

CHIFFRES CLÉS E-COMMERCE

FÉDÉRATION E-COMMERCE ET VENTE À DISTANCE

2025





Crédit photo : AFP/Eric Piermont

ÉDITO

Avec plus de 800 entreprises adhérentes, la Fevad représente le e-commerce français. Notre rôle ? Décrypter ce secteur pour l'ensemble de ses acteurs - entreprises, observateurs, étudiants, journalistes. Pour cette édition 2025, nos chiffres clés révèlent la dimension de notre industrie :

- 175 milliards d'euros
- 2,6 milliards de transactions (soit près de 80 commandes/seconde).

Le cap des 200 milliards devrait être franchi en 2026, confirmant l'ancrage du e-commerce dans le quotidien des Français ! 2024 marque toutefois un tournant : pour la première fois depuis plusieurs années, la croissance est tirée par les volumes plutôt que par la valeur. Avec le retour du pouvoir d'achat grâce à la désinflation, les volumes d'achat en ligne ont repris leur progression. Cette sensibilité à la conjoncture témoigne de la maturité de notre secteur d'activité.

Trois défis majeurs nous mobilisent.

- **Le défi environnemental** d'abord, avec notre engagement pour une consommation plus responsable, concrétisé par une nouvelle charte de réduction de l'impact environnemental du commerce en ligne.
- **Réglementaire** ensuite, car il est essentiel que tous les acteurs, notamment les plateformes asiatiques, respectent les mêmes règles sur notre marché.
- **Sécuritaire** enfin, face aux risques croissants de fraude en ligne.

Aujourd'hui, l'énergie de toute la filière e-commerce reste intacte. Notre étude menée avec Toluna auprès de 250 dirigeants d'entreprises du e-commerce révèle leur optimisme. La révolution de l'IA générative alimente cette dynamique : plus de 80 % des entreprises du secteur l'utilisent déjà ! Ces outils transforment toute notre chaîne de valeur.

La maturité n'est pas synonyme de léthargie ou de langueur. Pas pour les acteurs du e-commerce qui en tirent avant tout la force, autant que la sagesse ! Elle nous permet de capitaliser sur l'IA et d'explorer de nouveaux territoires. Nos indicateurs dessinent le e-commerce de demain : plus responsable, plus sûr, plus innovant.

Marc Olivier,
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

TELLEMENT 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

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

85% 
Pour comparer les prix

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

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

L'E-COMMERCE POUR GAGNER DU TEMPS



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

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

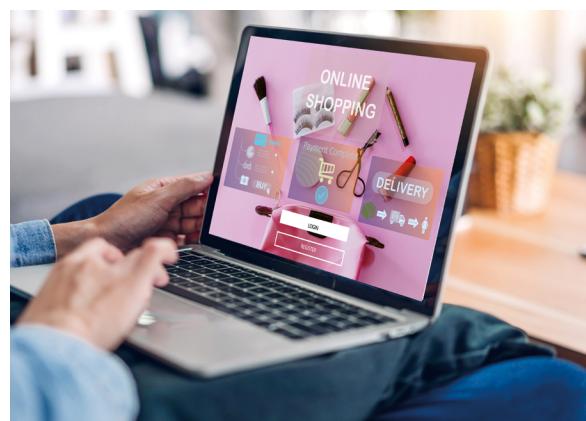


75 % des habitants de zones rurales se font livrer des articles qu'ils ne trouvent pas près de chez eux

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



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.



