

# CHIFFRES CLÉS

2016

FÉDÉRATION E-COMMERCE  
ET VENTE À DISTANCE



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

# E-COMMERCE AUX PARTICULIERS

Le Service Études de la Fevad réalise, en propre ou avec les différents partenaires (instituts officiels de statistiques, nationaux et sectoriels, instituts de sondage et d'opinion, fédérations professionnelles...) une veille permanente sur l'évolution économique des marchés e-commerce. Il publie chaque année une synthèse des principales données.

## ◆ CHIFFRE D'AFFAIRES E-COMMERCE

En 2015, le chiffre d'affaires a progressé de 14 % par rapport à 2014, dans un contexte de consommation toujours ralentie. En 10 ans les ventes sur Internet ont progressé de 675 %.



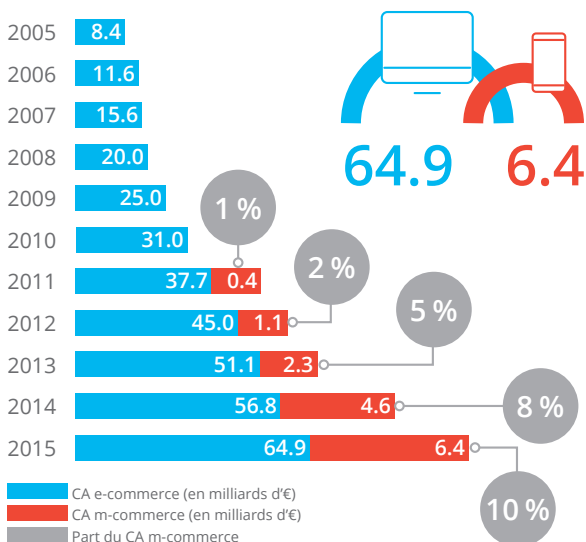
## ◆ E-ACHETEURS, M-ACHETEURS

Le nombre de français qui achètent en ligne augmente : + de 850 000 acheteurs en plus sur un an.



## ◆ CHIFFRE D'AFFAIRES M-COMMERCE (mobiles et tablettes)

Les ventes sur terminaux mobiles continuent de progresser à un rythme important : elles atteignent 6,4 milliards d'€ en 2015. Chez les sites leaders les ventes sur mobiles et tablettes représentent près de 25 % du total des ventes.



## ◆ PART DU E-COMMERCE



**7 % du commerce de détail**

source : Fevad - INSEE.

Le e-commerce continue de gagner des PDM, il représente + de 7 % du commerce de détail. Plusieurs secteurs d'activités dépassent déjà la barre des 20 %.

## Parts de marché et chiffres d'affaires e-commerce par secteur (estimations)

Secteur	PDM 2015	CA 2015
Tourisme	18,7 %	4,3
Produits culturels physiques et dématérialisés	39 %	3,0
Textiles de maison	25 %	0,7
Jeux-jouets	22 %	0,7
Équipement maison high-tech	21 %	2,8
Équipement maison électroménager	17 %	1,3
Habillement	15 %	4,2
Meubles	12 %	1,1
Chaussures	11 %	1,0
Articles de sport (chaussure, textile, matériel, location skis)	10 %	1,1
Hygiène-beauté	8 %	0,7
Montres et bijoux	7 %	0,4
Drive produits grande conso.	4 %	4,5

source : Fevad avec Fédération Française de la Chaussure, FPS, GfK, IFM, Ipea, Kantar Worldpanel, Nielsen, NPD Group/FCJPE, PhoCusWright/L'Echo touristique, Société 5/Franceclat.

◆ E-COMMERCE ET EMPLOI

En 2014, le nombre d'emplois salariés directs dans les entreprises de plus de 10 personnes atteignait 112 000 emplois. Selon l'enquête Fevad/LSA réalisée sur les sites leaders, plus de la moitié a vu son effectif augmenter au cours de 2015. 1 entreprise sur 2 prévoit également une augmentation en 2016.



**112 000**  
emplois e-commerce  
en 2014

source : Insee, enquête TIC 2014, nb d'emplois ETP au sein des acteurs de la vente en ligne.

