SERVICES EN LIGNE EN MD





LA PART DU E-COMMERCE DANS LE RETAIL

+ La part des ventes internet est estimée à 10% du commerce de détail, stable par rapport à 2022. Elle est moins tirée par l'alimentaire dont le poids est structurellement plus faible (20% vs 40% pour le commerce de détail).

DES MARKETPLACES QUI CONSOLIDENT LEUR PART DE MARCHÉ

+ L'activité sur les marketplaces (ventes réalisées pour le compte de tiers) a résisté à la baisse des ventes de produits non-alimentaires, avec un volume d'affaires quasi-stable par rapport à 2022 (-1%) et qui a progressé de 30% par rapport à 2019. (Source : Fevad ICE).

PART DU E-COMMERCE DANS LE COMMERCE DE DÉTAIL

10%

du commerce de détail*

*Hors carburants, pharmacies, articles médicaux et orthopédiques.



Source : Fevad avec INSEE.



PARTS DE MARCHÉ ET CA E-COMMERCE PAR SECTEUR

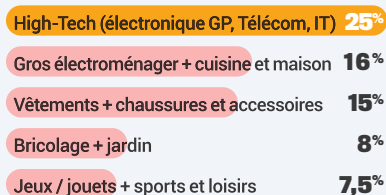
PDM 2022	PDM 2023	CA online 2023 en Md€
Équipement maison high-tech		
30%	30%	4,9
Équipement maison électroménager		
22%	23%	2,2
Total équipement maison		
27%	28%	7,1
Habilleme nt		
18%	21%*	6,1*
Meubles		
21,9%	23,9%	3,5
Produits grande consommation		
11,4%	11,6%	13,8
Hygiène-beauté		
14,2%	14,2%	ND

PDM online dans les ventes du secteur.
CA online en Md€.

Sources : GfK a NielsenIQ company pour l'équipement maison (Sell-out hors marketplace) – IFM pour l'habillement (* y compris Amazon, Shein et Temu) – IPEA pour le meuble – NielsenIQ pour les PGC – Kantar pour l'hygiène-beauté.

CATÉGORIES DE PRODUITS ACHETÉES

Top 5 des catégories de produits achetées sur les places de marché en 2023, en répartition du volume d'affaires 2023 des MKP



Source : Foxintelligence by NielsenIQ – France 2023.

VOLUME D'AFFAIRES DES PLACES DE MARCHÉ

29% DU VOLUME D'AFFAIRES des ventes e-commerce de produits en 2023.

Source : Foxintelligence by NielsenIQ, The key e-commerce trends in Europe in 2024 Webinar.

36% DU VOLUME D'AFFAIRES des ventes e-commerce du secteur de l'équipement maison* en 2023.

Source : Foxintelligence by NielsenIQ – France 2023.

* Équipement de la maison = High-Tech (dont TV), audio, smartphone, pc, sélection cuisine & maison (dont PEM), gros électroménager.

E-COMMERCE : LES ACHETEURS

E-ACHETEURS, M-ACHETEURS : TOUS CONSOMMATEURS !

+ Les taux d'internautes et d'acheteurs au sein de la population des +15 ans continuent d'augmenter, témoignant de l'adoption massive du réflexe de consommation en ligne. Toutefois, on retiendra que cette augmentation est plus lente en 2023 après les chiffres records enregistrés durant la crise du Covid-19.

+ L'achat sur mobile quant à lui, également appelé M-Commerce, continue de progresser : +1 point par rapport à 2022, soit 62% des e-acheteurs.

39,4 MILLIONS de Français de +15 ans ont acheté sur internet au cours des 12 derniers mois, soit une augmentation de **500 000** sur un an.

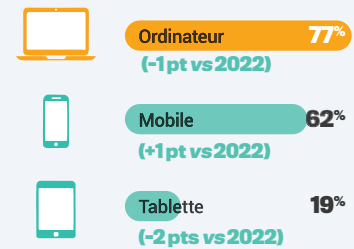
CELA REPRÉSENTE 70,1% des individus de +15 ans

Source : INSEE, enquête annuelle TIC auprès des ménages (données au 1^{er} janv. 2023).

MULTIPLICITÉ DES ÉCRANS UTILISÉS POUR ACHETER

47% e-acheteurs multi-écrans (-1pt vs 2022)

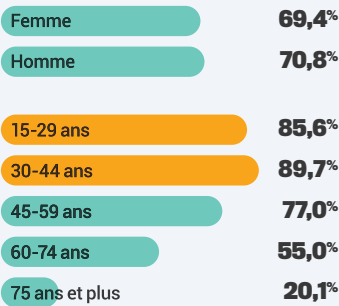
ÉCRANS UTILISÉS EN % DES E-ACHETEURS :



Source : Étude Odoxa pour la Fevad, janvier 2024.

