

ÉTUDE JOKO

**Temu en plein essor : qui peut  
arrêter sa course folle ?**

# Méthodologie et périmètre : Une étude basée sur l'analyse des transactions bancaires



## Un panel de 1 million de personnes

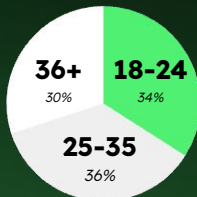
Accès en temps réel à l'ensemble des transactions bancaires des utilisateurs qui ont connecté leur compte bancaire à l'app Joko.

|            |                                          |         |
|------------|------------------------------------------|---------|
| 2023-12-21 | AMAZON PAIEMENT CARTE<br>21022022 75**** | -€33.92 |
| 2023-12-28 | NETFLIX FACTURE DU COMPTE<br>20220228    | -€6.99  |
| 2024-02-24 | BOULANGERIE CHEMIN VERT MME<br>XX SARL   | -€11.92 |
| 2024-02-24 | X9016 AROMA ZONE<br>CB **467             | -€19.43 |
| 2024-02-25 | ACHAT CARREFOUR 2074 - LILLE             | -€74.92 |



## Une population âgée de 18 à 64 ans...

Accès aux données démographiques (âge et sexe) lors de l'inscription sur Joko.



65%



35%



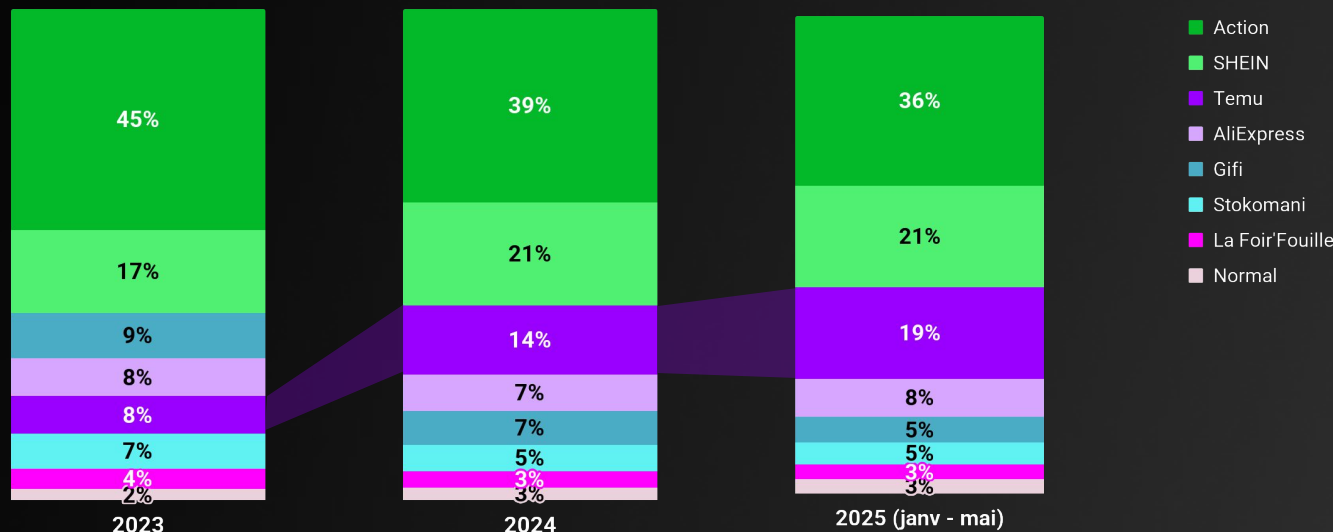
## ...Et représentative de la population française

La donnée analysée est débiaisée pour rendre le panel représentatif de la population française en termes d'âge et de sexe.

# En seulement deux ans, Temu bouscule le marché français du discount, passant de 8% à 19% de parts de marché

Depuis son arrivée en France en avril 2023, Temu a redéfini les règles du jeu. Sa stratégie alliant ultra-low cost, renouvellement permanent de l'offre et visibilité massive (notamment sur TikTok) lui a permis de s'imposer comme un acteur majeur du discount au détriment notamment de Gifi et AliExpress. En deux ans, sa part de marché est passée de 8 % à 19 %, soit une progression de +11 points.

