

Paris, le 8 janvier 2018

COMMUNIQUE DE PRESSE

ENQUETE FEVAD/CSA : Les intentions d'achat sur Internet à l'occasion des soldes d'hiver 2018

Soldes d'hiver : 28 millions de Français seront au rendez-vous cette année

J-2 avant les soldes d'hiver 2018. A cette occasion, 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 à l'occasion des cyber-soldes d'hiver.*

77% des e-acheteurs envisagent d'utiliser Internet pour les soldes cet hiver

En hausse de près de 10 points depuis 2016, l'étude révèle que plus des **trois-quarts des e-acheteurs Français ont l'intention d'utiliser Internet** pour préparer et effectuer leurs achats pendant les soldes (68% en 2016, 73% en 2017 et 77% en 2018). Une tendance particulièrement marquée auprès **des femmes** (81%) et surtout **des personnes âgées de 35 à 49 ans** (84%).

Plus spécifiquement, **70% des e-acheteurs ont l'intention d'effectuer des achats** sur Internet pendant les soldes, un chiffre en nette hausse depuis deux ans (+11 points depuis 2016, +5 depuis 2017). Les femmes (73%) et les personnes âgées de 35 à 49 ans (79%) seront particulièrement nombreuses à faire leurs soldes sur internet.

Les soldes d'hiver sont donc en passe de **devenir un moment incontournable du e-shopping** pour les e-acheteurs français. Mais pourquoi cet engouement ? Le **gain de temps reste le principal facteur** incitant à réaliser ses achats sur Internet pendant les soldes pour 64%, cet argument est en hausse(+4 points par rapport à 2017 et +10 points par rapport à 2016), suivi par la volonté **d'éviter la foule dans les magasins** (58%). Ce dernier argument est particulièrement important pour les Franciliens (71% vs 54% en province). Les hommes sont plus nombreux à mettre en avant l'argument **des prix plus avantageux** sur Internet (62% vs 50% chez les femmes). Pour plus d'un e-acheteur sur deux les prix et le choix sur internet sont déterminants.

En 2018, le budget moyen passe le cap symbolique des 200 euros, jamais atteint depuis 2016

Le budget moyen alloué aux soldes d'hiver sur Internet en 2018 est de **216 euros (moyenne la plus haute depuis le début du baromètre FEVAD/CSA)**, une somme en hausse de **17 euros par rapport à 2017 et de 32 euros depuis 2016**. Pour une large majorité des e-

acheteurs Français (68%, une part en hausse de 4 points), le budget alloué aux soldes sur Internet sera stable par rapport à 2017. Seule une minorité (14%) estime que son budget soldes sur Internet sera supérieur à l'année passée. Et près d'un sur cinq (18%) anticipe un budget soldes sur Internet inférieur à 2017.

Le budget moyen est notamment **plus élevé auprès des hommes** (262 euros en moyenne vs 232 euros lors des dernières soldes d'hiver) et **chez les CSP+** (244 euros en moyenne, vs 242 euros). A noter, **19% des hommes estiment que leur budget soldes sera plus important** en 2018 qu'en 2017. A contrario, les femmes anticipent pour près d'un quart d'entre elles (22%), un budget inférieur pour les soldes à venir.

En moyenne, **les e-acheteurs français envisagent d'acheter en moyenne 3,4 produits sur Internet pendant les soldes**, un chiffre stable par rapport à l'année passée.

Cependant, **certaines catégories de produits connaissent un recul dans les prévisions d'achats** : les chaussures de ville (-6 pts), les bijoux/montres (-4 pts) ainsi que les parfums, soins du corps et maquillage (-4 pts).

Certains postes de dépenses sont, au contraire, en progression par rapport à 2017 : l'habillement et les accessoires pour enfant (+4 pts), l'électroménager (+4 pts) et les jouets, consoles de jeux et jeux vidéo (+5 pts).

