

Baromètre FEVAD / DIRECTPANEL

3ème édition (2005)

Les achats en ligne de fin d'année



www.fevad.com

fédération des entreprises
de vente à distance



Présentation – Conférence de presse

PROJET – Version 4.0



Méthodologie de l'étude

➔ Contexte :

- La FEVAD a demandé à l'institut DirectPanel de réaliser chaque année un **baromètre sur les acheteurs en ligne de fin d'année** (nov / déc)
- La vague de nov / déc 2005 est la **3ème édition**

➔ Échantillon

- **750** interviews
- Échantillon représentatif de la population d'acheteurs sur Internet âgés de 15 ans et plus (Source Médiamétrie).
- La représentativité de l'échantillon d'acheteurs en ligne a été assurée par la méthode des quotas puis par redressement des résultats (sur les critères sexe, âge, CSP, région)

➔ Mode de recueil

- Les interviews ont été réalisées par **questionnaire en ligne auto-administré**

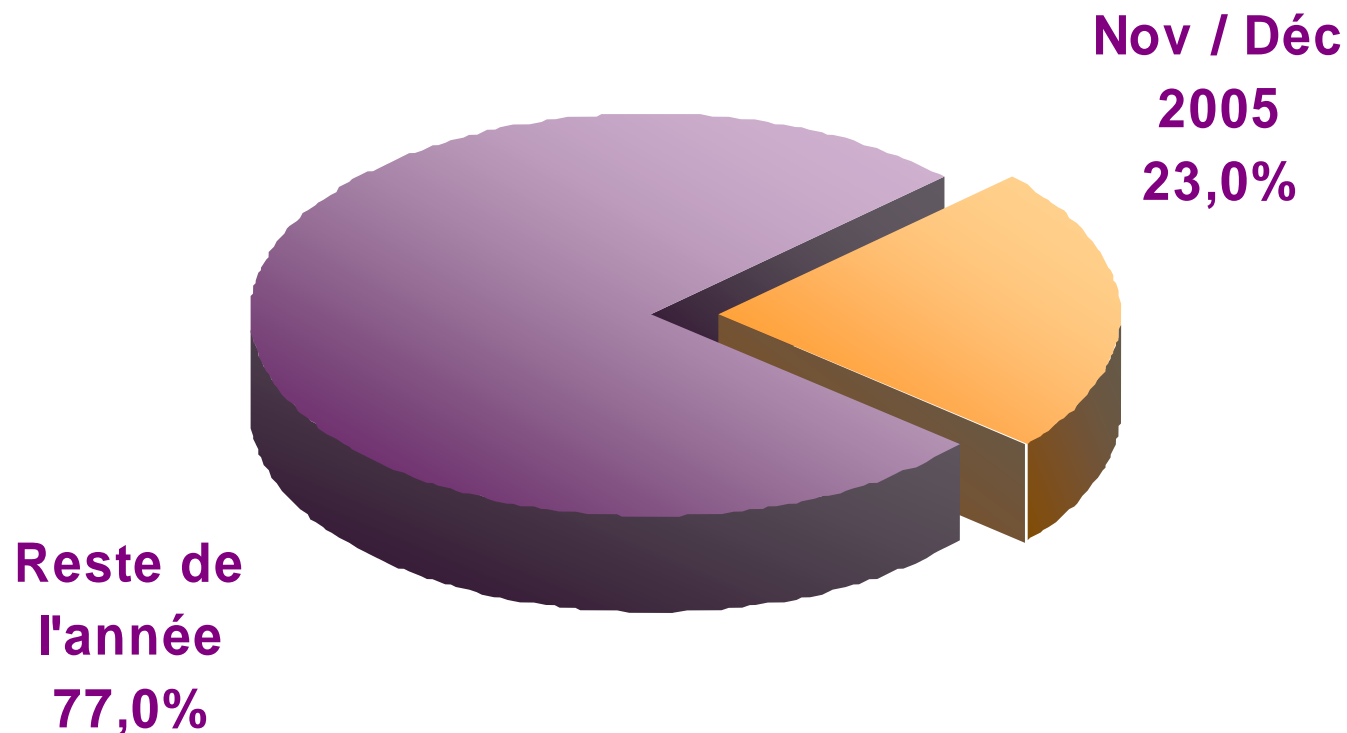
➔ Dates du terrain

- Début janvier 2006 : du 03/01/2006 au 05/01/2006



Noël : un déclencheur d'achat sur Internet

⇒ Répartition des nouveaux acheteurs de l'année 2005 :