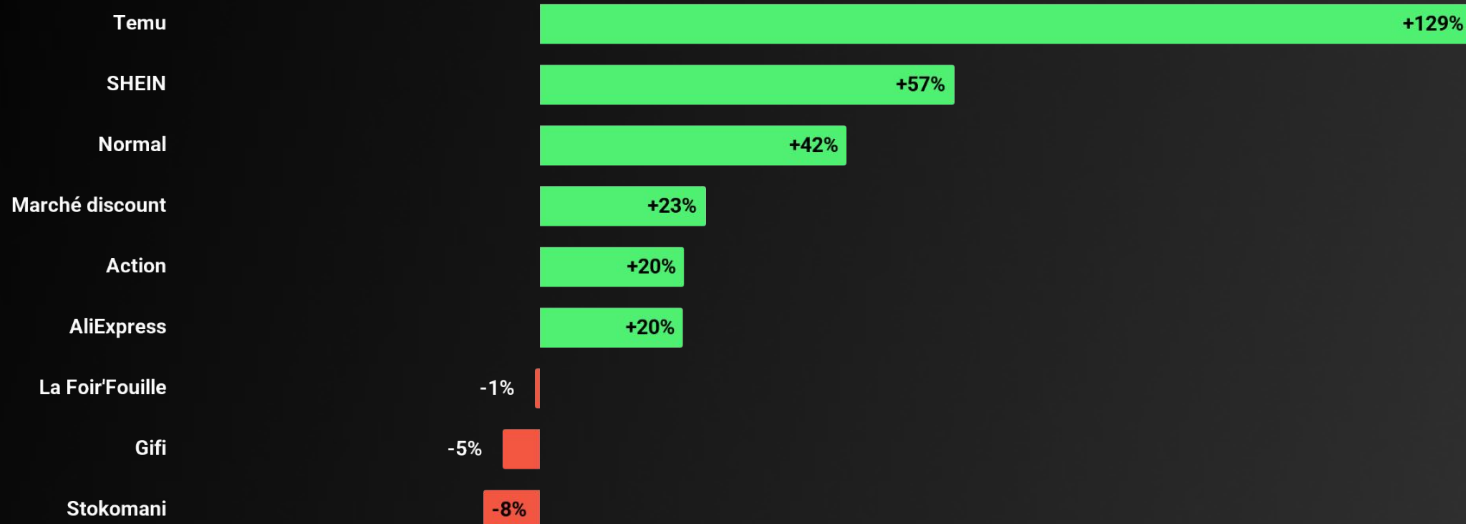
## ÉVOLUTION DES PARTS DE MARCHÉ EN VALEUR DEPUIS 2023



# 2024, année record : Temu enregistre une croissance spectaculaire de +129%

Entre avril et décembre 2024, Temu enregistre une explosion de ses ventes (+129 % en valeur par rapport à 2023). Ce rythme effréné s'explique par une présence renforcée sur les réseaux sociaux, des campagnes d'acquisition agressives, et un positionnement prix difficilement concurrentiable. Dans un contexte d'inflation persistante, Temu incarne plus que jamais l'eldorado du « good deal ».

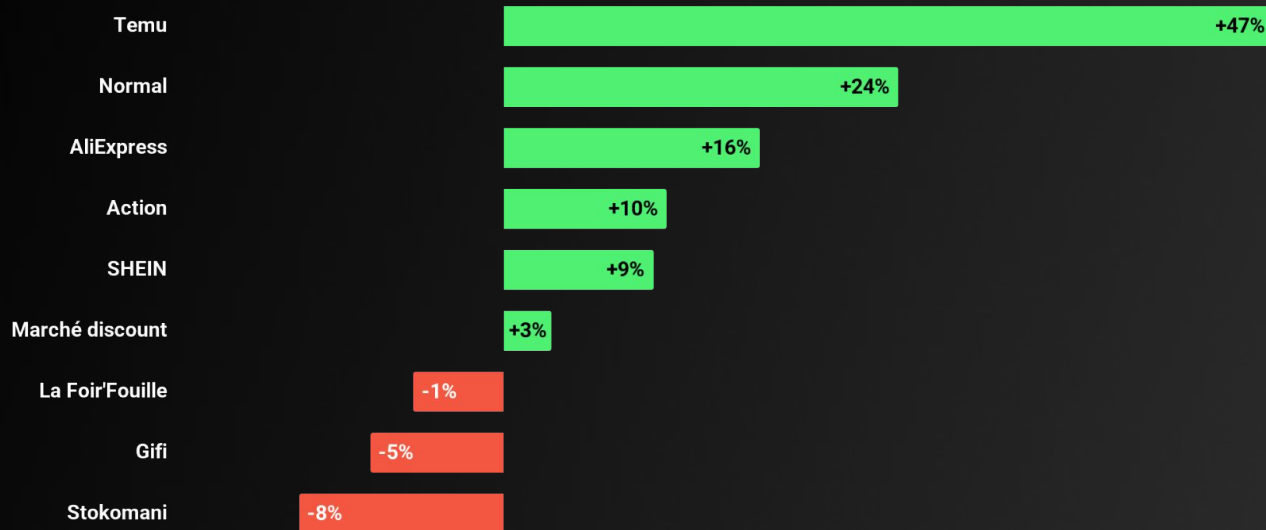
## ÉVOLUTION DES VENTES EN VALEUR EN 2024 (vs 2023, de avril à décembre)



