



Observatoire des nouveaux usages du e-commerce

3^{ème} vague

Femmes séniors et e-commerce: des retraitées hyper-branchées

Jeudi 29 novembre 2012

Avec notre partenaire



Les nouveaux usages du e-commerce

Etude quantitative

par



Un Observatoire qui s'attache à décrire les comportements d'achat sur Internet de différents types de femmes

Mars 2012

502

Femmes au foyer



1

Juillet 2012

510

Jeunes actives urbaines
Âgées de 25 à 35 ans



2

Novembre 2012

512

Retraitées



3

Études réalisées **online**

À partir du panel propriétaire de CSA:
Buzz Panel

Méthodologie

3^{ème} vague : méthodologie

- Du 25 octobre au 5 novembre 2012
- Auprès de e-shopeuses (ayant réalisé au moins 1 achat online au cours des 6 derniers mois)



Cible 1
500 femmes
Retraitées
et e-shopeuses*

âge moyen :
64 ans

VS



Cible 2
572 femmes
18 ans et plus
et e-shopeuses*

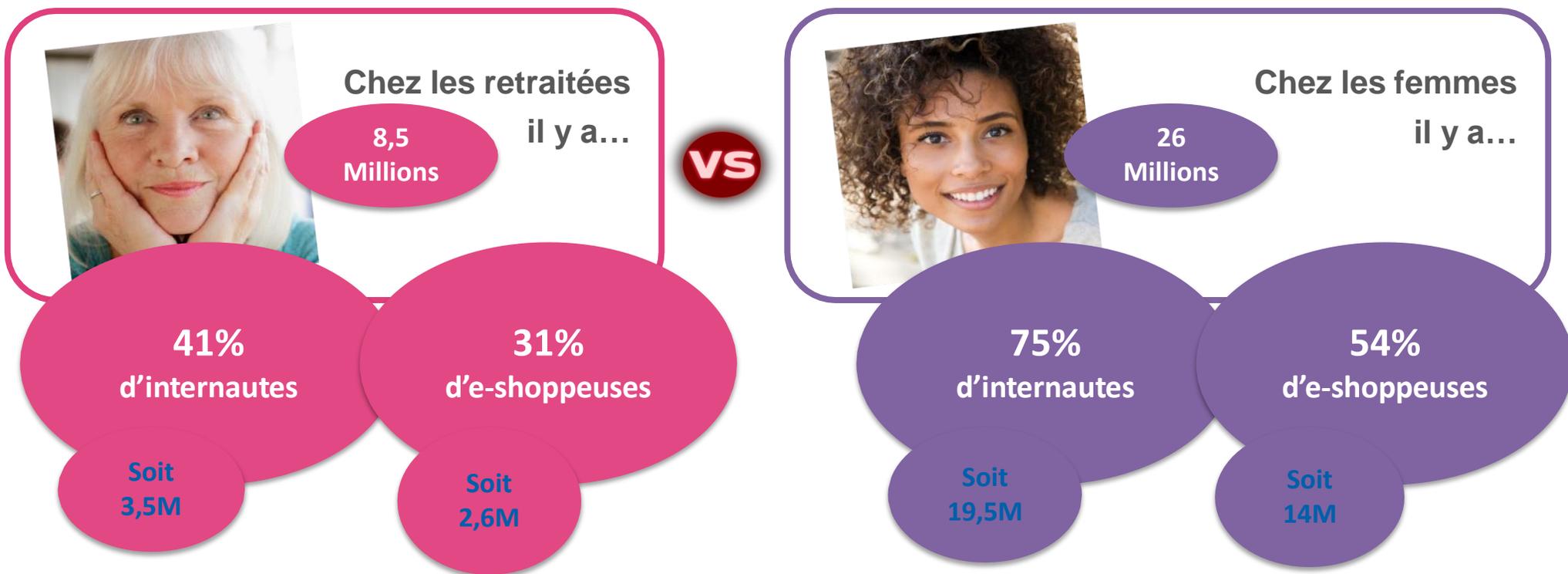
âge moyen :
42 ans

e-comportements des femmes

Des retraitées pas si différentes!