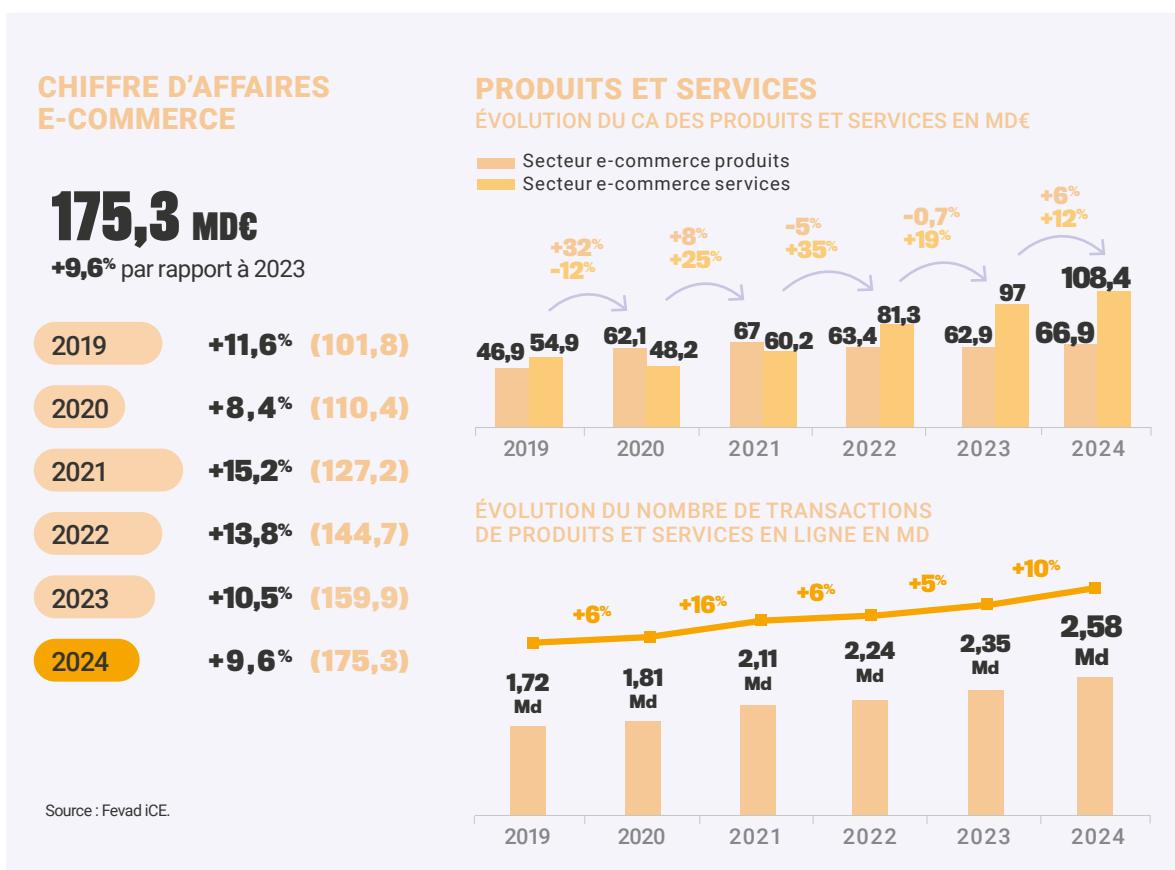
EN SAVOIR +

Source : Odoxa pour la Fevad, janvier 2024.

E-COMMERCE AUX PARTICULIERS :

LE MARCHÉ DU B2C PORTÉ PAR UNE ACCÉLÉRATION DES COMMANDES

- Le secteur e-commerce confirme son dynamisme et franchit un nouveau cap avec un volume d'affaires produits/services de 175,3 milliards d'euros et 2,6 milliards de transactions.
- Les ventes de produits rebondissent. Contrairement aux années précédentes, le volume de commandes progresse plus vite pour les produits que les services. Les ventes de produits retrouvent le niveau atteint en 2021 (66,9 milliards d'euros) au moment de la sortie du Covid mais avec un volume de transactions inédit (1,28 milliards). L'activité sur les produits hors alimentaire n'est plus en baisse après une année 2023 où l'inflation alimentaire les avait indirectement impactés. Le panier moyen est tiré à la baisse par la désinflation alimentaire, le développement de la seconde main et des plateformes à prix bas.
- La dynamique des ventes de services se poursuit, avec cependant une décélération de la progression du secteur transport, tourisme, loisirs. Les ventes de services (108,4 milliards d'euros) ont doublé par rapport à la période pré-covid, portées ces deux dernières années par les fortes hausses de prix dans l'énergie, le transport, l'hôtellerie ... L'augmentation du panier moyen ralentit sous l'effet notamment de la désinflation dans l'énergie.





LA PART DU E-COMMERCE DANS LE RETAIL

- Le e-commerce représente désormais 11 % du commerce de détail en France, retrouvant son niveau d'avant-crise après une contraction en 2023. L'équipement maison maintient son leadership avec 28 % de parts de marché online, notamment grâce au high-tech qui atteint 31 % et à l'électroménager qui progresse à 25 %. L'habillement confirme son virage digital avec 23 % de parts de marché et un chiffre d'affaires online de 7,7 milliards d'euros (incluant Amazon, Shein et Temu). Le meuble stabilise sa présence à 24 % tandis que les produits de grande consommation poursuivent leur progression à 10,8 % avec 13,2 milliards d'euros.
- Cette montée en puissance généralisée du canal digital traduit une transformation structurelle du commerce de détail français, où le e-commerce s'impose comme un canal incontournable dans tous les secteurs, avec une accélération particulière dans l'équipement de la personne et de la maison.

PART DU E-COMMERCE DANS LE COMMERCE DE DÉTAIL

11%

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 2023	PDM 2024	CA online 2024 en Md€
Équipement maison high-tech		
30%	31%	4,9
Équipement maison électroménager		
23%	25%	2,5
Total équipement maison		
28%	28%	7,3
Habillement		
22%	23%*	7,7*
Meuble		
23,9%	24%	3,3
Produits grande consommation		
10,3%	10,8%	13,2
Hygiène-beauté		
14,1%	14,7%	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.

DES MARKETPLACES QUI CONSOLIDENT LEUR PART DE MARCHÉ

- Les marketplaces poursuivent leur progression : elles représentent 31 % du volume d'affaires du e-commerce produit en 2024, contre 29 % en 2023. Le high-tech reste la catégorie phare, devant l'électroménager/maison et la mode.

CATÉGORIES DE PRODUITS ACHETTÉS

Top 5 catégories de produits achetés sur les places de marché en 2024 en répartition du volume d'affaires 2024 des MKP

High-Tech (électronique GP, Télécom, IT)	25%
Gros électroménager + cuisine et maison	17%
Vêtements + chaussures et accessoires	15%
Bricolage + jardin	9%
Jeux / jouets + sports et loisirs	8%

Source : NIQ Digital Purchases - France 2024.