⇒ Tendances :

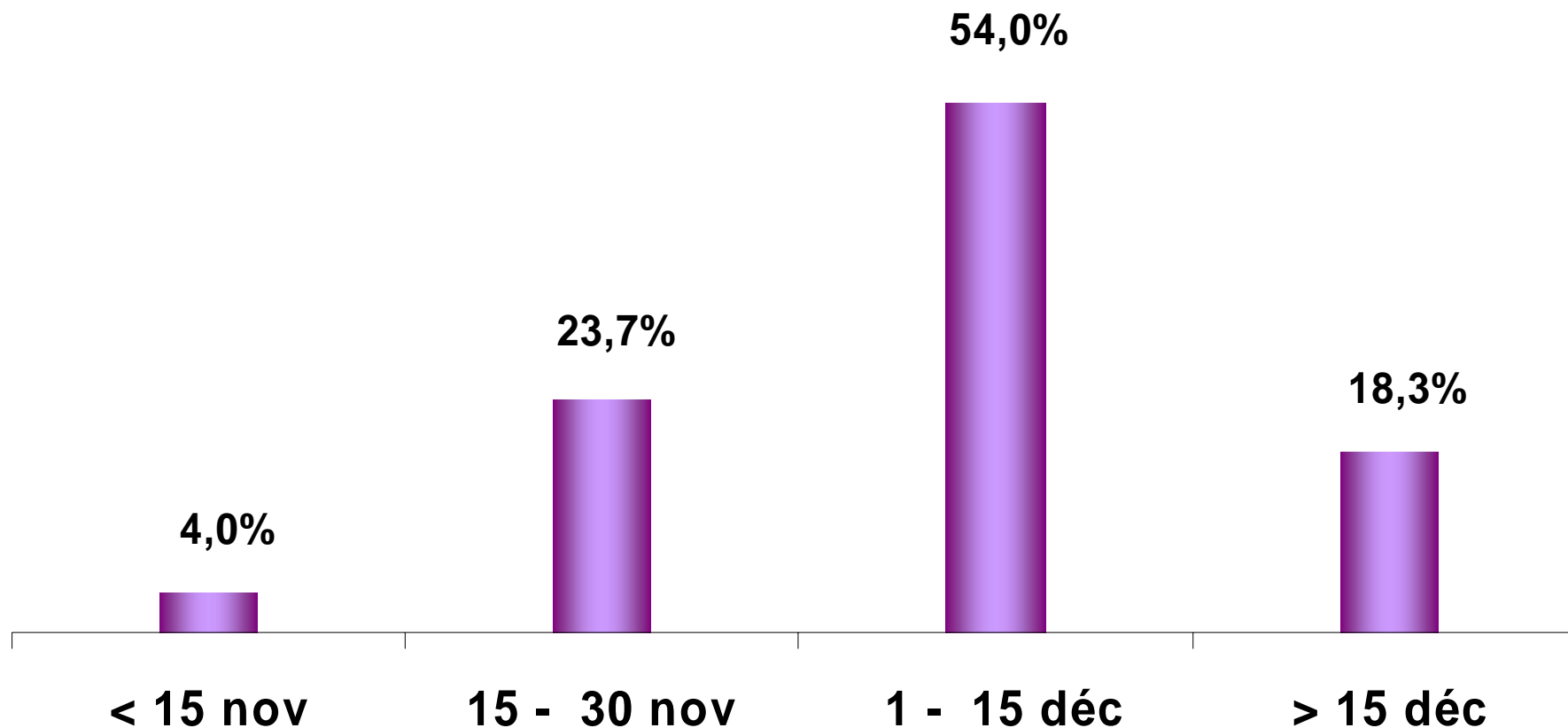
- « **Démocratisation** » (plus de « CSP – »)
- « **Féminisation** » (plus de femmes)



Quand achètent-ils ?