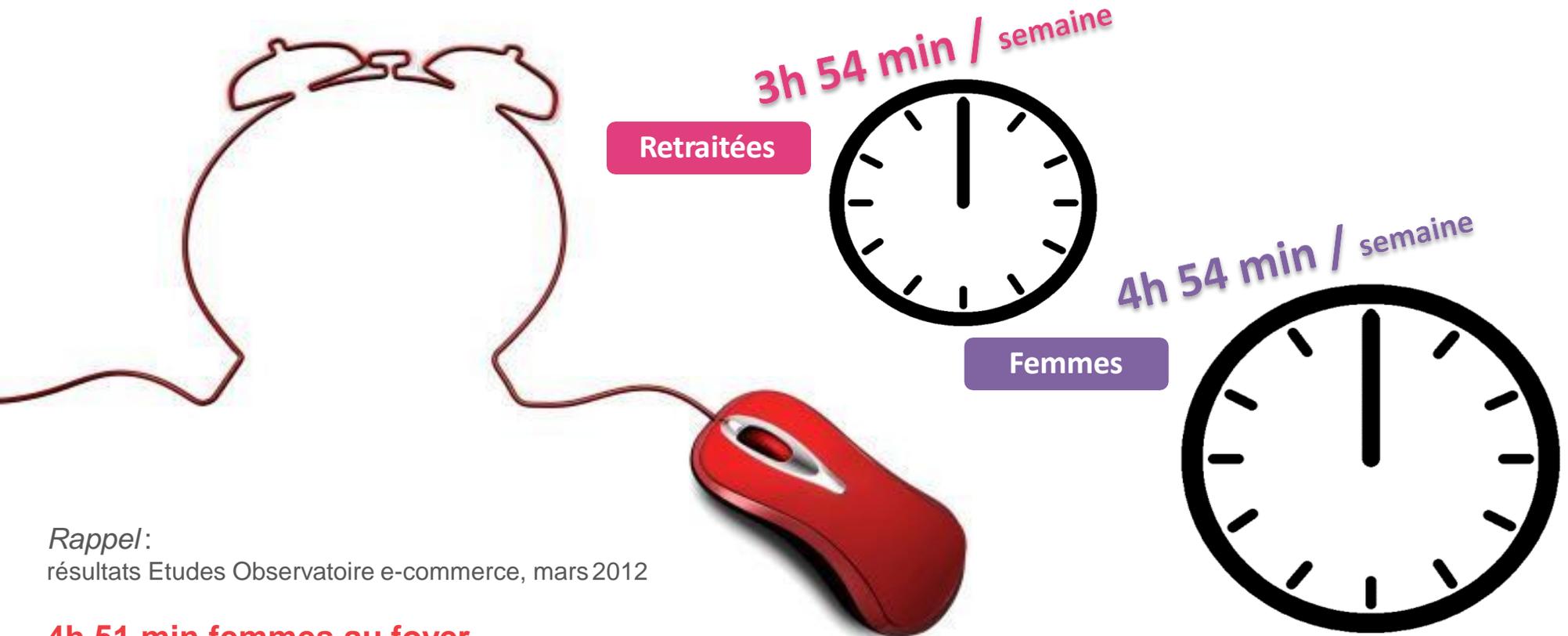
Quelques données nationales

Sources : Crédoc et INSEE



Les retraitées passent une heure de moins sur Internet pour leurs achats que les femmes en général

Parmi les heures que vous passez sur Internet en dehors de la consultation de vos mails, combien sont consacrées à faire du shopping (recherche, achat,...) chaque semaine?



Rappel:
résultats Etudes Observatoire e-commerce, mars 2012

4h 51 min femmes au foyer

Pour autant, elles achètent presque aussi fréquemment

A quelle fréquence achetez-vous sur Internet ?

