



QUELLES PERSPECTIVES POUR LE E-COMMERCE EN 2015?

CONFÉRENCE DE PRESSE DU 27 JANVIER 2015



QUELLES PERSPECTIVES D'ACHAT ONLINE EN 2015? QUEL USAGE DU SMARTPHONE, DE LA TABLETTE DANS CES ACHATS? QUELLES NOUVELLES TENDANCES DE CONSOMMATION?



Questionnaire auto-administré Online sur Panel



Terrain réalisé du 26 au 31 décembre 2014



Après d'un échantillon de 1009 individus représentatif des e- acheteurs de 18 à 74 ans (toute personne ayant déjà acheté sur Internet) en termes de sexe, âge, profession de l'interviewé et fréquence d'achat

SOMMAIRE

I

QUELLES SONT LES INTENTIONS D'ACHATS DES CYBER-ACHETEURS, POUR 2015 ?

II

UTILISERONT-ILS DAVANTAGE LEUR TÉLÉPHONE MOBILE, TABLETTE ?

III

QUELLES SONT LES TENDANCES CONCERNANT LA CONSOMMATION COLLABORATIVE SUR INTERNET ? DES OBJETS CONNECTÉS ?

IV

QUE FAUT-IL RETENIR POUR 2015 ?

3 GRANDES TENDANCES DE CONSOMMATION

Fin 2014, le moral des Français est en déclin (avenir personnel : 47% vs. 57% d'avis favorables en décembre 2013 / avenir de la société : 27% vs. 32 en décembre 2013) et la reprise économique faible.

Dans ce contexte, les Français cherchent à consommer autrement

LA VOLONTÉ DE CONSOMMER LIBREMENT, QUAND ILS LE SOUHAITENT

72% des Français sont favorables à l'ouverture des magasins en soirée et le dimanche

LA VOLONTÉ DE CONSOMMER EN PARTAGEANT

Seule la moitié des livres achetés en 2014 était neufs.
Une forte croissance du marché de l'occasion dans l'électroménager, l'ameublement, les produits audio-visuels, le jardinage/bricolage

54% sont intéressés par des transports partagés (17% l'utilisent) avant tout pour des raisons financières mais aussi car c'est un moyen de rencontrer d'autres personnes
60% des français intéressés par les objets connectés

LA VOLONTÉ DE CONSOMMER EN TOUTESÉCURITÉ

85% des Français sont préoccupés par la protection des données personnelles sur Internet



|

**QUELLES SONT LES INTENTIONS
D'ACHAT DES CYBER-
ACHETEURS POUR 2015 ?**

LE CONTEXTE ÉCONOMIQUE IMPACTE PEU LA CONSOMMATION ON-LINE DES E-ACHETEURS

Q28. En 2015, pouvez-vous nous dire si le contexte économique actuel affectera votre consommation sur Internet ?

Impact du contexte économique sur la consommation Online



18%

Oui,
en achetant plus sur
Internet

+18-24 ans : 26% ; +25-34 ans : 23%
+Agglomérations 100 000 hab. et + : 21%



61%

Non,
cela n'affectera pas ma
consommation sur Internet

+Agglomérations 20 000-100 000 hab : 69%
+Hommes : 65%



21%

Oui,
en achetant moins sur
Internet

+Femmes : 25%
+50 ans et + : 25%

Rappel
2013:

17%

57%

26%

Base : e-acheteurs 18-74 ans : (n=1009)

98% DES E-ACHETEURS ONT ACHETÉ SUR INTERNET EN 2014. DES ACHATS RÉGULIERS, 53% ACHÈTENT AU MOINS UNE FOIS PAR MOIS.

Q31. Avez-vous acheté sur Internet au cours de l'année 2014 ?

Q32. A quelle fréquence achetez-vous sur Internet ?

2014

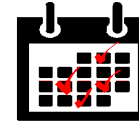
98% ont acheté
sur Internet en 2014

Base : e-acheteurs 18-74 ans : (n=1009)



Rappel 2013 :

98%



Base : e-acheteurs 18-74 ans ayant acheté en 2014: (n=993)

53% Au moins une fois par mois

+Région parisienne : 61%

+CSP + : 60%

47% Moins d'une fois par mois

EN 2015, 90% DES E-ACHETEURS ENVISAGENT D'ACHETER AUTANT OU AUTANT SUR INTERNET QU'EN 2014

Q20. En 2015, par rapport à 2014, quelle part de vos achats envisagez-vous d'acheter sur Internet ?