**57 %**



des sites ont augmenté leurs effectifs en 2015

**52 %**



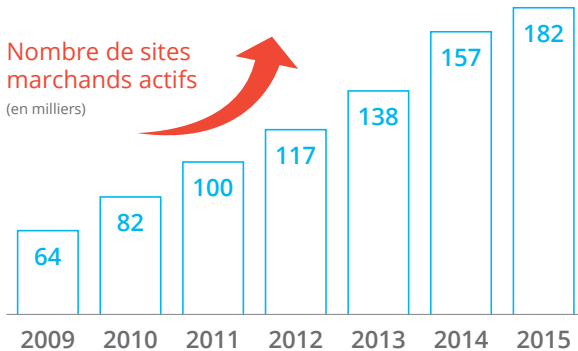
des sites prévoient une augmentation de leurs effectifs en 2016

source : Baromètre Fevad/LSA réalisé sur sites leaders, mars 2016.

◆ E-MARCHANDS

La croissance du e-commerce reste fortement tirée par le développement de l'offre, on compte en 2015 plus de 182 000 sites marchands actifs en hausse de 16 % sur un an.

La FEVAD estime que la barre des 200 000 sites marchands actifs devrait être franchie en 2016.



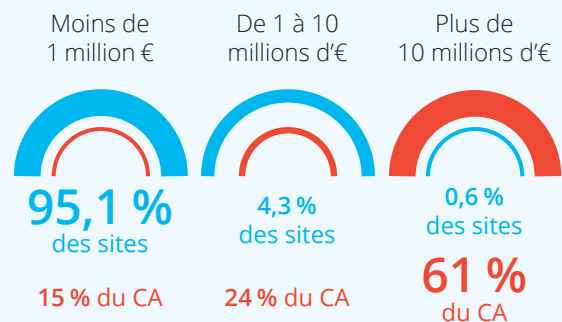
source : Fevad iCE.

Concentration du CA e-commerce

Le CA du e-commerce reste concentré, selon les estimations de la Fevad, 85 % du CA passe par 5 % des sites marchands (soit environ 9 000 sites).

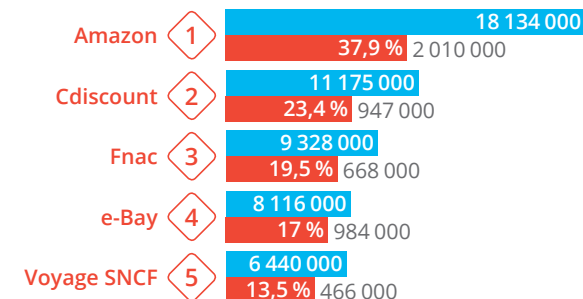
Pour la 1<sup>ère</sup> fois dans le classement e-commerce Fevad/Médiamétrie un site marchand franchit la barre des 2 millions de visiteurs uniques par jour.

Tranches de chiffre d'affaires annuel



source : Fevad iCE.

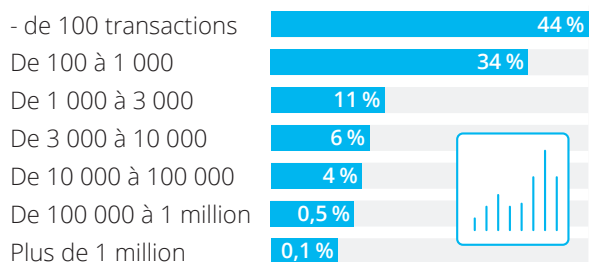
Top 5 des sites e-commerce les plus visités en France



■ Visiteurs uniques moyens par mois  
■ Couverture moyenne (en % de la population internet)  
■ Visiteurs uniques moyens par jour

source : Médiamétrie//NetRatings, moyenne des mois janvier, février, mars 2016.

Typologie des sites marchands selon le nombre de transactions par an



source : Fevad iCE.

## E-COMMERCE AUX PARTICULIERS

### ◆ PLACES DE MARCHÉ

Les places de marché (marketplaces) occupent une place de plus en plus importante dans le e-commerce français. On estime à plus de 3 milliards d'euros le volume d'affaires réalisé via les marketplaces.