Retraitées

45%

effectuent un achat en ligne au moins 1 fois / mois

Femmes

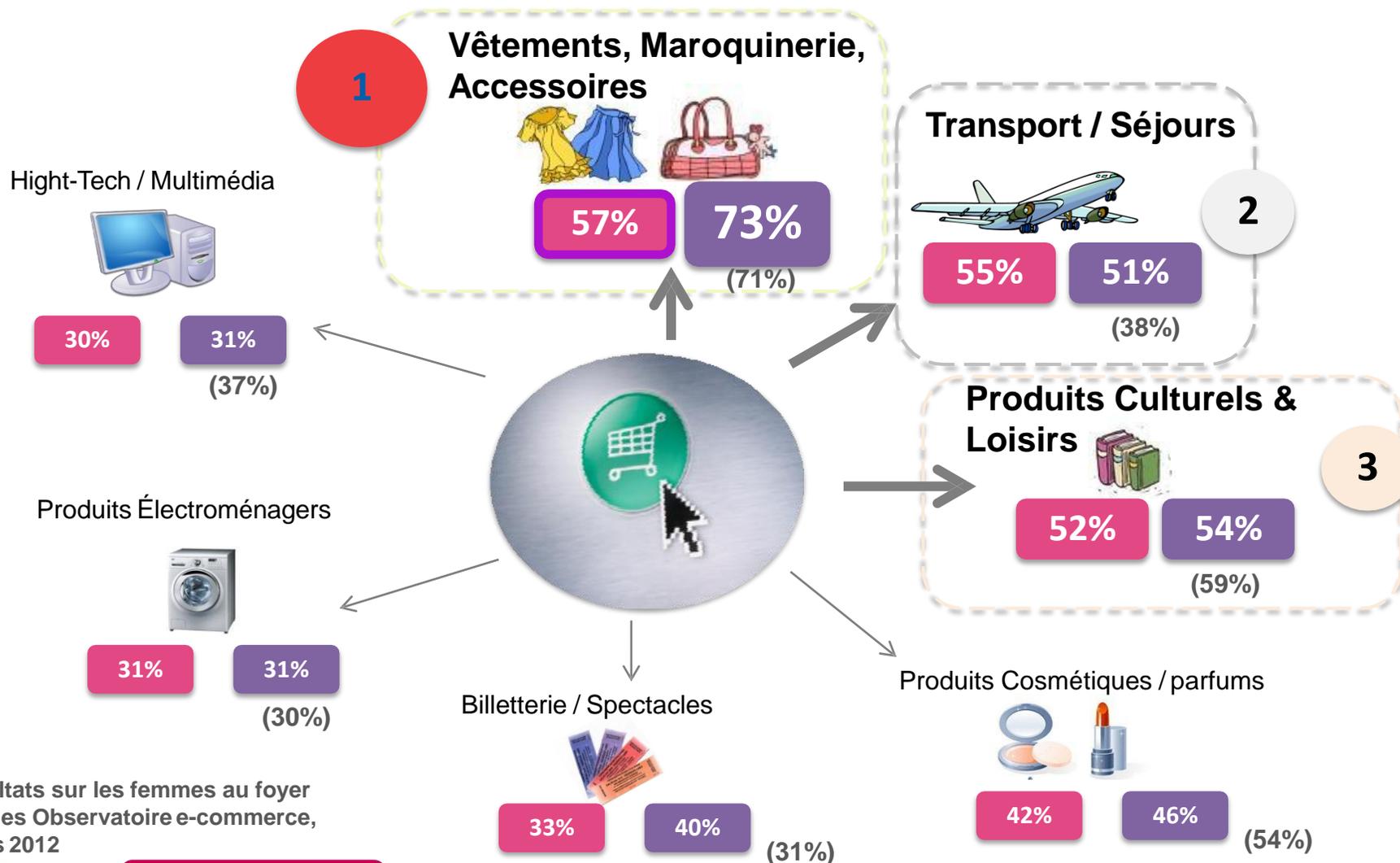
50%

effectuent un achat en ligne au moins 1 fois / mois

Vêtements, transports et produits culturels arrivent en tête des achats online chez les deux cibles

Parmi les catégories suivantes, dans lesquelles avez-vous effectué au moins un achat sur Internet au cours des 12 derniers mois ?

