

Paris, le 19 janvier 2016

## **COMMUNIQUE DE PRESSE ENQUÊTE FEVAD/CSA Bilan des achats de Noël 2015 sur Internet**

---

### **98% des e-acheteurs des fêtes de fin d'année se déclarent satisfaits**

---

La Fevad publie les résultats de la 13<sup>ème</sup> édition du Baromètre annuel Fevad/CSA sur les achats de Noël sur internet, avant son grand rendez-vous du 28 janvier pour la présentation du bilan e-commerce en France en 2015 qui aura lieu au Ministère de l'Economie, de l'Industrie et du Numérique.

### **2 e-acheteurs sur 3 ont utilisé Internet pour effectuer leurs cadeaux de Noël**

Près de 8 e-acheteurs sur 10 déclarent avoir navigué sur le web pour la préparation ou l'achat de leurs cadeaux de fin d'année (78%). Et 2 sur 3 déclarent y avoir acheté au moins un cadeau (66%), un chiffre en légère baisse par rapport à 2014 (70%). Le budget dépensé à cette occasion s'élève en moyenne à 245 euros d'après les e-acheteurs. Un acte d'achat plus prononcé chez les femmes que chez les hommes (respectivement 72% vs. 60%).

### **La part des cadeaux achetés sur Internet en hausse par rapport à l'année dernière**

45% des e-acheteurs déclarent avoir acheté une part plus importante de leurs cadeaux de Noël sur Internet que l'année dernière. Un chiffre en hausse par rapport à l'an passé : en 2014, il s'élevait en effet à 39% (soit une hausse de 6 points en un an). En parallèle à cela, 41% déclarent avoir acheté sur Internet une part identique (-6 pts vs. l'année dernière). Des tendances qui se vérifient quel que soit le profil des personnes interrogées.

En ce qui concerne la période d'achat, 6 e-acheteurs sur 10 ont effectué leurs cadeaux de fin d'année sur Internet au même moment que l'année précédente (62%). 21% ont davantage anticipé en effectuant leurs achats plus tôt. Et 17% s'y sont pris plus tard, un chiffre en légère hausse par rapport à l'an dernier (+4 points).

### **Les Franciliens se sont davantage reportés sur le web**

Suite aux attentats du 13 novembre dernier, 18% des e-acheteurs déclarent avoir davantage privilégié le web pour leurs cadeaux de fin d'année. L'impact des attentats sur les achats de Noël sur internet reste donc mesuré au global. Le phénomène est en revanche plus marqué en Ile de France où plus d'un quart des e-acheteurs (29%) déclarent avoir davantage commandé sur Internet suite aux attentats.

## **1 e-acheteur sur 5 a profité des opérations promotionnelles fin novembre pour ses cadeaux de Noël**

Les opérations promotionnelles organisées par les sites le dernier week-end de novembre ont attiré un grand nombre d'internautes. Pas moins de 20% d'entre eux déclarent avoir profité de ces opérations promotionnelles pour leurs cadeaux de Noël (vs. 16% l'an dernier soit une hausse de 4 points). Les 50 ans et plus se sont en revanche moins tournés vers ces promotions (11% vs. 20% sur l'ensemble).

### **Une expérience d'achat sur Internet réussie : 98% des e-acheteurs des fêtes de fin d'année (et 100% des CSP+) se déclarent satisfaits**

Avec un taux de satisfaction s'élevant à 98%, les e-acheteurs font part d'une expérience d'achat extrêmement positive pour leurs cadeaux de fin d'année. Les CSP+ témoignent même d'une expérience parfaite, avec un taux de satisfaction atteignant les 100%.