➔ Des achats tardifs concentrés sur décembre

- Plus de **70%** des acheteurs en ligne ont effectué la majorité de leurs achats en ligne pour les fêtes de fin d'année en **décembre**



- **18.3 %** les ont fait après le **15 décembre**



Combien dépensent ils ?

⇒ Stabilité du nombre de commandes

3,45

⇒ Montant dépensé sur Nov / déc en hausse

258 €

➤ + 17%

⇒ Panier Moyen en hausse

75 €

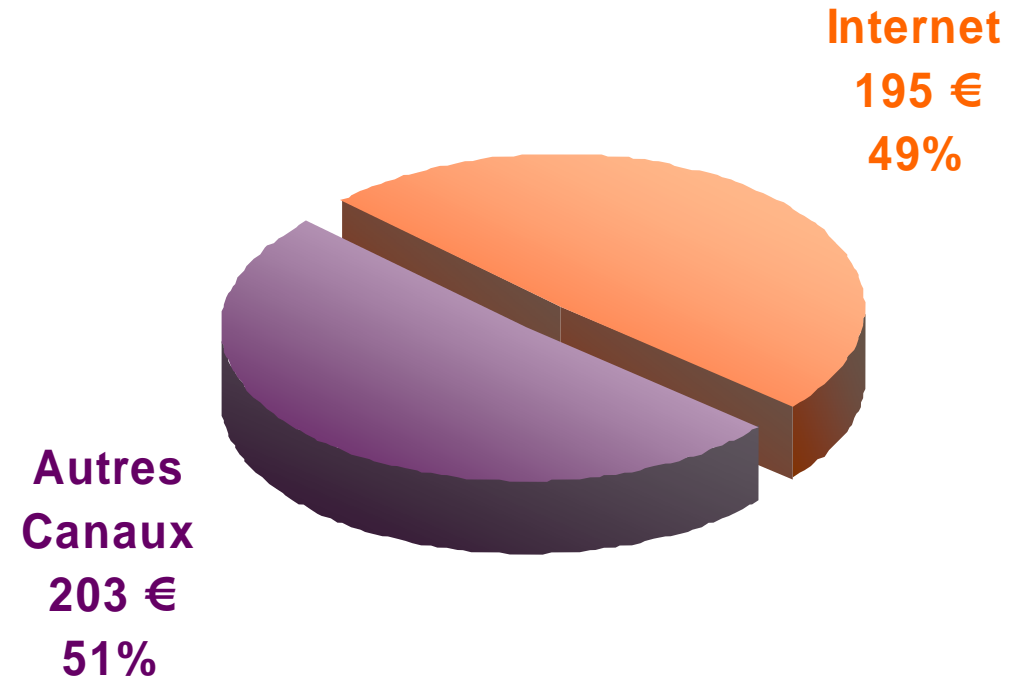
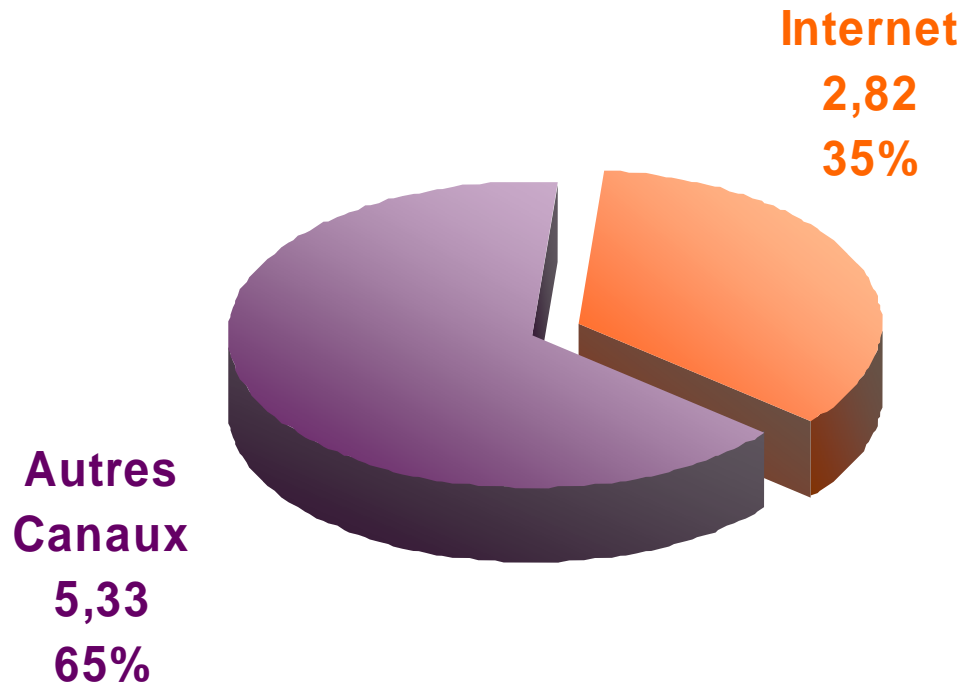
➤ + 14%



