



Les internautes et le e-commerce aujourd'hui

Mars 2011

A

Méthodologie



Méthodologie

- ▶ Étude réalisée auprès d'un **échantillon de 1067 personnes**, représentatif de la **population des internautes français âgés de 18 ans et plus**.
- ▶ L'échantillon a été constitué selon la méthode des quotas, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence.
- ▶ **Mode d'interrogation**: L'échantillon a été interrogé en ligne sur système Cawi (Computer Assisted Web Interview).
- ▶ **Dates de terrain**: les interviews ont été réalisées **les 24 et 25 février 2011**.
- ▶ OpinionWay rappelle par ailleurs que les résultats de ce sondage doivent être lus en tenant compte des marges d'incertitude : 2 à 3 points au plus pour un échantillon de 1000 répondants.
- ▶ OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la norme ISO 20252.



B

Résultats

“

1

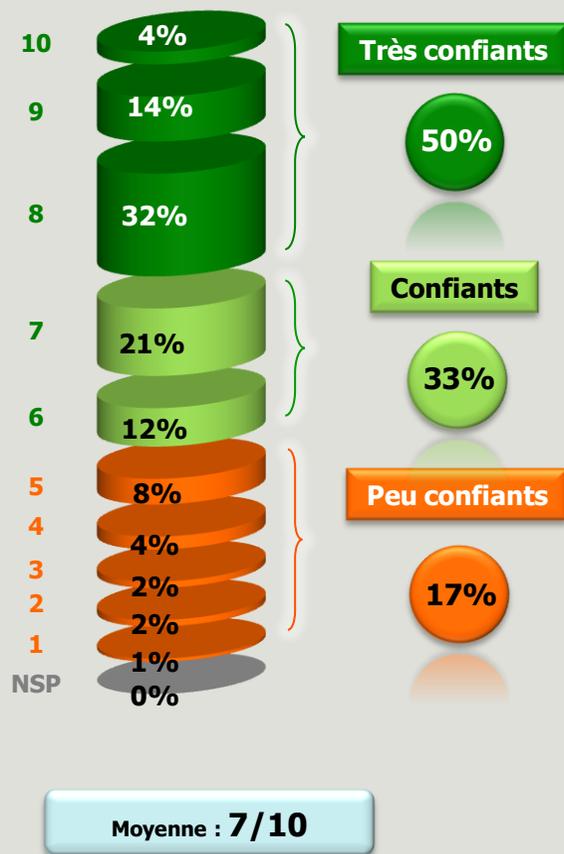
Confiance et pratiques d'achat en ligne



Confiance accordée à l'achat sur Internet

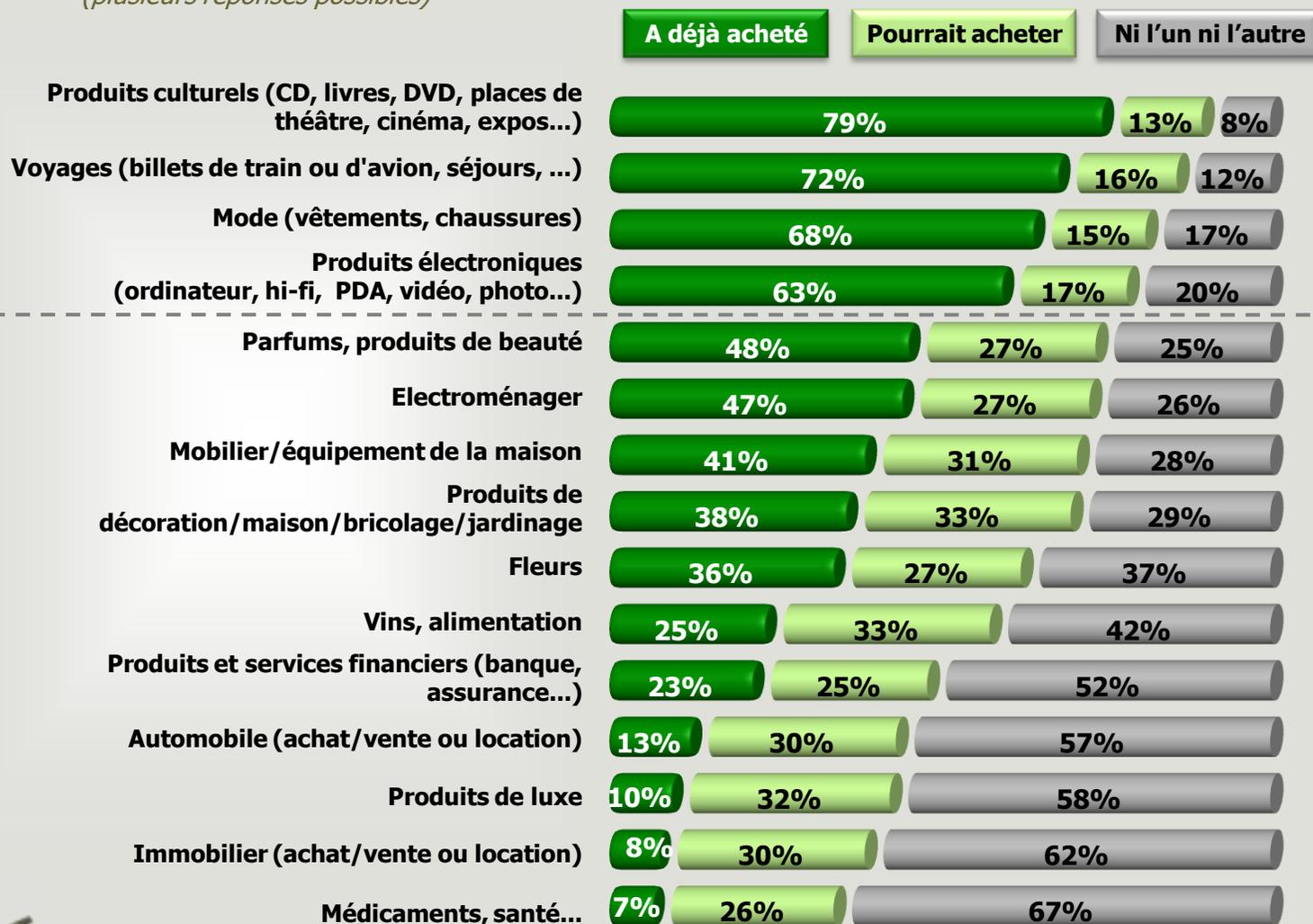
Q : Sur une échelle de 1 à 10, quelle serait le degré de confiance que vous accordez à l'achat sur Internet ?