**34 %** des internautes ont acheté sur des places de marché au cours des 6 derniers mois

source : Observatoire du consommateur connecté Fevad/Médiamétrie juin 2016.

**29 %**

des acteurs de la vente en ligne utilisent un site web revendeur ou place de marché

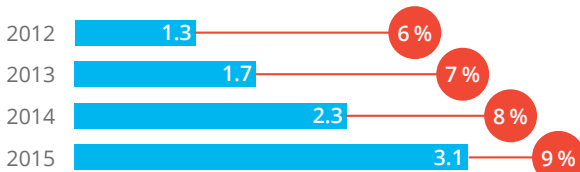
source : Insee, enquête TIC 2014.

### Volume d'affaires réalisé sur les places de marché



**9 %** des ventes de produits en ligne en 2015

source : Fevad iPM.



■ Volume d'affaires réalisé sur les places de marché en milliards d'€  
■ Part des ventes en ligne de produits

source : Fevad iPM, estimations.

### ◆ COMPORTEMENTS D'ACHAT

La baisse du panier moyen confirme la normalisation de l'achat en ligne qui se rapproche ainsi chaque année un peu plus du montant moyen des achats réalisés par les Français sur les autres circuits de commerce.



**78 €** montant moyen d'une transaction

source : Fevad ICE.



**-4,5 %** par rapport à 2014

En moyenne

**22,9 transactions en ligne**  
et 1 780 € par acheteur en 2015

source : Fevad ICE.

### ◆ E-COMMERCE, BOUTIQUES PHYSIQUES, MOBILITÉ ET RÉSEAUX SOCIAUX

La complémentarité Internet/Magasin de plus en plus présente à toutes les étapes du parcours d'achat.

Web to store



**69 %**



des acheteurs en magasin se sont renseignés sur Internet avant d'acheter en magasin

Store to web



**52 %**



des cyberacheteurs se sont renseignés en magasin avant d'acheter sur Internet

source : Observatoire du consommateur connecté Fevad/Médiamétrie juin 2016.

### Mobilité et magasin

**44 %**

Utiliser mon mobile pour flasher les QR-codes et/ou codes barres sur une publicité, un magazine, un tableau d'affichage...

**43 %**

Utiliser mon mobile en magasin pour m'orienter dans les rayons, comparer les prix, consulter les avis clients, consulter les caractéristiques techniques d'un produit

**32 %**

Autoriser ma géolocalisation afin de recevoir des opérations promotionnelles personnalisées à proximité

**31 %**

Utiliser mon mobile pour interagir sur les réseaux sociaux à l'occasion d'un achat (consulter une page Facebook, consulter des avis, émettre un commentaire, poster une photo...)

**29 %**

Être en magasin, mais réaliser l'achat via mon mobile

En % des acheteurs équipés en mobile  
source : Baromètre Fevad/CSA janvier 2016.

### Avis clients

**49 %**



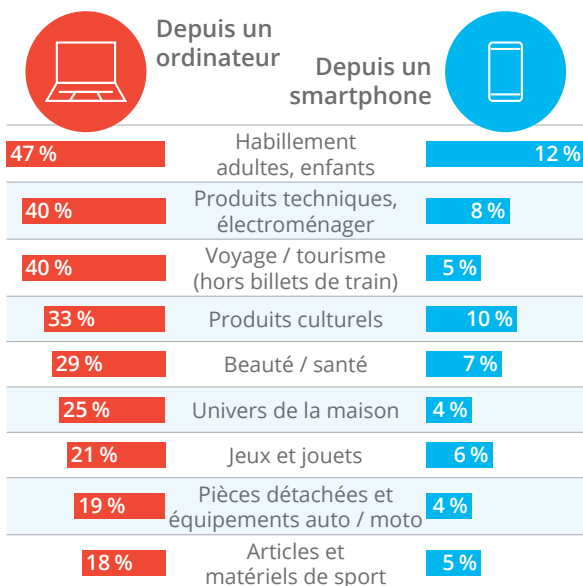
des internautes ont consulté sur Internet des avis consommateurs pour pouvoir choisir le produit à acheter ou le site sur lequel effectuer leur achat

source : Observatoire du consommateur connecté Fevad/Médiamétrie juin 2016.

