

## RETROSPECTIVE DU E-COMMERCE EN 2022

### Marqué par l'inflation, l'e-commerce français observe une nouvelle baisse de 7% en 2022

---

**Webloyalty**, éditeur de portails e-shopping, revient sur les temps forts qui ont marqué l'année 2022 et liste les grands enseignements pour la consommation en ligne. Le **Webloyalty Panel**, qui regroupe 37 sites de e-commerce parmi les leaders français, observe à nouveau un repli dans le secteur avec une baisse de 7% du volume des commandes en ligne par rapport une année 2021, paralysée par le Covid. L'année suivante, 2022 aura été marquée par l'inflation et la guerre en Ukraine qui auront impacté de manière conséquente le pouvoir d'achat des Français.

Du côté des temps forts, si le Black Friday et les achats de Noël restent des périodes clés du calendrier de la consommation en ligne, les soldes d'hiver et les soldes d'été se seront révélés des moments incontournables dans le e-commerce en 2022.

#### Les principaux enseignements de l'année 2022

- L'année 2022 a été marquée par une **baisse globale de 7% de transactions en ligne**, par rapport à 2021 :
  - o **une tendance toujours à la baisse qui se retrouve dans plusieurs secteurs d'activité.** Dans l'alimentaire (-12%), la maison (-8%) et la mode (-15%) qui avaient su tirer leur épingle du jeu durant les confinements.
  - o **Côté voyage (+38%) et billetterie en ligne (+78%), l'activité est en forte hausse.** Les habitudes des Français ont été bouleversées par des périodes de multiples confinements. Après deux ans marqués par la pandémie du covid-19, les loisirs ont retrouvé leur attractivité en 2022.
- Profondément ancré dans les habitudes de consommation des Français depuis des années, **le mobile est devenu un outil incontournable dans le processus d'achat des consommateurs et représente 52% des commandes en ligne (+11pts vs 2021).**

#### Les principaux temps forts de l'année e-commerce

- **34% des achats en ligne ont été réalisés pendant la période des achats de Noël, des soldes d'hiver et d'été.**
  - o Les achats de Noël, les soldes d'hiver et les soldes d'été représentent respectivement 19%, 7% et 8% du volume total des transactions en ligne de l'année.

- **La journée du Black Friday (vendredi 25 novembre), marquée en 2022 par l'inflation, demeure la journée la plus dynamique de l'année. Cependant, le [Webloyalty Panel](#) enregistre une baisse de 7% des transactions en comparaison à l'édition 2021.**
  - o **Signe de l'importance du Black Friday pour l'e-commerce français, le « Cyber Week-end » et « Cyber Monday » sont les deuxième et troisième dates les plus dynamiques de l'année.**
- **Thanks God it's...Monday ! Lundi est le jour de la semaine où le Webloyalty Panel enregistre le plus grand volume de commandes.** Le mercredi et le dimanche complètent le podium des journées les plus dynamiques de la semaine pour l'e-commerce français.
- Quant aux jours de la semaine les moins dynamiques, selon le Webloyalty Panel, les acheteurs Français s'abstiennent davantage **les jeudi, vendredi et samedi.**
- **En 2022, les French Days auront été un véritable temps fort pour les Français au premier semestre.** Le Webloyalty panel recense **une hausse de 6%** pour l'édition du printemps. Par ailleurs, l'édition de la rentrée connaît une baisse de 12% par rapport à 2021.
- La météo de l'e-commerce a été moins clémente en 2022. En comparaison avec l'année 2021, **juin** reste le seul mois à enregistrer **une hausse de 12%** des transactions.

**Rodolphe Oulmi, Directeur Général de Webloyalty, commente :** « L'année 2022 du e-commerce français aura été marquée par les conflits géopolitiques et l'inflation. Si 2021 fut une année clé pour les Français, avec une reprise des habitudes post-covid en milieu d'année, 2022 reste tout autant riche d'enseignements. Avec le Webloyalty Panel, nous dressons une rétrospective faite de ruptures et de continuités sur les grands temps forts du secteur. Malgré une seconde décroissance consécutive depuis 2014, le Black Friday reste le grand événement commercial du secteur, celui qui lance les achats de Noël. Il aura cependant perdu de l'engouement auprès des consommateurs en 2022, dû à une baisse du pouvoir d'achat et à des réductions affichées moins attractives. Si l'on considère la période des achats de Noël en incluant le Cyber Week-end qui marque son coup d'envoi, la fin de l'année est une période de plus en plus décisive, celle à ne pas rater, pour tous les e-commerçants. Cette année, malgré un contexte socio-économique morose, les Français ont tout de même voulu se faire plaisir pour la période des fêtes, les transactions ont d'ailleurs progressé de 2 pts par rapport à 2021. Enfin, le Webloyalty Panel révèle pour la première fois, que la part des transactions mobiles dépasse celle du desktop. Avec des smartphones omniprésents dans notre quotidien et des applications performantes et pensées « mobile first », les Français sont devenus de plus en plus réactifs et plus que jamais à l'affût des bonnes affaires. Une donnée précieuse pour les professionnels du e-commerce qui souhaitent attirer davantage de clients et leur proposer les meilleures offres, au bon moment et sur le bon canal. »

**Contacts presse :** Profile

Shérazade El Houari – 06 22 35 69 79 – [selhouari@agence-profile.com](mailto:selhouari@agence-profile.com)

Jennifer Loison – 01 56 26 72 12 – [jloison@agence-profile.com](mailto:jloison@agence-profile.com)

**A propos de Webloyalty**

Editeur de portails e-shopping, [Webloyalty](https://webloyalty.fr) accompagne les e-commerçants en France et à l'international dans la monétisation de leur audience et la fidélisation de leurs clients. Webloyalty présente un business model performant qui génère des revenus additionnels pour les sites e-commerce et stimule le ré-achat de leurs clients.

**A propos du Webloyalty Panel**

Le [Webloyalty Panel](https://webloyalty.fr) est un panel d'e-marchands créé par Webloyalty. Il mesure l'évolution du volume des transactions de 37 e-marchands parmi les leaders du e-commerce en France. Les e-marchands du Webloyalty Panel évoluent dans les secteurs de la billetterie, de l'équipement maison, de la mode et du voyage.

Pour plus d'informations, rendez-vous sur : <https://webloyalty.fr>