# Mais début 2025, la dynamique ralentit sous la **pression des tensions internationales**

Entre janvier et mai 2025, la croissance de Temu ralentit à +47 %, impactée par le durcissement des règles douanières américaines, la fin de l'exemption de minimis, et une concurrence plus vive en Chine. En parallèle, l'enseigne fait face en France à une vague de critiques médiatiques sur son impact environnemental, dans un climat politique de plus en plus hostile à la fast fashion. Malgré tout, Temu reste solide et continue de performer sur le marché européen.

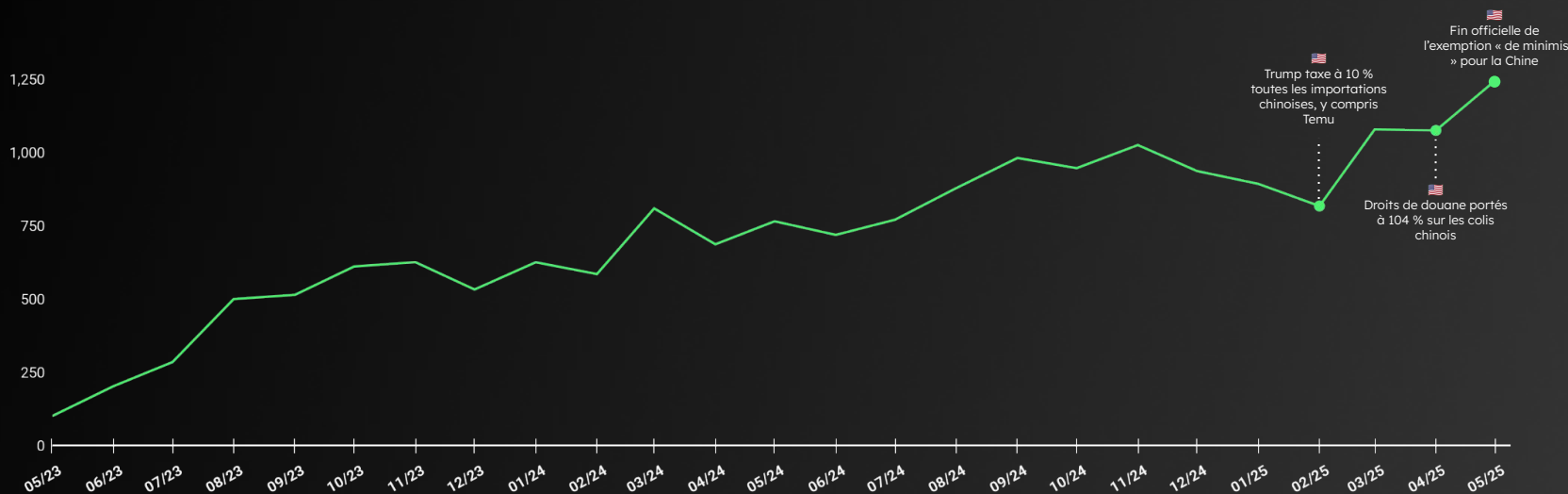
## ÉVOLUTION DES VENTES EN VALEUR EN 2025 (vs 2024, de janvier à mai)



# Face aux menaces américaines, Temu se tourne stratégiquement vers la France dès février 2025

Dès février 2025, la plateforme revoit ses priorités géographiques. Victime directe des mesures protectionnistes américaines, Temu choisit d'accélérer en France. Une stratégie de recentrage payante : après une légère érosion, les ventes repartent à la hausse dès février, preuve de l'agilité du groupe et de sa capacité à redéployer ses moyens rapidement.