Internet intervient de plus en plus dans les décisions d'achat. 1 internaute sur 2 consulte les avis avant achat.

## E-COMMERCE AUX PARTICULIERS

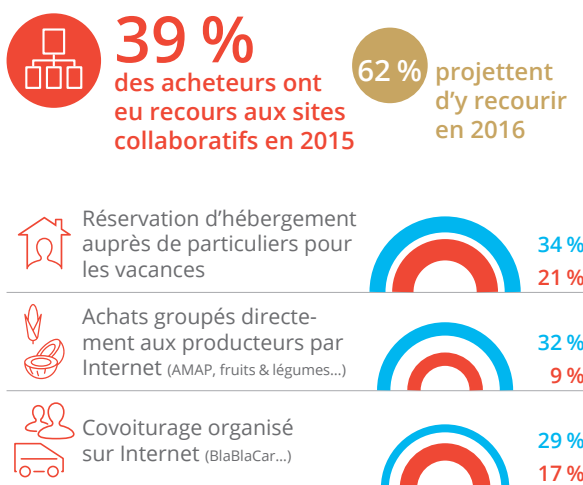
### ◆ PRODUITS ET SERVICES ACHETÉS



En % des internautes, en % des mobinautes, au cours des 6 derniers mois  
source : Observatoire du consommateur connecté Fevad/Médiamétrie juin 2016.

### ◆ CONSOMMATION COLLABORATIVE

La consommation collaborative a connu un véritable essor au cours de ces deux dernières années. Plus d'un internaute sur deux déclare souhaiter y recourir en 2016.



Vous avez eu recours à cet usage par Internet en 2015  
Vous envisagez d'avoir recours à cet usage en 2016

source : Baromètre Fevad/CSA janvier 2016.

#### En tant que vendeur



### ◆ C TO C



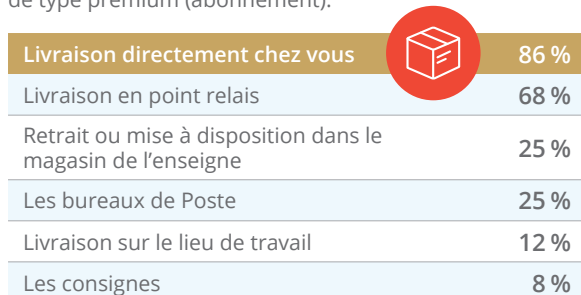
### ◆ PAIEMENT



En % des acheteurs au cours des 6 derniers mois  
source : Observatoire du consommateur connecté Fevad/Médiamétrie juin 2016.

### ◆ LIVRAISON

La livraison devient un véritable levier marketing dans le e-commerce notamment via les modes de livraison alternatifs ("same day") ou les services de type premium (abonnement).



En % des acheteurs au cours des 6 derniers mois  
source : Observatoire du consommateur connecté Fevad/Médiamétrie juin 2016.



#### Click-to-possession (en jours calendaires)

Pour la première fois, grâce à son observatoire de la logistique e-commerce, la Fevad publie une série d'indicateurs clés de la logistique tel que le "click-to-possession", temps moyen de la commande à la réception du colis. Les données de l'observatoire sont disponibles sur le site de la Fevad.



## E-COMMERCE AUX PARTICULIERS

### ◆ E-COMMERCE EN EUROPE

L'Europe est le 3<sup>e</sup> marché e-commerce au niveau mondial derrière la Chine et les États-Unis. Deux tiers des ventes en Europe sont réalisées au Royaume-Uni, en France et en Allemagne. Le potentiel de croissance en Europe reste très important puisque 15 % des e-acheteurs européens achètent en ligne sur des sites étrangers. Au niveau des adhérents Fevad, plus de 60 % des entreprises vendent à l'international.

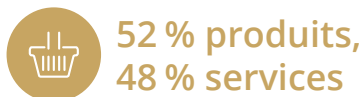


source : Ecommerce Europe (estimations).

