



Informe e-País: El comercio electrónico en Francia

Diciembre 2025

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en París

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

icex



16 de diciembre de 2025
París

Este estudio ha sido realizado por
Patricia Sánchez Velasco

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en París

<https://www.icex.es/es/explora-por-pais/francia>

© ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.

NIPO: 224250268

Francia se posiciona como uno de los mercados digitales más relevantes y seguros de Europa: es el **segundo mercado de la Unión Europea y el tercero del continente**, solo por detrás de Alemania y Reino Unido. Aunque su consumo interno está estancado, su economía es estable y con un elevado poder adquisitivo, lo que convierte al país en un destino prioritario para la internacionalización digital. A ello se suma un entorno institucional sólido, donde lo digital es una prioridad estratégica del Estado, reflejada en planes como **France 2030** y en múltiples iniciativas de apoyo a la digitalización empresarial.

El grado de desarrollo digital es muy elevado: **el 94 % de los hogares dispone de acceso a internet** y la **cobertura 5G alcanza al 93 % del territorio**, situando a Francia entre los países mejor conectados de Europa. Más de 30 millones de personas usan redes sociales de forma habitual y las competencias digitales de la población se sitúan ligeramente por encima de la media europea. Además, la digitalización de los servicios públicos es avanzada, lo que facilita trámites administrativos, fiscales y comerciales para empresas extranjeras que operan online en el país.

El comercio electrónico francés alcanzó en **2024 un volumen total de 175.300 millones de euros**, con un crecimiento interanual del **+9,6 %**. De ese total, los **servicios representaron el 62 %** (108.400 millones €) y los productos el 38 % (66.900 millones €). Se registraron 2.600 millones de transacciones y 41,6 millones de compradores online, lo que supone que **el 95 % de los internautas** compran por internet. El gasto medio anual por comprador se sitúa en 4.216 €, con un **ticket medio de 68 €**.

Los *marketplaces* juegan un papel central y concentran ya **el 31 % del volumen total del e-commerce**. **Amazon es el líder indiscutible**, con una tasa de penetración superior al 60 %, más de 25 millones de compradores y unos ingresos cercanos a 7.000 millones de dólares en Francia. Le siguen E.Leclerc y Cdiscount, ambos en torno al 21 % de penetración. En cuanto a contenidos digitales, Francia es un mercado muy dinámico, donde destacan el vídeo OTT —con **Netflix, Amazon Prime Video y Disney+** como plataformas preferidas—, los videojuegos y la prensa digital.

El **B2C representa el 82 % del mercado**, impulsado principalmente por **moda, calzado, higiene y belleza**, con un fuerte protagonismo de consumidores jóvenes y urbanos. La alimentación online es el segmento más dinámico, apoyado en modelos omnicanal muy desarrollados. Por su parte, el **B2B ya supone el 18 % del e-commerce**, con un crecimiento del **+52 % respecto a 2019**, y se apoya en la adopción de IA, *chatbots* y plataformas digitales de compra profesional. Las políticas públicas, como France Num, están facilitando que pymes y pequeñas industrias accedan al comercio digital mediante modelos de *marketplace as a service*.

El canal C2C muestra un dinamismo excepcional: **el 57 % de los compradores franceses adquiere productos de segunda mano**, especialmente moda, motivados principalmente por la sostenibilidad y el ahorro. Plataformas como **Leboncoin, Vinted y eBay** concentran millones de usuarios activos y forman parte del consumo cotidiano. Este auge del *recommerce* refuerza la

importancia de la economía circular y abre oportunidades para marcas alineadas con valores sostenibles.

Francia ofrece además un **marco regulatorio muy claro y protector**, que aporta seguridad jurídica a empresas y consumidores: LCEN, Código del Consumo, RGPD, Ley AGECE (logo Triman), normativa antifraude y reglas estrictas en materia de devoluciones y transparencia. **La logística es altamente eficiente**, con operadores líderes como Colissimo y Chronopost, y un fuerte crecimiento de la **entrega en el mismo día**. El consumidor prefiere mayoritariamente la entrega a domicilio (81 %) y gratuita (53 %). En pagos, dominan los **e-wallets y PayPal**, con un 72 % de la población usuaria de banca online; Francia es además el **primer ecosistema fintech de la UE**, con más de 1.200 empresas activas.