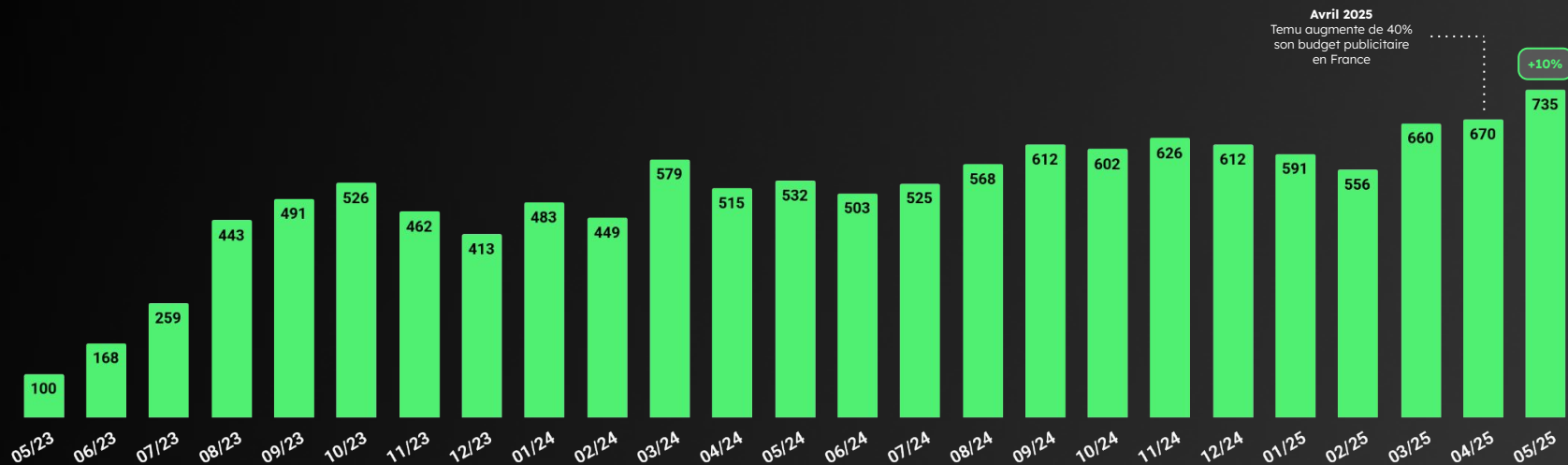
## ÉVOLUTION MENSUELLE DES VENTES EN VALEUR DE TEMU EN BASE 100 DEPUIS MAI 2023



# Résultat immédiat : la base clients de Temu grimpe de +10% en mai 2025 grâce à un coup d'accélérateur publicitaire

Pour accompagner sa réorientation vers la France, Temu augmente de 40 % ses investissements publicitaires (source : Reuters). Résultat immédiat : la base client croît de +10 % en mai 2025. Cette poussée confirme l'efficacité redoutable de ses mécaniques d'acquisition.

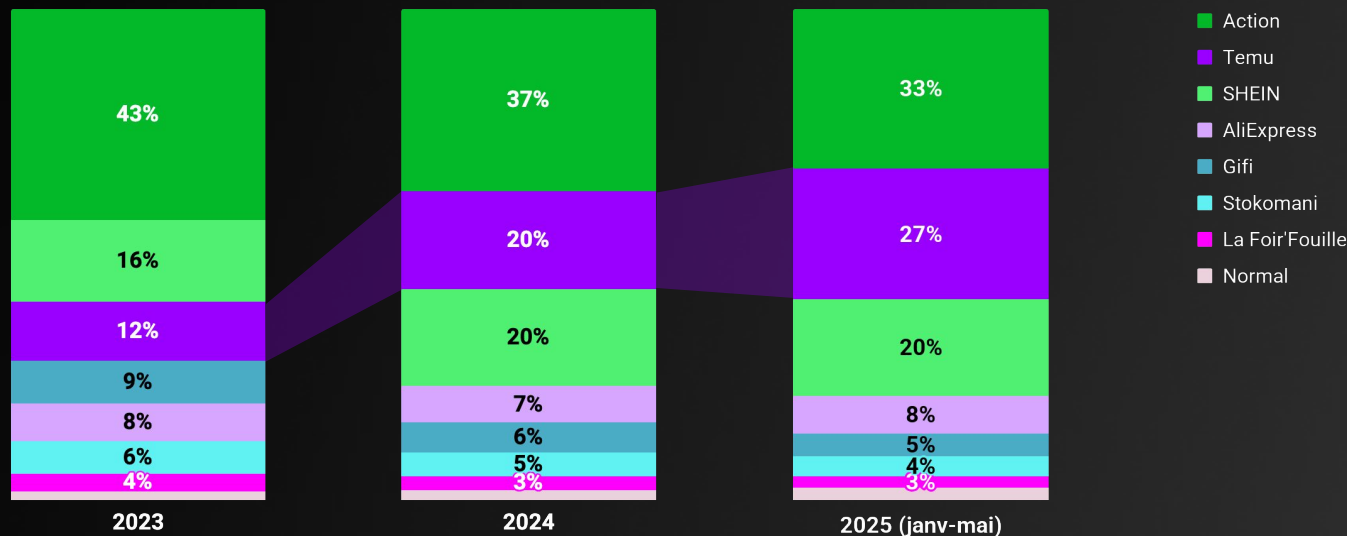
## ÉVOLUTION MENSUELLE DE LA BASE CLIENTS TEMU EN BASE 100 PAR RAPPORT À MAI 2023