Part d'achats envisagée sur Internet



16% envisagent d'acheter une plus grande part sur Internet en 2015 qu'ils ne l'ont fait en 2014



74% envisagent d'acheter la même part sur Internet en 2015 qu'ils l'ont fait en 2014

+Agglomération Parisienne : 80%



11% envisagent d'acheter une plus petite part sur Internet en 2015 qu'ils ne l'ont fait en 2014

+Inactifs : 14%
+Femme : 13%

Rappel 2013

13%

79%

7%

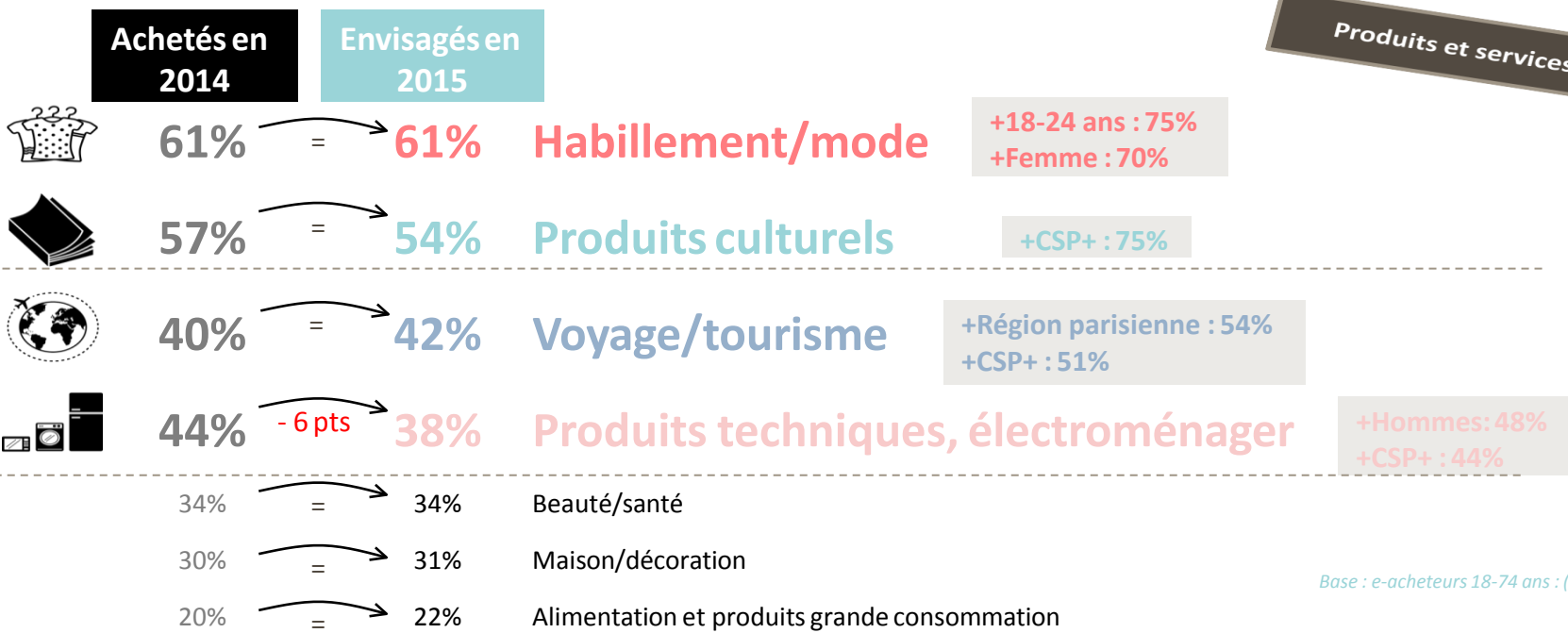
Base : e-acheteurs 18-74 ans ayant acheté en 2014: (n=993)

Quelles perspectives pour le e-commerce en 2015 ?

4 SECTEURS CONCENTRENT LE PLUS D'INTENTION D'ACHAT: LA MODE ET HABILLEMENT, LES PRODUITS CULTURELS, LE TOURISME ET LES PRODUITS TECHNIQUES/ ÉLECTROMÉNAGER

Q26. Parmi les catégories de produits/services suivantes, quelles sont celles que vous avez achetées sur Internet en 2014, et quelles sont celles que vous pourriez acheter sur Internet en 2015 ? [Nouvelle question]

