

BAROMÈTRE e-commerce : l'achat en ligne

Vague 5

Principaux résultats extraits du
rapport complet



Contacts :
Frédérique BONHOMME
TEL : 01 40 92 27 68
Isabelle HENRI
TEL : 01 40 92 57 01

Baromètre "e-commerce" TNS Sofres : des achats online toujours en hausse

Depuis 2003, le pôle e-Business de TNS Sofres réalise une fois par an le baromètre « e-commerce ». Cette étude analyse les **usages et attitudes des internautes, leurs achats online et leur utilisation des outils de recherche** (moteurs, guides et comparateurs de prix).

Le **nombre d'internautes français** ne cesse de croître : 11,8 millions en 2000, ils étaient désormais **29,7 millions en 2007** (*Source : Baromètre e-commerce TNS Sofres, concernant les Français de 15 ans et plus*).

Les utilisations d'Internet se diversifient et pourtant, **le e-commerce ne connaît pas d'essoufflement**.

Le e-commerce ne cesse de progresser, surtout parmi les nouveaux connectés

Après une forte progression en 2006, la tendance se confirme ; **l'achat en ligne a encore progressé : +22 %** (sur la base de la population française des 18 ans et +) en une année !

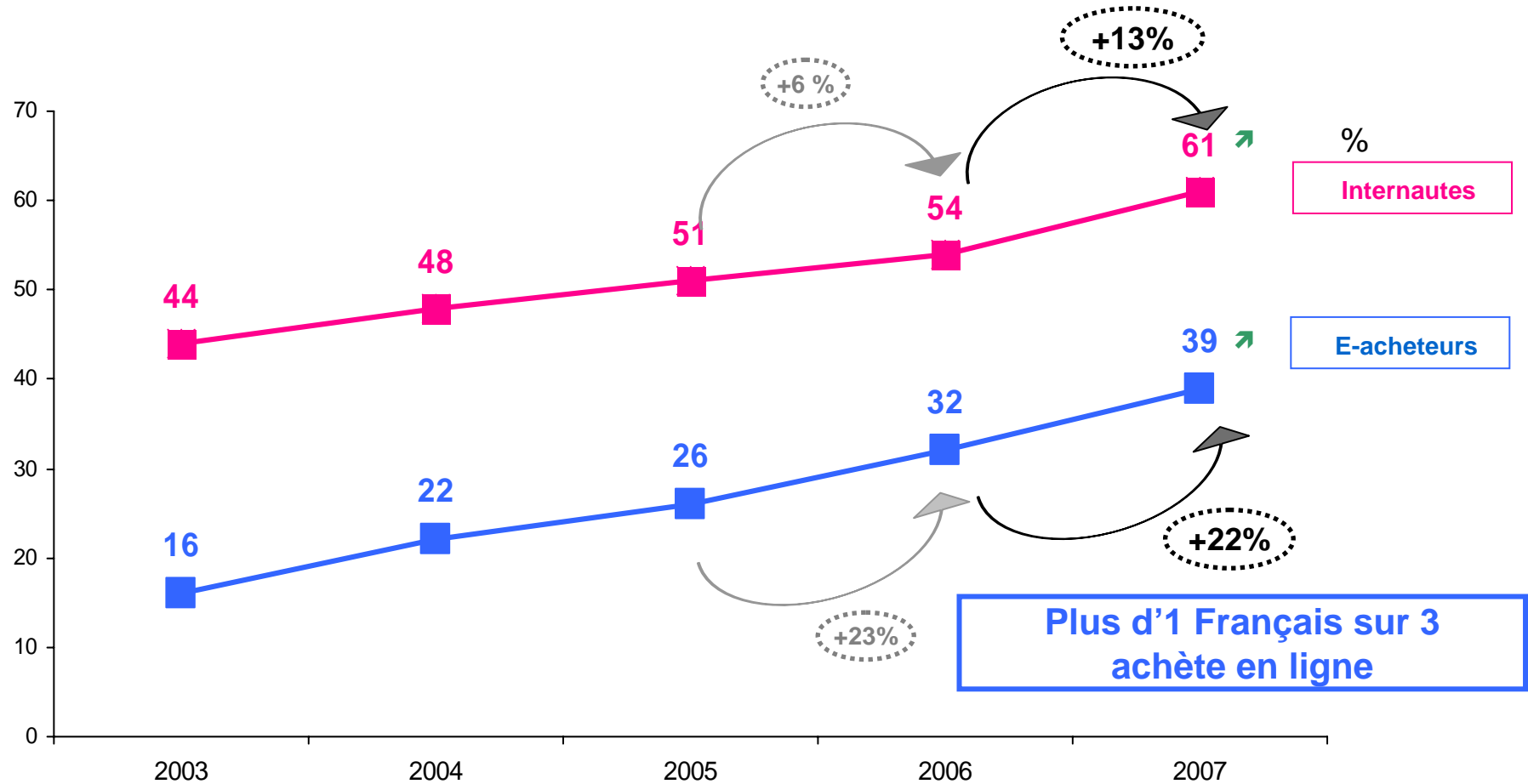
Près de 4 Français sur 10 (39 %) ont acheté sur Internet début 2007, pour 32 % en 2006, une progression du nombre de cyberacheteurs parmi la population française toujours plus importante que celle des internautes.

