

Baromètre trimestriel de l'audience du e-commerce en France

1^{er} trimestre 2015

34,7 millions de cyberacheteurs en France

D'après l'Observatoire des Usages Internet de Médiamétrie, 34,7 millions d'internautes ont effectué des achats sur Internet au 1^{er} trimestre 2015 soit 846 000 de plus qu'il y a un an (+3%).

Marc Lolivier, Délégué Général de la Fevad, souligne que : « *Les Français sont toujours plus nombreux à pratiquer le e-commerce. Le développement des offres et la sécurisation des données permettent de favoriser ces comportements d'achats.* »

Pour Bertrand Krug, Directeur Adjoint de Médiamétrie//NetRatings : « *Nous assistons à une transformation des modes d'achats qui bénéficie au développement des services de drive. En effet, avec 9,4% d'internautes se rendant sur le top 5 des sites de drive en France au premier trimestre 2015 contre 8,9% au premier trimestre 2014, cette pratique rentre progressivement dans les mœurs.* »

Médiamétrie//NetRatings et la Fevad publient chaque trimestre le classement d'audience des quinze premiers sites d'e-commerce, tous secteurs confondus. Ce classement trimestriel permet de suivre l'évolution de l'audience des principaux sites marchands français en nombre de visiteurs et en pourcentage de la population d'internautes sur la période concernée. Le baromètre comporte également le classement des sites de tourisme en ligne ainsi qu'un top spécifique lié à l'actualité.

Baromètre trimestriel de l'audience du e-commerce en France 1^{er} trimestre 2015



www.fevad.com

fédération e-commerce
et vente à distance

Le top 15 des sites « e-commerce » les plus visités en France

En Janvier–Mars 2015, en moyenne 29 millions d'internautes (62,2%) ont consulté, chaque mois, au moins un des sites du Top 15 « e-commerce ».

Rang	Marques	Visiteurs uniques moyens par mois	Couverture moyenne (en % de la population internaute)	Visiteurs uniques moyens par jour
1	Amazon (B)*	16 832 000	36,1%	1 878 000
2	Cdiscount (B)*	10 501 000	22,5%	868 000
3	Fnac (B)*	8 847 000	19,0%	676 000
4	eBay (B)*	7 989 000	17,2%	969 000
5	Voyages-Sncf.com (B)*	6 768 000	14,5%	488 000
6	Carrefour (B)*	6 544 000	14,1%	482 000
7	La Redoute (B)*	6 272 000	13,4%	438 000
8	PriceMinister (B)*	6 233 000	13,4%	494 000
9	vente-privee (B)*	5 479 000	11,8%	936 000
10	Leroy Merlin (B)	5 146 000	11,1%	337 000
11	Darty (B)*	4 951 000	10,6%	299 000
12	Booking.com (B)	4 892 000	10,5%	326 000
13	Rue du Commerce (B)*	4 770 000	10,2%	290 000
14	E.Leclerc (B)	4 440 000	9,5%	326 000
15	Groupon (B)*	4 391 000	9,4%	377 000

Top 5 des sites de drive¹ les plus visités en France

En Janvier-Mars 2015, en moyenne, 4,4 millions d'internautes (9,4%) ont consulté, chaque mois, au moins un des sites de ce Top.

Rang	Marques	Visiteurs uniques moyens par mois	Couverture moyenne (en % de la population internaute)	Visiteurs uniques moyens par jour
1	leclercdrive.fr (D)	1 972 000	4,2%	148 000
2	courses.carrefour.fr (S)	1 419 000	3,0%	79 000
3	Auchan Drive (C)	1 172 000	2,5%	74 000
4	Chronodrive.com (B)	376 000	0,8%	29 000
5	Coradrive.fr (B)	263 000	0,6%	18 000

*Sites adhérents à la FEVAD

¹Sites 100% Drive

Source : Médiamétrie/NetRatings – Catégorie créée spécialement pour la Fevad -Tous lieux de connexion – Applications Internet exclues – France – Moyenne mensuelle des mois de janvier-mars 2015 – Copyright Médiamétrie/NetRatings – Tous droits réservés



www.fevad.com

fédération e-commerce
et vente à distance

Le top 10 des sites de tourisme en ligne les plus visités en France

En Janvier-Mars 2015, plus d'1 internaute sur 4 (28,3%) a consulté, en moyenne chaque mois, au moins un des sites du Top 10 des sites de tourisme en ligne. Au total, ce sont en moyenne 13,2 millions d'internautes qui ont consulté un de ces sites au cours de cette période.