Produits et services



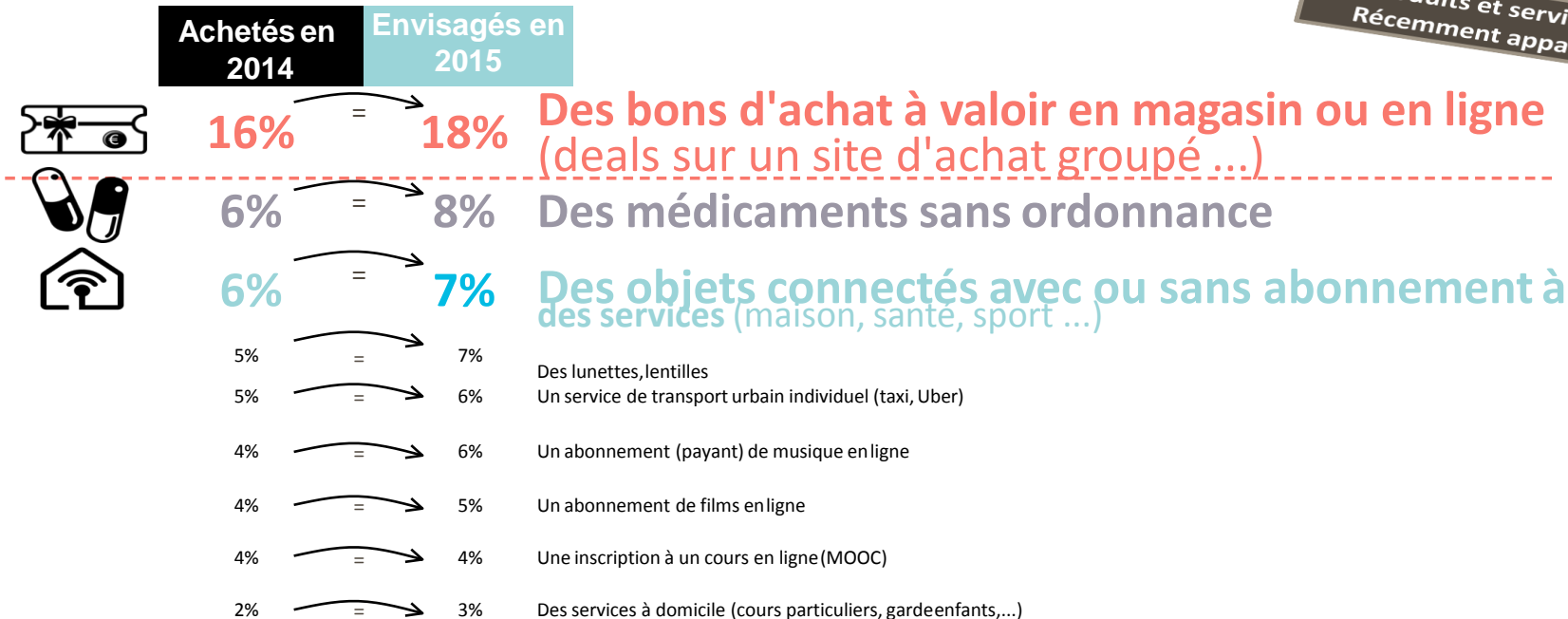
Base : e-acheteurs 18-74 ans : (n=1009)

LES BONS D'ACHATS, PARMIS LES SERVICES RÉCEMMENT APPARUS SUR INTERNET, A ÉTÉ LE PRODUIT LE PLUS ACHETÉ EN 2014 ET RESTE LE PLUS ENVISAGÉ EN 2015

Q26b. Parmi les nouveaux produits/services apparus récemment sur Internet, quels sont ceux que vous avez achetés sur Internet en 2014, et quels sont ceux que vous pourriez acheter sur Internet en 2015 ?

[Nouvelle question]

Produits et services
Récemment apparus



Base : e-acheteurs 18-74 ans : (n=1009)



II

**LES E-ACHETEURS UTILISERONT-ILS
DAVANTAGE LEUR TÉLÉPHONE
MOBILE, LEUR TABLETTE?**



II. A

L'ÉTAT DES LIEUX EN 2014

UNE FORTE PROGRESSION DES ÉQUIPEMENTS MOBILES. DÉSORMAIS PLUS DE LA MOITIÉ DES E-ACHETEURS SONT ÉQUIPÉS D'UNE TABLETTE.

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

Taux d'équipement des e-acheteurs en 2014

Base : e-acheteurs 18-74 ans (n=1009)



Ordinateur
97%



Smartphone
77%



Tablette
54%

Rappel
2013

98%

ST Téléphone mobile : 97%
93%

43%

+CSP-: 99%

+18-24 ans : 91%
+25-34 ans : 90%
+Paris/RP : 85%
+CSP+ : 82%

+35-49 ans : 64%
+Paris/RP : 62%
+CSP+ : 61%

AUPRÈS DES ÉQUIPÉS, LA TABLETTE DEVANCE NETTEMENT LA SMARTPHONE EN TERMES DE SUPPORT UTILISÉ POUR L'ACHAT ONLINE.