# Temu ne se contente pas de recruter : **ses clients doublent leur budget consacré à l'enseigne (27% en 2025)**

Au-delà du recrutement, Temu réussit à fidéliser. Entre 2023 et 2025, ses clients doublent la part de leur budget discount qu'ils lui consacrent : de 12 % à 27 %. Ce taux de « nourriture » élevé traduit une intensité d'achat qui rivalise désormais avec les poids lourds du secteur comme Action.

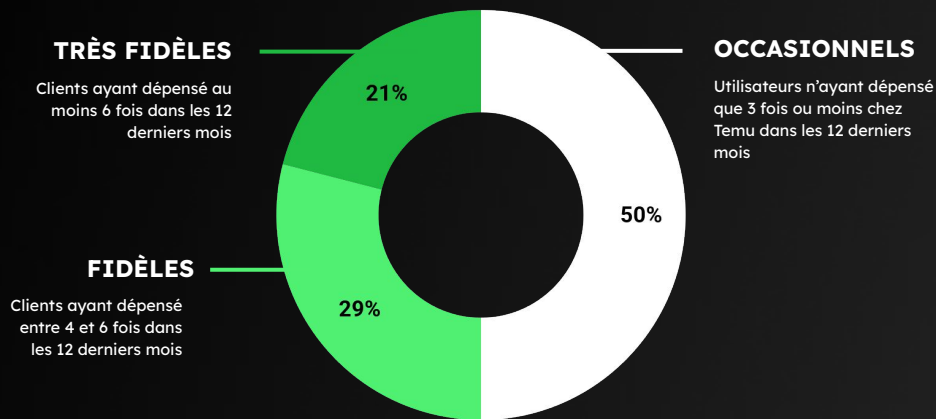
## ÉVOLUTION DU TAUX DE NOURRITURE DES CLIENTS TEMU DEPUIS 2023



# La fidélité au cœur du modèle de Temu : 1 client sur 2 est fidèle ou très fidèle

50 % des clients Temu achètent au moins 4 fois par an, une performance remarquable sur un modèle low-cost. Surtout, les « très fidèles » (10 achats/an) affichent une valeur client 7 fois supérieure aux occasionnels : 275 € contre 40 €. Une preuve que Temu n'est pas qu'un phénomène viral, mais une habitude de consommation bien ancrée.

## SEGMENTATION DES CLIENTS TEMU SELON LEURS DÉPENSES SUR LES 12 DERNIERS MOIS



|                   | <br><b>Clients occasionnels</b> | <br><b>Clients fidèles</b> | <br><b>Clients très fidèles</b> |
|-------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Panier moyen      | 31€                                                                                                                | 31€                                                                                                           | 27€                                                                                                                |
| Fréquence d'achat | 1.3x                                                                                                               | 3.1x                                                                                                          | 10.2x                                                                                                              |
| Valeur client     | 40€                                                                                                                | 96€                                                                                                           | 275€                                                                                                               |

# En 2025, Temu devient la 2ème enseigne favorite de ses clients, gagnant 3 places en 2 ans

Cette relation forte avec ses consommateurs permet à Temu de grimper rapidement dans le classement des enseignes favorites. En deux ans seulement, l'enseigne gagne trois places pour devenir la deuxième destination préférée de ses propres clients français, hors alimentaire, banque, transport et voyage.