LE VOLUME D'AFFAIRES DES PLACES DE MARCHÉ REPRÉSENTE

31% DU VOLUME D'AFFAIRES des ventes e-commerce de produits en 2024.

Source : NIQ Digital Purchases - France 2024.

E-COMMERCE : LES ACHETEURS

E-ACHETEURS, M-ACHETEURS : TOUS CONSOMMATEURS

Les taux d'internautes et d'acheteurs continuent à progresser : 95 % des ménages français habitant dans les villes ont accès à Internet en 2024 (+3 points vs 2019) et 80 % des particuliers (de 16 à 74 ans) ont acheté au cours des 12 DM soit +3 points sur 1 an. Le taux d'e-acheteurs se maintient 8 points au-dessus de la moyenne européenne.

Source : Eurostat 2024.

PROFIL DES E-ACHETEURS

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

Femme	72,3%
Homme	74,5%
15-29 ans	89,9%
30-44 ans	91,6%
45-59 ans	79,3%
60-74 ans	60,2%
75 ans et plus	23,7%

Source : INSEE, enquête annuelle TIC auprès des ménages.
Base : individus de +15 ans.

Total des actifs	88,3%
Agriculteurs, commerçants, artisans et chefs d'entreprises	81,1%
Cadres et professions intellectuelles supérieures	95,3%
Professions intermédiaires	93,6%
Employés	86,5%
Ouvriers	79,4%

Source : INSEE, enquête annuelle TIC auprès des ménages.
Base : actifs occupés de +15 ans.

41,6 MILLIONS

de Français de +15 ans ont acheté sur Internet au cours des 12 derniers mois, soit +2,2 millions sur un an.

CELA REPRÉSENTE 73,3% des individus de +15 ans

Source : INSEE, enquête annuelle TIC auprès des ménages.

MULTIPLICITÉ DES ÉCRANS UTILISÉS POUR ACHETER

54% e-acheteurs multi-écrans

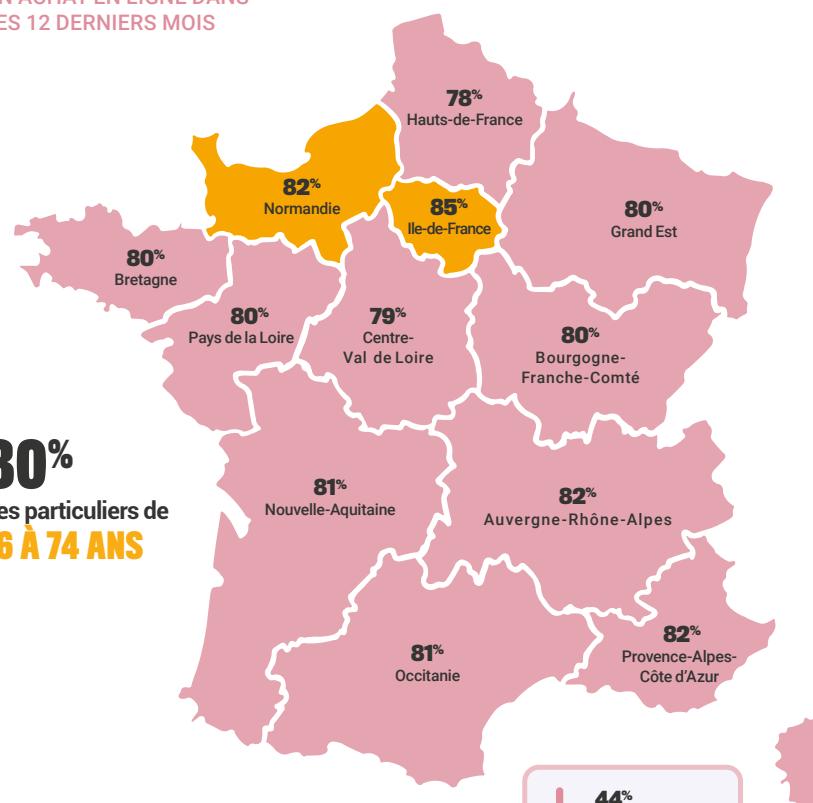
ÉCRANS UTILISÉS EN % DES E-ACHETEURS :



Source : Étude Toluna pour la Fevad, janvier 2025.

PÉNÉTRATION RÉGIONALE

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



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

- En 2024, les Français interrogés ont déclaré avoir significativement augmenté leurs achats en ligne (32 %) par rapport à ceux ayant déclaré une diminution (27 %). Cette tendance suggère une appréciation du e-commerce, perçu comme un moyen d'atténuer les difficultés économiques de l'année.
- 48 % des e-acheteurs achètent au moins une fois par mois.
- Les produits les plus achetés sur Internet sont la mode-habillement (environ 60 %), suivie par les chaussures (près de 50 %), l'hygiène-beauté (47 %) et les jeux et jouets (43 %). Concernant les produits dématérialisés et les services, les séjours en hôtels et locations de vacances (39 %) ainsi que les billets de transport (36 %) ont été les plus populaires.