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

Supports d'achat utilisés en 2014



95%



29%



17%

+25-34 ans : 28%
+détenteurs de forfaits
4G : 23%
+ détenteurs grand
écran : 21%

Rappel
2013

92%

27%

11%

+100000 hab + : 36%

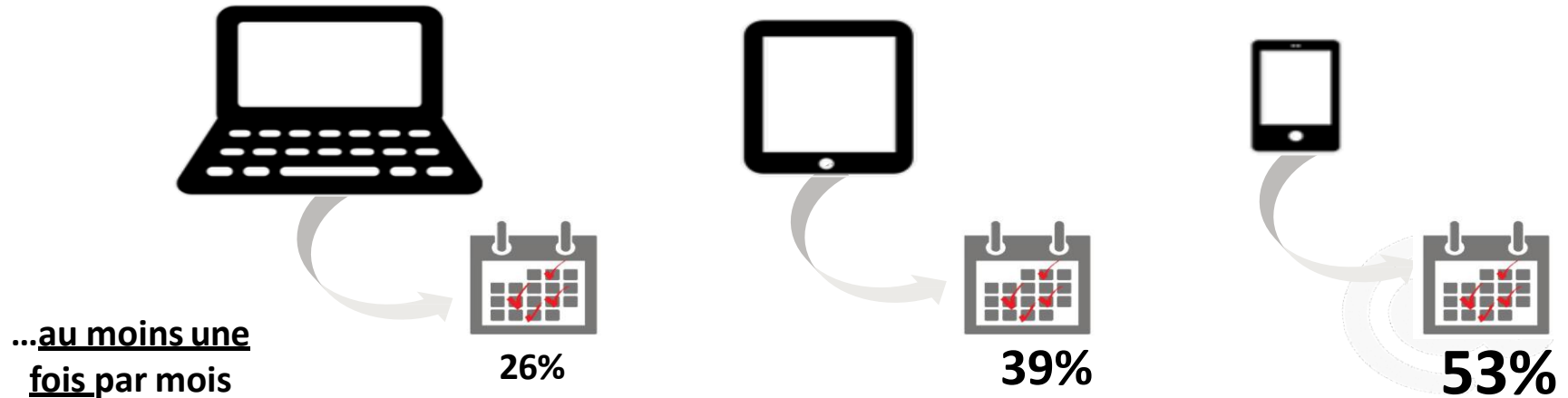
Base
équipés

Base : e-acheteurs 18-74 ans équipés de l'équipement (n=979/534/768)

BIEN QUE MOINS UTILISÉ, LE SMARTPHONE POSSÈDE UN « NOYAU DUR D'ACTIFS » : PLUS DE LA MOITIÉ DES UTILISATEURS ACHÈTENT SUR INTERNET AU MOINS UNE FOIS PAR MOIS.

Q34. A quelle fréquence achetez-vous sur internet à partir des équipements suivants ?

Fréquence d'achat online par support



Base : e-acheteurs 18-74 ans utilisateurs d'équipement pour acheter sur Internet (n=946/173/146)

UN TIERS DES E-ACHETEURS INSTALLE DES APPLICATIONS MARCHANDES SUR LEUR TABLETTE OU SMARTPHONE, MAIS PLUTÔT CELLES DE LEURS ENSEIGNES PRÉFÉRÉES

Q34b. D'une manière générale, installez-vous les applications des sites marchands (ex : l'application SNCF, Ventes Privées, etc.) sur votre Smartphone, votre tablette ? *[Nouvelle question]*

Installation d'applications de site marchand en 2014



- Systématiquement dès que je veux commander
- Uniquement mes sites marchands préférés



33%



9%



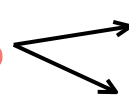
24%

+18-24 ans : 52%
++ détenteurs de forfaits 4G : 45%

+détenteurs de forfaits 4G : 34%



32%



+détenteurs de forfaits 4G : 11%

7%



25%

+18-24 ans : 46%
+25-34 ans : 42%
++ détenteurs de forfaits 4G : 44%

+détenteurs de forfaits 4G : 33%

Base : e-acheteurs 18-74 ans, équipés tablette (n=534) / Smartphone (n=768)

A photograph of a crowded street festival. The street is filled with people, and confetti is falling from above, creating a festive atmosphere. The background shows buildings and streetlights.

II. B

**QUELLES PERSPECTIVES
POUR 2015?**

L'UTILISATION DES ÉQUIPEMENTS MOBILES EST ÉGALEMENT STABLE AUPRÈS DES DÉTENTEURS DE TABLETTE ET/OU SMARTPHONE.

