



QUELLES PERSPECTIVES POUR LE E-COMMERCE EN 2016 ?

CONFÉRENCE DE PRESSE DU 28 JANVIER 2016



FICHE TECHNIQUE DE L'ÉTUDE

MODE DE RECUEIL



Questionnaire auto-administré **en ligne sur panel**

DATES DE TERRAIN



Du **25 au 30 décembre 2015**

CIBLE INTERROGÉE



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.



*Les résultats de cette étude sont mis en perspective avec **la vague 2014** du baromètre
lorsque les comparatifs sont possibles*

SOMMAIRE

1. Achats sur Internet : quel bilan pour 2015 ? Quelles intentions pour 2016 ?
2. E-commerce : quels devices ? Quels usages ?
3. Les modes de livraison
4. La consommation collaborative, pratiques et opinion

DES PERSPECTIVES POUR L'ACHAT EN LIGNE À REMETTRE DANS LEUR CONTEXTE

Progression du PIB

Redressement de la croissance

Investissement des entreprises

Annonce de l'INSEE

Regain d'optimisme

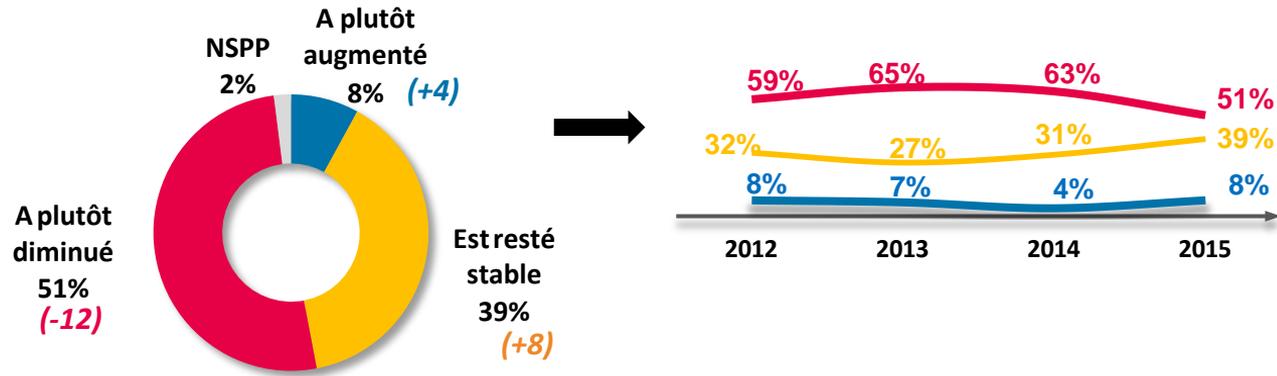
Avenir personnel 52%, +5 points

Avenir de la société française 34%, +7 points

Etude CSA
Le Moral des Français

DES PERSPECTIVES POUR L'ACHAT EN LIGNE À REMETTRE DANS LEUR CONTEXTE

Pouvoir d'achat : le sentiment d'une diminution qui atteint son niveau le plus bas