PROFIL DES E-ACHETEURS

TAUX DE PERSONNES AYANT EFFECTUÉ UN ACHAT EN LIGNE DANS LES 12 MOIS



Source : INSEE, enquête annuelle TIC auprès des ménages.

Base : individus de +15 ans au 1^{er} janvier 2023.

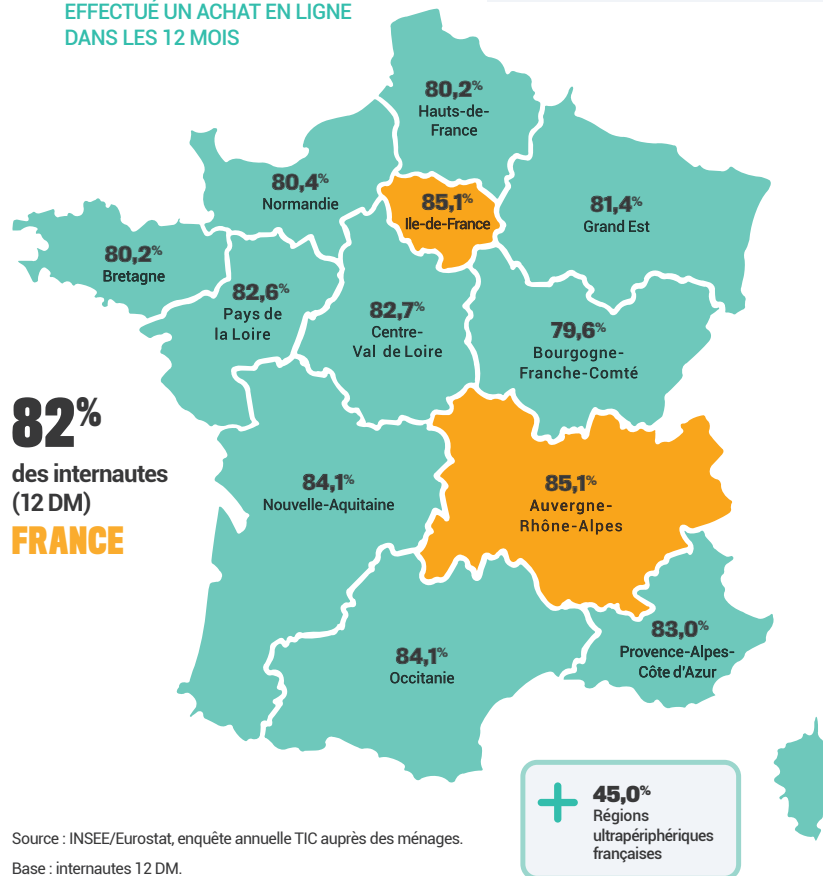


Source : INSEE, enquête annuelle TIC auprès des ménages.

Base : actifs occupés de +15 ans au 1^{er} janvier 2023.

PÉNÉTRATION RÉGIONALE

% DE PERSONNES AYANT EFFECTUÉ UN ACHAT EN LIGNE DANS LES 12 MOIS



Source : INSEE/Eurostat, enquête annuelle TIC auprès des ménages.

Base : internautes 12 DM.

FRÉQUENCE ET TYPES D'ACHAT : DÉCRYPTAGE DES HABITUDES DE CONSOMMATION EN LIGNE DES FRANÇAIS

+ En moyenne, les cyberacheteurs français ont passé 60 commandes au cours de l'année, soit 5 commandes par mois.

+ Le montant total de ces achats s'établit à 4 055 €, soit un budget de 338 € par mois

+ La progression de la part des ventes de services dans le chiffre d'affaires e-commerce ainsi que l'augmentation du panier moyen des services continuent de tirer à la hausse le panier moyen global qui atteint désormais 68 €. Un chiffre en hausse de +5,4% en 2023 après +6,9% en 2022.

Source : ICE/FEVAD.

+ Dans le TOP 3 des produits les plus achetés sur internet on trouve : la mode/habilleement, les chaussures et l'hygiène/beauté.

FRÉQUENCE D'ACHAT SUR INTERNET

Au moins une fois par semaine	11%
2 à 3 fois par mois	20%
1 fois par mois	17%
1 fois tous les 2 mois	27%
4 à 5 fois par an	20%
Moins souvent	4%

Source : Toluna Harris Interactive pour la Fevad, décembre 2023.

60 ACHATS EN LIGNE
en moyenne par acheteur sur l'année 2023.

4 055 € dépensés en moyenne par acheteur (vs 3 720 € en 2022).

Source : FEVAD-INSEE.

68 €
Montant moyen d'une transaction.
+5,4% par rapport à 2022

Source : Fevad ICE.