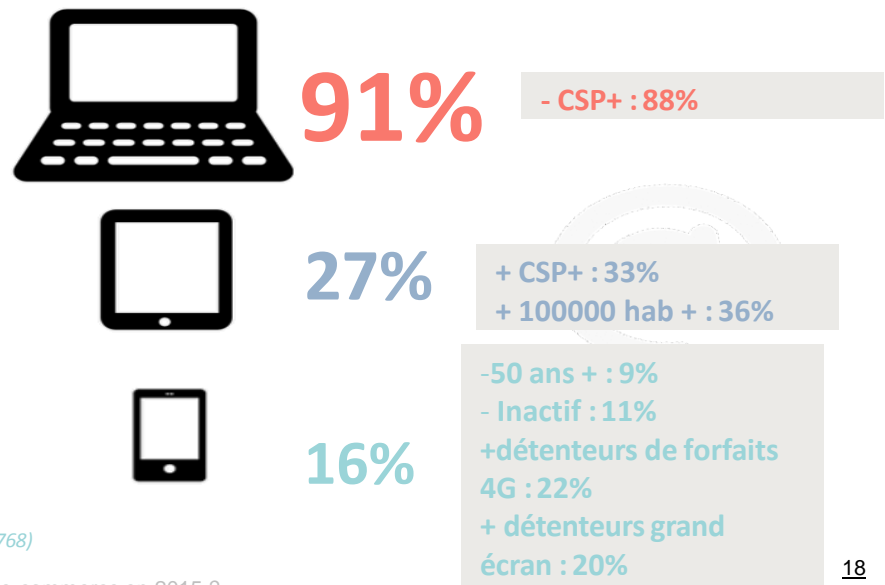
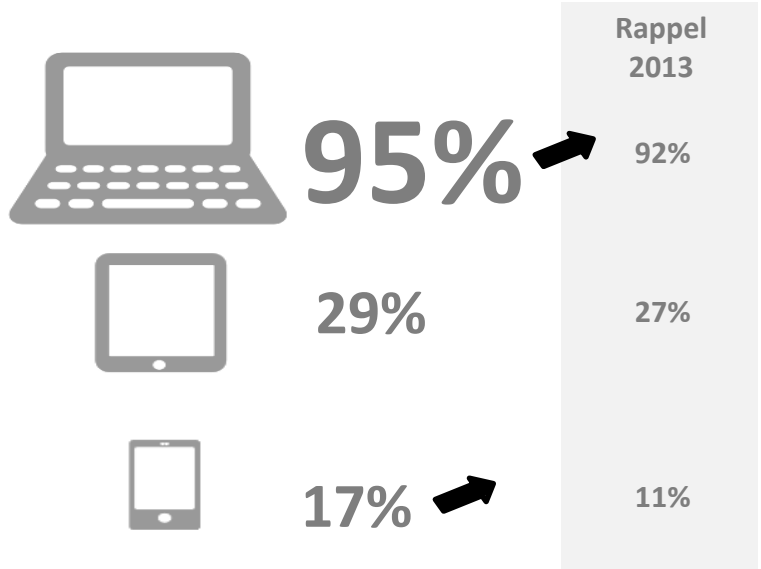
Q33. A partir de quel(s) équipement(s) achetez-vous sur Internet ?

Q21. En 2015, sur quel équipement envisagez-vous de commander/acheter SUR Internet ?

Base équipés

Supports d'achat utilisés en 2014

Supports d'achat envisagés en 2015



Base : e-acheteurs 18-74 ans équipé de l'équipement (n=979/534/768)

EN 2015, DES ACHATS SUR SMARTPHONE ENVISAGÉS DANS LE DOMAINE DU TOURISME, DE LA MODE ET DES PRODUITS CULTURELS (BILLETTERIE COMPRIS)

Q24a/b. Sur votre téléphone mobile, votre Smartphone, quels sont les produits/services que vous avez achetés en 2014 et quels sont ceux que vous pourriez acheter en 2015 ?