FRÉQUENCE D'ACHAT SUR INTERNET DE PRODUITS PHYSIQUES HORS ALIMENTAIRE EN 2024

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

Au moins une fois par semaine	10%
Tous les mois	38%
Plusieurs fois par an	46%
1 fois par an	4%
Jamais	2%

Source : CREDOC, Baromètre du numérique, 2025.

62 ACHATS EN LIGNE
en moyenne par acheteur sur
l'année 2024.
4 216 € dépensés en moyenne
par acheteur (vs **4 055 €** en
2023).

Source : FEVAD-INSEE, enquête annuelle TIC auprès
des ménages.

68 €
Montant moyen d'une
transaction stable vs 2023

Source : Fevad iCE.

EXTRAIT DES PRODUITS PHYSIQUES ET SERVICES ACHETÉS SUR INTERNET EN 2024

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



EN SAVOIR +

59%	Mode, habillement
49% +10 pts	Chaussures
47% +8 pts	Hygiène, beauté
43%	Jeux et jouets
39%	Produits culturels physiques (livres, CD)
36% +10 pts	Alimentation et boissons
35%	Maison, décoration
33%	Textile et linge de maison
32%	Produits techniques, électroménager
30%	Bricolage, jardinage

39%	Séjours (hôtel, location de vacances)
36%	Billet de transport (train, avion, autocar)
29%	Billet de spectacle ou musée/expositions
26%	Jeux en ligne
24%	Services financiers (banque, assurance, crédit...)
24%	Musique, livres ou vidéo en ligne (y compris streaming...)
23%	Abonnement à un service de télécommunication
21%	Applications mobiles (App Store, Google Play...)
21%	Service de livraison de repas à domicile
16%	Service de petites annonces ou de produits d'occasion

Source : Toluna pour la Fevad, janvier 2025.

E-COMMERCE : LES ACTEURS

DES ACTEURS TOUJOURS PLUS NOMBREUX

- 153 000 sites marchands actifs sont répertoriés sur le panel iCE PSP Fevad (plateformes sécurisées de paiement), **+9 % de sites marchands actifs par rapport à 2023** (Source : Fevad iCE T4 2024).
- Interrogés sur leurs priorités d'investissement, les dirigeants français placent en tête le développement à l'international (46 %), une priorité en forte croissance (+17 points sur un an). La cybersécurité, la RSE et l'innovation, ainsi que la recherche et le développement, figurent également parmi leurs priorités d'investissement.
- 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 eux déclarent l'utiliser, soit une hausse de +11 % par rapport à l'an dernier et +3 % par rapport à nos voisins européens. Si la relation client et le marketing restent en tête des usages, les usages dans la logistique sont en forte progression. (Source : Baromètre Fevad/LSA/Toluna, mars 2025).

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

Classement des sites, tous univers confondus, en 2024 (hors hébergement-voyage)

Position - Site E-commerce	Évolution position 2024 / 2023	Nombre de clients (en millions)	Pénétration (enquête) sur base des cyberacheteurs 12 derniers mois
1 amazon	=	25,59	61,6%
2 E.Leclerc	=	9,40	22,6%
3 Cdiscount	=	9,37	22,5%
4 fnac	=	8,62	20,7%
5 Carrefour	=	7,28	17,5%



EN SAVOIR +

Source : Toluna pour la Fevad, octobre 2024.

Base : Population des cyberacheteurs 12 derniers mois France métropolitaine INSEE.

L'E-COMMERCE : GÉNÉRATEUR D'EMPLOIS



- Le secteur du e-commerce est un important créateur d'emplois. Afin de soutenir sa croissance et son dynamisme, le recrutement est essentiel. **En 2024, 41% des sites de vente en ligne ont augmenté leurs effectifs.**

Si l'on se réfère à 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.

41% des sites ont augmenté leurs effectifs en 2024 et **26%** prévoient de recruter en 2025
(+7 pts vs 2024)

Source : Baromètre Fevad/LSA/Toluna, mars 2025.

212 000 EMPLOIS
en 2024 (+8% vs 2023)

Source : Estimation Fevad selon INSEE, Esane 2021 révisé.

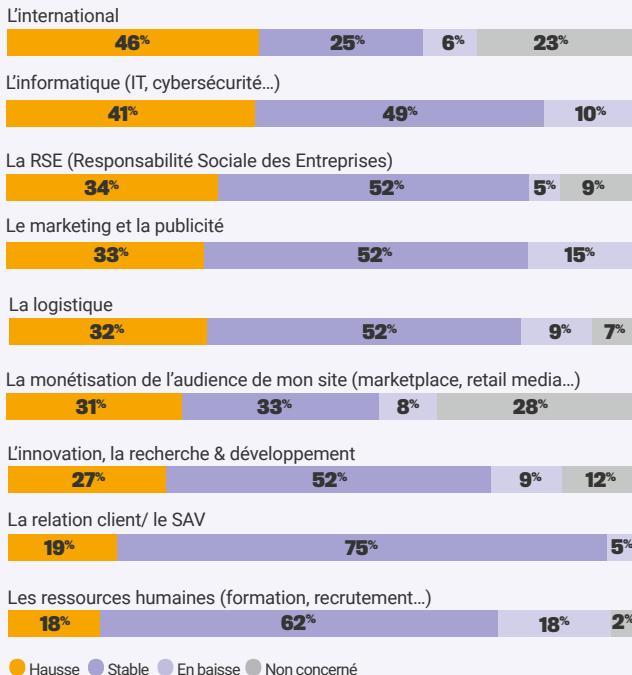
TYPOLOGIE DES ACTEURS

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



Source : Fevad ICE 2024.