Retraitées
Femmes



(%)
résultats sur les femmes au foyer
Etudes Observatoire e-commerce,
mars 2012

Pour les guider dans ces achats, elles ont recours presque aussi systématiquement que les femmes à des comparateurs de prix.

A quelle fréquence consultez-vous des sites de comparateurs de prix ?

Retraitées

88%

Femmes

93%

ont déjà consulté un site de comparateur de prix

Les retraitées dépensent tendanciellement plus sur Internet que les femmes en général.

En moyenne, combien dépensez-vous chaque année pour vos achats sur Internet ?

Retraitées :
446 €/an



Femmes :
438 €/an



Rappel:

résultats Etudes 25-35 actives urbaines, juillet 2012

307€ jeunes actives

Des retraitées moins à l'aise que les femmes en général sur les achats multi-supports.

Parmi les 10 derniers achats que vous avez effectués sur Internet, combien étaient faits...

Depuis votre domicile
(ordinateur personnel)

99%



Retraitées

Femmes

99%

1,1
supports
utilisés en
moyenne



Depuis votre ordinateur
professionnel



0%

21%

1,4
supports
utilisés en
moyenne

Depuis une **tablette**



4%

7%

Depuis un **mobile /
smartphone**

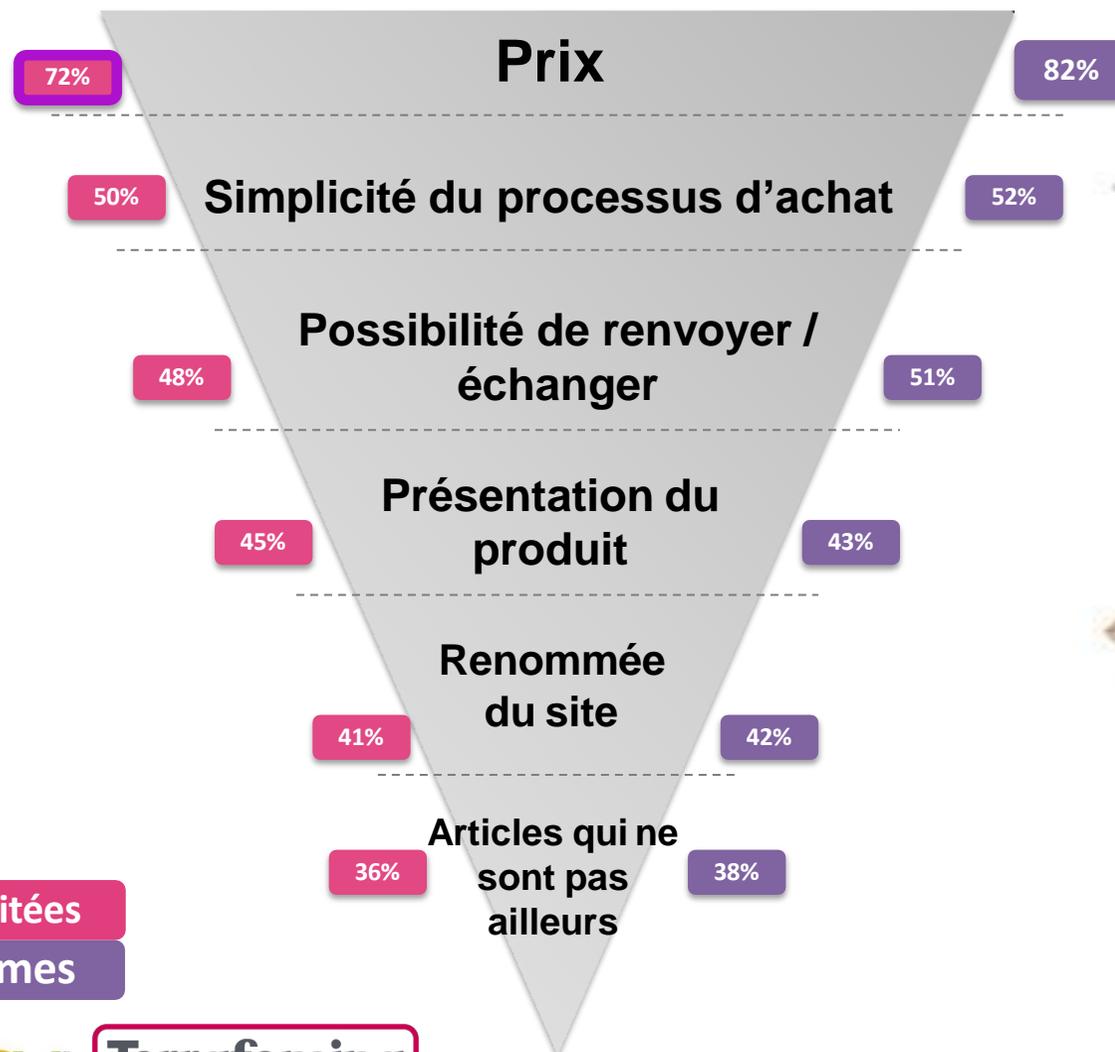


3%

9%

Prix, simplicité et possibilité de renvoi influencent en premier lieu les retraitées dans leurs achats sur Internet

Parmi les éléments suivants, quels sont ceux qui vous incitent à commander sur un site internet plutôt que sur un autre ?



Retraitées

Femmes

Nombre moyen d'éléments cités :
Retraitées : 3,7
Femmes : 4,4

L'achat en ligne jouit d'une excellente image auprès de toutes les femmes

Pour chacune des affirmations suivantes relatives à l'achat sur Internet, merci d'indiquer dans quelle mesure vous êtes d'accord avec elles

Faire ses achats sur Internet c'est...

✓ **Pratique**

(99%) (99%)

✓ **Un gain de temps**

(97%) (97%)

✓ **Avoir plus de choix**

(88%) (91%)

✓ **Profiter de prix plus bas**

(88%) (90%)

+ de **90 %** des femmes

✓ **Une meilleure expérience qu'en magasin**

(49%) (52%)

+ de **50 %** des femmes

✓ **Compliqué**

(8%) (6%)

✓ **Une arnaque**

(4%) (6%)

