

Paris, le 6 janvier 2015

COMMUNIQUE DE PRESSE

ENQUETE FEVAD/CSA : Les intentions d'achat des Français sur Internet à l'occasion des soldes d'hiver 2015

61% des e-acheteurs ont l'intention d'effectuer leurs achats sur Internet lors des soldes d'hiver

A la veille du lancement des soldes d'hiver 2015, la Fevad (Fédération du e-commerce et de la vente à distance) publie les résultats d'une enquête exclusive réalisée par l'institut CSA sur les intentions d'achats des e-acheteurs français.*

Selon cette enquête, 69% des e-acheteurs déclarent avoir l'intention d'utiliser Internet pour préparer ou effectuer leurs achats lors des prochaines soldes d'hiver. Ce sont donc près de 25 millions de Français qui sont attendus sur le Net à cette occasion.

Au global, plus de 60% des e-acheteurs envisagent d'effectuer leurs achats via Internet pour les soldes d'hiver 2015. Dans le détail, les femmes sont plus nombreuses que les hommes à effectuer leurs achats sur Internet à l'occasion de ces soldes d'hiver (65% vs. 57%).

La tablette et le smartphone, des équipements prisés par les e-acheteurs à l'occasion des soldes d'hiver sur internet

Comme l'année dernière, l'ordinateur reste l'outil privilégié pour préparer ou effectuer les soldes d'hiver 2015 sur internet (75% vs. 69% en 2014). Toutefois l'utilisation des nouvelles technologies mobiles progresse : 34% des e-acheteurs envisagent de préparer ou effectuer leurs achats en ligne sur une tablette (+8 pts en un an). Une proportion qui grimpe à 41% chez les 35-49 ans. Par ailleurs, 30% des e-acheteurs projettent d'utiliser leur smartphone (+2 pts en 1 an). Ils sont 51% auprès des 18-24 ans.

Deux tiers des e-acheteurs choisissent de faire les soldes d'hiver sur Internet pour éviter la foule en magasin

66% des e-acheteurs privilégient Internet pour effectuer les soldes d'hiver afin d'éviter la foule dans les magasins. Toutefois, 58% mettent aussi en avant la possibilité d'avoir des prix plus intéressants et 51% reconnaissent un choix plus large en ligne. Ces 2 derniers points sont plus prononcés chez les jeunes de 18 à 24 ans (respectivement 72% et 67%). A noter que, parmi les actifs, 13% des répondants considèrent qu'Internet leur offre aussi la possibilité de faire les soldes sans avoir à poser de jour de RTT.

188 € : le budget moyen consacré aux soldes d'hiver sur Internet par les e-acheteurs, en baisse par rapport à l'année passée

Le budget alloué aux soldes d'hiver sur Internet sera identique à celui de l'année dernière pour 63% des e-acheteurs. Seuls 7% pensent dépenser plus que l'année précédente, alors que 29% souhaitent réduire leur budget. Cette baisse est encore plus marquée chez les femmes (36%). Finalement, le budget moyen prévu pour les achats sur Internet à l'occasion des soldes d'hiver passe en deçà de la barre des 200€, avec une baisse de plus de 20€ par rapport à 2014 (188€ vs. 212€ en 2014).

Comme en 2014, l'achat de produits soldés en ligne porte essentiellement sur la mode

Avec 84% d'intention d'achat, l'habillement reste cette année encore le 1^{er} poste d'achat pour les soldes d'hiver sur Internet (habillement, accessoires, chaussures). Parmi les femmes qui envisagent de faire les soldes d'hiver sur Internet, 91% déclarent vouloir acheter de l'habillement sur Internet. Viennent ensuite les produits informatiques / Hi-Fi / téléphonie. A noter que l'intention d'achat de mobilier/décoration recule par rapport à 2014 (10% vs. 17% en 2014).

Quel(s) type(s) de produit avez-vous l'intention d'acheter à l'occasion des soldes d'hiver sur / Internet ?

En % d'e-acheteurs ayant l'intention d'acheter le produit pour les soldes sur Internet

	Résultats 2014	Résultats 2015
<i>Répondants</i>	511	614
Total Habillement (habillement et accessoire de mode femme ou homme ou enfant)	83%	84%
Habillement et accessoires de mode femme	55%	55%
Habillement et accessoires de mode homme	49%	42%
Chaussures de ville	26%	22%
Habillement et accessoires de mode enfant	24%	21%
Informatique / hi-fi / photo / vidéo / téléphonie	22%	20%
Textile / linge de maison	20%	19%
Vêtements / chaussures de sport	19%	18%
Electroménager	16%	12%
Mobilier, décoration, art de la table (vaisselle, ...)	17%	10%
Bagages, maroquinerie	11%	8%
Bijoux, montres	10%	8%
Matériel de sport (en dehors des vêtements et des chaussures)	7%	5%
Parfums, soins du corps, maquillage	-	15%
Jouets, consoles de jeux, jeux vidéo	-	8%
Matériel de bricolage, de jardinage	-	7%

***Méthodologie**

Depuis 2003, le Baromètre Fevad/CSA mesure les intentions de faire les soldes en ligne. L'enquête a été réalisée en ligne du 26 décembre 2014 au 31 décembre 2014 auprès d'un échantillon représentatif de 1 009 e-acheteurs français (c'est-à-dire toute personne ayant au moins déjà réalisé un achat sur Internet) de 18-75 ans constitué d'après la méthode des quotas (sexe, âge, CSP, région, fréquence d'achat en ligne). Les résultats sont redressés afin d'être représentatif du profil des e-acheteurs français.

A propos de la FEVAD :

La Fédération du e-commerce et de la vente à distance, créée en 1957, fédère aujourd'hui 590 entreprises et plus de 800 sites internet. Elle est l'organisation représentative du secteur du commerce électronique et de la vente à distance. La Fevad a notamment pour mission de recueillir et diffuser l'information permettant l'amélioration de la connaissance du secteur et d'agir en faveur du développement durable et éthique de la vente à distance et du commerce électronique en France.

A propos de CSA

Spécialiste des études de marché et d'opinion, CSA accompagne depuis près de 30 ans entreprises et institutions dans le pilotage de leurs choix stratégiques grâce à des solutions d'études sur-mesure et immédiatement opérationnelles. Institut d'études et de conseil, CSA est structuré autour de pôles d'expertise : Banque Finance Assurance, Services Mobilité Telecom, Consumer, Santé, Media Publicité Nouvelles Technologies, Opinion Corporate, et d'activités transversales: Conseil, Planning stratégique Nouvelles Tendances et Quali. L'Institut CSA maîtrise toute la chaîne de production, garantissant ainsi l'efficacité des études au service de la décision. Filiale du Groupe Bolloré, CSA est dirigé par Bernard Sananès, Président depuis décembre 2010.

Pour en savoir plus : www.csa.eu / suivez nous sur Twitter : @InstitutCSA

Contact Presse:

FEVAD - Nathalie Lainé - Responsable Communication
01 42 56 38 86 - nlaine@fevad.com

CSA – Leda Bontosoglou- Responsable Communication
01 57 00 58 50 • leda.bontosoglou@csa.eu