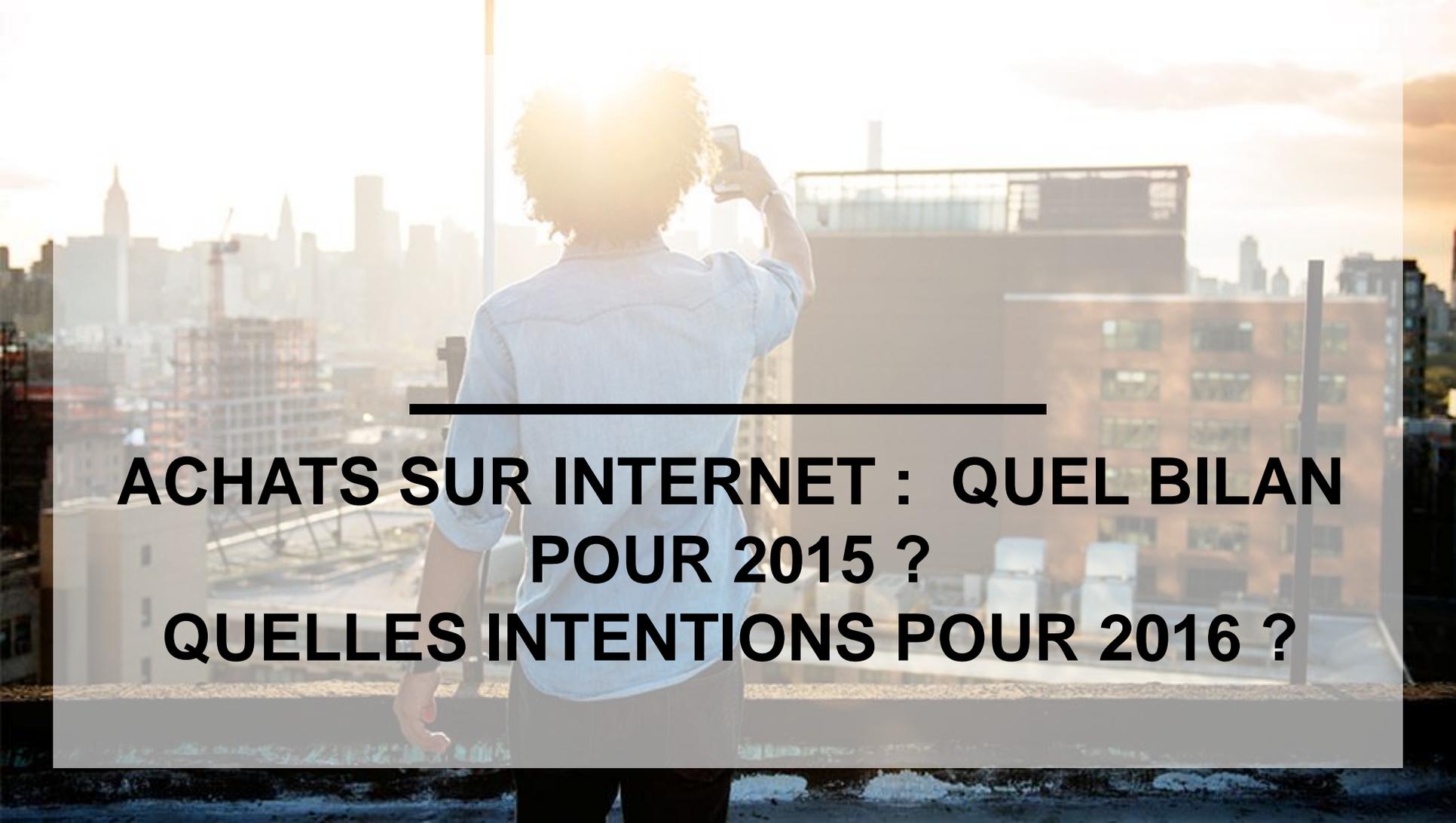


Etude CSA / COFIDIS
Le Pouvoir d'Achat
des Français

Les Français consomment, et de manière raisonnée

- 69% des Français privilégient la qualité à la quantité +2 pts vs. 2013
- 66% des Français déclarent éviter les achats superflus +3 pts vs. 2013
- 64% des Français chassent les bons plans, les promotions
- 58% des Français se définissent comme « réfléchis »

Etude CSA
Français, ce qui vous
rassemble est-il plus
fort que ce qui vous
divise » (vague 2)



**ACHATS SUR INTERNET : QUEL BILAN
POUR 2015 ?
QUELLES INTENTIONS POUR 2016 ?**

LA QUASI-TOTALITÉ DES E-ACHETEURS S'EST SERVIE D'INTERNET EN 2015 POUR SES ACHATS, AU MOINS UNE FOIS PAR MOIS POUR PLUS DE LA MOITIÉ D'ENTRE EUX

ACHAT SUR INTERNET en 2015

Avez-vous acheté **SUR INTERNET** au cours de l'année 2015 ? Base : ensemble (n=1000)



98% des e-acheteurs ont acheté sur Internet en 2015

Rappel 2014 : 98%

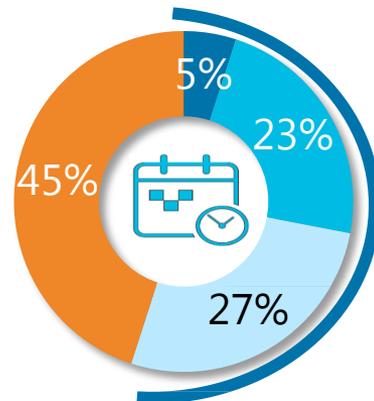
CSP + : **100%**

FRÉQUENCE D'ACHAT SUR INTERNET en 2015

À quelle fréquence achetez-vous **SUR INTERNET** ? Base : e-acheteurs 2015 (n=978)

MOINS D'UNE FOIS PAR MOIS

Rappel 2014 : 47%



- Au moins une fois par semaine
- 2 à 3 fois par mois
- 1 fois par mois

UNE FOIS PAR MOIS OU PLUS

= 55%

Rappel 2014 : 53%

25-34 ans : **64%**

35-49 ans : **61%**

CSP + : **65%**

LA CRISE ÉCONOMIQUE IMPACTERAIT DE MOINS EN MOINS LA CONSOMMATION SUR INTERNET

IMPACT DU CONTEXTE ÉCONOMIQUE sur la CONSOMMATION ONLINE de 2016

En 2016, pouvez-vous nous dire si le contexte économique actuel affectera votre consommation SUR INTERNET ?

Base : ensemble (n=1000) – PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

Oui,
en **ACHETANT PLUS**
sur Internet

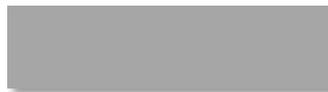


15%

25-34 ans : **21%**

Rappel 2014 : 18%

Non,
cela **N'AFECTERA PAS**
ma consommation sur Internet



↗ 70%

56%	60%	61%	70%
2012	2013	2014	2015

Oui,
en **ACHETANT MOINS**
sur Internet



↘ 15%

Rappel 2014 : 21%

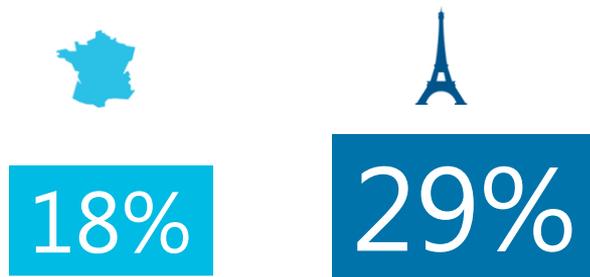
FÊTES DE FIN D'ANNÉE 2015 : 2 FRANÇAIS SUR 10 ET 3 FRANCILIENS SUR 10 ONT PRIVILÉGIÉ INTERNET POUR LEURS CADEAUX DE FIN D'ANNÉE SUITE AUX ATTENTATS

IMPACT DES ATTENTATS SUR LES ACHATS EN LIGNE POUR LES FETES DE FIN D'ANNEE

Suite aux attentats qui ont eu lieu le 13 novembre dernier à Paris, avez-vous privilégié Internet plutôt que le magasin pour vos achats de cadeaux de fin d'année ?