Type d'achat sur Smartphone



Rappel e-acheteurs sur Smartphone

14%

13%

| Utilisés en 2014 | Envisagés en 2015 | |
|------------------|-------------------|--|
| 45% | 48% | Des billets de train, d'avion ou réservations de séjours, d'hôtels ... |
| 38% | 40% | Des vêtements, chaussures, accessoires de mode |
| 25% | 32% | Des biens culturels physiques (livres, CD, DVD ...) |
| 22% | 31% | Des billets de spectacle* |
| 21% | 24% | Du téléchargement de musique, films, livres, abonnements payant de tels que Spotify, Deezer...* |
| 20% | 24% | De l'électroménager, hi-fi, produits informatiques & photos (TV, ordinateurs, claviers sans fil, tablettes, appareils photo numériques, liseuses numériques) |
| 18% | 22% | Jeux / Jouets / Jeux vidéo / Consoles de jeux (physique ou dématérialisé) |
| 22% | 21% | Parfums / Produits cosmétiques / Produits de beauté |
| 14% | 19% | Des produits pour la maison/décoration |
| 15% | 18% | Des produits alimentaires |
| 15% | 16% | Des applications payantes |
| 8% | 12% | Produits Photo / Vidéo (télévision, lecteur DVD, Appareil Photo...) |
| 9% | 10% | Des jeux en ligne (Loto, PMU,...) |
| 15% | 16% | Autre(s) |

*ST Produits culturels :
46%
56%

+ 4G : 45%
+ Gd écran: 40%

+ Gd écran: 31%

+ Gd écran: 23%

Base : e-acheteurs 18-74 ans envisageant d'acheter en 2015 par Smartphone (n=134)

LE SMARTPHONE EST UN VÉRITABLE ASSISTANT « SHOPPER » : PLUS DE 3 E- ACHETEURS SUR 10 ONT L'INTENTION DE FLASHER LES QR CODES, D'INSTALLER DE NOUVELLES APPLICATIONS ET DE L'UTILISER DIRECTEMENT EN MAGASIN.

Q25. En 2015, quels sont les usages marchands que vous avez l'intention d'adopter avec votre téléphone mobile, votre Smartphone ? Et à quelle fréquence [Nouvelles questions]

Usages marchands envisagés à partir du Smartphone en 2015

60% Au moins 1 usage marchand



36% Utiliser mon mobile pour flasher les QRcode et/ou codes barres sur une publicité, un magazine, un panneau d'affichage ...)



31% Installer des nouvelles applications de sites marchands



29% Utiliser mon mobile en magasin pour m'orienter dans les rayons, comparer les prix, consulter les avis clients, consulter les caractéristiques techniques d'un produit ...



23% Autoriser ma géolocalisation afin de recevoir des opérations promotionnelles personnalisées à proximité



23% Utiliser mon mobile pour interagir sur les réseaux sociaux à l'occasion d'un achat (consulter une page Facebook, consulter des avis, émettre un commentaire, poster une photo,...)

Base
équipés

+ Forfaits 4G : 71%
+ Smartphone grand écran : 68%
+ 25-34 ans : 66%

+ Forfaits 4G : 45%
+ Smartphone grand écran : 42%

+Forfaits 4G : 41%
+ Smartphone grand écran : 36%

+Forfaits 4G : 38%
+ Smartphone grand écran : 32%

+Forfaits 4G : 31%
+ Smartphone grand écran : 30%

+Forfaits 4G : 29%
+ Smartphone grand écran : 30%

Base : e-acheteurs 18-74 ans équipés de Smartphone : (n=768)

UNE FRÉQUENCE D'UTILISATION PROJÉTÉE EN 2015 EN HAUSSE POUR LES QR CODES, L'UTILISATION DU MOBILE EN MAGASIN ET LA GÉOLOCALISATION.

Q25. En 2015, quels sont les usages marchands que vous avez l'intention d'adopter avec votre téléphone mobile, votre Smartphone ? Et à quelle fréquence [*Nouvelles questions*]

Auprès des utilisateurs, combien envisagent de plus les utiliser en 2015?

Base
Utilisateurs



36% Utiliser mon mobile pour flasher les QRcode et/ou codes barres sur une publicité, un magazine, un panneau d'affichage ... 49%



31% Installer des nouvelles applications de sites marchands



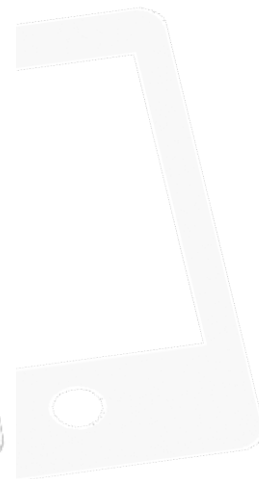
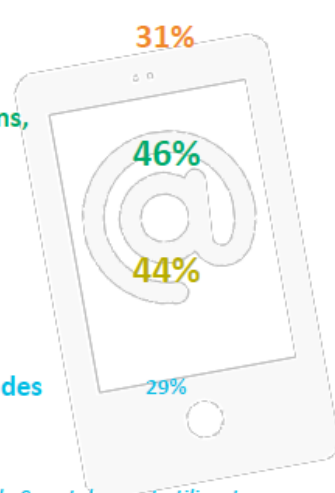
29% Utiliser mon mobile en magasin pour m'orienter dans les rayons, comparer les prix, consulter les avis clients, consulter les caractéristiques techniques d'un produit ...



