



QUELLES PERSPECTIVES POUR LE E-COMMERCE EN 2014?

CONFÉRENCE DE PRESSE DU 30/01/2014



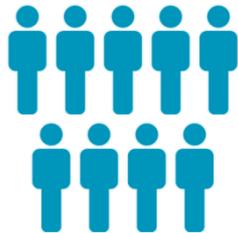
QUELLES PERSPECTIVES D'ACHAT ON LINE EN 2014? QUEL USAGE DU SMARTPHONE DANS CES ACHATS? QUELLES NOUVELLES TENDANCES DE CONSOMMATION?



→ Questionnaire auto-administré **Online** sur Panel



→ Terrain réalisé du **26 décembre 2013** au **02 janvier 2014**



→ Auprès d'un échantillon de **1011** individus **représentatif des Internautes de 18 à 74 ans**

SOMMAIRE

I

UN ETAT DES LIEUX DES ACHATS ONLINE EN 2013 ET LES PERSPECTIVES POUR 2014

II

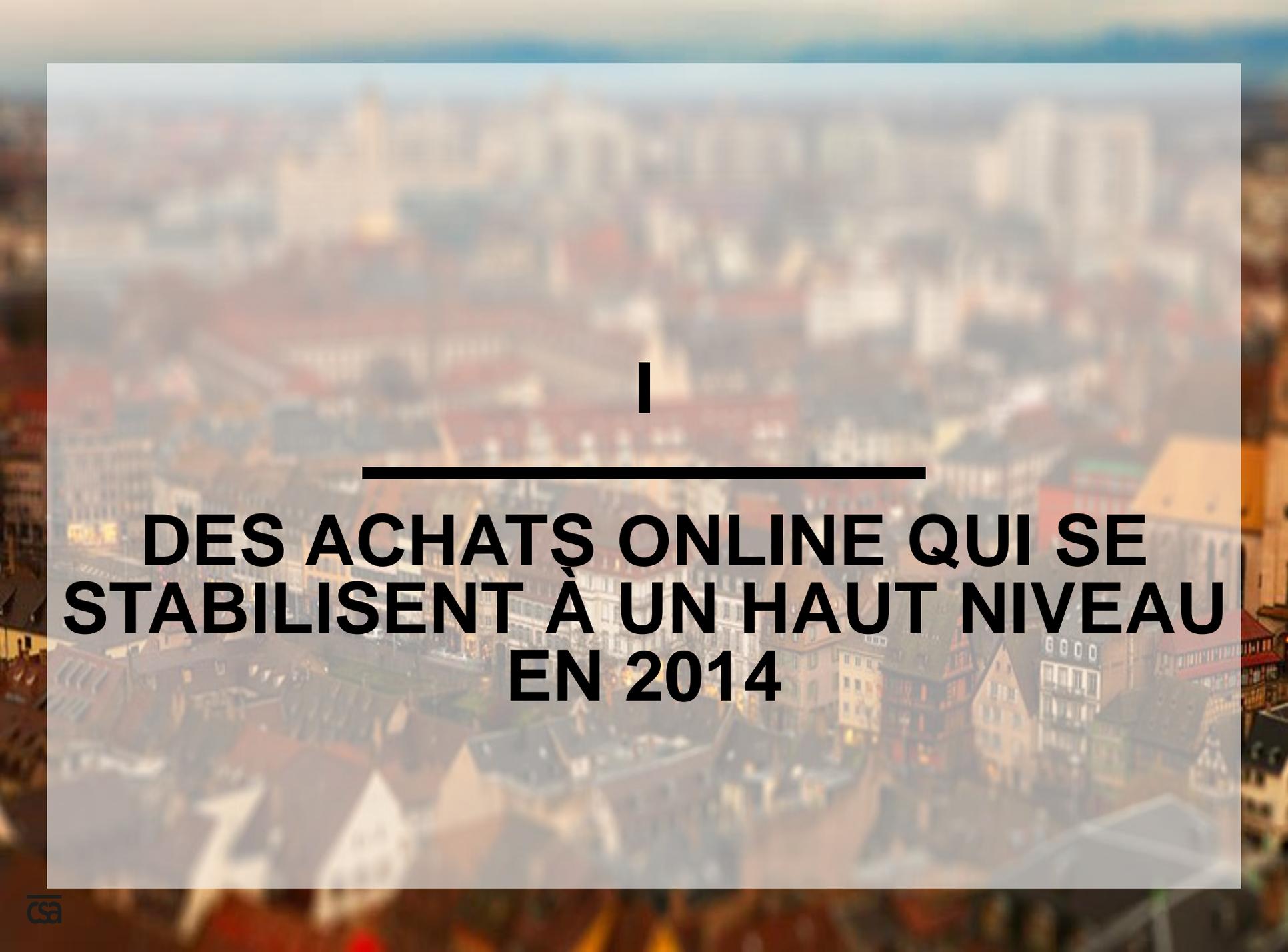
LES NOUVELLES CONSOMMATIONS SUR INTERNET