(1 signifie que vous n'avez pas du tout confiance et 10 que vous avez totalement confiance)



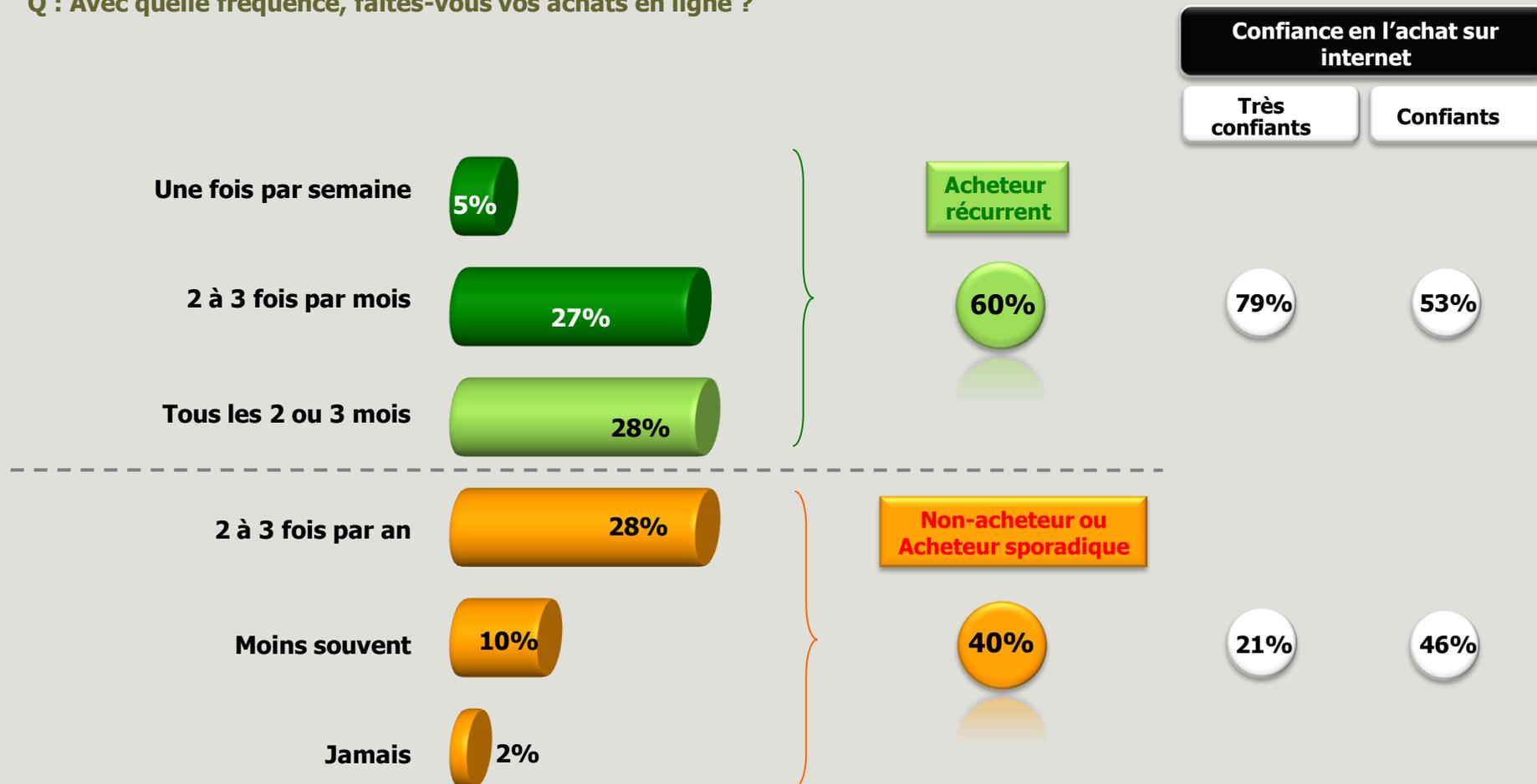
Achats réalisés et achats potentiels

Q : Quels sont les catégories de produits que vous avez déjà acheté sur Internet ? Et celles que vous pourriez acheter ?
(plusieurs réponses possibles)



Fréquence des achats en ligne

Q : Avec quelle fréquence, faites-vous vos achats en ligne ?