Base : e-acheteurs pour les fêtes de fin d'année (n=661)

% Oui

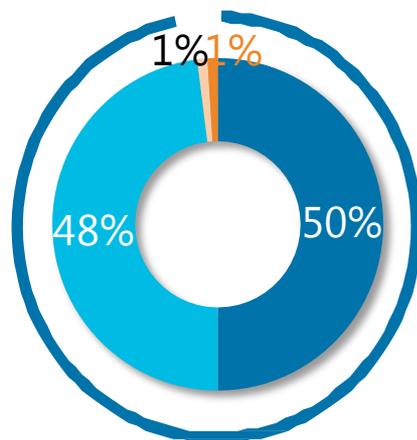


FÊTES DE FIN D'ANNÉE : L'EXPÉRIENCE D'ACHAT SUR INTERNET SE RÉVÈLE CONCLUANTE LA QUASI-TOTALITÉ DES E-ACHETEURS SE DÉCLARE SATISFAITE

SATISFACTION POUR LES ACHATS EN LIGNE DE CADEAUX DE FIN D'ANNEE

Quel est votre niveau de **SATISFACTION** globale concernant vos achats en ligne concernant vos cadeaux de fin d'année ?

Base : e-acheteurs pour les fêtes de fin d'année (n=661)



- Très satisfait
- Assez satisfait
- Pas vraiment satisfait
- Pas du tout satisfait

% SATISFAITS

= 98% CSP + : **100%**

Rappel 2014 : 98%

PRÈS D'1 E-ACHETEUR SUR 5 PENSE EFFECTUER UNE PLUS GRANDE PART DE SES ACHATS SUR INTERNET EN 2016

PART D'ACHATS ENVISAGÉE SUR INTERNET POUR 2016

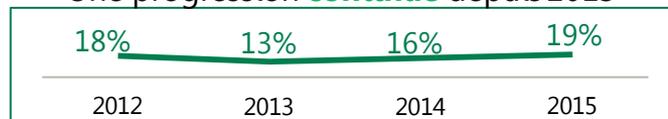
En 2016, par rapport à 2015, quelle part de vos achats envisagez-vous d'acheter sur INTERNET ?

Base : e-acheteurs 2015 (n=978)

Une **PLUS GRANDE PART**
qu'en 2015



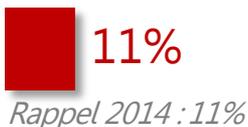
Une progression **continue** depuis 2013



La **MÊME PART**
qu'en 2015



Une **PLUS PETITE PART**
qu'en 2015



50 ans et + : **14%**
Inactifs : **14%**

LA MODE, LES PRODUITS CULTURELS, L'ÉLECTROMÉNAGER ET LE TOURISME RESTENT LES SECTEURS SUSCITANT LE PLUS D'INTENTIONS D'ACHAT

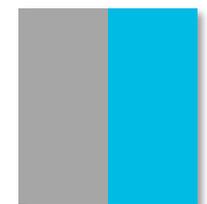
ACHATS 2015 ET INTENTIONS D'ACHAT 2016 SUR INTERNET

Parmi les catégories de produits/services suivantes, quelles sont celles que vous avez achetées SUR INTERNET en 2015, et quelles sont celles que vous pourriez acheter SUR INTERNET en 2016 ? Base : ensemble (n=1000) – PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES



25-34 ans : **67%**
Femmes : **65%**
CSP + : **62%**

57% **57%**

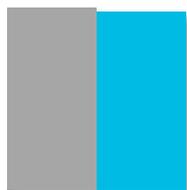


Habillemt/mode



CSP + : **62%**
Région parisienne : **60%**

53% **52%**

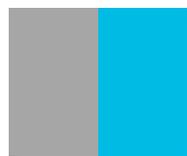


Produits culturels



CSP + : **52%**
Région parisienne : **55%**

43% **43%**

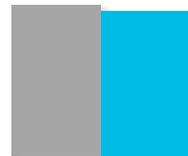


Voyage/tourisme



35-49 ans : **47%**
Hommes : **47%**
CSP + : **48%**

44% **42%**



Produits techniques,
électroménager



25-34 ans : **42%**
Femmes : **44%**

34% **34%**



Beauté/santé



Femmes : **35%**

30% **32%**



Maison/décoration



25-34 ans : **29%**
CSP + : **30%**

20% **22%**



Alimentation et produits
grande consommation

■ J'ai acheté sur Internet en 2015

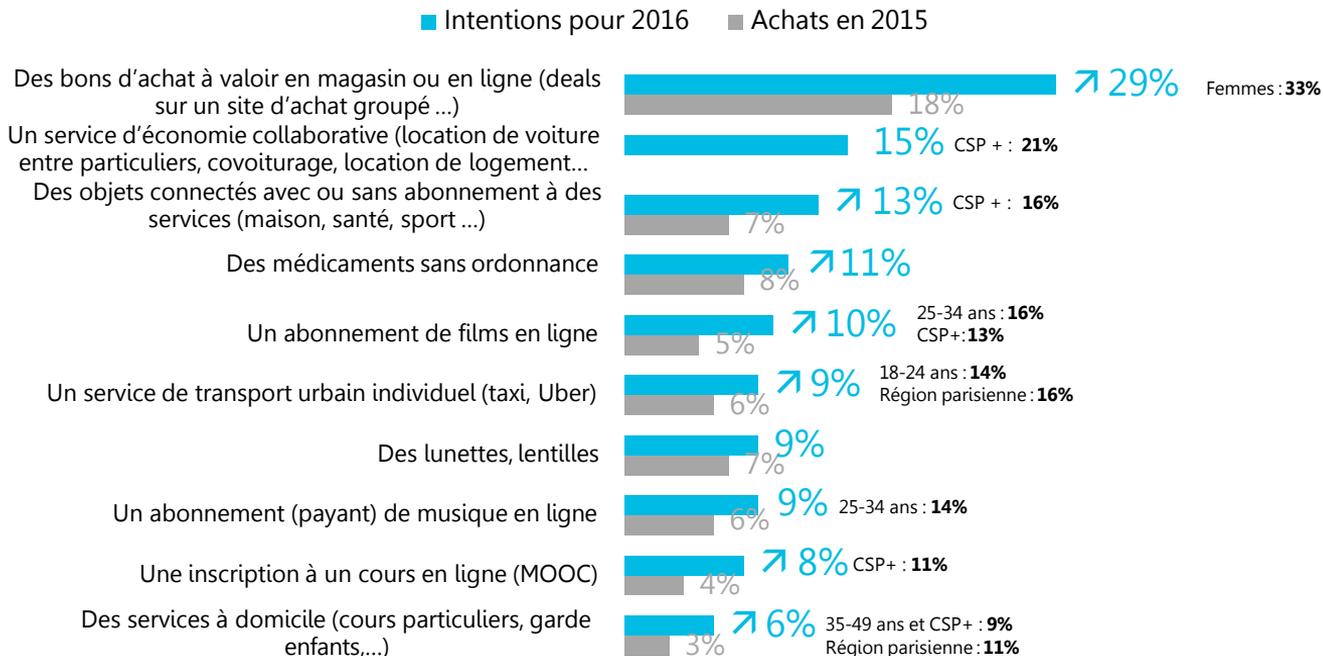
■ J'envisage d'acheter sur Internet en 2016

L'INTENTION D'ACHAT DE PRODUITS ET SERVICES APPARUS RÉCEMMENT SUR INTERNET AUGMENTE FORTEMENT POUR 2016

INTENTIONS D'ACHAT SUR INTERNET pour des produits et services RÉCEMMENT APPARUS

Parmi les nouveaux produits/services apparus récemment sur internet suivants, quels sont ceux que vous pourriez acheter SUR INTERNET en 2016 ?

Base : ensemble (n=1000) – PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES





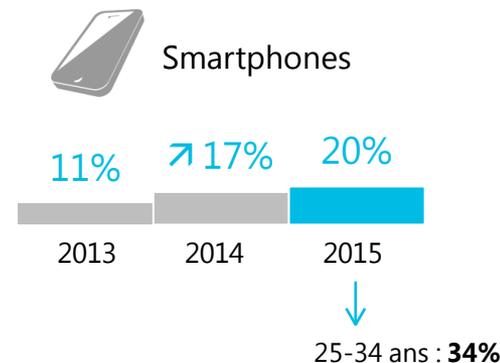
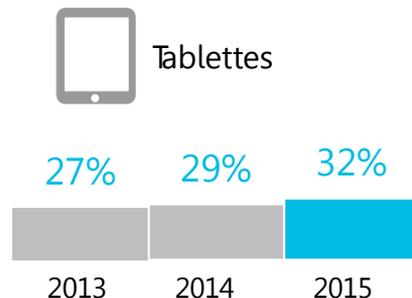
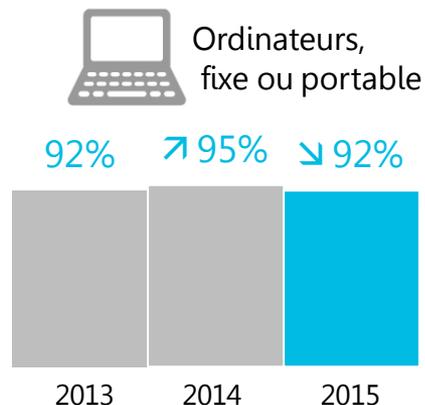
**E-COMMERCE : QUELS DEVICES,
QUELS USAGES ?**

L'UTILISATION DES ÉQUIPEMENTS MOBILES POUR LES ACHATS SUR INTERNET POURSUIT SA PROGRESSION

SUPPORTS D'ACHAT UTILISÉS en 2015

À partir de quel(s) équipement(s) achetez-vous SUR INTERNET ?

Base : e-acheteurs équipés ordinateur / tablette / smartphone (n=953/566/813) – PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES



TAUX D'ÉQUIPEMENT DES E-ACHETEURS

95% (-2)
Rappel 2014 : 97%

81% (+4)
Rappel 2014 : 77%

57% (+4)
Rappel 2014 : 54%

Quelles perspectives pour le e-commerce en 2016 ?