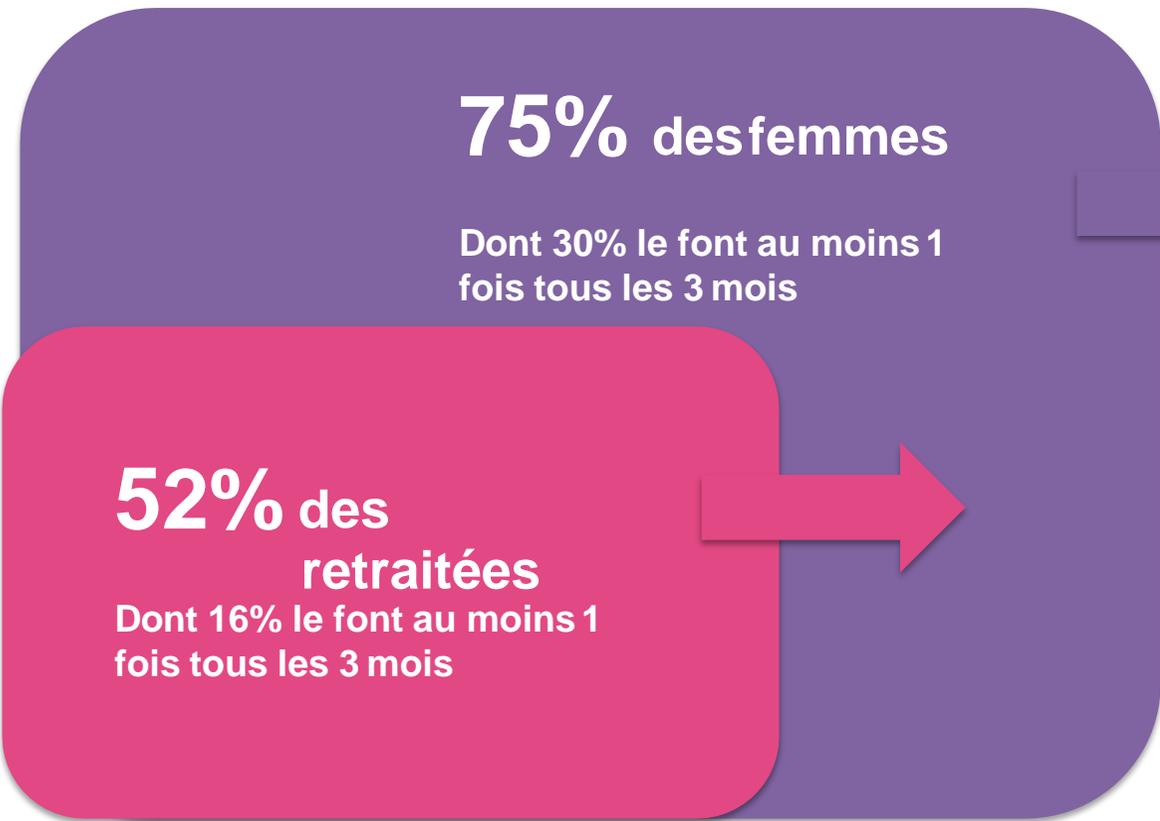
- de **8 %** des femmes

Retraitées

Femmes

Les retraitées sont en revanche plus frileuses à tester la mise en vente de produits sur Internet que les femmes en général

A quelle fréquence mettez-vous en vente des produits qui vous appartiennent ?



Des retraitées qui sont avant tout des femmes et agissent en tant que telles pour leur shopping sur Internet

Les retraitées ont sauté dans le train de l'Internet récemment mais ont très vite intégré les fondamentaux et sont maintenant très proches des autres femmes dans leur comportement en ligne.

*Si lors de leurs premiers pas de e-shopeuses elles se sont tournées vers des commerçants «traditionnels» (Fnac, La Redoute, SNCF...) plus rassurants, cette étude montre qu'elles ont dépassé ce cap et ne sont **pas plus inquiètes que les autres femmes** quant à la renommée des sites de vente*

L'achat en ligne est ainsi clairement perçu comme pratique, permettant d'économiser du temps et gage de bonnes affaires

*Bénéficiant de plus de temps, ces retraitées le passent une grande partie à comparer les offres. Elles sont donc généralement bien informées et exigeantes : **les prix pratiqués et la possibilité de changer d'avis sont clés***

*Elles restent néanmoins encore en retrait sur les achats sur supports mobiles, mais sans doute pas pour longtemps : **tous nos indicateurs montrent que ces e-shopeuses sont en train de combler leur retard en équipement de Smartphones et tablettes...***

L'explosion du m-commerce chez les retraitées n'est plus qu'une question de temps !





Observatoire des nouveaux usages du e-commerce
3^{ème} vague

**Femmes séniors et e-commerce:
des retraitées hyper-branchées**

Jeudi 29 novembre 2012

Véronique Morali

Présidente et fondatrice de
Terrafemina.com

Grégory Crossley

Co-fondateur de Dermance

Sophie Schmitt

Co-fondatrice de Séniosphère

Laurence Menard-Zantman

Directrice Conseil chez Sociovision



Avec notre partenaire