2

Motivations versus freins à l'achat en ligne



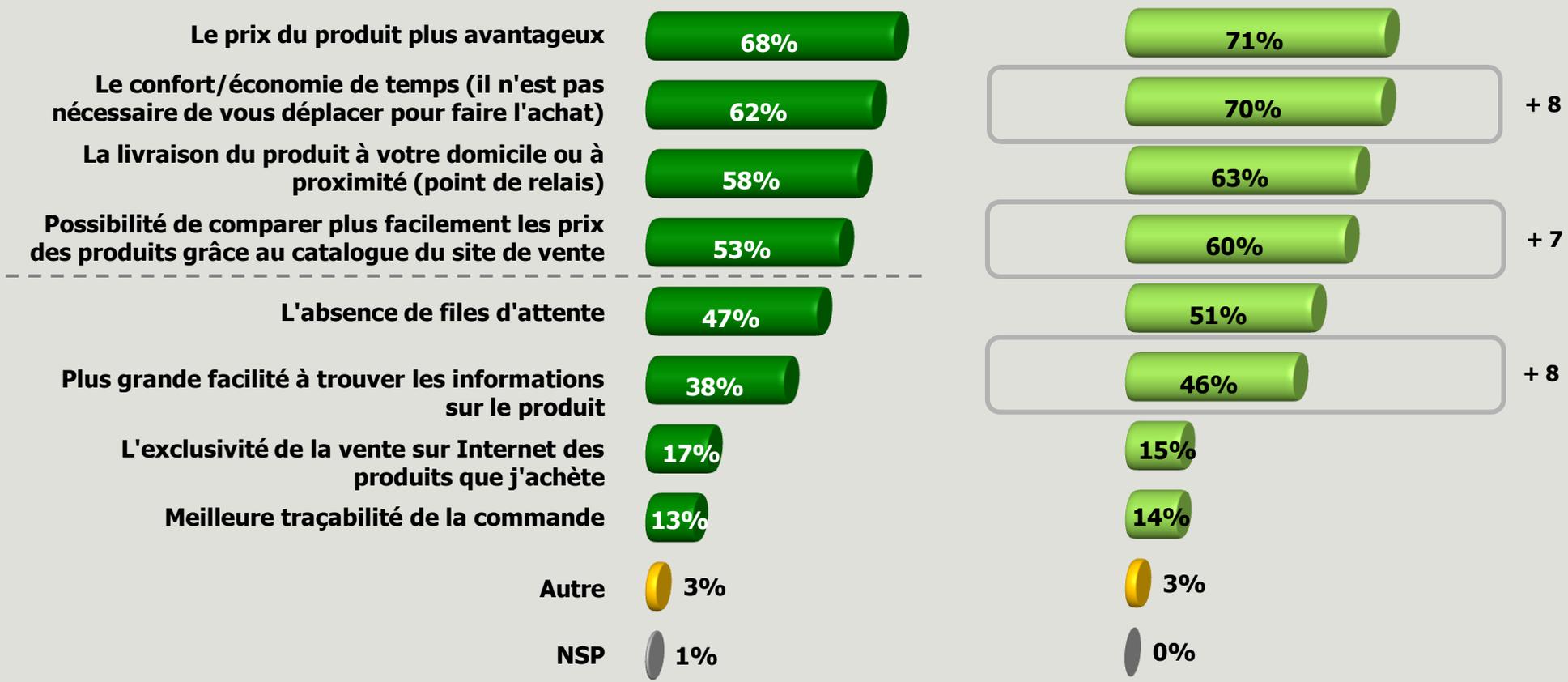
Motivations d'achat en ligne

Q : Quelles sont les raisons principales qui vous conduisent à acheter sur Internet plutôt que dans un magasin ?

(plusieurs réponses possibles)

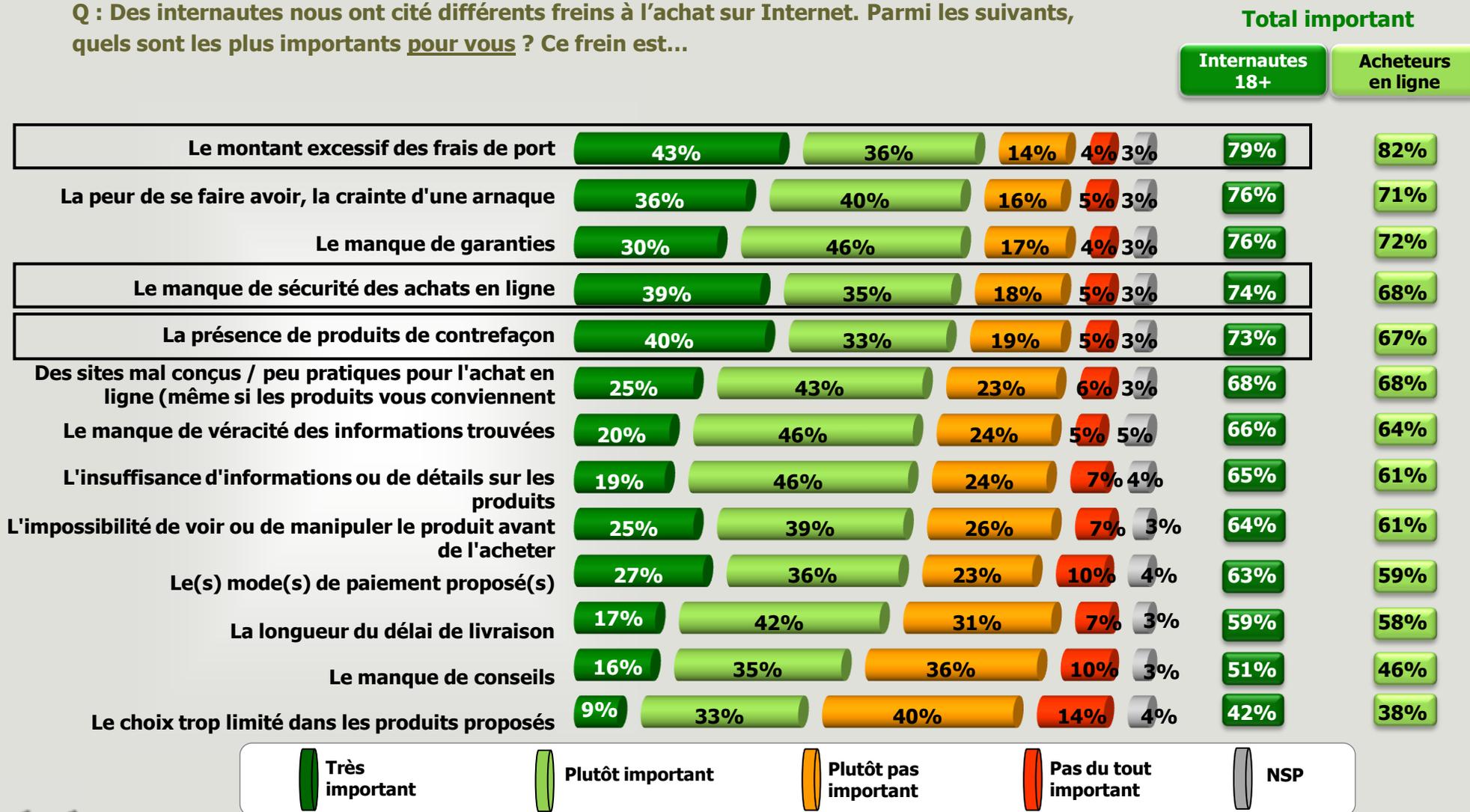
Internautes 18+

Acheteurs en ligne



Freins à l'achat sur Internet

Q : Des internautes nous ont cité différents freins à l'achat sur Internet. Parmi les suivants, quels sont les plus importants pour vous ? Ce frein est...