## TOP 10 DES ENSEIGNES OÙ LES CLIENTS TEMU DÉPENSENT LE PLUS DEPUIS 2023

Hors alimentaire/transport/banque/voyage

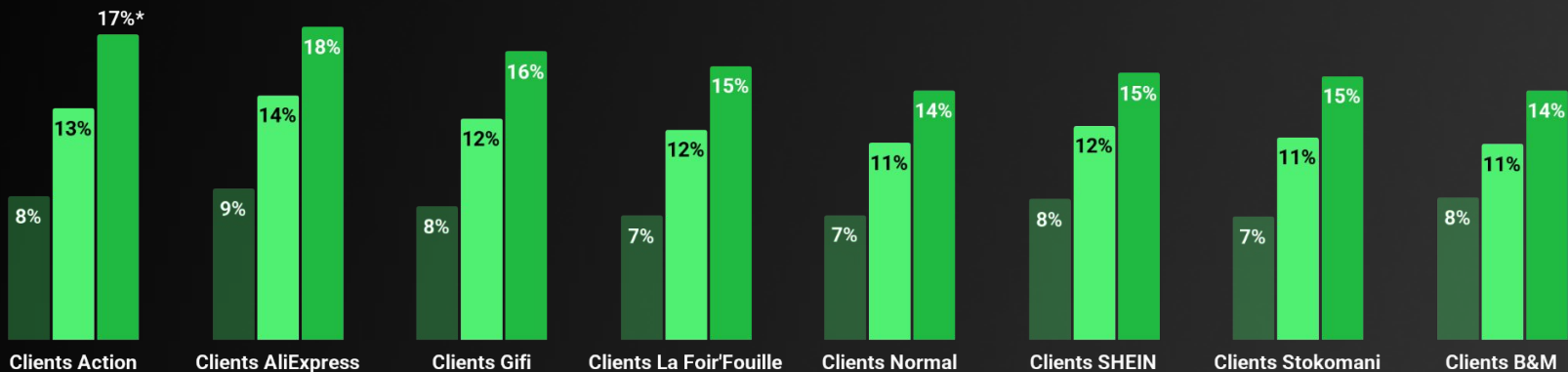
|     | 2023         | 2024         | 2025        |
|-----|--------------|--------------|-------------|
| #1  | amazon       | amazon       | amazon      |
| #2  | ///ACTION    | ///ACTION    | TEMU        |
| #3  | LEADER PRICE | TEMU         | ///ACTION   |
| #4  | Cdiscount    | LEADER PRICE | SHEIN       |
| #5  | TEMU         | Cdiscount    | Vinted      |
| #6  | Vinted       | SHEIN        | Cdiscount   |
| #7  | SHEIN        | Vinted       | IKEA        |
| #8  | DECATHLON    | IKEA         | DECATHLON   |
| #9  | IKEA         | DECATHLON    | BRICO DÉPÔT |
| #10 | KIABI        | boulangier   | castorama   |

# Les clients Action allouent **17% de leur budget discount à Temu** en 2025, soit **+9 pts vs 2023**

En 2025, les clients Action consacrent en moyenne 17 % de leur budget discount à Temu (+9 pts en deux ans). Cette cannibalisation partielle touche aussi AliExpress (+9 pts), Gifi (+8 pts) ou encore La Foir'Fouille. Temu ne se contente plus de recruter : elle déstabilise les équilibres installés.

## ÉVOLUTION DU BUDGET ALLOUÉ À TEMU PAR LES CLIENTS DE LA CONCURRENCE DEPUIS 2023

● 2023 ● 2024 ● 2025 (janv-mai)



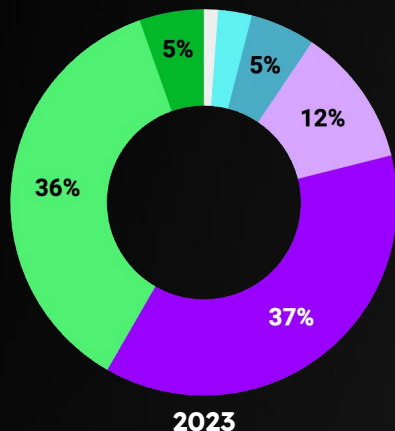
Interprétation : en 2025, les clients Action allouent 17% de leur budget "discount" à Temu, soit 9 points de plus qu'en 2023

# Le rajeunissement de la clientèle (+3 points chez les 27-35 ans) garantit à Temu un fort potentiel de croissance future

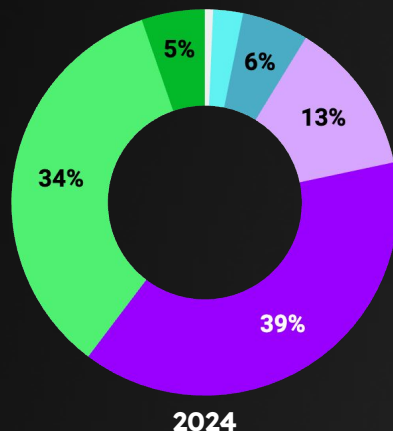
Enfin, Temu réussit à séduire un public de plus en plus jeune, avec une progression notable auprès des 27-35 ans (+3 points depuis 2023). Cette dynamique démographique laisse entrevoir un fort potentiel de croissance future, portée par une clientèle active, connectée et sensible au positionnement prix de l'enseigne.