III

LE SMARTPHONE, UN SUPPORT IMPORTANT DANS LE PROCESSUS D'ACHAT

IV

QUE FAUT-IL EN RETENIR ?



I

**DES ACHATS ONLINE QUI SE
STABILISENT À UN HAUT NIVEAU
EN 2014**

DE NOUVEAUX COMPORTEMENTS DE CONSOMMATION POUR FAIRE FACE À LA CRISE

→ 60% des Français prévoient **une baisse de leur pouvoir d'achat** au cours des 12 prochains mois.



→ 80% des Français estiment que la crise les a forcé à **réduire leur consommation**

Presque tous les secteurs en ont pâti, sauf l'alimentaire qui reste stable

=> Des compromis à faire:

- **Qualité:** 67% préféreront la qualité à la quantité
- **Bon plans:** 58% admettent attendre les soldes pour faire certains achats, 40% achèteraient des produits d'occasion.
- **Consommation responsable:** 56% préfèrent des produits fabriqués en France, 49% font attention à privilégier les circuits courts de distribution et 41% déclarent qu'ils préfèrent choisir des marques qui respectent l'environnement



=> **Une nouvelle façon de consommer**, plus contrôlée, mais pas 'Triste'!
50% précisent que, dans le même temps, ils veulent **se faire plaisir** avant tout.

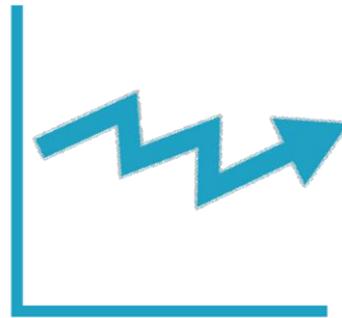
UN CONTEXTE ÉCONOMIQUE DIFFICILE MAIS QUI IMPACTE PEU LA CONSOMMATION ONLINE DES INTERNAUTES!

Q28 En 2014, pouvez-vous nous dire si le contexte économique actuel affectera votre consommation sur Internet ?



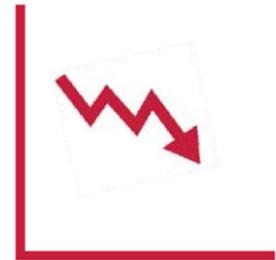
14%

Oui,
en achetant plus sur
Internet



59%

Non,
cela n'affectera pas ma
consommation sur Internet



27%

Oui,
en achetant moins sur
Internet

+50 ans et +: 31%

Base : Internautes 18-74 ans : (n=1011)

5 INTERNAUTES SUR 6 DÉCLARENT AVOIR ACHETÉ ONLINE EN 2013, PARMI EUX, 1/3 AU MOINS UNE FOIS PAR MOIS

Q31 Avez-vous acheté SUR INTERNET au cours de l'année 2013 ?

Q32 A quelle fréquence achetez-vous sur Internet ?

2013

86% ont acheté
sur Internet en 2013

Base : Internautes 18-74 ans : (n=1011)



31%

Au moins une fois par mois

69% Moins d'une fois
par mois

Détail

Au moins une fois par semaine	4%
1 à 3 fois par mois	27%
1 fois tous les 2 mois	28%
4 à 5 fois par an	29%
Moins souvent	12%

DES PERSPECTIVES D'ACHAT ONLINE QUI RESTENT FORTES EN 2014...

Q31 Avez-vous acheté SUR INTERNET au cours de l'année 2013 ?

Q35 En 2014, envisagez-vous d'acheter sur Internet ?