EXTRAIT DES PRODUITS PHYSIQUES ET SERVICES ACHETÉS SUR INTERNET EN 2023

EN % DES E-ACHETEURS



EN SAVOIR +

53% -3pts	Mode, habillement
39%	Chaussures
39%	Hygiène, beauté
37%	Jeux et jouets
35%	Produits culturels physiques (livres, CD)
33% +4pts	Maison, décoration
28% -4pts	Textile et linge de maison
28%	Bricolage, jardinage
26% -4pts	Produits techniques, électroménager
26%	Alimentation et boissons
36% -3pts	Billet de transport (train, avion, autocar)
36% -7pts	Séjours (hôtel, location de vacances)
31%	Billet de spectacle ou musée/expositions
27%	Services financiers (banque, assurance, crédit...)
25% +5pts	Jeux en ligne
25%	Musique, livres ou vidéo en ligne (y compris streaming...)
24%	Abonnement à un service de télécommunication
23%	Applications mobiles (App Store, Google Play...)
22% -3pts	Service de petites annonces ou de produits d'occasion
20%	Service de livraison de repas à domicile

Source : Odoxa pour la Fevad, janvier 2024.



E-COMMERCE : LES ACTEURS

DES ACTEURS TOUJOURS PLUS NOMBREUX

- + 152 000 sites marchands actifs sont répertoriés sur le panel iCE PSP Fevad en 2023. Avec une augmentation de **+10% de sites marchands actifs** du panel PSP, par rapport à 2022 (Source : Fevad iCE T4 2023), l'e-commerce reste extrêmement attractif.
- + Le chiffre d'affaires e-commerce produits est réalisé à parts égales entre pure players e-commerce et enseignes de vente en magasin. En 2019, 63,0% des unités légales commerçantes en ligne appartiennent à une entreprise spécialisée dans la vente à distance. Ces unités légales réalisent 48,6% du montant total du commerce de détail en ligne. (Source : INSEE, ESA 2019)

EXTRAIT DU CLASSEMENT DES SITES E-COMMERCE AU GLOBAL EN NOMBRE DE CLIENTS

Classement des sites, tous univers confondus, en 2023 (hors hébergement-voyage)

Position - Site E-commerce	Évolution position 2023 / 2022	Nombre de clients	Pénétration (enquête) sur base des cyberacheteurs 12 derniers mois
1 amazon	=	21 658 974	54,9% -4pts
2 E.Leclerc	+2	9 441 703	23,9% +6pts
3 Cdiscount	-1	9 426 365	23,9% =
4 fnac	-1	8 769 123	22,2% =
5 Carrefour	+2	7 159 498	18,1% +4pts



EN SAVOIR +

Source : Toluna Harris Interactive pour la Fevad, décembre 2023.

Base : Population des cyberacheteurs 12 derniers mois France métropolitaine au 1^{er} janvier 2023, INSEE.

L'E-COMMERCE : GÉNÉRATEUR D'EMPLOIS



+ Les acteurs du e-commerce sont d'importants pourvoyeurs d'emploi. Pour accompagner la croissance et le dynamisme du secteur, il est impératif de recruter. **En 2023, près de 4 sites marchands sur 10 ont vu leurs effectifs croître.**

+ Selon une étude indépendante menée par Oliver Wyman avec le soutien de Logistics Advisory Experts en 2021, un emploi direct dans l'e-commerce nécessite 1,2 emploi indirect supplémentaire pour la gestion de la logistique et des livraisons. Le dynamisme économique du e-commerce rejaillit directement sur d'autres filières connexes.

38% des sites ont augmenté leurs effectifs en 2023 et **19%** prévoient de recruter en 2024 (-12 pts vs 2023)

Source : Baromètre Fevad/LSA/OpinionWay, mars 2024.

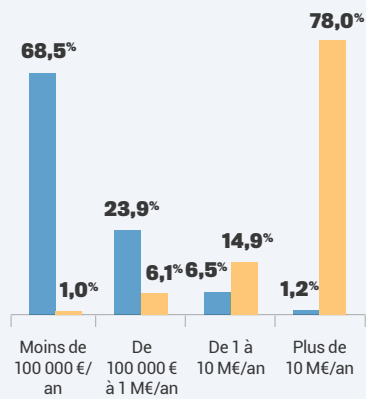
213 000 EMPLOIS en 2023 (+2% vs 2022)

Source : Estimation Fevad selon INSEE, Esane 2021.

TYPLOGIE DES ACTEURS

DANS LAQUELLE LE CA RÉALISÉ POUR LE COMPTE DE TIERS EST AFFECTÉ AU SITE HÉBERGEANT LA MARKET PLACE

■ Répartition du nombre de sites
■ Répartition du chiffre d'affaires du secteur e-commerce



Source : Fevad ICE 2023.