Combien dépensent-ils sur internet par rapport à leurs dépenses totales ?

⇒ **35%** des cadeaux achetés

⇒ **50%** du budget cadeaux

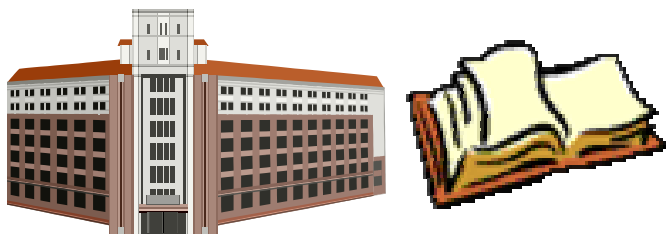




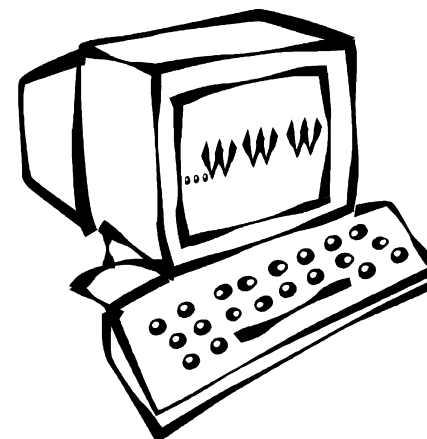
Comment utilisent-ils Internet ?