## ÉVOLUTION DE LA CLIENTÈLE TEMU PAR TRANCHE D'ÂGE DEPUIS 2023

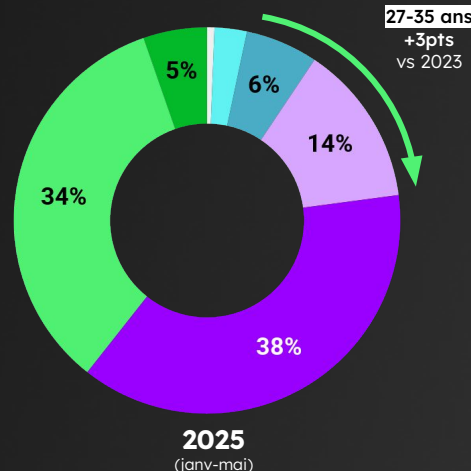
● 18-22 ● 23-26 ● 27-30 ● 31-35 ● 36-45 ● 46-55 ● >55



2023



2024



2025  
(janv-mai)

27-35 ans  
+3pts  
vs 2023

ZOOM

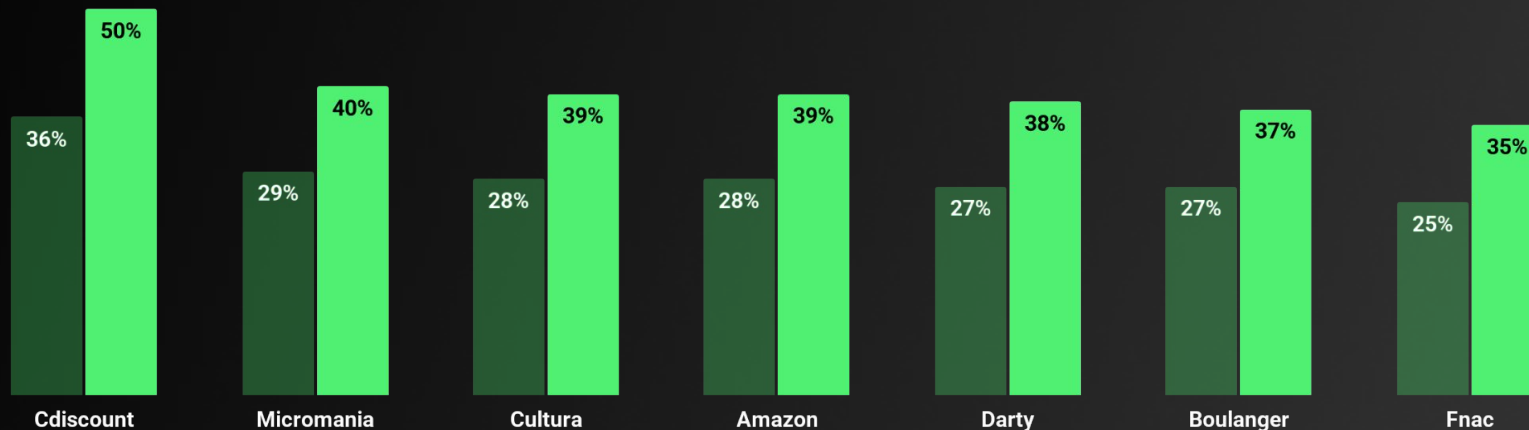
# **Temu**, une menace qui dépasse les frontières du discount

## Cdiscount : 1 client sur 2 est aussi client Temu en 2024

Temu ne concurrence pas uniquement les enseignes discount : son empreinte s'étend également à l'univers high-tech. En 2024, un client Cdiscount sur deux est aussi client Temu (+14 pts en un an). Même tendance chez Micromania (40 %, +11 pts) et Amazon (39 %, +11 pts). Ce croisement croissant des clientèles montre que Temu n'est plus perçue comme une alternative low cost, mais comme une marketplace généraliste crédible.