Très important

Plutôt important

Plutôt pas important

Pas du tout important

NSP

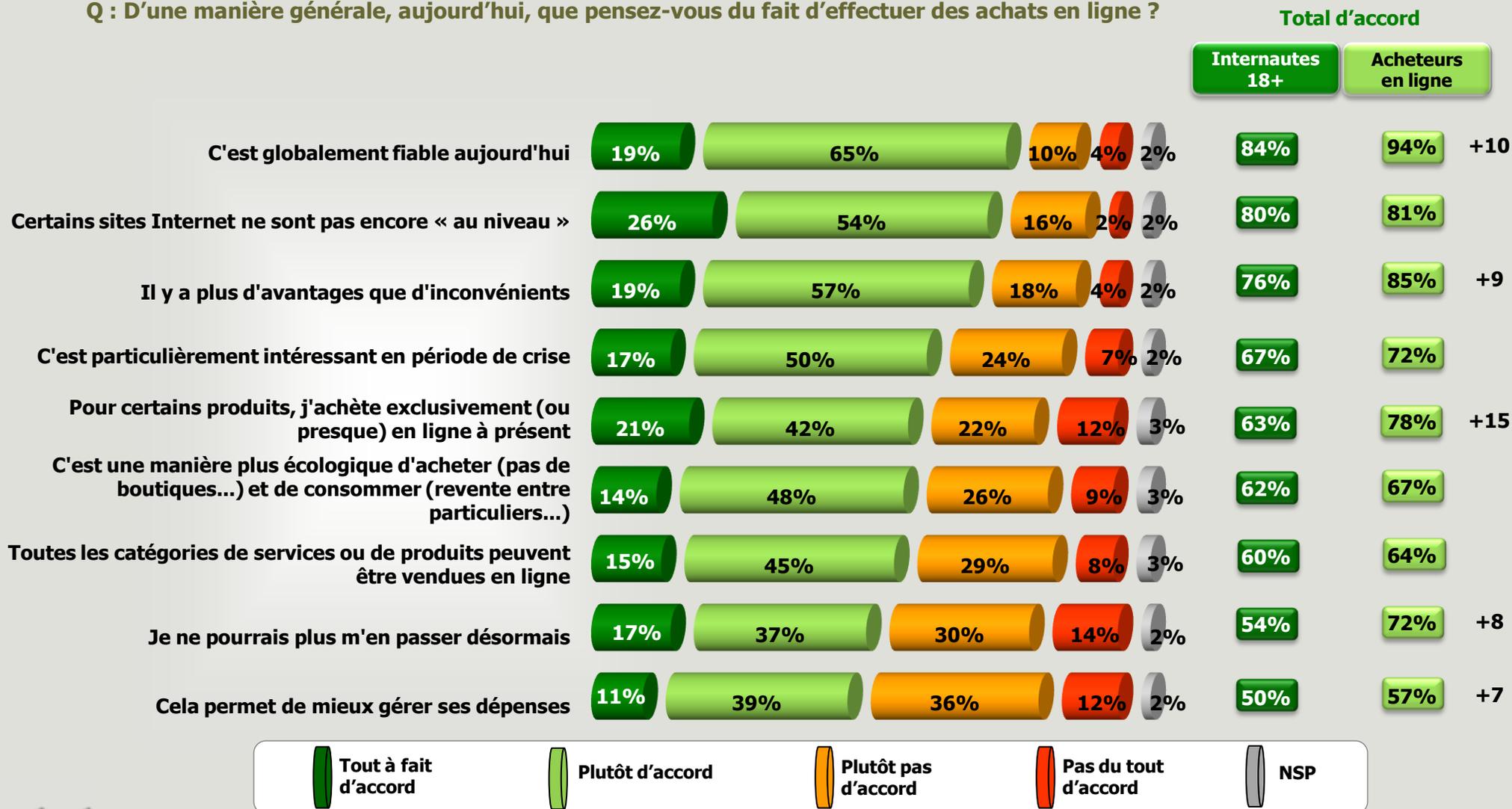
3

Opinion sur les achats en ligne et sur l'évolution future



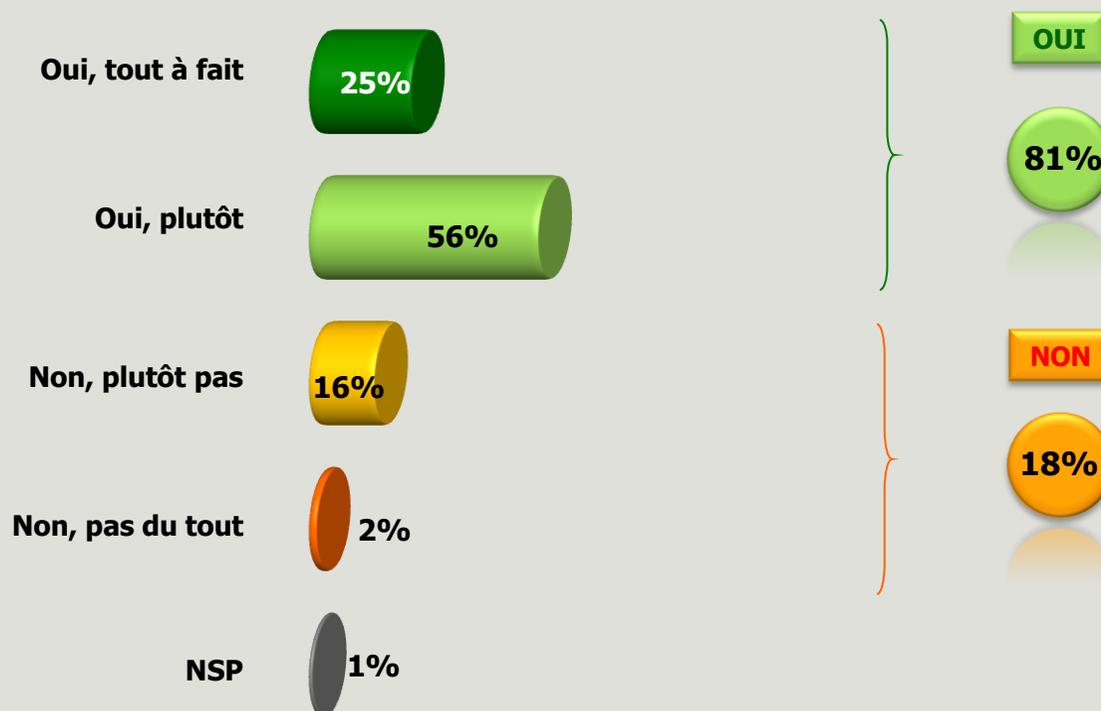
Opinion sur les achats en ligne

Q : D'une manière générale, aujourd'hui, que pensez-vous du fait d'effectuer des achats en ligne ?



Opinion sur l'évolution future de l'achat sur Internet