PREPARATION

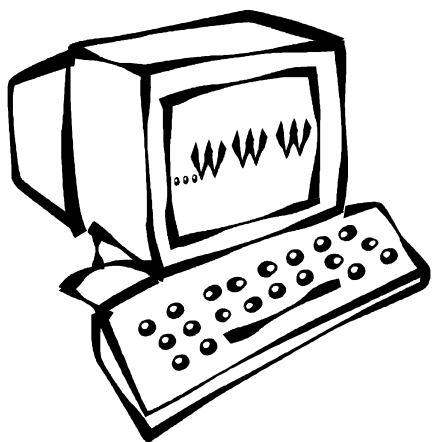
ACHAT / PAIEMENT



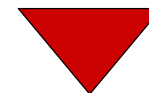
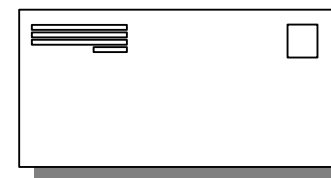
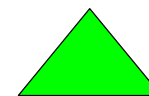
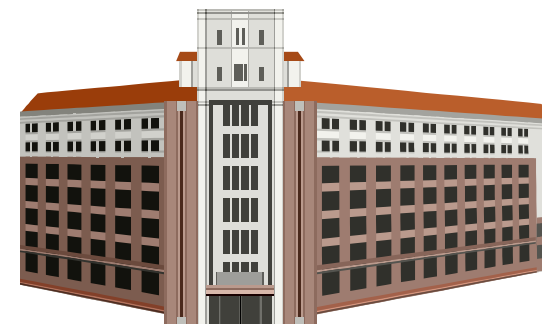
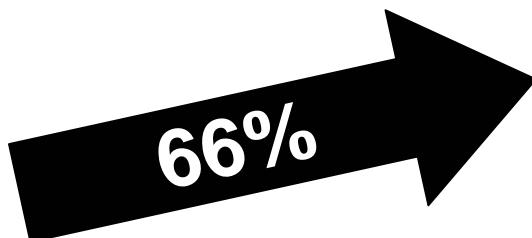
**MAGASIN /
CATALOGUE**