LES INVESTISSEMENTS PRIORITAIRES DES E-COMMERÇANTS EN 2025

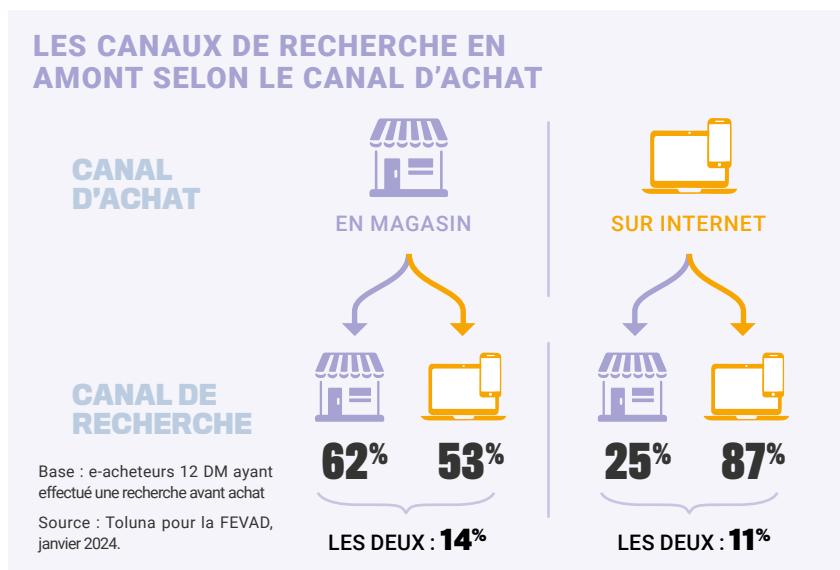


Source : Baromètre Fevad/LSA/Toluna, mars 2025.



LES COMPORTEMENTS D'ACHATS DES CONSOMMATEURS MULTICANAUX

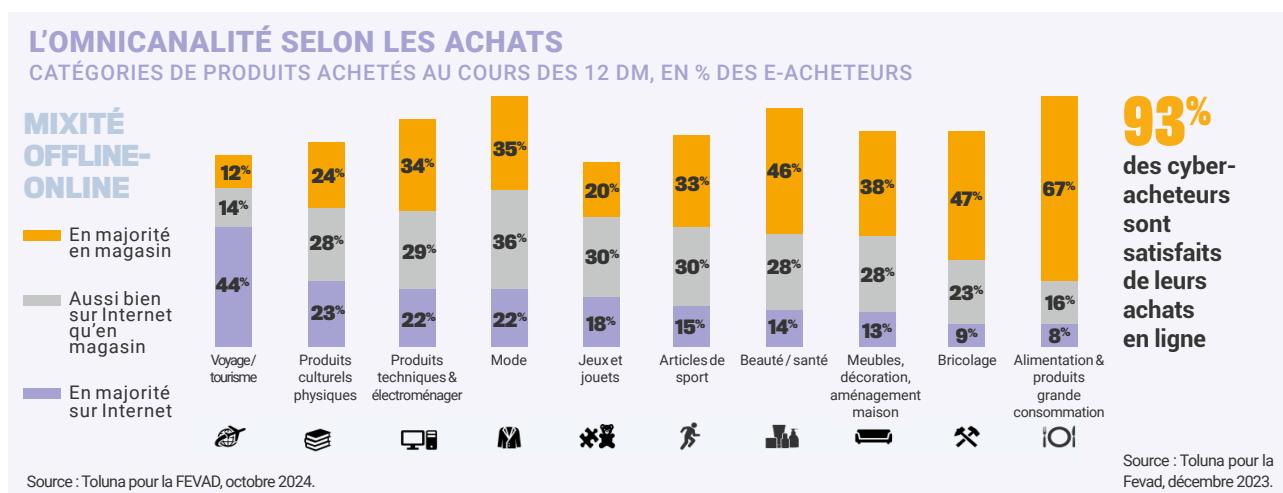
- Que l'expérience soit physique ou digitale, les consommateurs français ont pris l'habitude de préparer leurs achats. Afin de choisir le meilleur produit, de repérer la meilleure offre, plus de 8 consommateurs sur 10 effectuent des recherches en amont de leur acte d'achat, principalement sur Internet.
- 93% des cyberacheteurs se déclarent satisfaits de leurs achats online. Un résultat qui met en lumière la pertinence des efforts engagés par les acteurs du e-commerce en la matière. (Source : Toluna pour la Fevad, décembre 2023).



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



Base e-acheteurs 12 DM ayant effectué un achat non alimentaire (5 catégories analysées).
Source : Toluna pour la FEVAD, janvier 2024.