Desde el punto de vista de la demanda, el **comprador francés es exigente, informado con fuerte lealtad a las marcas locales**, lo que obliga a las empresas extranjeras a diferenciarse claramente y a comunicar de forma precisa su valor añadido. Cada vez cobra mayor protagonismo la omnicanalidad: el comprador consulta mayoritariamente desde el móvil, aunque una parte finaliza la compra desde el ordenador y dependiendo de la categoría, en tienda. Modelos O2O como **click & collect, drive y drive piéton** están plenamente consolidados. También valora la seguridad, la flexibilidad de pago y la calidad del servicio.

En cuanto a los **medios de conocimiento del producto**, los consumidores franceses preparan sus compras: utilizan principalmente **internet para informarse**, comparadores de precios, *marketplaces* y opiniones de otros usuarios, y cada vez más **redes sociales e influencers** como fuente de prescripción, lo que refuerza la importancia de una imagen de marca coherente, creíble y multicanal.

La imagen de las empresas españolas es positiva, percibidas como **fiables y competitivas**, especialmente en moda, calzado, alimentación y cosmética. De cara al futuro, se prevé que el mercado de productos online supere los 82.000 millones de euros en 2030, con **oportunidades en moda sostenible, belleza natural, gourmet, high-tech y grocery digital**, en un ecosistema muy activo reforzado por grandes eventos profesionales en París que convierten a Francia en un *hub* clave del *e-commerce* europeo.

CONTACTO

La [Oficina Económica y Comercial de España en París](#) está especializada en ayudar a la internacionalización de la economía española y la asistencia a empresas y emprendedores en Francia.

Entre otros, ofrece una serie de [Servicios Personalizados de consultoría internacional](#) con los que facilitar a dichas empresas: el acceso al mercado de Francia, la búsqueda de posibles socios comerciales (clientes, importadores/distribuidores, proveedores), la organización de agendas de negocios en destino, y estudios de mercado ajustados a las necesidades de la empresa.

[ICEX España Exportación e Inversiones](#) también cuenta con un programa específico para ayudar a las empresas en la internacionalización a través del comercio electrónico y, específicamente, a través de *marketplaces*: [eMarketServices](#). A través de este proyecto se acompaña a las empresas en todo su proceso de aprendizaje sobre el funcionamiento del canal *online*, el conocimiento de los mercados electrónicos más relevantes para su estrategia de internacionalización en cada mercado y la puesta en marcha de acciones de promoción comercial y venta en ellos. Esto se realiza mediante [formación](#), con cursos, eventos y webinarios específicos; con información de mercados, aportando un [Observatorio de Tendencias eCommerce mundial y estudios de mercado e informes e-País](#) como este, pero también [noticias y reportajes de actualidad](#), [casos de éxito](#), [entrevistas](#) y una [Red de Expertos](#) con artículos sobre todos los aspectos del comercio *online* y los mercados electrónicos. También mediante [asesoría, ofreciendo servicios a medida](#) para encontrar los *marketplaces* más adecuados o elaborar la estrategia de internacionalización *online* gracias al servicio de consultoría; y conectando con los propios mercados, mediante el [directorio internacional de mercados electrónicos](#) que analiza y lista más de 1.000 plataformas de más de 90 países y con acuerdos de colaboración con los principales *marketplaces* mundiales, como [Amazon](#), [Alibaba](#) o [JD.com](#), entre otros.

Para descubrir nuestros servicios, puede ver nuestro video [aquí](#).

icex

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h)

informacion@icex.es

Para buscar más información sobre mercados exteriores

www.icex.es



ICEX España
Exportación
e Inversiones