Q : Selon vous, l'achat sur Internet va-t-il devenir dans le futur une pratique de plus en plus privilégiée par rapport à l'achat dans les magasins ?



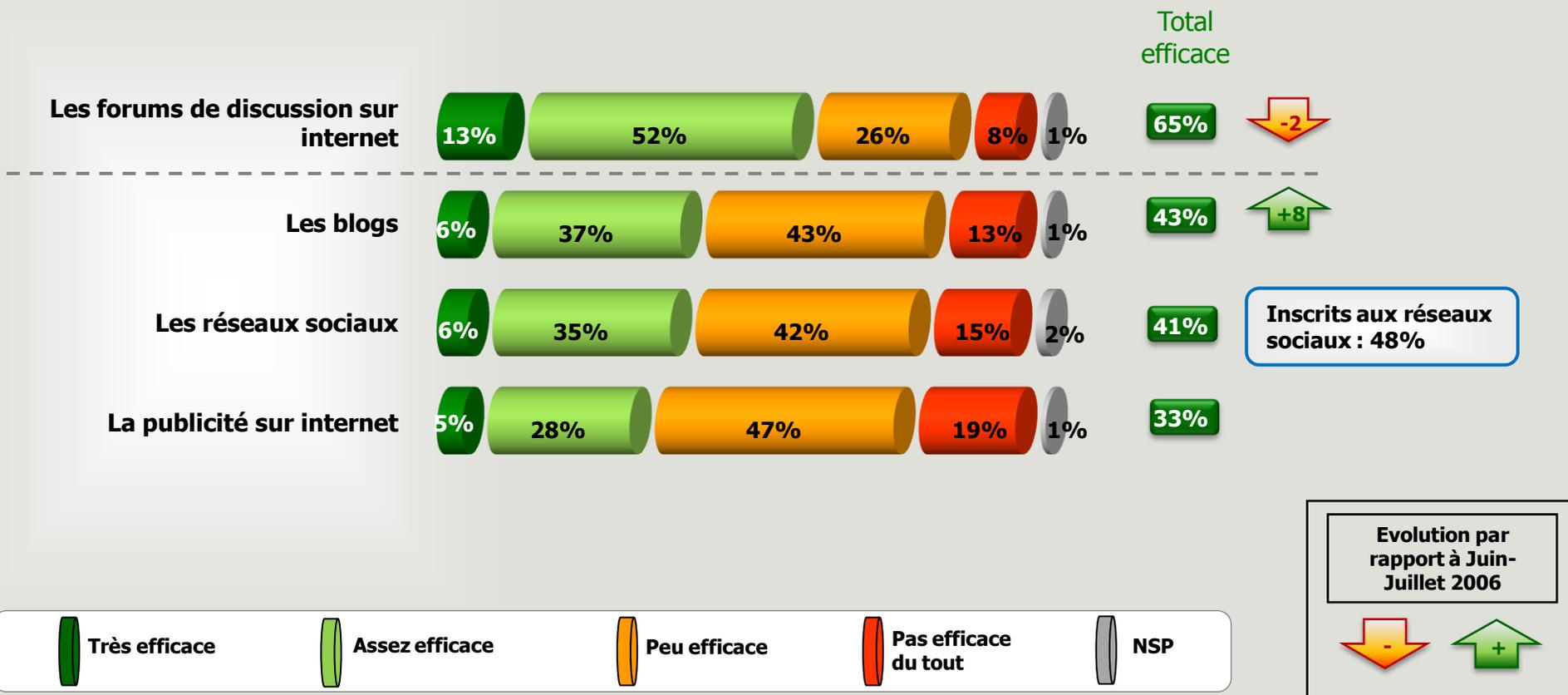
4

Avis des internautes et leur impact sur l'achat



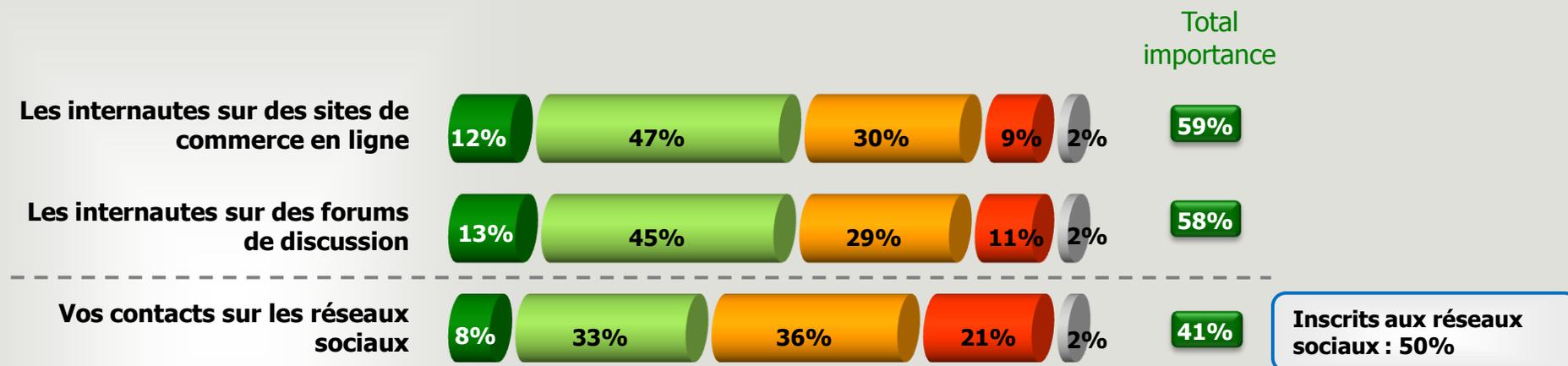
Effacité des moyens d'information sur les produits ou les marques commerciales