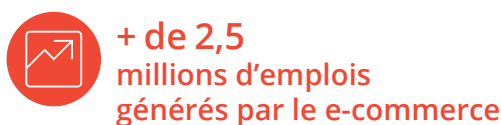
#### Top 5 des pays européens

1	ROYAUME-UNI	157,0	173,7
2	FRANCE	64,9	71,4
3	ALLEMAGNE	59,7	66,9
4	ESPAGNE	18,2	21,0
5	ITALIE	16,6	19,1

Chiffre d'affaires e-commerce B to C en milliards d'€ | source : Ecommerce Europe. en 2015 en 2016 (p)



<b>+ de 4,2 milliards de colis par an</b>	<b>+ de 750 000 sites marchands</b>
<b>296 millions d'acheteurs en ligne</b>	<b>57 % des internautes</b>



(emplois directs et indirects)

source : Ecommerce Europe, estimations.

#### Top 5 des pays dans lesquels les entreprises Fevad sont présentes

1	BELGIQUE	86 %
2	ESPAGNE	69 %
3	ITALIE	64 %
4	ALLEMAGNE	57 %
5	ROYAUME-UNI	53 %

source : Baromètre Fevad/LSA réalisé sur sites leaders, mars 2016.

### ◆ E-COMMERCE DANS LE MONDE

La Chine passe devant les États-Unis et prend le leadership mondial. En matière de e-commerce ramené à la population, le Royaume-Uni est le 1<sup>er</sup> marché au monde.



source : Ecommerce Europe, estimations.

#### Top 5 des pays dans le monde

1	CHINE	691
2	ÉTATS-UNIS	537
3	ROYAUME-UNI	157
4	JAPON	96
5	FRANCE	65

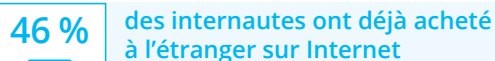
Chiffre d'affaires e-commerce B to C en milliards d'€ en 2015 ; Chine : B to C et C to C source : Ecommerce Europe, estimations.



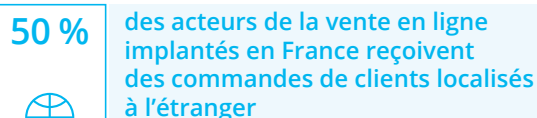
Malgré un taux d'équipement Internet équivalent à la moyenne européenne (83 %), le taux d'e-acheteurs en France est de 12 points au-dessus de la moyenne européenne (65 % versus 53 %).

### ◆ CROSS-BORDER

Le phénomène cross-border en France (achat / vente) se développe. Il devrait s'accroître dans les années à venir sous l'impulsion notamment de la politique européenne (Digital Single Market Strategy) qui vise à établir un véritable marché intérieur européen dans le digital et plus particulièrement dans le e-commerce.



source : Observatoire du consommateur connecté Fevad/Médiamétrie juin 2016.



source : Insee, enquête TIC 2014, toutes les entreprises, sauf secteur financier, 10 personnes employées ou plus.


# E-COMMERCE AUX PROFESSIONNELS

Le commerce inter-entreprises constitue un enjeu essentiel pour l'avenir du e-commerce, mais également pour l'économie française en général compte tenu de son impact sur la compétitivité de l'ensemble des acteurs économiques. Selon les estimations\* il représente déjà un marché de 500 milliards d'€ et dispose encore d'un potentiel de croissance important qui devrait se réaliser dans les années à venir.

## ◆ PART DES VENTES E-COMMERCE B TO B sur 8 secteurs d'activités

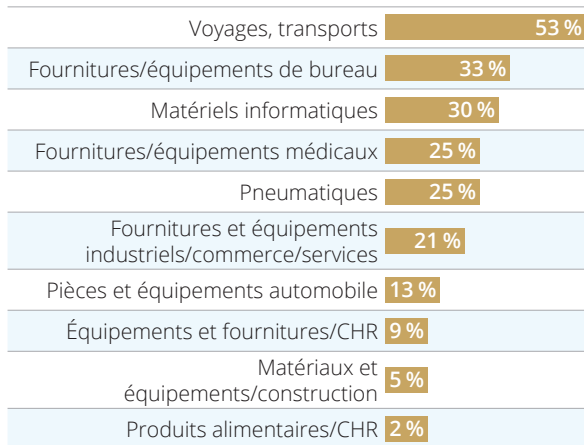
Le commerce électronique inter-entreprises pèse déjà 18 % du montant total des ventes aux professionnels. Hors voyages d'affaires, le poids du e-commerce dans le total des ventes est de 11 %.