23% Autoriser ma géolocalisation afin de recevoir des opérations promotionnelles personnalisées à proximité



23% Utiliser mon mobile pour interagir sur les réseaux sociaux à l'occasion d'un achat (consulter une page Facebook, consulter des avis, émettre un commentaire, poster une photo,...)



Base : e-acheteurs 18-74 ans équipés de Smartphone et utilisant ces usages : (n=301/ 254/ 236/ 198/ 186)

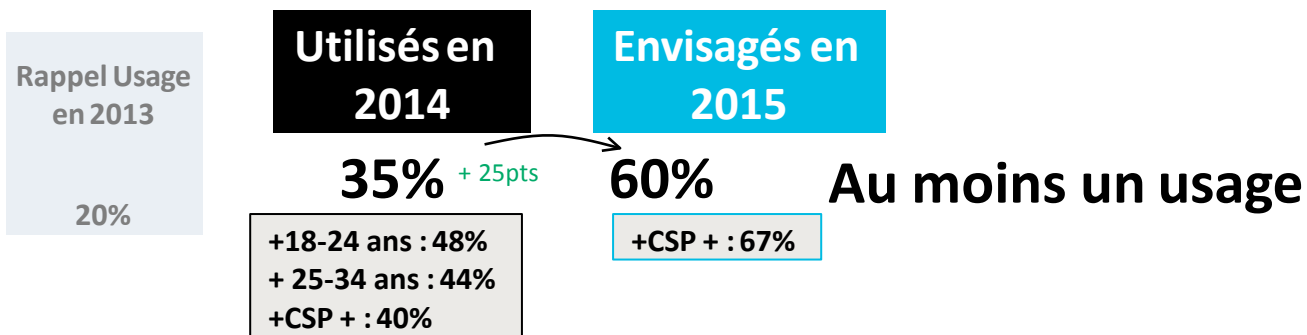


III

**QUELLES SONT LES TENDANCES
CONCERNANT LA CONSOMMATION
COLLABORATIVE SUR INTERNET? DES
OBJETS CONNECTÉS?**

UNE CONSOMMATION COLLABORATIVE EN PLEIN ESSOR

Q29. Au-delà des sites de vente 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 2014, et/ou si vous envisagez de le faire en 2015.



Base : e-acheteurs 18-74 ans : (n=1009)

UNE CONSOMMATION COLLABORATIVE EN PLEIN ESSOR

Q29. Au-delà des sites de vente 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 2014, et/ou si vous envisagez de le faire en 2015.



UNE FORTE PROGRESSION DE LA CONSOMMATION COLLABORATIVE QUI NE SE CONCRÉTISE PAS TOUJOURS À LA HAUTEUR DE CE QUI EST ENVISAGÉ

Q29. Au-delà des sites de vente 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 2014, et/ou si vous envisagez de le faire en 2015.

| Utilisés en 2013 | Envisagés en 2014 | Utilisés en 2014 | Envisagés en 2015 | |
|------------------|-------------------|------------------|-------------------|--|
| 20% | 42% | 35% | 60% | Au moins un usage |
| - | - | 19% | 35% | La réservation d'hébergement auprès de particuliers pour les vacances via des sites de type Airbnb, Homelidays, Gites de France... |
| 7% | 27% | 7% | 31% | Achats groupés directement aux producteurs par Internet (AMAP, fruits, légumes, ...) |
| 11% | 17% | 14% | 26% | Covoiturage organisé sur Internet (Blablacar, ...) |
| 3% | 12% | 4% | 17% | Location d'autres produits entre particulier par Internet (outils, accessoires de mode, ...) |
| - | - | 2% | 13% | L'échange de logement de vacances entre particuliers |
| 3% | 9% | 5% | 13% | Location de véhicules entre particuliers (autopartage, vélo, ...) par Internet |
| 3% | 7% | 7% | 10% | Crowdfunding (financement / investissement sur Internet dans des projets) |
| 2% | 9% | 3% | 9% | Couchsurfing (hébergement gratuit chez des internautes) |

Base : e-acheteurs 18-74 ans : (n=1009)

DES OBJETS CONNECTÉS PEU UTILISÉS MAIS QUI TENDENT À ÊTRE DAVANTAGE ADOPTÉS EN 2015

Q30a. Tout comme nos ordinateurs et nos téléphones, de nombreux objets seront connectés à Internet à l'avenir. Les secteurs de la santé, de la maison, du transport ou du commerce devraient notamment être directement impactés par cette révolution. Dites-nous si vous utilisez, si vous avez l'intention d'utiliser ou si vous ne voulez pas utiliser les objets connectés suivants. [Nouvelle question]

Utilisation des objets connectés

20% déclarent déjà utiliser un objet connecté

Utilisent déjà en 2014

N'utilisent pas mais envisagent d'utiliser en 2015

Total Envisage d'utiliser au moins un objet connecté en 2015 : 28%



6%

15%

Produits ou services connectés dans l'univers de la santé (poids, tension, rythme cardiaque, analyse du sommeil...)