LES INVESTISSEMENTS PRIORITAIRES DES E-COMMERÇANTS EN 2024

Le marketing et la publicité



L'informatique (IT, cybersécurité...)



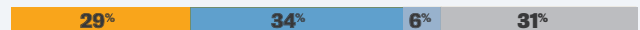
La RSE (Responsabilité Sociale des Entreprises)



La logistique



L'international



La monétisation de l'audience de mon site (marketplace, retail media...)



La relation client/ le SAV



Les ressources humaines (formation, recrutement...)



L'innovation, la recherche & développement



● Hausse ● Stable ● En baisse ● Non-concerné

Source : Baromètre Fevad/LSA/OpinionWay, mars 2024.

E-COMMERCE B2B

ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES E-COMMERCE AUX PROFESSIONNELS (PRODUITS INDUSTRIELS ET SPÉCIALISÉS, BUREAU ET INFORMATIQUE)

+46% par rapport à 2019

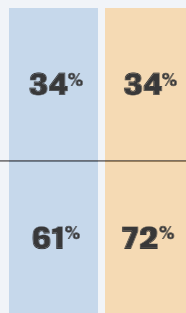


Source : Fevad panel ICE 100 B2B.

PART DES ENTREPRISES DU COMMERCE DE GROS

qui disposent d'un site web avec la possibilité de commande ou réservation en ligne

FRANCE UE (27 pays)



qui disposent d'un site web qui fournit des descriptions de biens ou services ou des listes de prix

En % des entreprises du commerce de gros, à l'exception des automobiles et des motos, entreprises +10 personnes.
Source : INSEE/Eurostat, enquête TIC entreprises 2023.

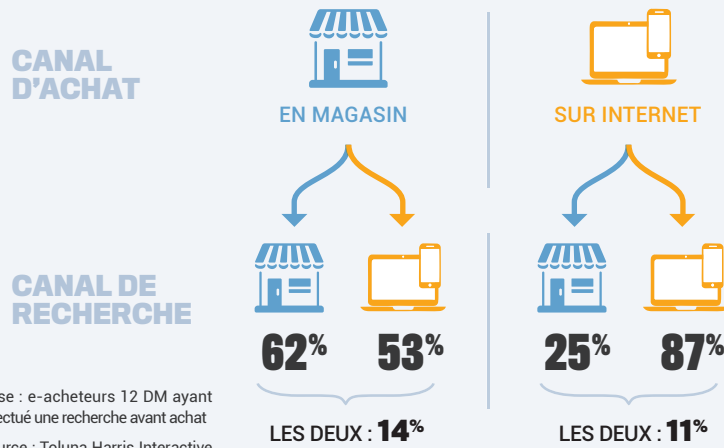


DES CONSOMMATEURS TOUJOURS PLUS MULTICANAUX

+ Que l'expérience soit physique ou digitale, les consommateurs français préparent méticuleusement leurs achats. Identifier le meilleur produit, la meilleure offre, plus de 8 consommateurs sur 10 effectuent des recherches en amont de leur acte d'achat, principalement sur internet.

+ 93% des cyberacheteurs se déclarent satisfaits de leurs parcours d'achat online. Un véritable plébiscite qui confirme la pertinence des efforts engagés par les acteurs du e-commerce.

LES CANAUX DE RECHERCHE EN AMONT SELON LE CANAL D'ACHAT



Base : e-acheteurs 12 DM ayant effectué une recherche avant achat
Source : Toluna Harris Interactive pour la FEVAD, janvier 2024.

LES RECHERCHES D'INFORMATIONS AVANT D'EFFECTUER UN ACHAT EN LIGNE OU EN MAGASIN

83% recherchent en amont

26% recherchent en magasin

66% recherchent sur internet

17% aucune recherche

Base e-acheteurs 12 DM ayant effectué un achat non alimentaire (5 catégories analysées)

Source : Toluna Harris Interactive pour la FEVAD, janvier 2024.

LES CRITÈRES DE SATISFACTION À L'ÉGARD D'UN SITE INTERNET

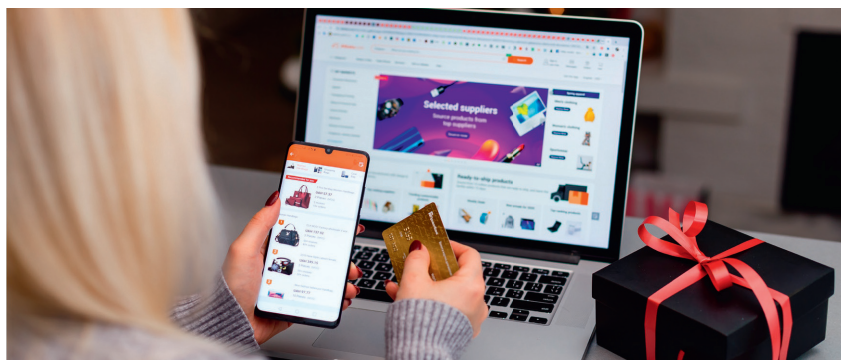
% D'E-ACHETEURS AYANT PLACÉ LE CRITÈRE EN PREMIÈRE POSITION

Rapport qualité/prix 51%
Choix des produits 27%
Navigation sur le site internet, ergonomie 10%

Source : Toluna Harris Interactive pour la Fevad, janvier 2024.