L'avènement du « m-commerce » : le smartphone décolle

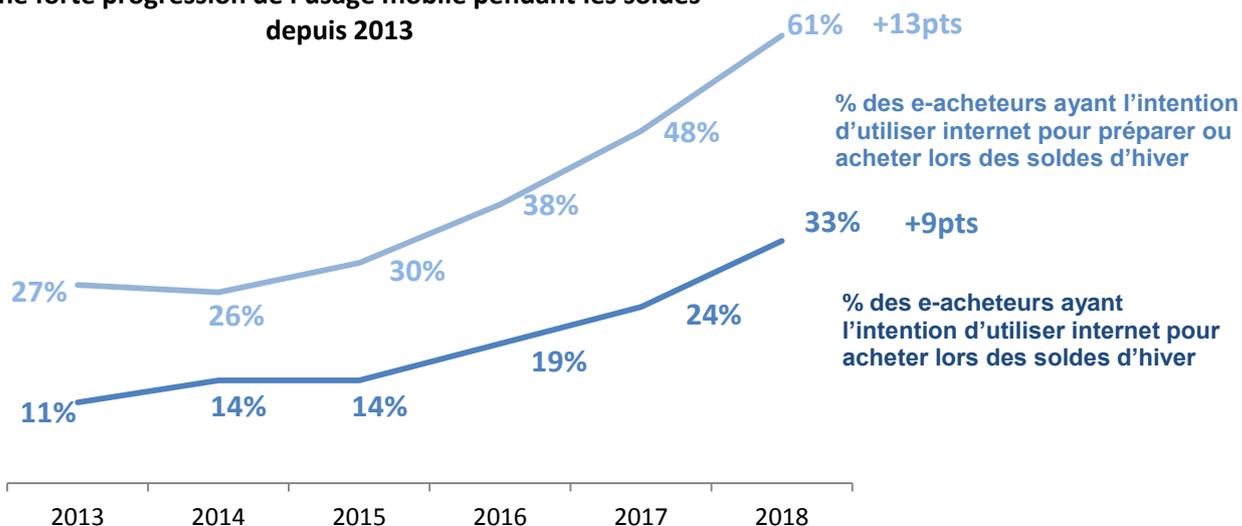
En 2018, **le smartphone gagne encore du terrain en matière de e-commerce** : 61% (+13 points depuis 2017 et +34 points depuis 2013) des e-acheteurs français ayant l'intention de préparer ou d'effectuer des achats sur Internet lors des prochains soldes vont le faire depuis leur smartphone.

Le smartphone a notamment la préférence des plus jeunes : 80% des 18-24 ans et 81% des 25-34 ans ayant l'intention de préparer ou d'effectuer des achats pendant les soldes comptent le faire à partir de leur smartphone.

Et le passage à l'achat enregistre également des hausses importantes : **33% des e-acheteurs ayant l'intention d'effectuer des achats sur Internet comptent le faire depuis leur smartphone**, un chiffre **en hausse de 9 points** depuis 2017.

L'ordinateur (fixe ou portable) reste un incontournable pour les e-acheteurs français (82% de ceux qui envisagent de préparer ou d'effectuer des achats sur Internet pendant les soldes vont le faire depuis leur ordinateur) même s'il perd 4 points depuis 2017 (86%). L'usage de la tablette semble stagner : parmi les e-acheteurs ayant l'intention de préparer ou de faire des achats pendant les soldes 45% le feront depuis leur tablette (44% en 2017).

Une forte progression de l'usage mobile pendant les soldes depuis 2013



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

En % des personnes ayant l'intention d'utiliser Internet pour acheter en soldes

| | Résultats 2017 | Résultats 2018 |
|---|----------------|----------------|
| | 654 | 703 |
| ST Habillement | 90% | 89% |
| ST Produits Bruns ou blancs | 32% | 34% |
| ST Mobilier, Décoration | 16% | 18% |
| Habillement et accessoires de mode femme | 57% | 58% |
| Habillement et accessoires de mode homme | 48% | 47% |
| Habillement et accessoires de mode enfant | 23% | 27% |
| Chaussures de ville | 32% | 26% |
| Textile / linge de maison | 24% | 26% |
| Vêtements / chaussures de sport | 26% | 24% |
| Informatique / hi-fi / photo / vidéo / téléphonie | 23% | 23% |
| Mobilier, décoration, art de la table (vaisselle, ...) | 16% | 18% |
| Electroménager | 14% | 18% |
| Jouets, consoles de jeux, jeux vidéo | 11% | 16% |
| Parfums, soins du corps, maquillage | 19% | 15% |
| Matériel de bricolage, de jardinage | 9% | 10% |
| Matériel de sport (en dehors des vêtements et des chaussures) | 10% | 9% |
| Bijoux, montres | 12% | 8% |
| Bagages, maroquinerie | 9% | 7% |
| Nombre moyen de produits envisagés | 3.4 | 3.4 |

***Méthodologie**

Depuis 2013, le Baromètre Fevad/CSA mesure les intentions de faire les soldes en ligne. L'enquête a été réalisée en ligne du 26 décembre 2017 au 2 janvier 2018 auprès d'un échantillon représentatif de 1 002 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.

Pour en savoir plus : www.fevad.com / suivez-nous sur twitter : @FevadActu

À propos de CSA :

Institut de référence des études marketing et d'opinion depuis 40 ans, CSA qui compte 130 collaborateurs apporte aux entreprises et institutions une compréhension fine des comportements des consommateurs pour appréhender leurs besoins, analyser leurs environnements, anticiper leurs évolutions et identifier les leviers d'engagement au profit d'une prise de décision éclairée. Multi-secteur, résolument tourné vers le croisement de la data sous toutes ses formes, CSA s'est spécialisé sur l'appréhension de l'expérience utilisateur, le forecasting et l'évaluation d'actions de communication. CSA, **Consumer Science & Analytics**, fait partie du groupe Havas depuis octobre 2015.

Pour en savoir plus : www.csa.eu - Suivez nous sur Twitter @InstitutCSA.

Contact Presse:

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

CSA

Leda Bontosoglou - Directrice de la Communication
01.57.00.58.50 • leda.bontosoglou@csa.eu
Marjorie Bordenave - Assistante Communication
01.57.00.57.82 • marjorie.bordenave@csa.eu