Les internautes deviennent e-acheteurs de plus en plus tôt : 38% des personnes qui ont accès à Internet depuis moins d'un an ont déjà fait au moins un achat en ligne ; ils n'étaient que 15% en 2002.

Le nombre d'internautes continue à progresser

Et toujours plus d'acheteurs en ligne ...

- 17,2 millions d'acheteurs en ligne en 2007 : le marché a été multiplié par 2.3 en 4 ans
- 39% des Français ont acheté en ligne au cours du premier semestre 2007.



Base : Population française 18 ans et plus

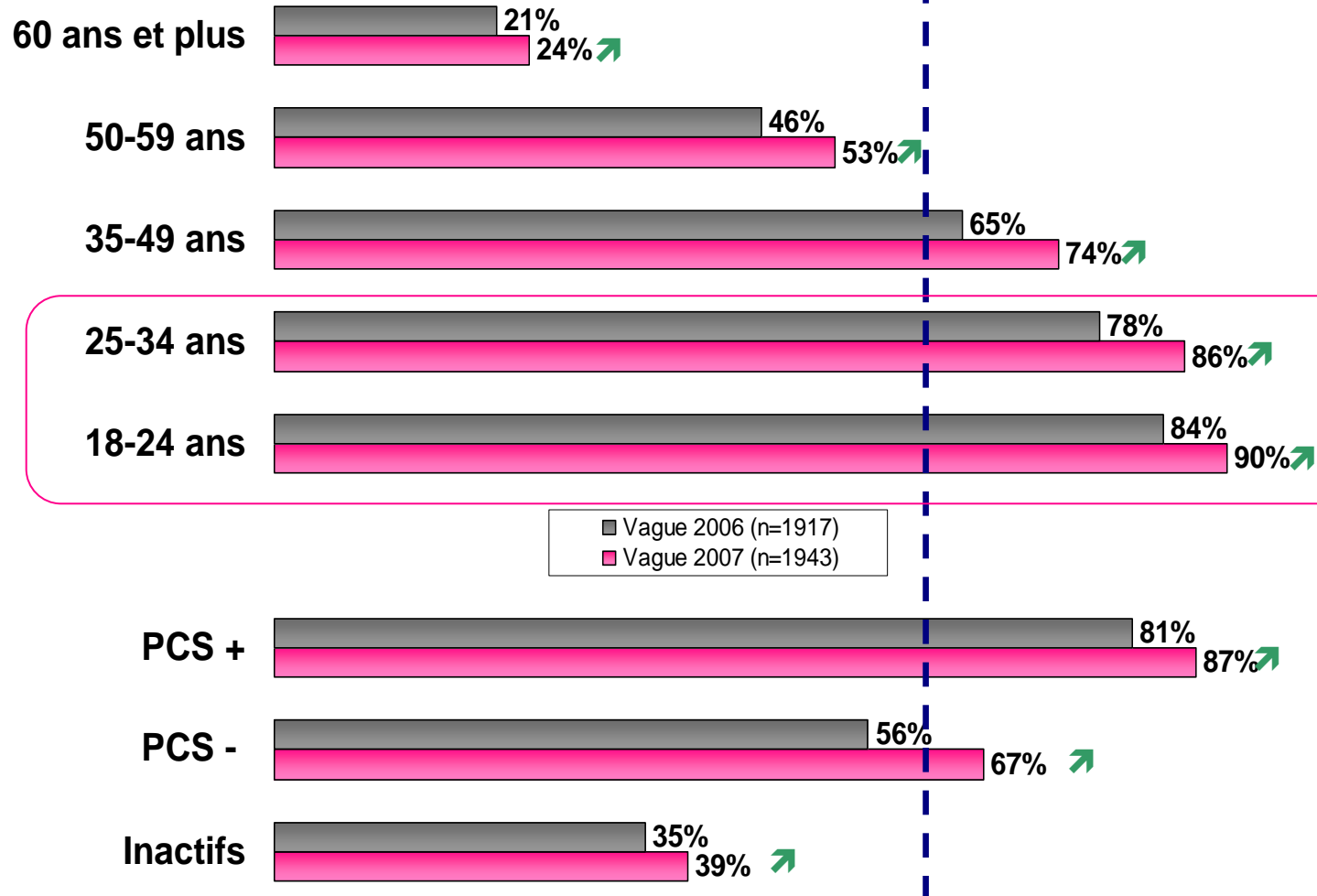
Des cyberacheteurs jeunes

Les acheteurs en ligne se distinguent toujours par rapport à la population française par leur jeune âge et leur catégorie socio-professionnelle : **les e-acheteurs surreprésentent les 18-34 ans** (47%, alors qu'ils représentent 28% de la population française) **et les PCS+** (46%, alors qu'ils ne représentent que 24% de la population française).

Les plus réticents à l'achat en ligne restent les mêmes : **55% des 65 ans et plus n'ont jamais fait d'achats en ligne**. Au sein de cette tranche d'âge, ils sont même 83% à y être réfractaires.

Pénétration d'Internet qui continue de progresser dans toutes les tranches d'âge

Pénétration Internet auprès
des 18 ans et plus = 61% ↗
(vs 54% en 2006)