 **18 %** du montant total des ventes B to B en 2015

 **7 %** depuis un site e-commerce  
**11 %** depuis une solution e-procurement

source : Étude Fevad/DGE sur la transition numérique & commerce B to B réalisée par Next Content en collaboration avec le Crédoc octobre 2015.

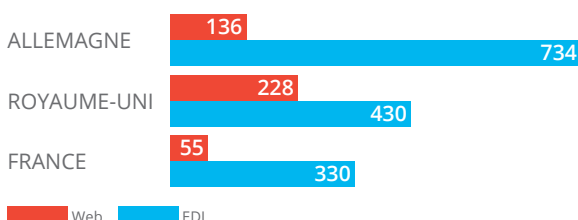
### Part des ventes e-commerce B to B par secteur



sources : Étude Fevad/DGE sur la transition numérique & commerce B to B réalisée par Next Content en collaboration avec le Crédoc octobre 2015.

## ◆ E-COMMERCE B TO B EN EUROPE

Valeurs des ventes électroniques B to B suivant les pays (en milliards d'€)



 Web  EDI

source : Insee (France), ONS (Royaume-Uni), IFH Köln sur la base des données de l'Office fédéral allemand des statistiques (Allemagne). Données 2013 pour France et UK, 2012 pour l'Allemagne.

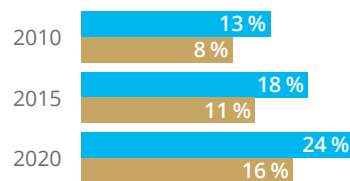
## ◆ PROJECTIONS D'ICI 2020 sur 8 secteurs d'activités


Les transactions électroniques inter-entreprises (depuis un site e-commerce ou depuis des solutions numériques personnalisées) pourraient atteindre près du quart des ventes à l'horizon 2020.

**+ 32 %** de croissance



**24 %** du montant total des ventes B to B



 Total  
 Hors voyages d'affaires

source : Estimation Next Content - Crédoc pour la Fevad et la DGE. Sur le champ des 8 secteurs étudiés, hors télécoms et pharmacies.

## ◆ LES E-ACHETEURS

D'après l'Insee, un peu plus de 20 % de l'ensemble des entreprises françaises procèdent à des achats de manière électronique (via un site web ou via EDI). Les pratiques d'achats électroniques sont plus importantes dans les plus grandes entreprises, en raison notamment de l'utilisation de l'EDI.

EDI : système d'échanges de données informatisés.

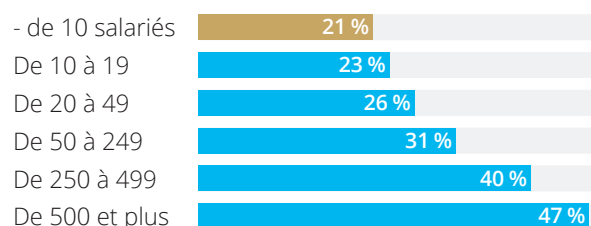


**25 %** des entreprises de plus de 10 salariés

réalisent des achats e-commerce (web ou EDI)



**21 %** des entreprises de moins de 10 salariés



source : Insee, Enquête TIC 2014, données 2013. Données 2012 pour les entreprises de moins de 10 salariés.



## fédération e-commerce et vente à distance

---

60 rue La Boétie - 75008 Paris - tél. 01 42 56 38 86 - [contact@fevad.com](mailto:contact@fevad.com)

Ces données sont issues des études réalisées par la Fevad et ses partenaires. Pour plus d'infos voir [www.fevad.com](http://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 2016 - Crédits photos : Getty Images © Milton Brown ; Shutterstock - Création graphique et réalisation : Zapping - 06 42 79 09 12