INTERNET



INTERNET



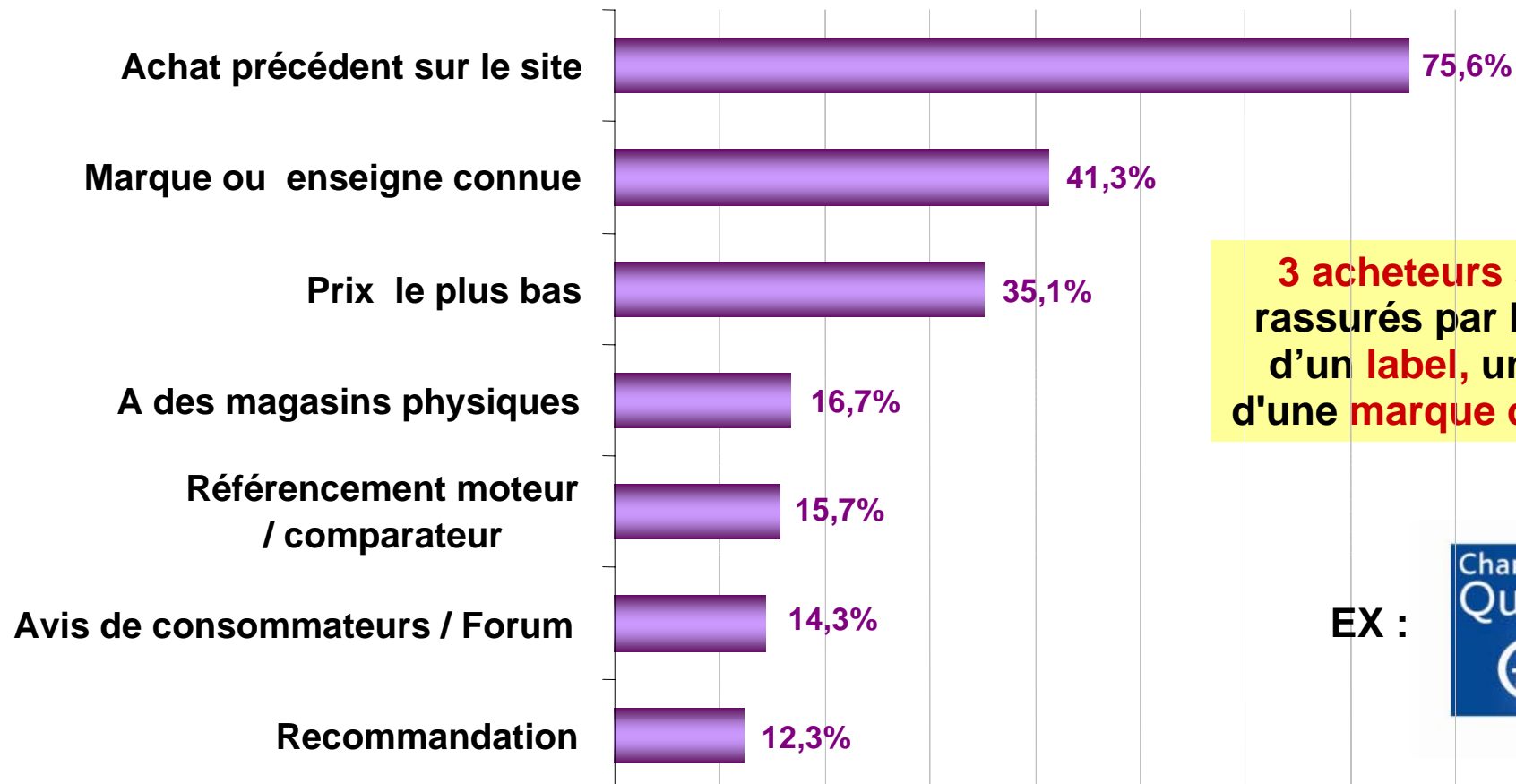


Pourquoi Internet ? Quels sont les critères de choix du site ?

⇒ Raison du choix du Canal Internet :

1. La **praticité** (livraison, foule...) – 75%
2. Le **prix** – 63%

⇒ Critère de choix d'un site e-commerce



3 acheteurs sur 4 sont rassurés par la présence d'un **label**, un **sceau** ou d'une **marque de confiance**



EX :





Qu'achètent-ils ?

➔ Classement des catégories de produits les plus achetés en ligne en Nov/Déc 2005

RANG 2005	CATEGORIES ACHETEES	PENETRATION 2005	Evol 2004/2005	RANG 2004
1	CD / DVD 	38,30%	-12,10%	1
2	Vêtements / Chaussures 	27,90%	7,70%	4
3	Livres	26,00%	-4,60%	2
4	Billet d'avion / train / Location de voiture	22,10%	-3,50%	3
5	Produits Informatiques	20,50%	2,90%	5
6	Jeux vidéos / logiciels / consoles...	14,90%	-1,90%	6
7	Jeux / Jouets (hors jeux vidéo)	12,10%	-2,10%	7
8	Parfums / cosmétiques / beauté	11,30%	1,70%	9
9	Produits Hi-Fi	10,60%	1,00%	10
10	Développement photos numériques	10,40%	3,20%	13
11	Produits Photo / Vidéo	9,40%	0,00%	11

- **Baisse** de la pénétration des **CD / DVD** même si elle reste la 1ère catégorie achetée.
- Forte progression des **vêtements et chaussures** par rapport à l'année dernière
- **Produits Culturels** (50%) en 1ère position suivi par les **produits High-tech** (36%)

 Augmentation significative  Baisse significative

Base : 750 Acheteurs en ligne en nov/déc 2005



Qu'achètent-ils ?

⇒ Classement des produits High-Tech les plus achetés en ligne en Nov/Déc 2005

RANG 2005	CATEGORIES ACHETEES	PENETRATION 2005	RANG 2004
1	Baladeur MP3	11,4%	2
2	DVD musicaux (SACD)	6,6%	3
3	Webcam ▲	6,3%	9
4	Clé USB (hors baladeur mp3)	6,1%	1
5	Appareil photo numérique	5,6%	4
6	Abonnement Internet Haut-Débit	4,4%	5
7	Téléphone mobile	4,1%	8
9	Equipement Wi-Fi (Internet sans fil)	3,5%	14
10	Lecteur DVD de salon	3,5%	6
12	Console de jeux portable	2,5%	17
13	Ordinateur de bureau	2,5%	13
14	Téléphone mobile 3G ou smartphone ▲	2,2%	22