86% ont acheté
sur Internet en 2013

Base : Internautes 18-74 ans : (n=1011)

=

88% envisagent d'acheter
sur Internet en 2014

Base : Internautes 18-74 ans : (n=1011)



EN 2014, CES ACHATS ONLINE SE FERONT AUSSI SOUVENT, VOIRE PLUS SOUVENT POUR 13% DES INTERNAUTES.

Q20 En 2014, avez-vous l'intention de commander/acheter SUR INTERNET ?



13% envisagent d'acheter plus souvent sur Internet en 2014 qu'ils ne l'ont fait en 2013

+ 18-24 ans: 21%



78% envisagent d'acheter aussi souvent sur Internet en 2014 qu'ils l'ont fait en 2013

+ CSP+: 83%



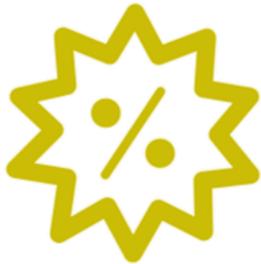
9% envisagent d'acheter moins souvent sur Internet en 2014 qu'ils ne l'ont fait en 2013

+ Femme: 11%

Base : Internaute 18-74 ans ayant acheté en 2013 et envisageant d'acheter en 2014 : (n=838)

3 PRINCIPALES MOTIVATIONS À L'ACHAT ONLINE : LE PRIX, LA FACILITÉ DE COMPARAISON, LA PRATICITÉ DE L'ACHAT À DISTANCE

Q23 En 2014, quelles sont les raisons qui vous conduiront à commander sur internet ? (Plusieurs réponses possibles)



68%

La perspective de prix plus attractifs / Promotions intéressantes

+25-34 ans: 78%



68%

La facilité pour comparer les offres / les prix

+Inactifs: 73%



67%

La commodité de l'achat sur Internet/ Pas besoin de se déplacer, liberté de choisir le moment d'achat

+Paris/rp: 76%

- 44% Le fait de bénéficier d'un plus grand choix de produits / services
- 28% Le fait d'économiser les frais de carburant / de transports
- 21% Le fait de pouvoir retourner le produit si vous n'êtes pas satisfait
- 15% La facilité d'achat sur des sites étrangers
- 13% La confiance dans l'achat sur internet
- 8% La possibilité d'acheter par Internet avec mon mobile, mon Smartphone quel que soit le lieu où je me trouve

Base : Internautes 18-74 ans envisageant d'acheter en 2014 : (n=885)

EN 2014, DES ACHATS ENVISAGÉS DANS LE SECTEUR DE LA BEAUTÉ, L'ALIMENTATION, ET LES BONS D'ACHAT À VALOIR EN MAGASIN.

Q26 Parmi les produits/services suivants, quels sont ceux que vous n'avez pas achetés sur internet en 2013 que vous pourriez acheter sur internet en 2014 ?



Base : Internautes 18-74 ans : (n=1011)

LE PROFIL D'E-ACHETEURS: PLUS MASCULIN ET DAVANTAGE COMPOSÉ DE CSP+

Q35 En 2014, envisagez-vous d'acheter sur Internet?

L'e-acheteur français en 2014

Base : Internautes 18-74 ans envisageant d'acheter en 2014 : (n=885)



51%+

Homme



49%

Femme

Internautes :

49%

51%



35%+

CSP+

32%



33%

CSP-

35%



31%

Inactifs

32%



30%

34 ans et moins

29%

35-49 ans



29%

50-64 ans

11%

65-74 ans

Internautes :

30%

30%

28%

12%



81%
Province

19%

Région
parisienne

20%

80%



An aerial, high-angle photograph of a bustling city square. The square is paved with light-colored cobblestones and is filled with people walking in various directions. Long shadows are cast across the pavement, indicating it is either early morning or late afternoon. In the center of the square, a tram is visible. To the left, a multi-story building with a distinctive facade of arched windows and red accents is partially visible. In the bottom right corner, a large, ornate fountain or monument is partially seen. The overall scene depicts a vibrant, active urban environment.

II

LES NOUVELLES CONSOMMATIONS SUR INTERNET

HORMIS LE COVOITURAGE, LES MODES DE CONSOMMATION PARTICIPATIVE SONT ENCORE PEU UTILISÉS PAR LES INTERNAUTES EN 2013.