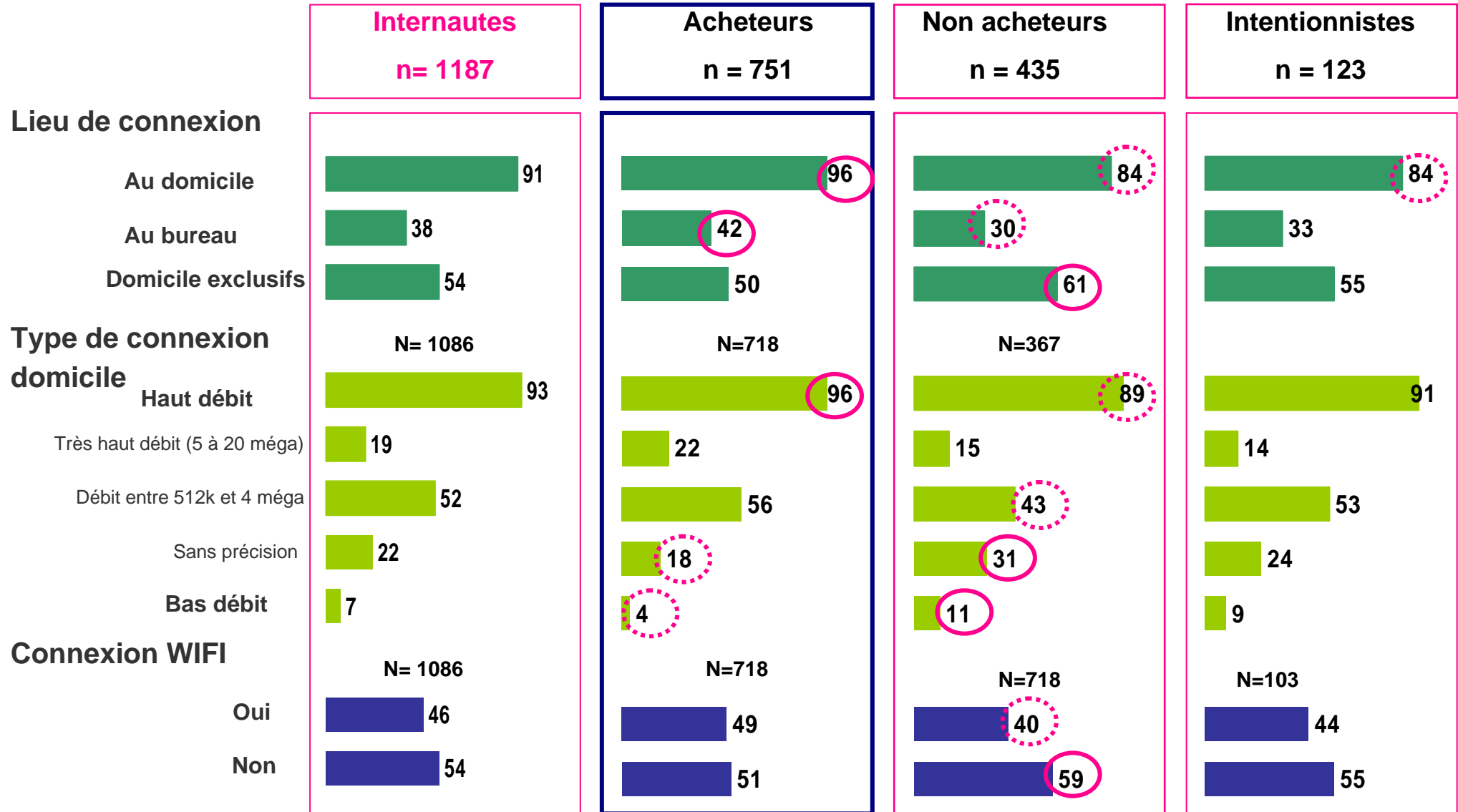


Internet privilégié pour communiquer

Les internautes utilisent en premier lieu **le net pour communiquer** ! Les possibilités sont désormais diverses et variées: 95 % des internautes envoient des mails, 53 % correspondent par « chat », 21 % partagent leurs avis sur des forums et 20 % laissent des messages sur les blogs.