93% des cyberacheteurs sont satisfaits de leurs achats en ligne

Source : Toluna Harris Interactive pour la FEVAD, décembre 2023.



PAIEMENT & LIVRAISON : CATALYSEURS D'EXPÉRIENCE CLIENT

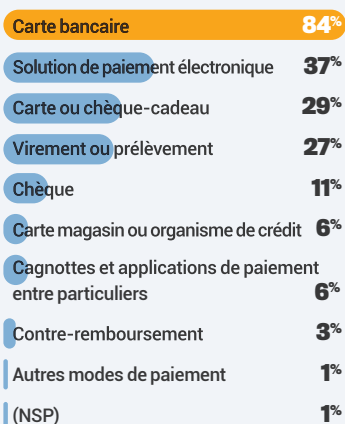
+ Sans grande surprise, la carte bancaire demeure le moyen de paiement privilégié des e-acheteurs. Cependant, il convient de noter que les modes de paiement alternatifs comme le portefeuille électronique continuent de gagner du terrain.

+ De leur côté, et comme une réponse aux enjeux liés au pouvoir d'achat et à l'inflation, les paiements différés et fractionnés rencontrent aussi un public de plus en plus large. 42% des cyberacheteurs ont déjà utilisé le paiement fractionné et 28% le paiement différé.

DU CÔTÉ DU PAIEMENT...

MODES DE PAIEMENT UTILISÉS SUR INTERNET

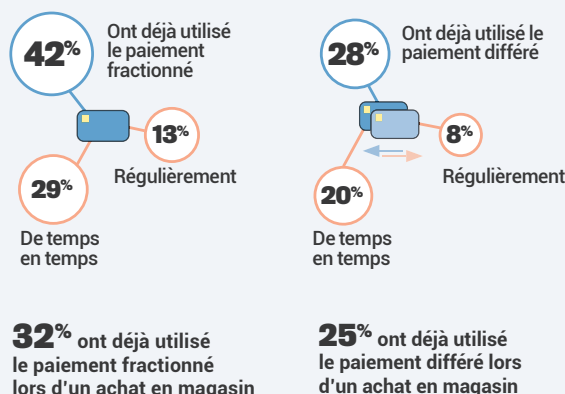
EN % DES E-ACHETEURS AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS



Source : Odoxa pour la Fevad, janvier 2024.

PAIEMENT FRACTIONNÉ ET PAIEMENT DIFFÉRÉ

EN % DES E-ACHETEURS



Source : Toluna Harris Interactive pour la Fevad, décembre 2022.

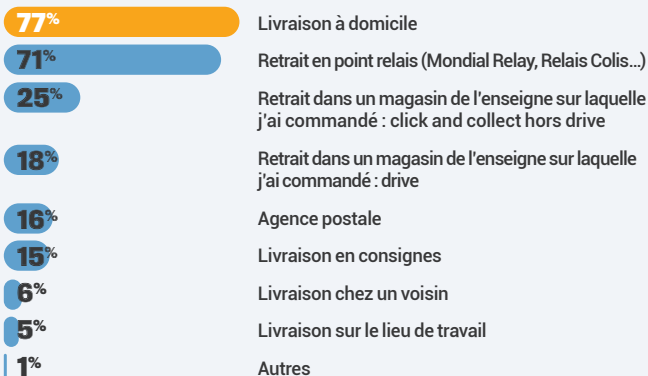
... ET DE LA LIVRAISON

+ Le mode de livraison préféré des e-acheteurs reste la livraison à domicile. Ils sont près de 8 sur 10 à opter pour ce choix (77%).

+ Parallèlement, la livraison en consignes gagne du terrain. Elle est plébiscitée par 15% des Français et enregistre une augmentation de 6 points.

MODES DE LIVRAISON UTILISÉS

EN % DES E-ACHETEURS



Source : Odoxa pour la Fevad, janvier 2024.



E-COMMERCE : L'INTERNATIONAL

L'E-COMMERCE FRANÇAIS & L'INTERNATIONAL

65% des e-commerçants français vendent à l'international, une augmentation de 3 points par rapport à 2022.