Q29. Au-delà des sites de ventes entre particuliers (comme eBay, Le Bon Coin, Price Minister et Prêt à changer ...), de nouvelles tendances de consommation se sont développées ces dernières années plus communément appelées consommations « collaboratives ». Pour chaque usage sur Internet décrit ci-dessous vous indiquerez si vous y avez eu recours en 2013, et/ou si vous envisagez de le faire en 2014.

2013

Au moins 1 usage en 2013: 19%

18-24 ans: 37%
CSP+: 25%



10%

Covoiturage
organisé sur
Internet



6%

Achats groupés
directement aux
producteurs par Internet



3%

Crowdfunding
(financement /
investissement sur
Internet)



3%

Location de véhicules
entre particuliers
(autopartage, vélo, ...)

- 3% Location d'autres produits entre particulier par Internet (outils, accessoires de mode, ...)
- 3% Couchsurfing (hébergement gratuit chez des internautes)
- 3% Coworking (travail dans un espace partagé avec des inconnus)
- 2% Co-lunching (déjeuner/ partage avec des inconnus après mise en relation sur Internet)

Base : Internaute 18-74 ans : (n=1011)

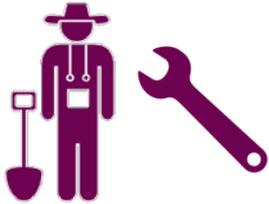
LES CONSOMMATIONS PARTICIPATIVES SERONT À L'HONNEUR EN 2014!

Q29. Au-delà des sites de ventes entre particuliers (comme eBay, Le Bon Coin, Price Minister et Prêt à changer ...), de nouvelles tendances de consommation se sont développées ces dernières années plus communément appelées consommations « collaboratives ». Pour chaque usage sur Internet décrit ci-dessous vous indiquerez si vous y avez eu recours en 2013, et/ou si vous envisagez de le faire en 2014.

2014

Au moins 1 usage envisagé en 2014: 38% (+19 pts)

18-24 ans: 51%
Paris/rp: 48%
CSP+: 46%



24% (+18pts)

Achats groupés directement aux producteurs par Internet



15% (+5 pts)

Covoiturage organisé sur Internet



10% (+7pts)

Location de produits (hors véhicule) entre particulier par Internet



9% (+6pts)

Couchsurfing

7%

Location de véhicules entre particuliers (autopartage, vélo, ...) par Internet (+4pts)

6%

Crowdfunding (financement / investissement sur Internet dans des projets) (+3pts)

4%

Co-lunching (déjeuner/ partage avec des inconnus après mise en relation sur Internet) (+2pts)

3%

Coworking (travail dans un espace partagé avec des inconnus) (=)

Base : Internautes 18-74 ans : (n=1011)

(+XXpts) différence avec pratique en 2013



III

LE SMARTPHONE, UN SUPPORT IMPORTANT DANS LE PROCESSUS D'ACHAT

PRÈS DE 2 INTERNAUTES SUR 5 ONT ACCÈS À UNE TABLETTE.

S7 Possédez-vous, ou avez-vous actuellement accès aux équipements suivants, que ce soit à titre / personnel ou professionnel ?

Equipements des internautes

Base : Internautes 18-74 ans (n=1011)



Ordinateur

97%

+CSP-: 99%



Mobile
/Smartphone

89%

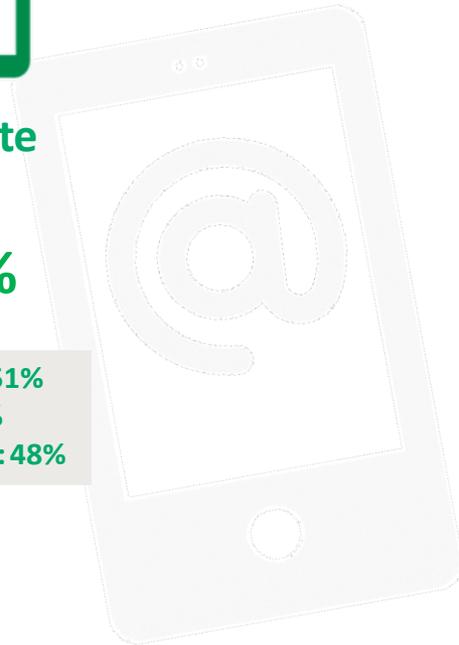
+25-34 ans: 97%
+Paris/rp: 96%
+CSP+: 93%



Tablette

42%

+Paris/rp: 51%
+CSP+: 50%
+35-49 ans: 48%



POUR L'INSTANT LE MOBILE JOUE AVANT TOUT UN RÔLE « D'ASSISTANT D'ACHAT »

Q25 En 2014, quels sont les usages que vous avez l'intention d'adopter avec votre téléphone mobile, votre Smartphone ?



