

Communiqué de presse

Baromètre BPCE Digital & Payments : les paiements des Français confirment l'envolée du e-commerce et révèlent l'impact contrasté de la crise sanitaire selon les secteurs

Paris, le 4 mai 2022

La nouvelle édition du Baromètre BPCE Digital & Payments fournit une radiographie unique de la consommation et des paiements des Français de ces deux dernières années, fortement marquées par la crise sanitaire. L'analyse se fonde sur les transactions anonymisées d'environ 20 millions de cartes bancaires émises par les Banques Populaires et les Caisses d'Épargne. Elle offre ainsi la base statistique la plus représentative de l'évolution des modes de paiement et des comportements d'achat des Français.

Envolée du e-commerce : nouveau record du montant global des dépenses, qui ont augmenté de 20 % (après +14 % en 2020).

Selon le Baromètre BPCE Digital & Payments, l'année 2021 est **une nouvelle année record pour le e-commerce**. C'est une tendance très nette et transverse à tous les secteurs d'activité.

Pour les moins de 35 ans, le tiers de la consommation se fait en ligne. La part des dépenses effectuées en ligne est de 85 à 95 % dans les voyages et les billets d'avion ; 75 % dans les services d'éducation et 98 % pour les rencontres.

Les secteurs avec une activité de vente exclusivement en physique avant la crise ont amorcé une bascule vers le e-commerce. Par ailleurs, un achat vestimentaire sur trois est désormais réalisé en ligne ; 20 % des dépenses de restaurant aussi, contre seulement 3 % il y a deux ans. Un chiffre identique pour les équipements sportifs. Dans le secteur du luxe et de l'horlogerie-joaillerie, les ventes en ligne sont passées de 10 % en 2019 à 16 % aujourd'hui. Quel que soit le secteur, les ventes sur internet sont devenues incontournables.

Le panier moyen en e-commerce est aussi moitié plus élevé qu'en magasin, à 57 euros contre 38 euros.

Les données de ce baromètre illustrent une digitalisation croissante qui se reflète, d'ailleurs, dans l'ensemble des paiements. **Le cash ne cesse de reculer, à la fois en raison de l'essor des ventes à distance et de l'adoption du sans-contact**, dont les montants ont pratiquement triplé en deux ans. L'année 2022 sera l'occasion de voir se confirmer ces tendances.

Un impact contrasté selon les secteurs d'activité et un grand gagnant, le secteur des divertissements en ligne.

On relève deux axes de disparité. D'abord, la crise sanitaire a fait des « gagnants » et des « perdants ». Ensuite, pour certains secteurs, la crise n'a été qu'un accident, un choc ponctuel, positif ou négatif, suivi d'un retour rapide à la normale. À l'inverse, pour d'autres, la crise a marqué une tendance d'accélération ou de déclin profond, dont les effets persistent à ce jour. On peut donc distinguer quatre groupes :

Les « perdants ponctuels » :

Les secteurs du prêt-à-porter, salons de coiffure, équipements sportifs ou encore restauration, ont été confrontés à la fermeture totale ou partielle, pendant la crise sanitaire. Les Français sont très vite retournés vers ces secteurs dès les contraintes levées car ils restent très attachés à ces commerces. La tendance reste globalement favorable.

Les « gagnants ponctuels » :

Phénomène inverse, des secteurs ont été momentanément boostés par la crise sanitaire avant de revenir à leur niveau précédent. L'exemple le plus frappant est celui de la grande distribution alimentaire. Les dépenses alimentaires des Français ont grimpé de 28 % entre 2019 et 2020 et sont revenues à +4 % en 2021 versus 2019.

Les secteurs encore en recul :

C'est le cas des activités liées à la mobilité et au tourisme, telles que les compagnies aériennes, les transports collectifs ou les compagnies ferroviaires et, de manière encore plus marquée, les agences de voyage. Ces données témoignent d'évolutions profondes dans les habitudes de mobilité des Français.

Les secteurs en croissance :

Pour d'autres secteurs, la crise sanitaire a été un véritable accélérateur de croissance. Le secteur des divertissements en ligne a explosé, qu'il s'agisse des plateformes de streaming, de jeux vidéo, de paris et de jeux d'argent. Les chiffres le confirment avec une augmentation de 37 % des dépenses dans les sites de streaming entre 2019 et 2021. Plus étonnant, le secteur des animaleries et soins vétérinaires a progressé de 67 % en deux ans. Le bricolage et la décoration (+22 %) et les jardineries (+31 %) affichent de fortes hausses également. Des tendances qui suggèrent un recentrage des consommateurs français sur la sphère domestique.

« Notre Baromètre offre une vision représentative de la consommation des Français. Ces tendances enrichissent notre proposition de valeur auprès des Banques Populaires et des Caisses d'Épargne et affirment leur positionnement auprès de leurs clients. C'est notre rôle d'adapter les services de paiement à la digitalisation du commerce et de l'économie, et c'est pour cette raison que nous avons réuni dans le pôle Digital & Payments l'ensemble des métiers et expertises du Groupe BPCE dans l'innovation, la data, le digital et les paiements, adaptés aux usages de tous, du particulier aux entreprises », explique Yves Tyrode, directeur général Digital & Payments du Groupe BPCE.

À propos du Groupe BPCE

Le Groupe BPCE est le deuxième acteur bancaire en France. Avec 100 000 collaborateurs, il est au service de 36 millions de clients dans le monde, particuliers, professionnels, entreprises, investisseurs et collectivités locales. Il est présent dans la banque de proximité et l'assurance en France avec ses deux grands réseaux Banque Populaire et Caisse d'Épargne ainsi que la Banque Palatine et Oney. Il déploie également au niveau mondial les métiers de gestion d'actifs et de fortune, avec Natixis Investment Managers, et de banque de grande clientèle avec Natixis Corporate & Investment Banking. La solidité financière du groupe est reconnue par quatre agences de notation financière, Moody's (A1, perspective stable), Standard & Poor's (A, perspective stable), Fitch (A+, perspective négative) et R&I (A+, perspective stable).

Contact presse Groupe BPCE

Christine Françoise : 01 58 40 46 57 / 06 23 40 31 62
christine.francoise@bpce.fr