### **Cadeaux de Noël sur Internet : le gain de temps est la première raison évoquée, devant le prix**

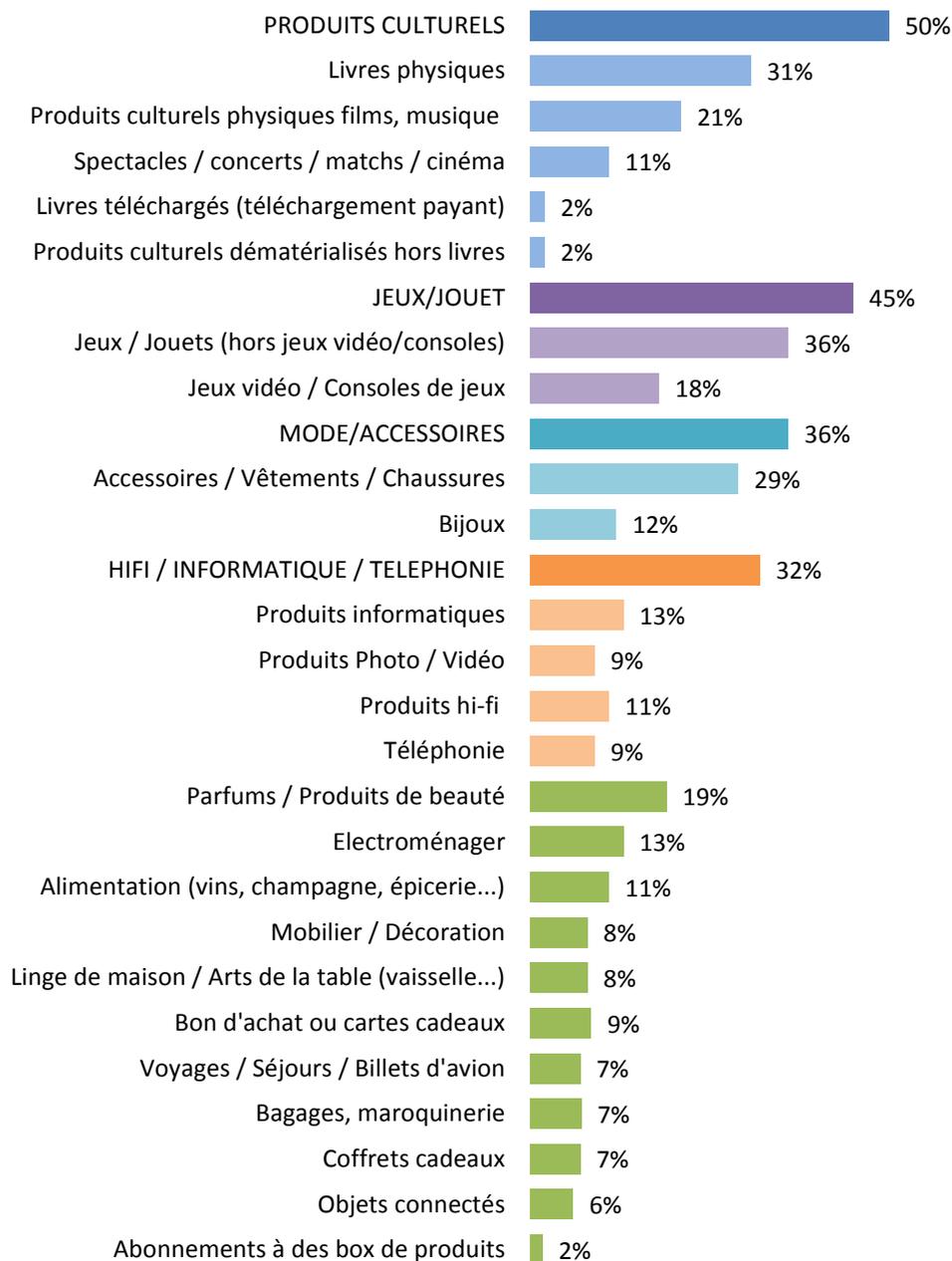
61% des e-acheteurs déclarent avoir effectué leurs achats de Noël sur Internet pour gagner du temps et éviter de se déplacer. Il s'agit de la première raison évoquée, devant le prix (53%), le choix (49%) ou même la foule (41%).

Le gain de temps est une raison particulièrement évoquée chez les 25-34 ans (71% vs. 61% sur l'ensemble). Les Franciliens quant à eux, sont plus nombreux que l'ensemble des e-acheteurs à utiliser Internet en période de fin d'année pour éviter la foule en magasin (52% vs. 41%).

### **Podium des cadeaux achetés sur Internet : les produits culturels, suivis des jeux et jouets**

Les grands cybers gagnants de Noël sont les produits culturels (livres, films, musique, billetterie ; physiques ou dématérialisés) : 50% des répondants ayant effectué leurs achats de Noël sur Internet ont acheté au moins un produit de ce type.

Le livre est le produit le plus acheté (31%, 39% auprès des CSP+). 45% ont acheté des jeux et jouets, jeux vidéo compris, en particulier les 35-49 ans (54%). Pour terminer ce podium des cadeaux de Noël, 36% des e-acheteurs ont choisi des vêtements/chaussures et accessoires, produits privilégiés par les 18-24 ans (57% vs. 36% sur l'ensemble) et les femmes (40% vs 36% sur l'ensemble).



### **\*Méthodologie**

Depuis 2003, le Baromètre Fevad/CSA mesure les achats de Noël sur Internet. L'enquête a été réalisée en ligne du 25 décembre 2015 au 30 décembre 2015 auprès d'un échantillon représentatif de 1 000 e-acheteurs français (c'est-à-dire toute personne ayant au moins déjà réalisé un achat sur Internet) de 18-74 ans constitué d'après la méthode des quotas (sexe, âge, CSP, région, fréquence d'achat en ligne). Les résultats sont redressés afin d'être représentatifs 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 600 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. Son expertise multisectorielle et sa maîtrise des méthodologies qualitative et quantitative permettent à ses experts, analystes des opinions et des comportements, d'aller toujours plus loin dans la mise en perspective et le décryptage des évolutions sociétales. Cette capacité d'analyse est renforcée par sa forte intégration. L'activité de CSA est structurée autour de 3 pôles : *Connect* (Banque, assurance, Telecom, media, automobile), *Care* (Services, mobilité, Conso, Santé), *Society* (Opinion, société, corporate, études internes) et d'activités transversales : le *Quali*, laboratoire et créateur de solutions et process qualitatifs et les *Grandes enquêtes* pour les études qui nécessitent des méthodologies quantitatives lourdes, complexes ou particulières. CSA maîtrise toute la chaîne de production, garantissant ainsi l'efficacité des études au service de la décision.

Pour en savoir plus : [www.csa.eu](http://www.csa.eu) / suivez nous sur Twitter : @InstitutCSA

---

#### **Contact Presse:**

FEVAD - Nathalie Laîné - Responsable Communication  
01 42 56 38 86 - [nlaine@fevad.com](mailto:nlaine@fevad.com)

CSA - Leda Bontosoglou- Responsable Communication  
01 57 00 58 50 • [leda.bontosoglou@csa.eu](mailto:leda.bontosoglou@csa.eu)