34% Comparer les prix à l'aide de mon mobile lorsque je suis en magasin

18-24 ans: 45%
Hommes: 41%



28% Utiliser mon mobile pour flasher les QRcode et/ou codes barres sur une publicité, un magazine, un panneau d'affichage ...

18-24 ans: 43%
Hommes: 35%



24% Préparer mes achats en magasin ou sur Internet à l'aide de mon mobile

CSP+: 28%
Hommes: 27%



22% M'inscrire pour recevoir des offres sur mon mobile

18-24 ans: 35%



19% Utiliser mon mobile pour interagir avec les réseaux sociaux à l'occasion d'un achat

18-24 ans: 38%
25-34 ans: 30%
Paris/rp: 27%
CSP-: 24%

Base : Internautes 18-74 ans : (n=1011)

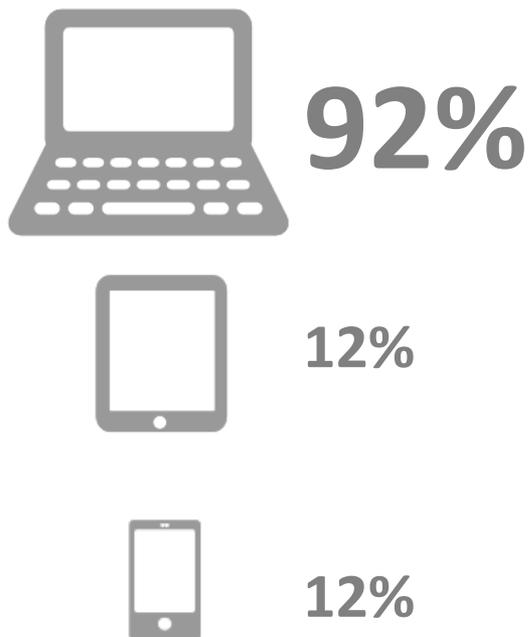
SI L'ORDINATEUR RESTE DE LOIN LE SUPPORT D'ACHAT PRINCIPAL, LES ÉQUIPEMENTS MOBILES GAGNENT DU TERRAIN.

Q33 A partir de quel(s) équipement(s) achetez-vous sur Internet ?

Q21 En 2014, sur quel équipement envisagez-vous de commander/acheter SUR INTERNET ?