Q : Pour chacun des moyens d'information suivants, diriez-vous que c'est un moyen très efficace, assez efficace, peu efficace ou pas efficace du tout pour vous informer sur les produits ou les marques commerciales ?



Importance accordée aux avis d'internautes

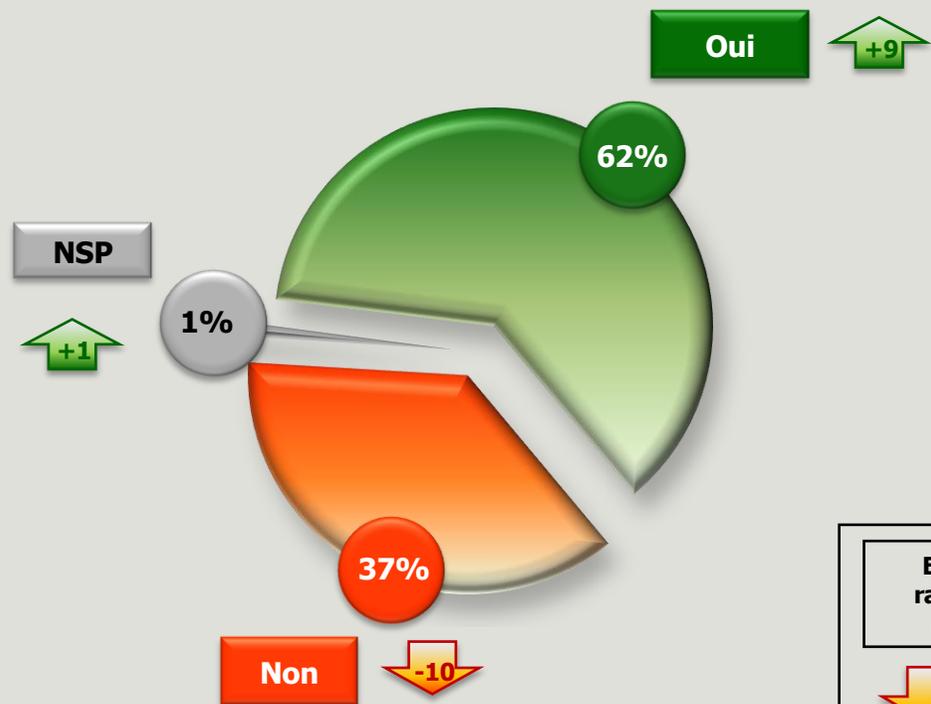
Q : Accordez-vous beaucoup, assez, peu ou pas du tout d'importance aux avis que donnent ... sur les produits ou les marques commerciales ?



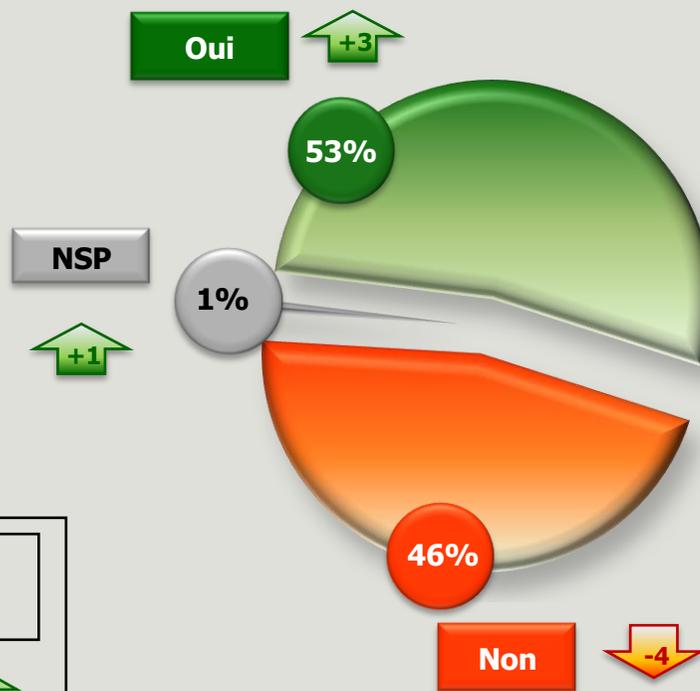
Impact des avis des internautes sur la décision d'achat

Q : Après avoir pris connaissance de l'avis d'internautes sur un produit ou une marque, avez-vous déjà ... ?