M-COMMERCE : LA MODE ET LES PRODUITS CULTURELS, SECTEURS QUI CONCENTRENT LE PLUS D'INTENTION D'ACHATS SUR SMARTPHONE EN 2016

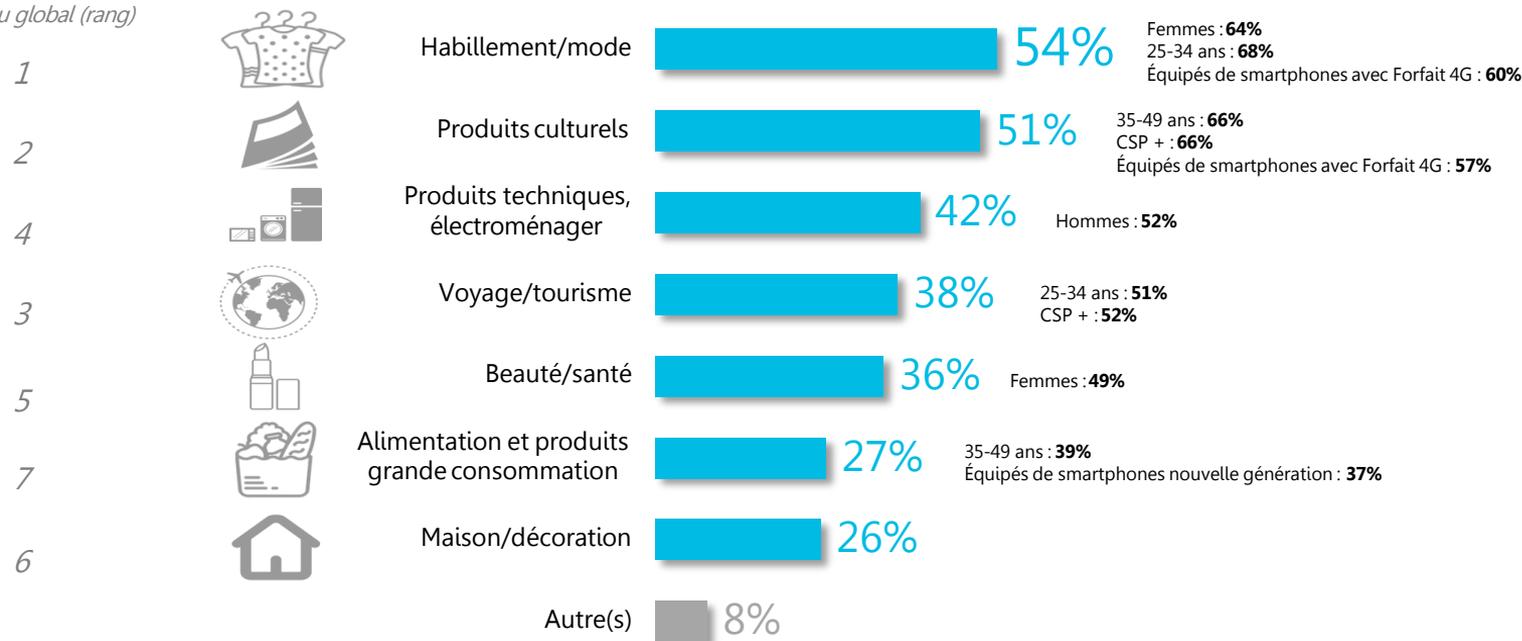
INTENTIONS D'ACHAT SUR SMARTPHONE

Sur votre téléphone mobile, votre Smartphone, quels sont les produits/services que vous pourriez acheter en 2016 ? NOUVELLE QUESTION

Base : e-acheteurs équipés en téléphone mobile ou smartphone et envisageant d'utiliser ces équipements pour acheter sur Internet en 2016 (n=155)

PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES

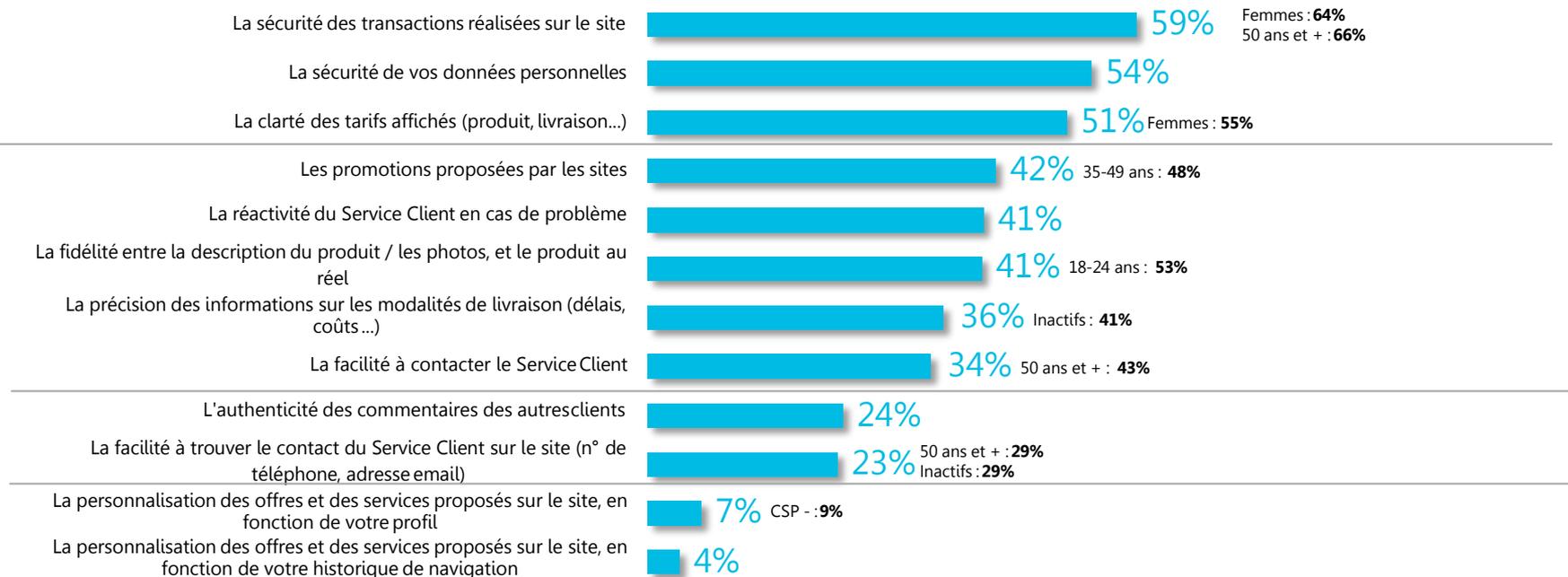
Rappels Intentions
d'achat au global (rang)