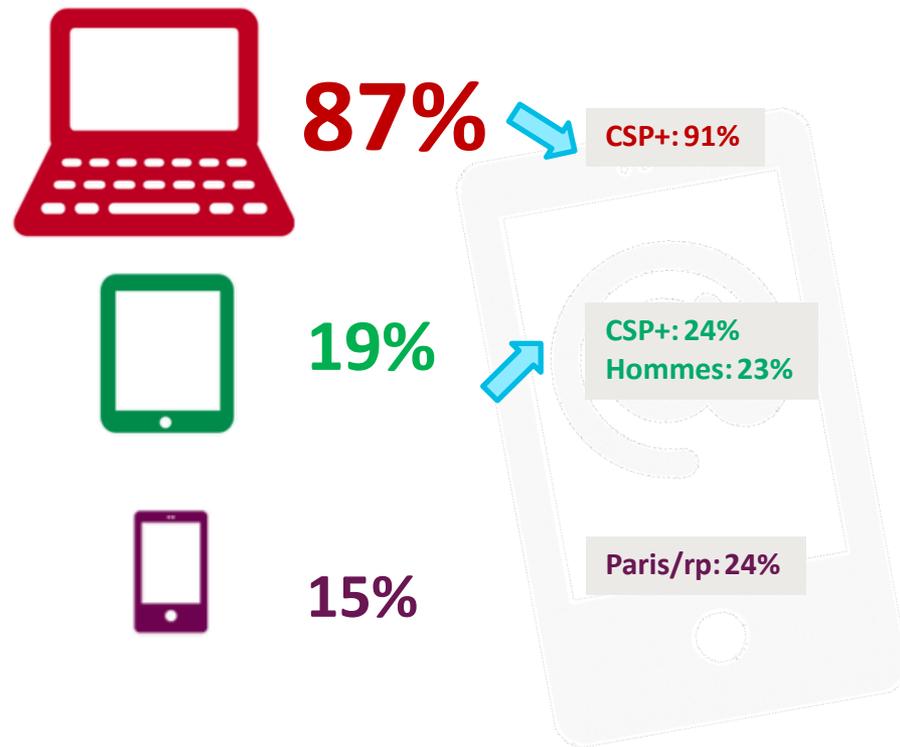
Supports d'achat utilisés en 2013

Base : Internautes 18-74 ans ayant acheter en 2013 :
(n=871)



Supports d'achat envisagés en 2014

Base : Internautes 18-74 ans envisageant d'acheter en 2014 : (n=885)



LE SMARTPHONE: 2014 QU'EN 2013

MÊME FRÉQUENCE D'UTILISATION EN

Q33 A partir de quel(s) équipement(s) achetez-vous sur Internet ? Q21 En 2014, sur quel équipement envisagez-vous de commander/acheter sur INTERNET ? Q22 En 2014, avez-vous l'intention de commander avec votre téléphone mobile, votre Smartphone ? Q34 A quelle fréquence achetez-vous sur Internet à partir de votre téléphone mobile /votre Smartphone ?

2013



12%

A acheté à partir d'un Smartphone en 2013...

...au moins une fois par mois



2%

...moins d'une fois par mois



10%

2014



15%

Envisage d'acheter en 2014 à partir d'un Smartphone...

...de façon régulière



3%

+25-34 ans: 6%
+Paris/rp: 6%

...de façon occasionnelle



12%

C'EST LA MODE, LES TRANSPORTS, LES SPECTACLES ET LA COSMÉTIQUE QUI SE RÉVÈLENT ÊTRE LES MARCHÉS LES PLUS PORTEURS.

Q33 A partir de quel(s) équipement(s) achetez-vous sur Internet ?

Q24 En 2014, quels produits/services envisagez-vous d'acheter plus souvent sur Internet avec votre téléphone mobile, votre Smartphone ?



15%

Envisage d'acheter en 2014 à partir d'un Smartphone...



Principaux achats par Smartphone prévus en 2014



Base : Internautes 18-74 ans envisageant d'acheter en 2014 par Smartphone (n=144)

LE PROFIL D'E-ACHETEURS SUR MOBILE/SMARTPHONE PLUS PARISIEN QUE CELUI DES INTERNAUTES.

Q21 En 2014, sur quel équipement envisagez-vous de commander/acheter SUR INTERNET ?

L'e-acheteur mobile français en 2014

Base : Internautes 18-74 ans envisageant d'acheter en 2014 par Smartphone (n=144)



55%

Homme



44%

Femme

Internautes :

49%

51%



31%

CSP+

32%



39%

CSP-

35%



30%

Inactifs

32%



28%

34 ans et moins

29%

35-49 ans



32%

50-64 ans

10%

65-74 ans

Internautes :

30%

30%

28%

12%



71%

Province

29%

Région
parisienne

20%

80%



Élément significatif par rapport aux Internautes français



IV

QUE FAUT-IL RETENIR ?

CE QU'IL FAUT RETENIR

La conjoncture aura peu d'impact sur la consommation on-line qui se stabilise à un niveau élevé en 2014



88%

envisagent d'acheter on line en 2014



La fréquence d'achat Online sera légèrement supérieure

par rapport à 2013 pour **13%** des internautes

Les principales motivations d'achat en ligne: : le Prix et la praticité.

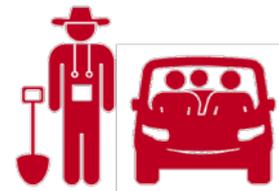


15%

L'utilisation du mobile en légère hausse en tant que support d'achat.

Avant tout utilisée comme « assistant shopper ».

Les **consommations participatives** à l'honneur en 2014



en savoir plus : www.csa.eu - @InstitutCSA

10, rue Godefroy - 92800 Puteaux

Tel . : 01.57.00.58.00 - Fax : 01.57.00.58.01