Renoncé à acheter ce produit ou un produit de cette marque



Décidé d'acheter un produit ou un produit d'une marque auquel vous n'aviez pas pensé

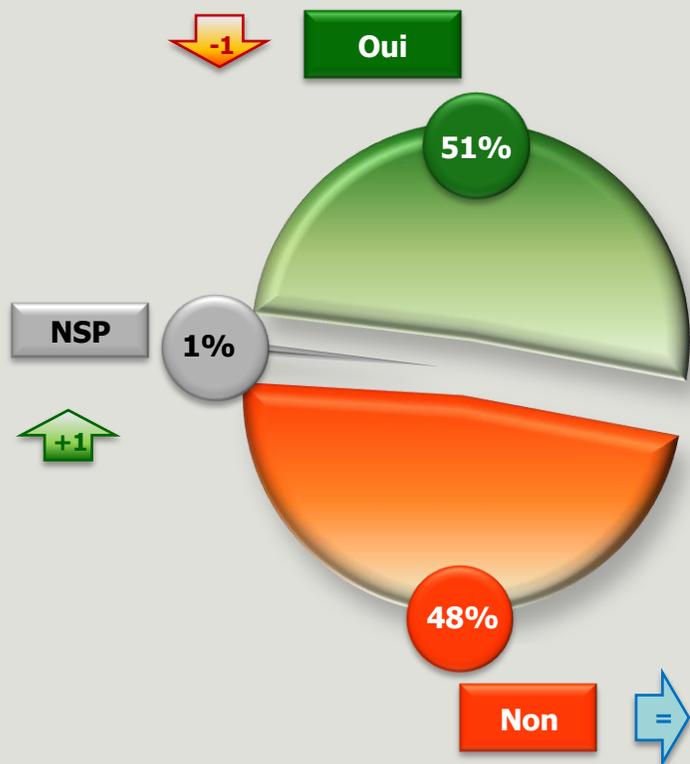


Evolution par rapport à Juin-Juillet 2006



Transmission des informations issues de l'avis d'internautes

Q : Avez-vous déjà rapporté à un proche une information issue de l'avis d'internautes sur un produit ou une marque ?



Evolution par rapport à Juin-Juillet 2006



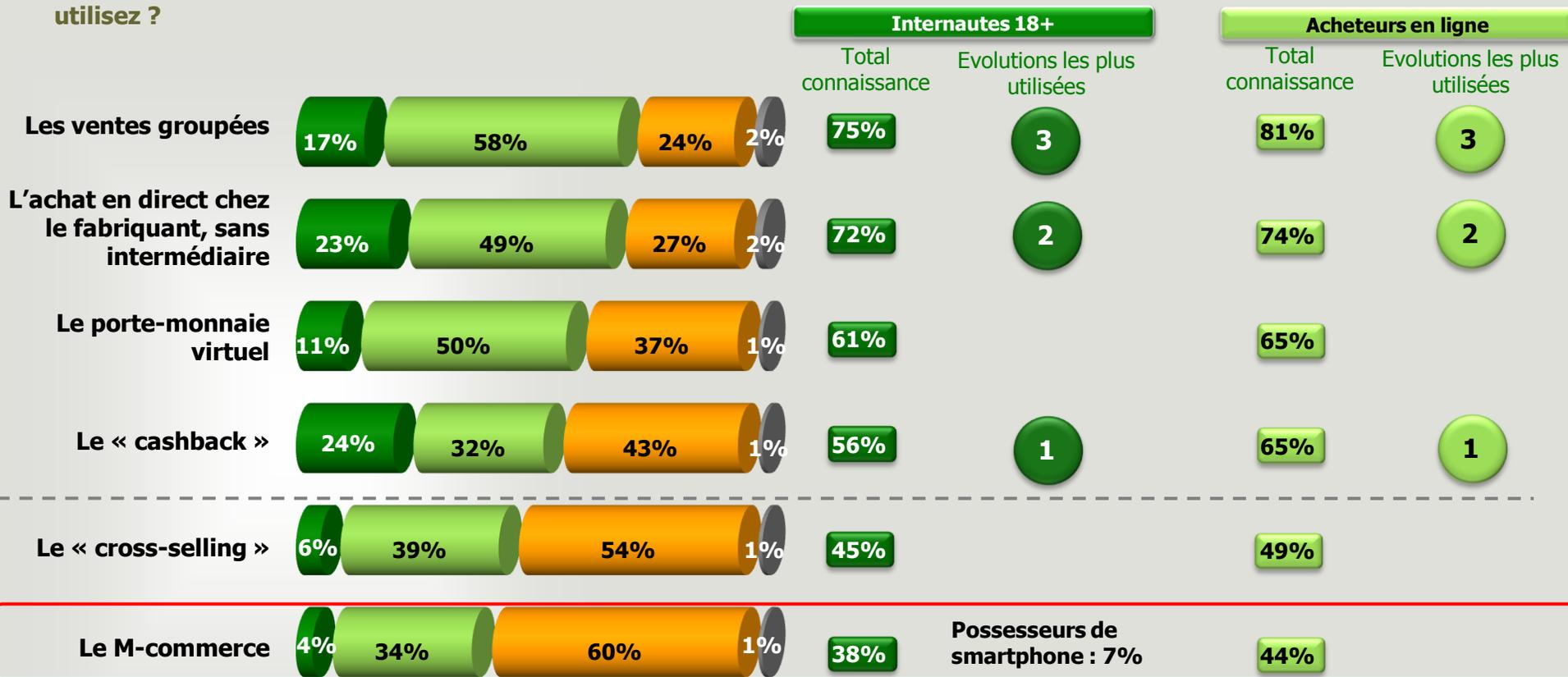
5

L'avenir du e-commerce

“

Connaissance et utilisation des évolutions de l'e-commerce

Q : Parmi les évolutions suivantes qui concernent l'e-commerce, quelles sont celles que vous connaissez ? Celles que vous utilisez ?



Intérêt pour les évolutions de l'e-commerce

Q : Et parmi les évolutions suivantes qui concernent l'e-commerce, quelles sont celles qui vous intéressent ?