SÉCURITÉ DES DONNÉES ET FIABILITÉ DES TARIFS, PRINCIPALES PRIORITÉS POUR LES E-ACHETEURS EN 2016

SERVICES PRIORITAIRES des sites d'e-commerce pour 2016

Parmi les services et engagements des sites de e-commerce listés ci-dessous, pouvez-vous indiquer ceux qui sont pour vous prioritaires pour 2016 ?
Merci de choisir 5 priorités maximum NOUVELLE QUESTION - Base : ensemble (n= 1000)



A low-angle, slightly blurred photograph of a person in a blue denim jacket holding a camera up to their eye, taking a picture. The background shows a street with tall, multi-story buildings in warm, golden light. A semi-transparent white horizontal bar is positioned across the middle of the image, containing the text.

LES MODES DE LIVRAISON

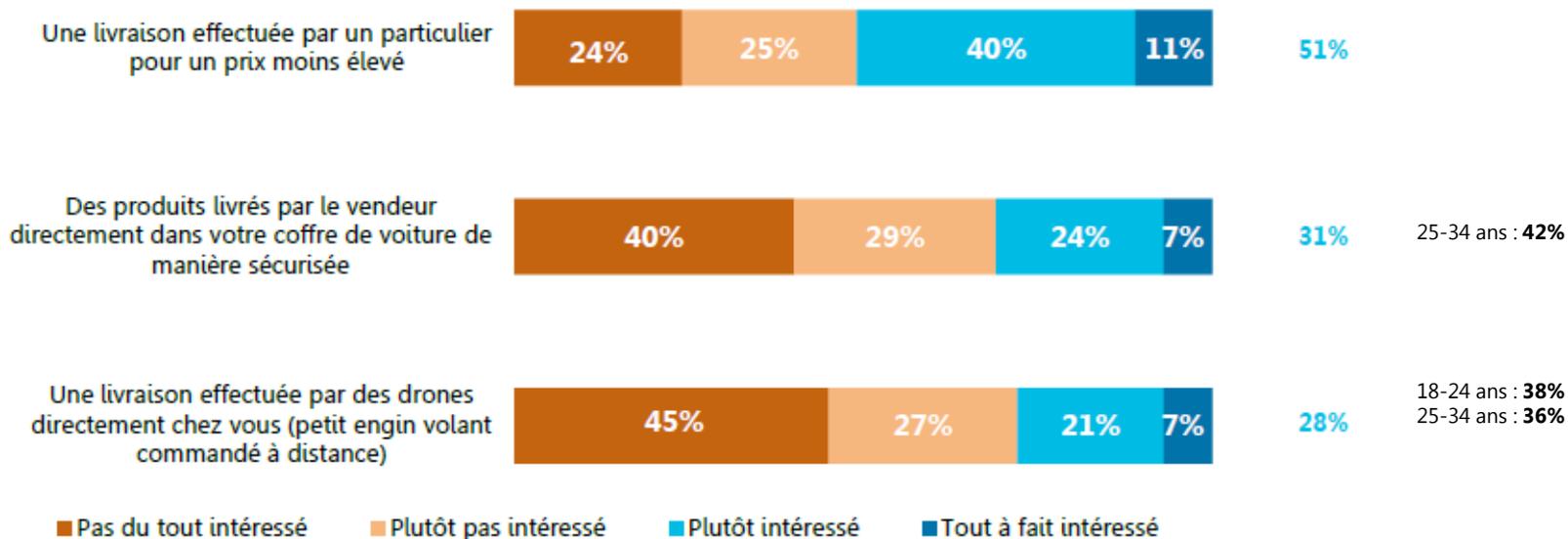
1 RÉPONDANT SUR 2 SERAIT INTÉRESSÉ PAR UN SERVICE DE LIVRAISON COLLABORATIVE

INTERÊT POUR D'AUTRES ALTERNATIVES DE LIVRAISON

Toujours concernant la livraison de produits, seriez-vous intéressé par...

NOUVELLE QUESTION - Base : ensemble (n= 1000)

Total INTERESSE



AMAZON PREMIUM, UNE FORMULE DE LIVRAISON SOUSCRITE PAR 1 E-ACHETEUR SUR 10 UN TYPE D'OFFRE QUI INTÉRESSERAIENT PLUS D'UN TIERS DES E-ACHETEURS

CLIENTS AMAZON PREMIUM

Etes vous client d'Amazon premium, le service d'Amazon qui permet la livraison express et en nombre illimité sur un grand nombre de produits pendant 1 an moyennant le versement de 49€ ? NOUVELLE QUESTION - Base : ensemble (n= 1000)

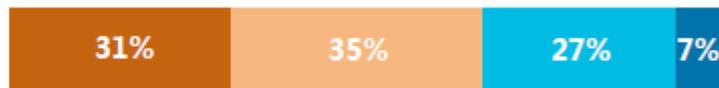


INTERÊT POUR UNE OFFRE DE TYPE AMAZON PREMIUM

Seriez-vous intéressé par...
NOUVELLE QUESTION - Base : ensemble (n=1000)