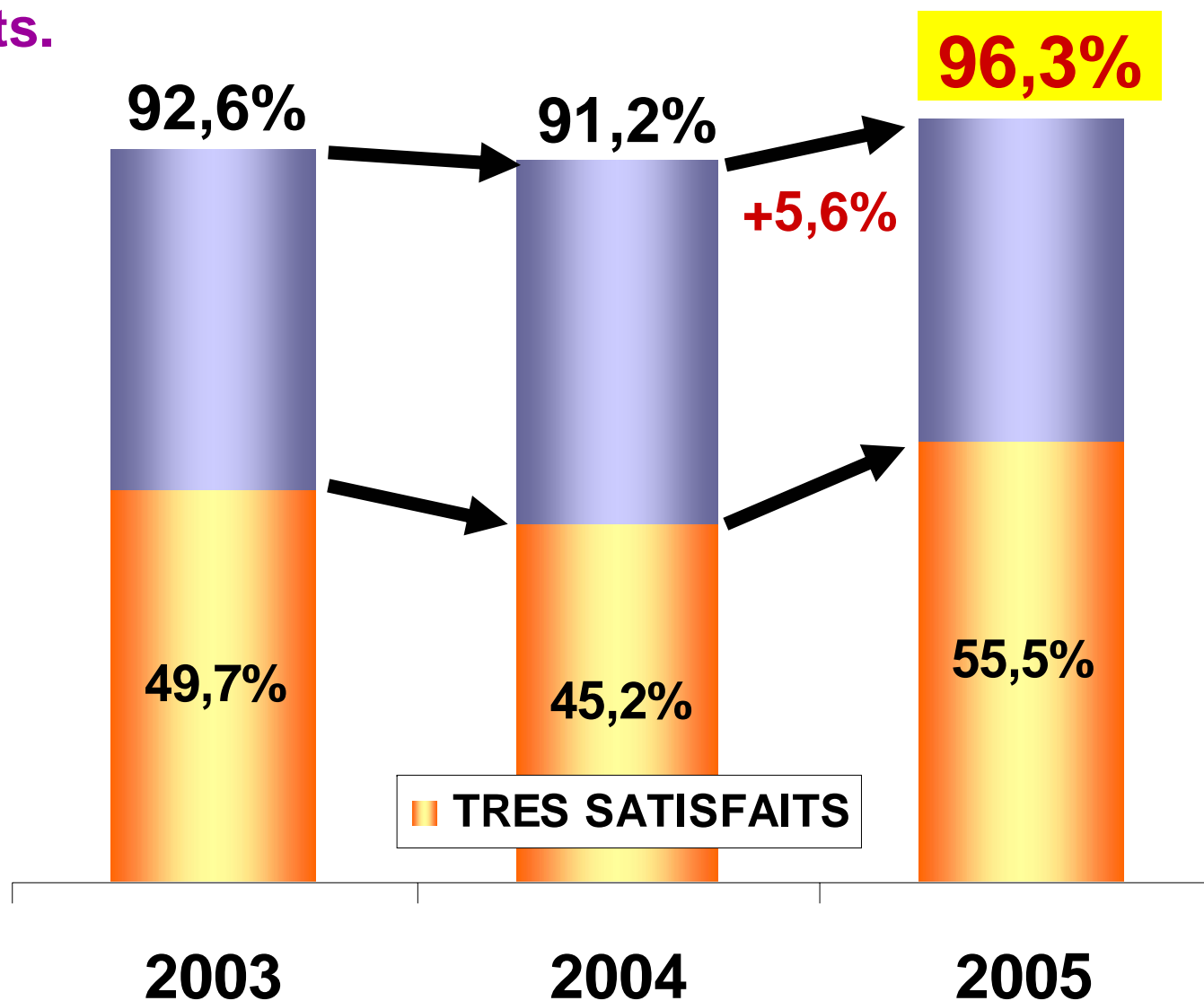
- Lecteur MP3 reste le produit « star »
- Progression des produits liés à l'usage et au développement d'internet (« Webcam » et « téléphones mobiles 3G ou smartphone »)

Base : 750 Acheteurs en ligne en nov/déc 2005



Sont-ils satisfaits de leurs achats ?

- ➔ La quasi-totalité des acheteurs se déclare satisfaite de ses achats.





Ont-ils l'intention de réacheter en ligne ?

⇒ Intention de réachat **unanime** pour 2006 :