### ÉVOLUTION DU TAUX DE MIXITÉ AVEC TEMU DEPUIS 2023

● 2023 ● 2024

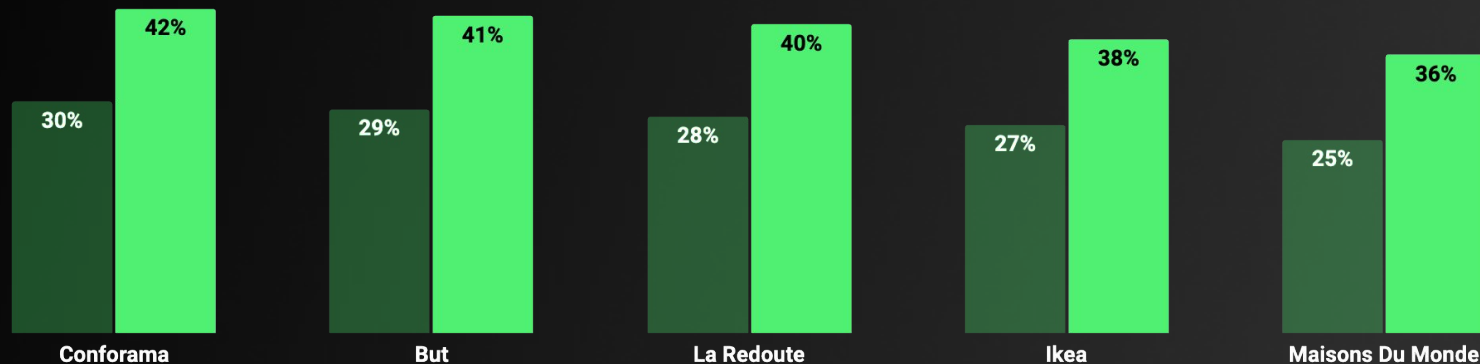


## Conforama, But, La Redoute : plus de 4 clients sur 10 sont aussi clients Temu

Du côté des enseignes maison, la tendance est similaire. Plus de 40 % des clients de Conforama, But ou La Redoute achètent aussi chez Temu. En couvrant des univers historiquement dominés par des enseignes expertes, Temu brouille les frontières entre low cost et expertise produit.

### ÉVOLUTION DU TAUX DE MIXITÉ AVEC TEMU DEPUIS 2023

● 2023 ● 2024

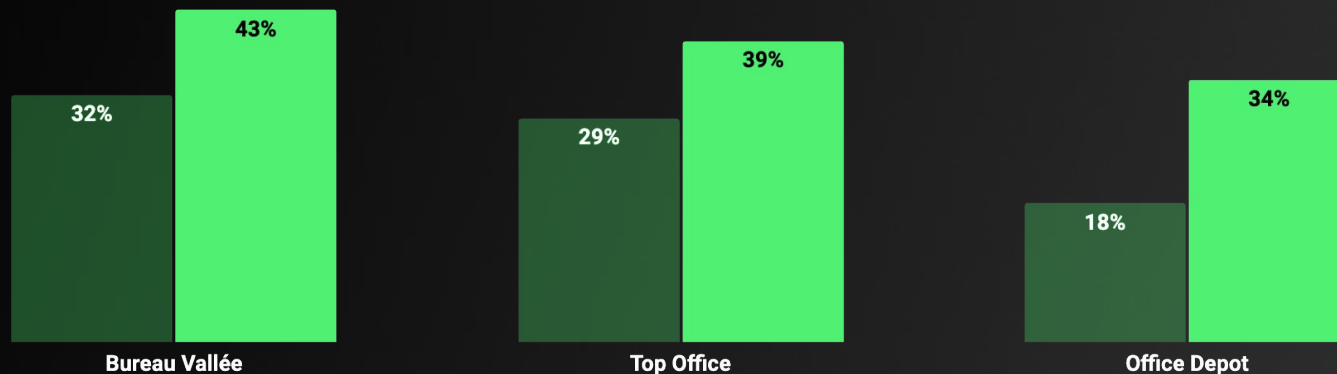


## Bureau Vallée : +11 points de clients partagés avec Temu en un an

Même les enseignes de fournitures voient Temu progresser : en un an, le taux de mixité entre Temu et Bureau Vallée grimpe de +11 points. Plus étonnant encore : 34 % des clients d'Office Depot sont aussi clients Temu. Une incursion inattendue qui prouve l'étendue du catalogue de la plateforme.

### ÉVOLUTION DU TAUX DE MIXITÉ AVEC TEMU DEPUIS 2023

● 2023 ● 2024





**Abonnez-vous à notre newsletter pour recevoir nos dernières études et actualités**

**[Cliquez ici](#) pour remplir le formulaire d'inscription**

Nous contacter : [partnerships@joko.com](mailto:partnerships@joko.com)