Total INTERESSE

Le service Amazon Premium ou un système équivalent proposé par d'autres sites de e-commerce



35% Non clients Amazon Premium : 27%
18-24 ans : 47%
25-39 ans : 40%

■ Pas du tout intéressé ■ Plutôt pas intéressé ■ Plutôt intéressé ■ Tout à fait intéressé

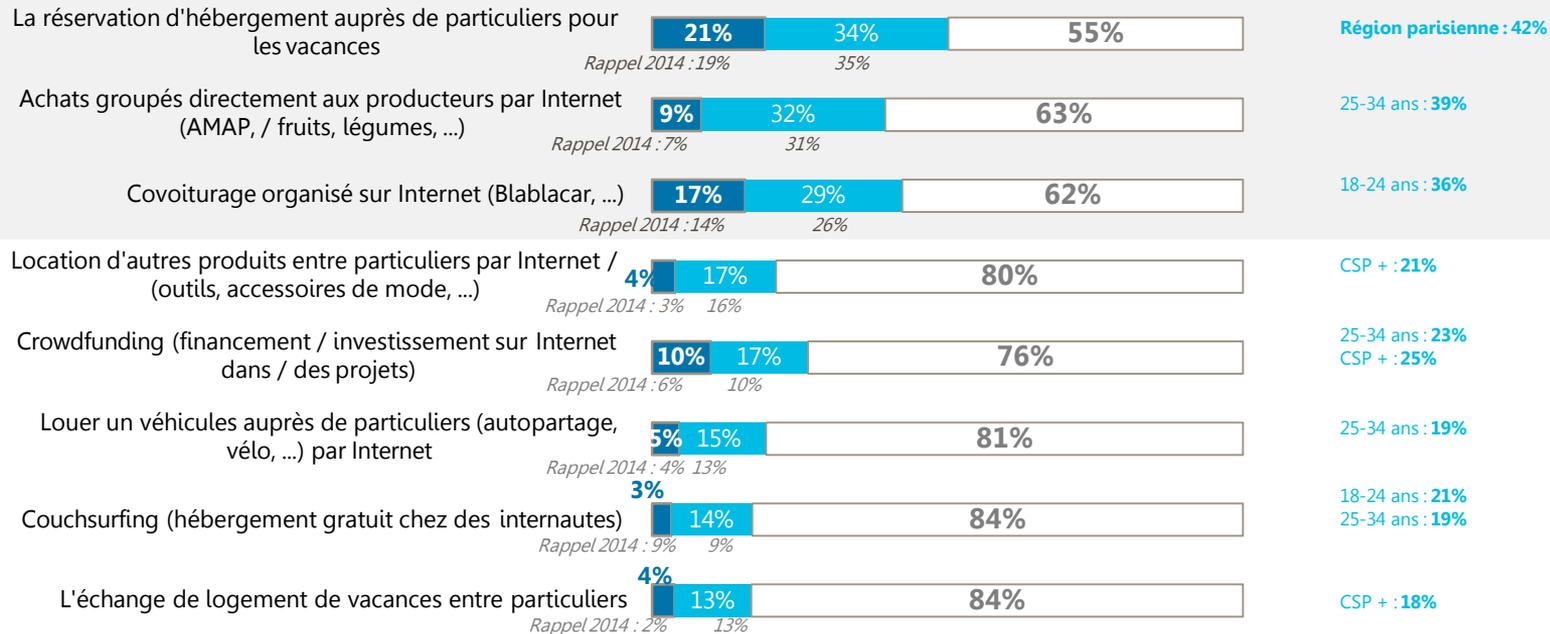


**LA CONSOMMATION COLLABORATIVE,
PRATIQUES ET OPINION**

LA CONSOMMATION COLLABORATIVE CONTINUE SUR SA LANCÉE...

RECOURS A LA CONSOMMATION COLLABORATIVE en 2015 et 2016

Pour chaque usage sur Internet décrit ci-dessous vous indiquerez si vous y avez eu recours en 2015, et/ou si vous envisagez de le faire en 2016.
Base : ensemble (n=1000)



■ Vous avez eu recours à cet usage par Internet en 2015

■ Vous envisagez d'avoir recours à cet usage en 2016

□ Vous n'y avez pas eu recours en 2015, et n'envisagez pas de le faire en 2016

Quelles perspectives pour le e-commerce en 2016 ?