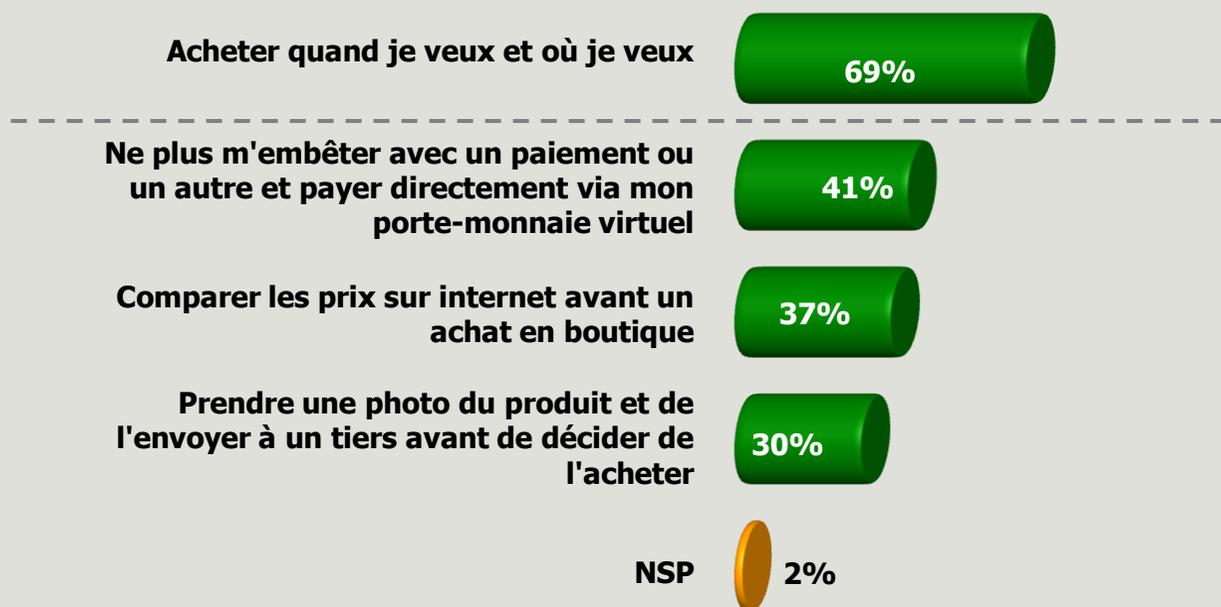
(Plusieurs réponses possibles)



Raisons d'un intérêt pour le M-commerce

Base : à ceux que le M-commerce intéresse, soit 5% des internautes*

Q : Pourquoi le fait d'acheter via votre smartphone pourrait-il vous intéresser ? Cela vous permettrait de...
(plusieurs réponses possibles)



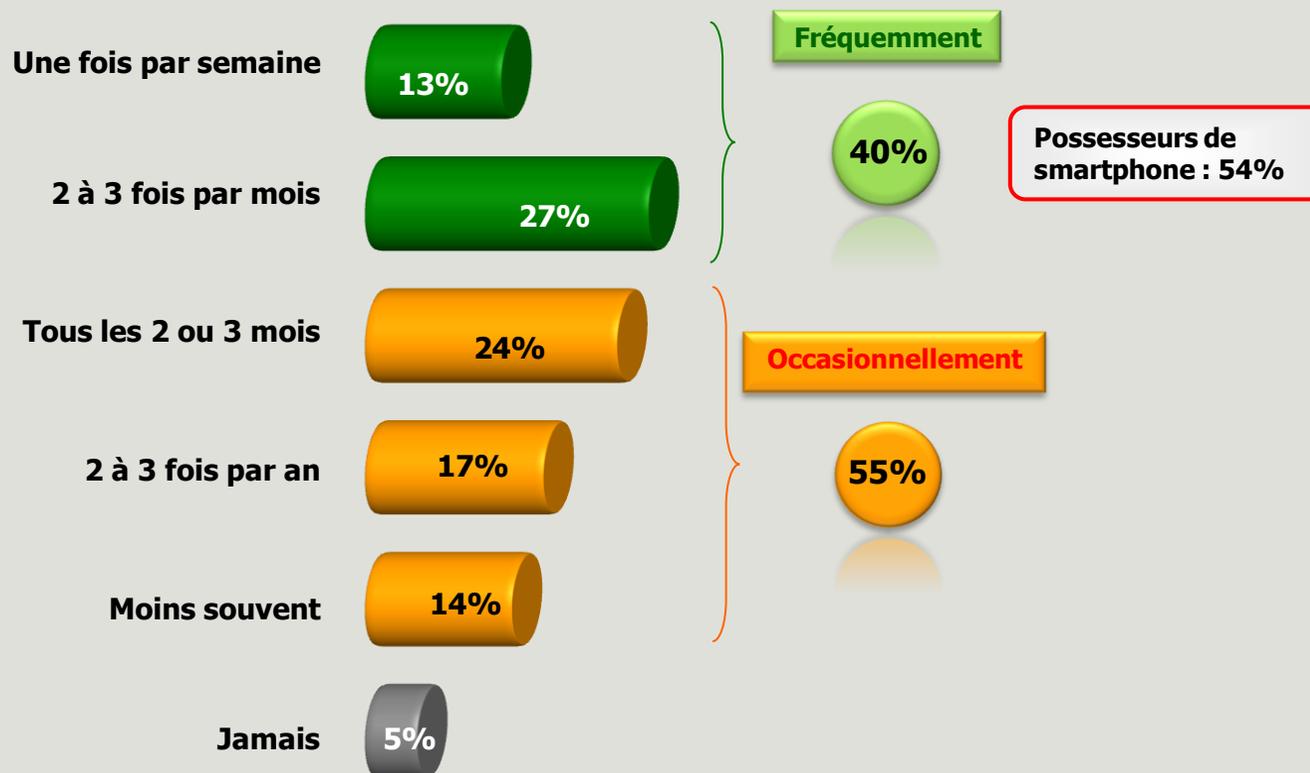
*Note: La base des répondants étant limitée, les résultats doivent être interprétés avec précaution



Fréquence souhaitée d'utilisation du M-commerce

Base : à ceux que le M-commerce intéresse, soit 5% des internautes*

Q : Avec quelle fréquence seriez-vous prêt à acheter des produits via un « smartphone » ?



*Note: La base des répondants étant limitée, les résultats doivent être interprétés avec précaution



Confiance dans le paiement via un téléphone mobile

Q : Aujourd'hui se développe des modes de paiement par l'intermédiaire de son téléphone mobile. Si vous étiez amenés à utiliser ce mode de paiement, auriez-vous tout à fait confiance, plutôt confiance, plutôt pas confiance ou pas du tout confiance dans la sécurité de ce mode de paiement ?