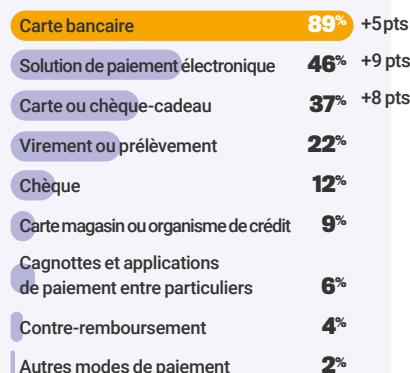
PAIEMENT & LIVRAISON : CATALYSEURS D'EXPÉRIENCE CLIENT

- Pour leurs achats en ligne, les Français continuent de privilégier le paiement par carte bancaire, utilisé par 89% des cyberacheteurs. Un chiffre en hausse de 5 points en un an. Parallèlement, les solutions de paiement électronique progressent significativement (46% les utilisent, +9 points en 1 an) ainsi que les cartes ou chèques cadeaux (37%, +8 points).
- Le prix reste le principal critère de choix du mode de livraison, et notamment la livraison gratuite, la proximité et les délais se classent en second rideau dans les critères des consommateurs.
- Pour l'achat de produits physiques sur Internet, les personnes interrogées continuent de privilégier la livraison à domicile (81%) et le retrait en point relais (70%). À noter que la livraison en consigne progresse sensiblement (19%), un mode de livraison qui se rapproche désormais du retrait en click and collect (23%). (Source : Toluna pour la Fevad, janvier 2025). Sur l'ensemble des solutions d'acheminement des commandes, la livraison à domicile représente 54% des livraisons, la livraison hors domicile 46%. Les points relais se classent en tête avec près de la moitié des livraisons hors domicile (45%). Le casier automatique et le click and collect se partagent l'autre moitié. (Source : Toluna pour la Fevad, décembre 2024).
- La satisfaction à l'égard des différents modes de livraison est globalement élevée. Plus de 9 consommateurs sur 10 se disent satisfaits de la livraison, quel que soit le mode de livraison utilisé. Fait marquant : plus de la moitié se déclarent même très satisfaits. (Source : Toluna pour la Fevad, décembre 2024).

DU CÔTÉ DU PAIEMENT...

MODES DE PAIEMENT UTILISÉS SUR INTERNET

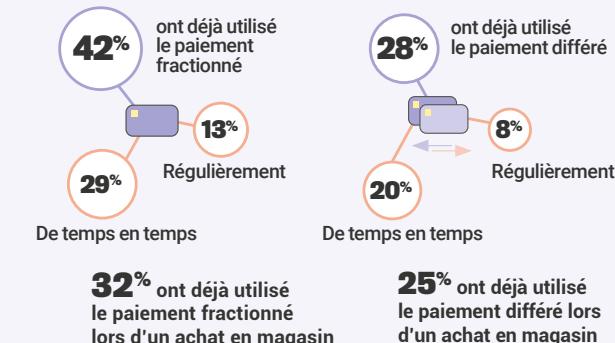
EN % DES E-ACHETEURS AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS



Source : Toluna pour la Fevad, janvier 2025.

PAIEMENT FRACTIONNÉ & PAIEMENT DIFFÉRÉ

EN % DES E-ACHETEURS



Source : Toluna pour la Fevad, décembre 2022.

... ET DE LA LIVRAISON

CRITÈRES DE CHOIX DES MODES DE LIVRAISON

EN % DES E-ACHETEURS 3 DERNIERS MOIS



Source : Toluna pour la Fevad, décembre 2024.

MODES DE LIVRAISON UTILISÉS

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



Source : Toluna pour la Fevad, janvier 2025.



E-COMMERCE : L'INTERNATIONAL

L'E-COMMERCE FRANÇAIS & L'INTERNATIONAL



EN SAVOIR +

73% des e-commerçants français vendent à l'international, une augmentation de 4 points par rapport à 2024

Source : Baromètre Fevad/LSA/Toluna, mars 2025.

- Le développement à l'international est déjà une réalité pour de nombreux e-commerçants. 73 % des répondants français sont déjà présents à l'international (+4 points par rapport à 2024). Parmi les destinations préférées des sites français : la Belgique, l'Espagne suivie de l'Allemagne.
- En 2024, les ventes cross-border produits/services sont stables par rapport à 2023 (17 % du montant des transactions produits et services). Elles dépassent de 3 points leur poids d'avant-crise Covid. (Source : iCE/FEVAD)

TOP DES PAYS DANS LESQUELS LES ENTREPRISES MEMBRES FEVAD SONT PRÉSENTES EN 2025 :

EN % DES SITES QUI VENDENT À L'INTERNATIONAL



Belgique
84%



Espagne
70%



Allemagne
68%



Italie
65%



Source : Baromètre Fevad/LSA/Toluna, mars 2025.



40% des sites qui vendent à l'international sont présents dans plus de 10 pays

Source : Baromètre Fevad/LSA/Toluna, mars 2025.