6%

13%

Produits ou services connectés dans l'univers de la maison (frigo connecté, sécurité, énergie, ...)



14%

12%

Produits ou services connectés dans l'univers du transport (voiture connectée, entretien, géolocalisation ...)



6%

11%

Vêtements connectés, bracelets ou montres connectés

Base : e-acheteurs 18-74 ans : (n=1009)

Attention, total ligne différent de 100% : postes « N'envisage pas d'utiliser en 2015 » et « Ne sait pas » non présentés

L'UTILISATION DE DONNÉES PERSONNELLES EST UN SUJET SENSIBLE, MAIS AUQUEL QUASIMENT 1/3 DES E-ACHETEURS SONT FAVORABLES.

Q31a. Seriez-vous prêt à accepter de recevoir des offres commerciales à partir des données collectées par le biais de ces objets connectés à condition d'avoir clairement donné votre accord et de pouvoir facilement contrôler l'utilisation de ces données ?

Q32a. Et plus précisément sur les différents univers suivants, seriez-vous prêt à accepter de recevoir des offres commerciales à partir des données collectées par le biais de ces objets connectés à condition d'avoir clairement donné votre accord et de pouvoir facilement contrôler l'utilisation de ces données ? [Nouvelles questions]

Intérêt des offres commerciales via les objets connectés

Base : e-acheteurs 18-74 ans : (n=1009)



27%

Prêt à accepter de recevoir des offres commerciales à partir des données collectées



67%

Produits ou services connectés dans l'univers de la maison
(frigo connecté, sécurité, énergie, ...)



61%

Produits ou services connectés dans l'univers de la santé
(poids, tension, rythme cardiaque, analyse du sommeil...)



61%

Produits ou services connectés dans l'univers du transport
(voiture connectée, entretien, géolocalisation ...)



57%

Vêtements connectés, bracelets ou montres connectés

Base : e-acheteurs 18-74 ans, prêt à accepter de recevoir des offres commerciales : (n=279)

Au moins via un objet : 87%

Via tous les objets : 34%

A photograph of a crowded street, possibly during a festival or parade, with many people and colorful decorations. A semi-transparent white overlay covers the center of the image, containing the text 'IV' and 'QUE FAUT-IL RETENIR ?'.

IV

QUE FAUT-IL RETENIR ?

CE QU'IL FAUT RETENIR

Une nouvelle fois, la conjoncture n'aura que peu de prise sur le comportement d'achat des e-acheteurs



90% envisagent d'acheter la même part ou plus sur Internet qu'en 2014



Peu d'évolution à prévoir sur le type d'achat effectué sur Internet :
l'habillement reste le best-seller, devant les produits culturels et le tourisme



De mieux en mieux équipés, les e-acheteurs ont effectué davantage d'achats via leur tablette ou Smartphone en 2014 et de façon plus fréquente. Un m-commerce boosté par les forfaits 4G et les équipements grands écran



Les e-acheteurs confirment leur engouement pour la consommation collaborative et se projettent fortement dans l'achat en vente direct



Les **objets connectés** sont encore utilisés de façon confidentielle mais davantage d'utilisateurs sont à prévoir en 2015.

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

10, rue Godefroy - 92800 Puteaux

Tel . : 01.57.00.58.00 - Fax : 01.57.00.58.01



Crédits pictogramme :

Pill by Tonielle Kisanski Clothes

by VeronikaKarenina Book by

CynthiaGarcía

Appliances by Juan PabloBravo

Travel by Stéphanie Wauters Gift

cards by Adriano Gazzellini

Home automotion by David Carrero Hotel

by OCHA Visual InformationUnit Phone

by Agarunov Oktay-Abraham Application

by Johan H. W. Basberg Map maker by

AaronDodson

Signal by Korokoro

Shopping Cart by SimonChild

Ticket by MatéoZlatar

Apps by Falco Walde Growth

by Diego Naive Heart by

Noun project Signal level by

ArthurShlain

Smartphone by MatthieuMercier