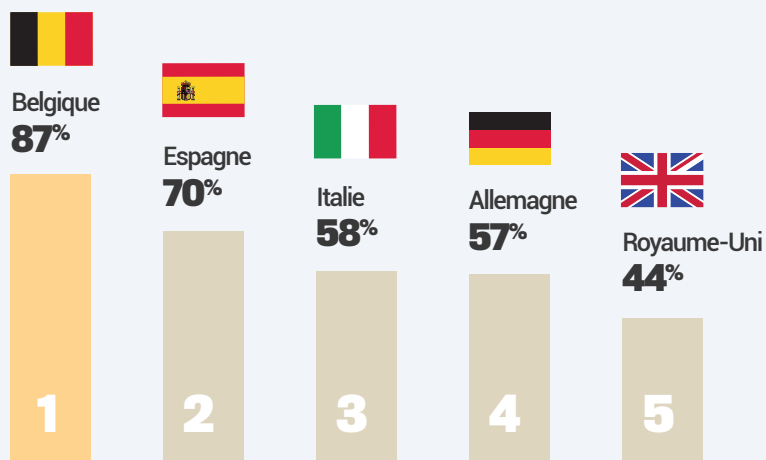
Source : Baromètre Fevad/LSA/OpinionWay, mars 2024.

+ Cocorico ! Les deux tiers des sites français sont présents à l'international. Forts d'une offre, d'un savoir-faire et d'une image de marque positive, **près de 70% des e-commerçants misent sur une augmentation de leur chiffre d'affaires à l'étranger au cours des deux prochaines années.**

+ En 2022, les ventes cross-border produits/services retrouvent et même dépassent leur volume d'avant-crise Covid dans l'ensemble du montant des transactions. Pour l'année 2023, leur part continue de progresser : +2,5 points dans l'ensemble du montant des transactions, soit 16,5% du montant des transactions produits et services. (Source : ICE/FEVAD).

TOP 5 DES PAYS DANS LESQUELS LES ENTREPRISES MEMBRES FEVAD SONT PRÉSENTES EN 2024

EN % DES SITES QUI VENDENT À L'INTERNATIONAL



Source : Baromètre Fevad/LSA/OpinionWay, mars 2024.



27% des sites qui vendent à l'international sont présents dans plus de 10 pays

Source : Baromètre Fevad/LSA/OpinionWay, mars 2024.

69% des sites anticipent une augmentation de la part de leurs ventes à l'international sur les 2 prochaines années (35% une forte augmentation)

Source : Baromètre Fevad/LSA/OpinionWay, mars 2024.

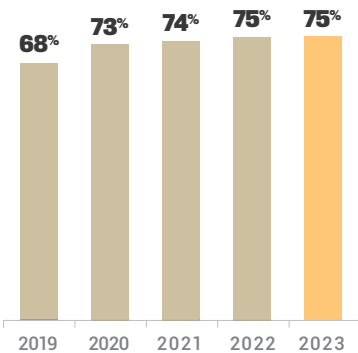
E-COMMERCE EN CROISSANCE EN EUROPE, ÉTATS-UNIS ET CHINE

+ En 2023, le e-commerce a poursuivi sa croissance mondiale. Si le taux d'acheteurs en ligne reste stable en Europe à 75% des internautes, le Royaume-Uni et la France affichent des croissances respectives de 14% et 10,5% du chiffre d'affaires e-commerce produits/services. Les États-Unis s'inscrivent sur une tendance comparable avec une augmentation de 7,4% du chiffre d'affaires. En Chine, l'e-commerce atteint 27% du commerce de détail.

+ Malgré – ou grâce à – l'inflation, le commerce en ligne continue de séduire, porté par l'innovation des géants du secteur et l'émergence de nouveaux acteurs.

NOMBRE D'E-ACHETEURS EN EUROPE

EN % DES INTERNAUTES



Source : Eurostat, Union européenne 27 pays.

CHIFFRE D'AFFAIRES E-COMMERCE EN EUROPE

CHIFFRE D'AFFAIRES PRODUITS
ET SERVICES EN Md€

Année	Chiffre d'affaires (Md€)	Évolution (%)	Évolution hors inflation (%)
2019	410	+15%	+14%
2020	452	+10%	+10%
2021	522	+16%	+12%
2022	573	+10%	+1%
2023 (p)	628	+10%	+3%

● Évolution
● Évolution hors inflation

Source : "European E-Commerce Report 2023" par Amsterdam University of Applied Sciences pour Ecommerce Europe, Union européenne 27 pays.