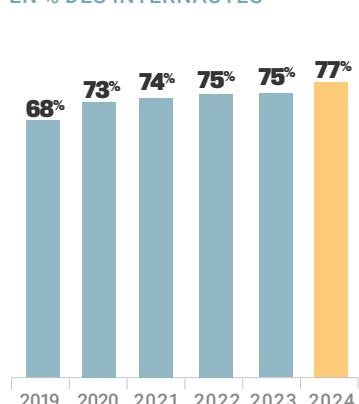
81% des sites ambitionnent une augmentation de la part de leurs ventes à l'international sur les 2 prochaines années (46 % une forte augmentation)

Source : Baromètre Fevad/LSA/Toluna, mars 2025.

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

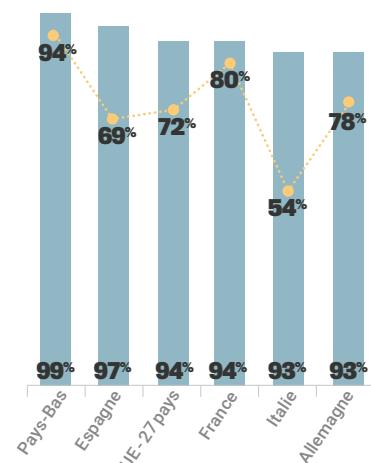
- En 2024, le e-commerce confirme sa vitalité à l'échelle mondiale. Le nombre d'e-acheteurs en Europe atteint 77% des internautes, en progression de 2 points. Le marché européen affiche une croissance projetée de 9%, atteignant 661 milliards d'euros. Plus significatif encore, la croissance hors inflation s'établit à 6%, marquant un net redémarrage après deux années de stagnation à 0%. Les États-Unis maintiennent leur dynamique avec une progression de 8% et un chiffre d'affaires de 1 190 milliards de dollars, représentant 16,1% du commerce de détail.
- Au sortir d'un contexte inflationniste qui avait bridé la croissance réelle en 2022-2023, le commerce en ligne retrouve une croissance organique solide, confirmant l'ancrage définitif des nouvelles habitudes de consommation digitale.

NOMBRE D'E-ACHETEURS EN EUROPE EN % DES INTERNAUTES



Source : Eurostat, Union européenne 27 pays.

ACCÈS INTERNET ET ACHAT INTERNET EN EUROPE



● Niveau d'accès à Internet (% des ménages)
● Achats effectués par des particuliers sur Internet au cours des 12 derniers mois (% des particuliers)

Source : Eurostat 2024.

CHIFFRE D'AFFAIRES E-COMMERCE EN EUROPE

CHIFFRE D'AFFAIRES PRODUITS ET SERVICES EN MD€

2019	409		
2020	452	+11%	+10%
2021	525	+16%	+13%
2022	572	+9%	+0%
2023	608	+6%	+0%
2024 (p)	661	+9%	+6%

● Évolution
● Évolution hors inflation

Source : "European E-Commerce Report 2024" par Amsterdam University of Applied Sciences pour Ecommerce Europe, Union européenne 27 pays.

(p) : provisoire

TOP PAYS EN EUROPE

CHIFFRE D'AFFAIRES PRODUITS
EN MILLIARDS D'EUROS EN 2024

Royaume-Uni	150,7	+3%
Allemagne	80,6	0%
France	66,9	+6%
Espagne	48,8	+10%
Italie	38,6	+6%
Pays-Bas	21,4	+2%

● Ventes de produits 2024 ● Évolution ventes de produits

Sources : Royaume-Uni : Office for National Statistics / France : Fevad / Allemagne : bevh-research / Espagne : Adigital (Q4 estimé) / Italie : Survey Netcomm/Politecnico Milano / Pays-Bas : Thuiswinkel Markt Monitor

CHIFFRE D'AFFAIRES E-COMMERCE AUX ÉTATS-UNIS

2024 **1190** +8,0% 16,1%

● 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

2023 **1791** +8,4% 28%

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

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



E-COMMERCE B2B

TRANSFORMER LA CONTRAINTE EN OPPORTUNITÉ



EN SAVOIR +

- Pour la 2^e année consécutive, les ventes aux professionnels sont restées en 2024 sur un trend de progression moins important, après les fortes croissances post-Covid. Elles atteignent +52% vs le niveau pré-Covid 2019, soit un rythme moyen annuel de +9% sur 2019 à 2024. (Source : Panel iCE100 B2B Fevad.)
- Plus d'un acheteur sur deux a déjà utilisé des services de conversation automatisés de type Chatbot sur des sites et applications, un tiers environ (34%) dans le cadre de leurs achats professionnels.
- L'usage et la connaissance de 3 services d'IA conversationnelle générative (ChatGPT, Google Gemini et Microsoft Copilot) est déjà entré dans les mœurs. ChatGPT aurait ainsi déjà été utilisé ou testé par 44% des acheteurs interrogés contre 15% pour Google Gemini et 13% pour Microsoft Copilot.

E-COMMERCE B2B

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



Source : Fevad panel ICE 100 B2B.