Les conditions idéales sont réunies puisque les internautes sont désormais **91 % à être équipés à domicile**, 94% à haut débit et pour 46% d'entre eux équipés Wifi. Ainsi, ils peuvent y consacrer de plus en **plus de temps et diversifier leurs activités** sur le web.

Profil Internet : l'équipement en haut débit favorise l'achat (2/2)



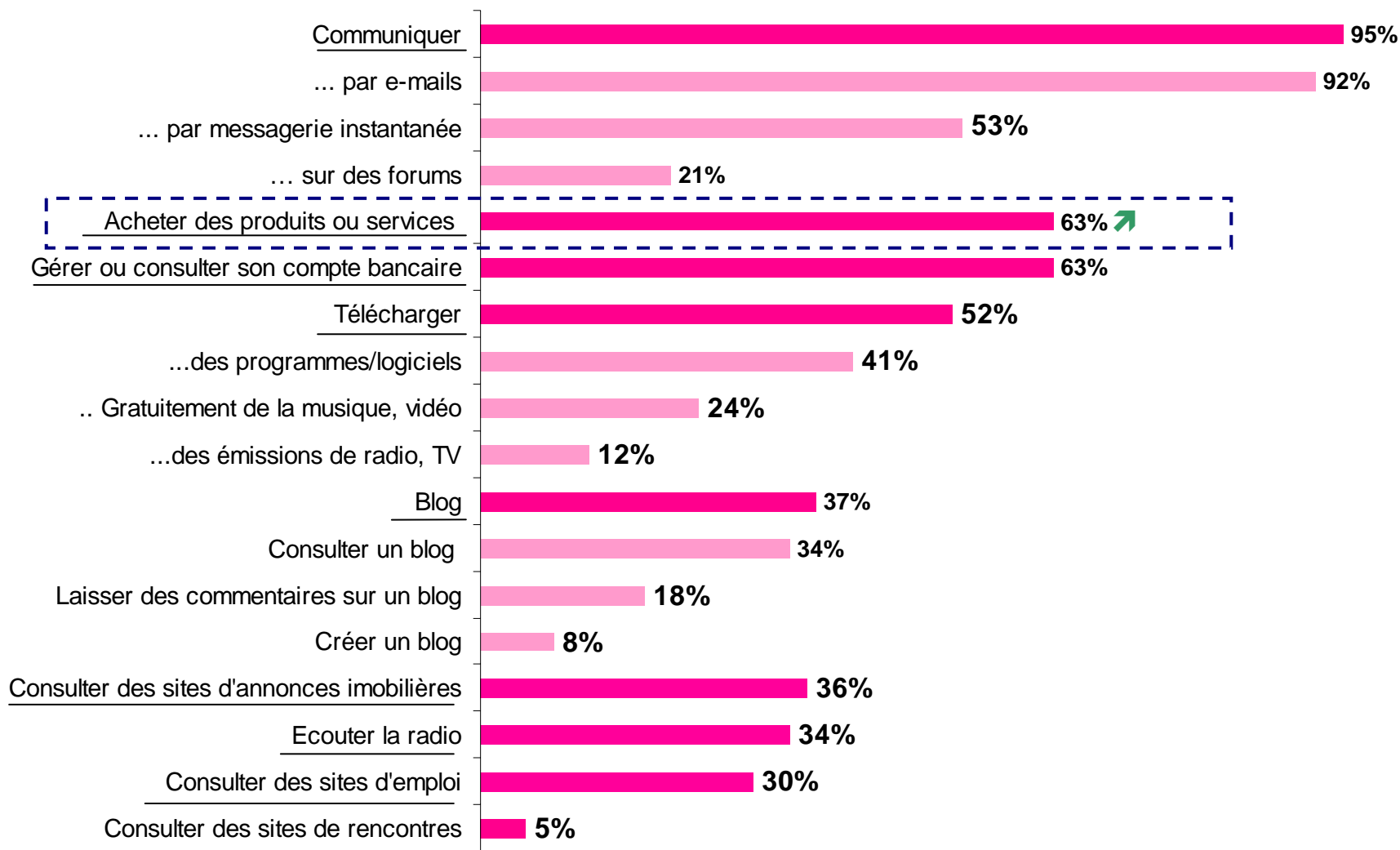
Internet, une utilisation multifonctionnelle