(p) : provisoire



TOP PAYS EN EUROPE

CHIFFRE D'AFFAIRES PRODUITS ET
SERVICES EN MILLIARDS D'€ EN 2023

Royaume-Uni	480	+14%
France	159,9	+10,5%
Allemagne	93,6	-8,9%
Espagne	84,3	+16,4%
Italie	54,2	+13,2%
Pays-Bas	34,7	+3%

● Chiffre d'affaires en Md€
● Produits ● Services ● Évolution vs 2022

Sources : Royaume-Uni : Enders Analysis, Office for National Statistics / France : Fevad / Allemagne : bevresearch / Espagne : Adigital (Q4 estimé) / Italie : Consorzio Netcomm / Pays-Bas : Thuiswinkel.org

CHIFFRE D'AFFAIRES E-COMMERCE AUX ÉTATS-UNIS

2023	1118	+7,4%	15,4%
------	------	-------	-------

● Chiffre d'affaires e-commerce B2C en Md\$
● Évolution
● Part du commerce de détail

Source : Retail Indicators Branch, U.S. Census Bureau.

Produits et services, hors voyages, billetterie, finances.

CHIFFRE D'AFFAIRES E-COMMERCE EN CHINE

2022	1652	+6,2%	27%
------	------	-------	-----

● Chiffre d'affaires e-commerce en Md\$
● Évolution
● Part du commerce de détail

Source : National Bureau of Statistics of China - ventes de produits.

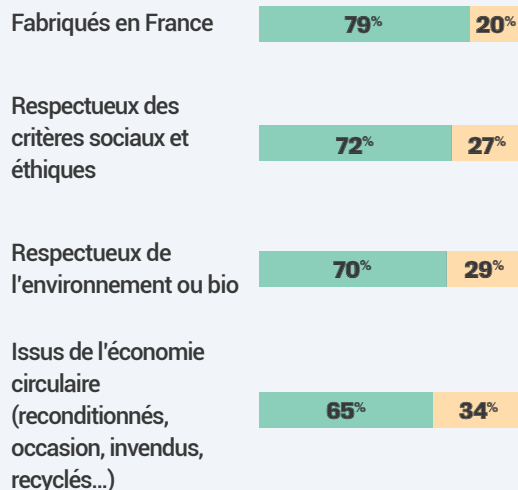
RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE ET ENVIRONNEMENTALE & E-COMMERCE

TRANSFORMER LA CONTRAINTE EN OPPORTUNITÉ

- + Culturellement, les cyberacheteurs ont toujours été des « consomm'acteurs ». Rien d'étonnant dès lors qu'ils se montrent particulièrement sensibles à l'impact de leurs achats sur le monde dans lequel ils évoluent.
- + Parmi les motifs de satisfaction des consommateurs en ligne : la transparence offerte par l'e-commerce dans le domaine de la responsabilité sociétale et environnementale, de même que la simplicité d'accès à des gammes de produits responsables. **79% des consommateurs en ligne privilégient les produits Made in France et 72% accordent leur préférence à des produits respectueux de critères sociaux et éthiques.**
- + Avec 45% d'adeptes de la seconde main, les cyberacheteurs s'orientent principalement vers les produits culturels physiques (35%) et les produits techniques/électroménager (33%). Mode (32%), jeux-jouets (32%) et meubles et décoration (27%) se classent sur la seconde marche du podium. Les articles de sport et les produits de bricolage ferment le classement avec 22% de cyberacheteurs exclusifs seconde main ou mixtes. (Source : Toluna Harris Interactive pour la Fevad, décembre 2023).
- + Il existe de fortes variations entre les générations concernant la seconde main : les moins de 35 ans sont les plus enclins à ce type d'achat (60%), alors que les 65 ans et plus s'y inscrivent encore timidement (25% ont acheté au cours des 12 derniers mois).

D'UNE MANIÈRE GÉNÉRALE, DITES-NOUS S'IL EST IMPORTANT POUR VOUS DE PRIVILÉGIER, LORSQUE CELA EST POSSIBLE, LES ACHATS DE PRODUITS ET SERVICES...

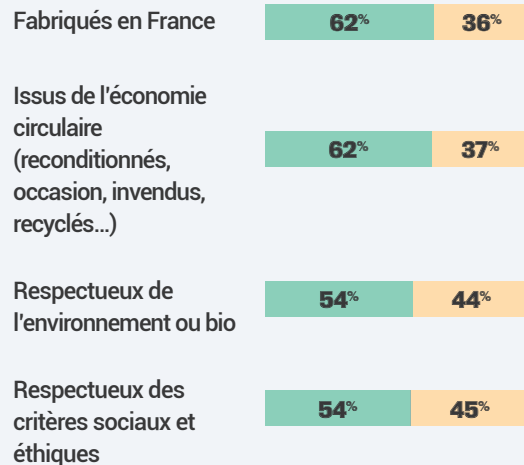
Important / Pas important



Source : Odoxa pour la Fevad, janvier 2024.