Rang	Marques	Visiteurs uniques moyens par mois	Couverture moyenne (en % de la population internaute)	Visiteurs uniques moyens par jour
1	Voyages-Sncf.com (B)*	6 768 000	14,5%	488 000
2	Booking.com (B)	4 892 000	10,5%	326 000
3	Air France (B)*	2 302 000	4,9%	159 000
4	Vente-privee Voyages (C)*	1 710 000	3,7%	159 000
5	BlaBlaCar (B)	1 634 000	3,5%	147 000
6	Opodo (B)*	1 480 000	3,2%	74 000
7	eDreams (B)	1 478 000	3,2%	73 000
8	easyJet (B)	1 411 000	3,0%	77 000
9	Voyage Prive (B)	1 331 000	2,9%	87 000
10	Expedia (B)*	1 237 000	2,7%	66 000

* Sites adhérents à la FEVAD

Définitions

Marque ou Brand (B) :

Fixe : La Brand est le niveau « marque ». Une brand est un agrégat de domaines, de sous-domaines et/ou de pages identifiés par un même logo de façon cohérente et homogène.

Mobile : Ensemble de domaines, sous domaines, pages et/ou applications appartenant à une même marque.

Visiteurs Uniques par jour / mois : Nombre total d'individus ayant visité une marque au moins une fois au cours d'un jour moyen ou du mois concerné quel que soit leur lieu de connexion : domicile, travail, autres lieux. Les individus ayant visité la même brand plusieurs fois ne sont comptés qu'une seule fois.

Couverture : Nombre de visiteurs uniques d'une Brand, exprimé sous la forme d'un pourcentage de la population internaute active pour la période concernée.

Mobinaute : Personne ayant effectué au moins une des activités suivantes depuis un téléphone mobile: consulter un site ou une application mobile, consulter ou envoyer des e-mails, utiliser une messagerie instantanée, regarder la télévision sur un téléphone mobile.

(D) : Domaines

(S) : Sous-domaines

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Baromètre trimestriel de l'audience du e-commerce en France
1^{er} trimestre 2015



A propos de la FEVAD

La Fédération du e-commerce et de la vente à distance fédère 600 entreprises et 800 sites internet parmi lesquels les sites leaders du e-commerce en France. Elle est l'organisation représentative du secteur du commerce électronique et de la vente à distance. La Fevad a notamment pour mission de recueillir et diffuser l'information permettant l'amélioration de la connaissance du secteur et d'agir en faveur du développement durable et éthique de la vente à distance et du commerce électronique en France.

A propos de Médiamétrie et Médiamétrie//NetRatings

Leader des études médias, Médiamétrie observe, mesure et analyse les comportements du public et les tendances du marché. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, l'Internet, le Cinéma, le Téléphone Mobile et le Cross-Médias. En 2014, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 82,4 M€.

Médiamétrie//NetRatings est la société créée et détenue conjointement par Médiamétrie et Nielsen. Médiamétrie//NetRatings développe et commercialise en France les mesures de référence de l'audience Internet et de l'efficacité online.

Web : www.mediametrie.fr

Twitter : www.twitter.com/Mediametrie

Facebook : www.facebook.com/Mediametrie

Contacts Presse :

Nathalie Bourotte

Tél : 01 47 58 97 55

nbourotte@mediametrie.fr

Jeanne Laversin

Tél : 01 47 58 97 83

jlaversin@mediametrie.fr

FEVAD

Nathalie Laîné

Responsable Communication

Tel : 01 42 56 38 86

nlaine@fevad.com

www.fevad.com