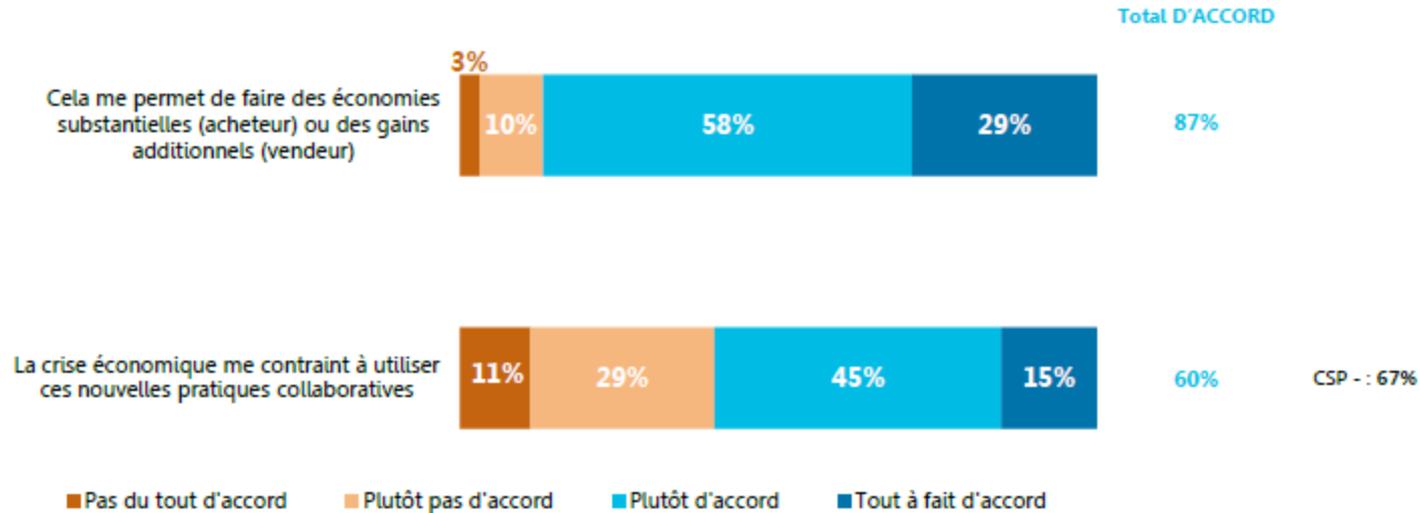
L'ÉCONOMIE COLLABORATIVE, DES MOTIVATIONS FINANCIÈRES...

LES MOTIVATIONS DE LA CONSOMMATION COLLABORATIVE

Vous avez dit avoir eu recours à des pratiques collaboratives sur Internet, en tant qu'acheteur ou vendeur.

Etes-vous tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout d'accord avec les affirmations suivantes ?

NOUVELLE QUESTION - Base : e-acheteurs ayant recours à des pratiques collaboratives sur Internet en tant qu'acheteurs ou vendeurs (n= 416)



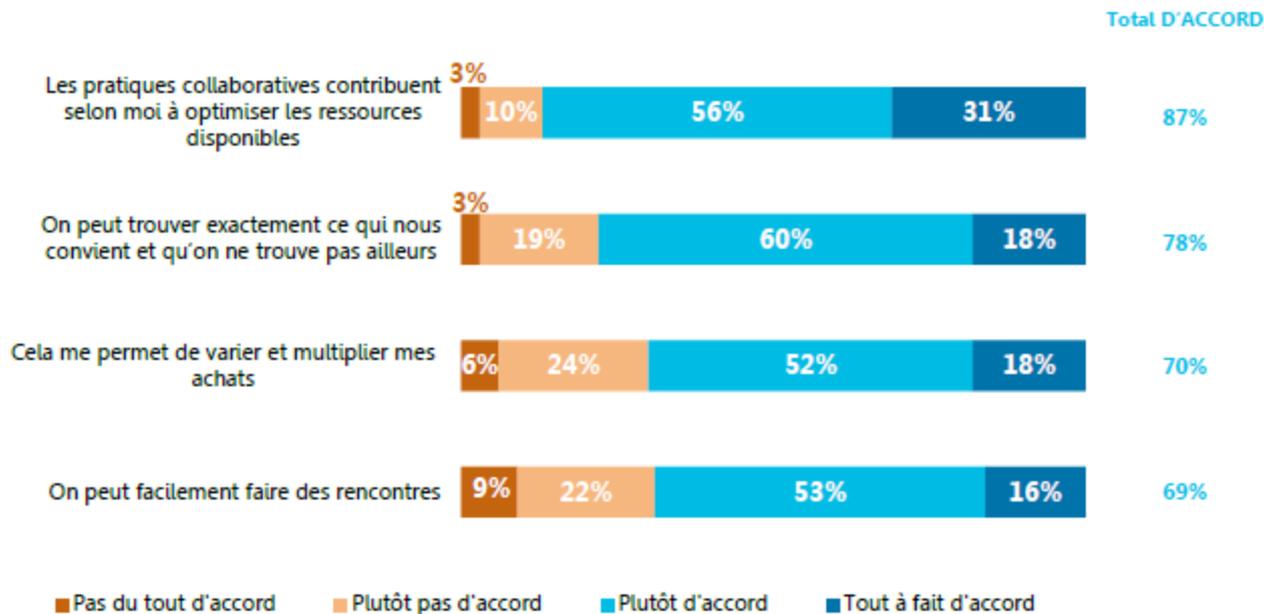
... MAIS PAS QUE ! DES MOTIVATIONS IDÉOLOGIQUES ÉGALEMENT

LES MOTIVATIONS DE LA CONSOMMATION COLLABORATIVE

Vous avez dit avoir eu recours à des pratiques collaboratives sur Internet, en tant qu'acheteur ou vendeur.

Etes-vous tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout d'accord avec les affirmations suivantes ?

NOUVELLE QUESTION - Base : e-acheteurs ayant recours à des pratiques collaboratives sur Internet (n= 416)



CONTACTS –

LEDA BONTOSOGLOU – Responsable de la communication leda.bontosoglou@csa.eu 01 57 00 58 50

JULIE GAILLOT – Directrice adjointe du pôle Society julie.gaillot@csa.eu 01 57 00 59 06

JUSTINE DELOMEL – Directrice d'études justine.delomel@csa.eu 01 57 00 59 21

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

10, rue Godefroy - 92800 Puteaux

Tel . : 01.57.00.58.00 - Fax : 01.57.00.58.01