64 % des internautes se servent également d'Internet pour gérer leurs comptes bancaires, rechercher un logement, 41 % pour télécharger des logiciels et des programmes informatiques, 34 % pour écouter la radio, 30 % pour rechercher un emploi et 24 % pour télécharger de la musique.

L'achat en ligne est la seule activité qui progresse en 2007, deuxième activité sur le net après la communication.

Activités sur Internet : l'achat en ligne, la 1ère activité après la communication

Question: Parmi les activités suivantes, quelles sont celles que, vous personnellement, effectuez sur Internet, quel que soit votre lieu de connexion?



Données cadrage du Baromètre e-commerce :

Profil des e-acheteurs en 2007

- ❑ 46% des e-acheteurs sont des femmes, pour 54 % d'hommes.
- ❑ Les 25-34 ans représentent 17% de la population française et 27 % des e-acheteurs.
- ❑ Les plus de 60 ans représentent 27% de la population française et seulement 8% des e-acheteurs.
- ❑ 31 % des cyber-consommateurs appartiennent aux PCS- (employés, ouvriers) pour 46% au PCS+

A propos du « Baromètre e-commerce »

Il s'agit d'un outil unique permettant de dresser un panorama du e-commerce en France sur 12 secteurs et 300 sites marchands. Avec un échantillon de 8 000 acheteurs en ligne et une étude de cadrage auprès de 1 200 internautes représentatifs, le « Baromètre e-commerce » fournit des informations à haute valeur ajoutée.

Ce Baromètre mesure la performance des sites commerciaux et leur positionnement par rapport à la concurrence. Par ailleurs, il identifie des facteurs clefs de succès et les pratiques émergentes. Enfin, il constitue une base de connaissance et d'informations exhaustives sur le profil, le comportement, les motivations/freins et le processus d'achat des utilisateurs du commerce en ligne.

Les résultats de cette étude proviennent d'une enquête réalisée en juin 2007 sur les achats effectués au cours des six derniers mois.

A propos de TNS Sofres

Leader français et référence des études marketing et d'opinion, TNS Sofres est une société du groupe TNS, 2ème acteur mondial du marché et n°1 mondial des études ad hoc.

Nous proposons une gamme de prestations d'études, ad hoc ou collectives, autour de 5 spécialités : compréhension des marchés et des consommateurs, innovation, gestion de la marque, communication et gestion de la relation client. L'ensemble de ces prestations est réalisé dans 11 secteurs composés d'experts dédiés à certains marchés ou clients. TNS est présent dans 70 pays dans le cadre d'un réseau intégré, et est à même de conduire des études dans plus de 100 pays. www.tns-sofres.com