ET SELON VOUS, LE DÉVELOPPEMENT DU E-COMMERCE ET DES SERVICES EN LIGNE ONT-ILS CONTRIBUÉ À FACILITER VOTRE ACCÈS À DES PRODUITS ET SERVICES ?

Oui / Non



Source : Odoxa pour la Fevad, janvier 2024.

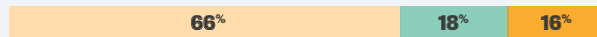


RÉPARTITION DE LA CLIENTÈLE NEUF-SECONDE MAIN SELON LES UNIVERS PRODUITS ACHETÉS EN LIGNE

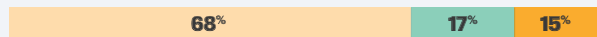
Produits culturels physiques



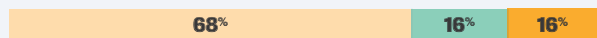
Produits techniques et électroménager



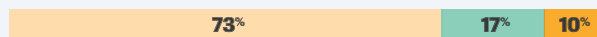
Jeux et jouets



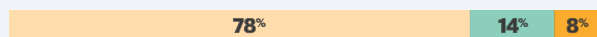
Mode



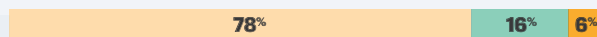
Meubles, décoration et aménagement de la maison



Articles de sport



Bricolage



■ Acheteurs exclusifs neuf
 ■ Acheteurs exclusifs seconde main
 ■ Acheteurs mixtes

Base : en % des e-acheteurs 12 DM de la catégorie.

Source : Toluna Harris Interactive pour la Fevad, décembre 2023.

TOP 5 RSE DES SITES E-COMMERCE

SUR LE CRITÈRE DE LA RSE PAR LA PERCEPTION DE LEURS CLIENTS

Position - Site E-commerce

1 Label Emmaüs

2 Too Good to Go

3 Bricoman

4 Yves Saint-Laurent

5 Back Market

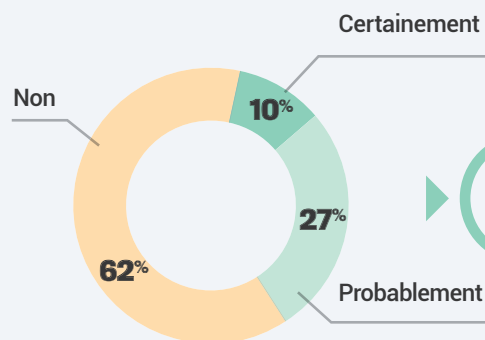
Étude Favori des internautes

Source : Toluna Harris Interactive, pour la Fevad, janvier 2024.

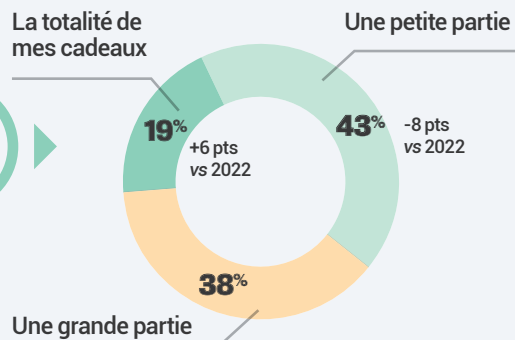
45% des cyberacheteurs ont acheté au moins un produit de seconde main au cours des 12 derniers mois.

SECONDE MAIN ET CADEAUX - FOCUS SUR LES ACHATS DE NOËL

PENSEZ-VOUS ACHETER DES CADEAUX DE SECONDE MAIN POUR OFFRIR À NOËL (PRODUITS RECONDITIONNÉS OU D'OCCASION EN BON ÉTAT) ?



QUELLE EST LA PART DE CADEAUX QUE VOUS PENSEZ OFFRIR EN ACHAT DE SECONDE MAIN (PRODUITS RECONDITIONNÉS OU D'OCCASION) ?



Base : e-acheteurs

Source : Toluna Harris Interactive pour la Fevad, octobre 2023.

Base : e-acheteurs qui envisagent d'offrir des cadeaux de seconde main à Noël

**DÉCOUVREZ LE FILM : VERS UN
E-COMMERCE UTILE, DURABLE,
PERFORMANT ET SÛR !**



**RETROUVEZ TOUTES
LES ÉTUDES DE LA FEVAD :**



www.fevad.com

FEVAD

Fédération e-commerce et vente à distance

60 rue La Boétie – 75008 Paris – 01 42 56 38 86

www.fevad.com – contact@fevad.com – Siret 784 854 994 00034

Juin 2024