LES USAGES DES CHATBOTS DANS

LE CADRE DES ACHATS PROFESSIONNELS

« DANS LE CADRE DE VOS ACHATS PROFESSIONNELS, AVEZ-VOUS DÉJÀ ÉCHANGÉ AVEC UN ROBOT DE CONVERSATION (CHATBOT) OU SERIEZ-VOUS PRÊT À LE FAIRE POUR... »

Demander une information, conseil sur un produit, service d'un de vos fournisseurs



Solliciter une assistance, signaler une urgence à un de vos fournisseurs



Passer une commande professionnelle



● Déjà fait ● Très certainement ● C'est possible ● C'est peu probable ● Certainement pas

Source : Étude Fevad réalisée par Next Content – Décembre 2024 (Sur la base des personnes ayant déjà utilisé ou connaissant ces fonctionnalités type Chatbot).

L'INTÉRÊT POUR CES TECHNOLOGIES D'IA GÉNÉRATIVE DANS LE CADRE DES ACHATS PROFESSIONNELS PAR LES ACHETEURS AYANT UTILISÉ OU CONNAISSANT CES TECHNOLOGIES

« À TITRE PROFESSIONNEL, AVEZ-VOUS DÉJÀ UTILISÉ CES TECHNOLOGIES D'IA GÉNÉRATIVE (CHATGPT, GOOGLE GEMINI, MICROSOFT COPILOT...) OU POURRIEZ-VOUS LES UTILISER POUR... »

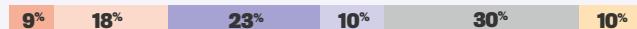
Mieux comprendre les notices d'un produit ou service



Mieux comparer des offres



Rédiger une réclamation auprès d'un fournisseur



● Déjà fait ● Je pourrais très certainement le faire ● C'est possible ● Non je n'ai pas confiance ● Non cela n'est pas utile ● Je ne sais pas

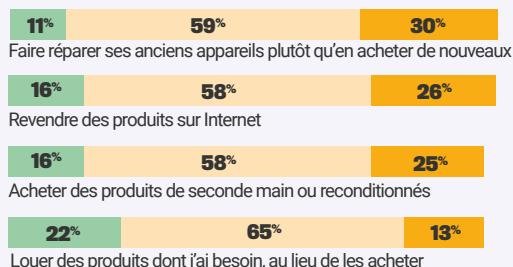
Source : Étude Fevad réalisée par Next Content – Décembre 2024. Sur la base des personnes ayant déjà utilisé ou connaissant ces technologies d'IA Générative.

RESPONSABILITÉ SOCIALE ET ENVIRONNEMENTALE

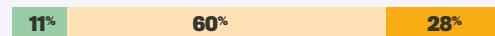
- Une dynamique profonde est à l'œuvre au sein de la population de consommateurs et d'e-acheteurs français. Une majorité d'entre eux (55%) considère que leurs habitudes de consommation ont changé à la suite du Covid-19, particulièrement chez les plus jeunes (68 % des 15-34 ans) et les cyber-acheteurs (71% qui ont fait au moins 1 achat en ligne par semaine).
- Ils sont 25% (et encore davantage parmi les plus jeunes) à envisager d'adopter des comportements plus vertueux tels que l'économie circulaire, la consommation responsable et éthique ou la recherche de produits durables.
- Parmi les phénomènes de consommation qui s'installent, les achats de seconde main qui ont conquis une large majorité des acheteurs en ligne (51%). Les articles de mode-habillement sont les plus achetés en seconde main (39%) devant les jouets, les livres et les produits techniques (19%).
- La revente en ligne est presque aussi populaire que l'achat de seconde main, avec 43% de répondants qui ont revendu au moins un produit en 2024. Les produits les plus revendus sur Internet sont la mode, loin devant les jeux-jouets, les produits culturels et la décoration.
- À retenir : l'engagement des e-commerçants en faveur de la RSE qui constitue la 3^{ème} priorité dans leurs investissements et semble matérialiser l'engagement des signataires de la charte pour la réduction de l'impact environnemental du e-commerce.

L'IMPORTANCE DES CRITÈRES RSE PRIVILÉGIÉS PAR LES FRANÇAIS LORS DE LEURS ACHATS

OPTIMISATION DE L'ACHAT - SECONDE MAIN



QUALITÉ ET DURABILITÉ DES PRODUITS



Source : Toluna pour la Fevad, janvier 2025

CONSOMMATION RESPONSABLE ET ÉTHIQUE



● Moins qu'en 2024 ● Autant qu'en 2024 ● Plus qu'en 2024

L'ENGOUEMENT POUR LA SECONDE MAIN ET LA REVENTE SUR INTERNET

51%

des cyberacheteurs ont acheté au moins un produit de seconde main sur Internet au cours des 12 DM.

43%

des cyberacheteurs ont revendu au moins un produit sur Internet au cours des 12 DM.

Source : Toluna pour la Fevad, janvier 2025.

RAISONS D'ACHAT DE PRODUITS DE SECONDE MAIN SUR INTERNET AU COURS DES 12 DM

- 1 Pour faire des économies
- 2 Plaisir de dénicher les bonnes affaires, de négocier
- 3 Parce que c'est plus écologique / Parce que mon budget ne me permet pas de faire autrement

Source : Toluna pour la Fevad, janvier 2025.



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



RETRouvez toutes
les études de la FEVAD :

