

COMMUNIQUE DE PRESSE

Plus de 22 millions de Français attendus sur internet à l'occasion des soldes d'hiver

A la veille du 1^{er} jour des soldes, la Fevad (Fédération du e-commerce et de la vente à distance) publie les résultats d'une enquête exclusive Fevad/CSA sur les intentions des internautes français à l'occasion des soldes d'hiver.

Plus d'un internaute sur deux a l'intention d'acheter en ligne à partir de son ordinateur, de son smartphone ou de sa tablette

Selon cette étude, 2 internautes interrogés sur 3 (66%) déclarent avoir l'intention d'utiliser internet à l'occasion des prochaines soldes d'hiver. Et 80% d'entre eux comptent bien acheter en soldes sur internet. C'est donc plus d'1 internaute sur 2 qui compte acheter des produits soldés sur internet.

Le phénomène touche toutes les catégories de population internaute. Mais ce sont les 25-34 ans qui se montrent les plus intéressés par les soldes en ligne. A noter que si les hommes sont plus nombreux à vouloir utiliser internet pour préparer les soldes en magasin, les femmes, elles, ont plus tendance à l'utiliser dans le seul but d'acheter en ligne.

Si la grande majorité des « intentionnistes » ont prévu de faire les soldes en ligne derrière leur écran d'ordinateur (75%), 21% devraient également utiliser leur téléphone mobile (31% de 25-34 ans) et 13% leur tablette numérique (en forte progression par rapport à 8% en 2011) pour profiter des « cyber-soldes ». Ce sont les hommes en particulier qui comptent utiliser leurs tablettes à cette occasion.

Les hommes plus dépensiers que les femmes

Pour 57% des internautes, le budget soldes sur internet sera équivalent à celui de l'an dernier. La part des soldes réalisés sur internet est en augmentation chez les hommes et chez les 25-34 ans. En moyenne, les internautes ont prévu de dépenser 187 € pour leurs achats en soldes sur internet (ce qui est stable par rapport à l'année dernière). Le budget moyen des hommes (228 €) reste

nettement supérieur à celui des femmes (150 €). Cela s'explique par la nature des produits qu'ils envisagent d'acheter : les hommes achètent davantage de produits techniques dont les montants unitaires sont élevés alors que les femmes se portent davantage sur l'habillement.

La mode toujours en tête des produits les plus convoités par les cyber-soldeurs

D'une façon générale, la mode arrive en tête des produits les plus convoités par les internautes en quête de bonnes affaires avec 76% d'entre eux qui se déclarent intéressés par les produits d'habillement (vêtements, chaussures), suivi des produits « informatique, hi-fi, photo, video » (20%), mobilier décoration (12,6%), électroménager (12%) et le matériel de sport (7%).

Coté femmes, l'habillement reste très largement en tête des intentions (84%). Les vêtements femmes seront les produits les plus recherchés par les cyber-soldeuses. Elles sont 75% à penser à elles en cette période. Les soldes demeurent donc l'occasion de se faire plaisir sans pour autant oublier l'habillement des enfants (35%).

Les hommes s'intéressent à la mode masculine (54%), mais ils comptent bien cependant profiter des soldes en ligne pour d'autres produits. Ainsi, 43% des hommes interrogés ont l'intention de commander des produits d'équipement de la maison : informatique, son-vidéo, électroménager. Et ils sont 11% à espérer s'équiper en matériel de sport à prix soldé.

Facebook et Twitter pour partager ses bons plans

Une des tendances révélées par l'étude est celle de la montée en puissance des réseaux sociaux chez certains cyber-soldeurs. Afin de se repérer sur le web pour leurs achats en solde, les internautes sont 22% à vouloir utiliser les réseaux sociaux : 17% pour partager les « Bons Plans » soldes et même 6% qui envisagent d'acheter des produits en soldes directement via Facebook. Cette tendance touche particulièrement les 18-35 ans qui semblent les plus intéressées par cette nouvelle approche des soldes en réseaux.

Méthodologie

Depuis 2003, le Baromètre Fevad/CSA/Directpanel mesure les intentions de faire les soldes en ligne. L'enquête a été réalisée en ligne du 2 au 4 janvier 2012 auprès d'un échantillon représentatif de 1 010 internautes français de 18-75 ans constitué d'après la méthode des quotas (sexe, âge, CSP, Région, Composition du foyer, achat en ligne). Les résultats sont redressés à partir d'une étude de cadrage téléphonique.

A propos de la FEVAD :

La Fédération du e-commerce et de la vente à distance, créée en 1957, fédère aujourd'hui 550 entreprises et près 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.

A propos de CSA

CSA est l'un des principaux instituts d'études français avec 360 salariés et un chiffre d'affaires de 32,6 millions d'euros en 2010. Filiale du Groupe Bolloré, CSA est dirigé par Bernard Sananès, Président depuis décembre 2010. Spécialiste des études de marché et d'opinion, CSA accompagne depuis près de 30 ans entreprises et institutions dans le pilotage de leurs choix stratégiques grâce à des solutions d'études sur-mesure et immédiatement opérantes. Son expertise multisectorielle et sa maîtrise des méthodologies qualitative et quantitative permettent à ses experts, analystes des opinions et des comportements, d'aller toujours plus loin dans la mise en perspective et le décryptage des évolutions sociétales. Cette capacité d'analyse est renforcée par sa forte intégration : structuré autour de cinq pôles d'expertise (*Banque Assurance Service Industrie ; Consumer* incluant Grande Consommation / Distribution, Santé et Automobile ; *Media Publicité Nouvelles Technologies ; Opinion Corporate et Conseil*), et d'un pôle transversal, *Planning Quali Nouvelles Tendances*, CSA maîtrise toute la chaîne de production, garantissant ainsi l'efficacité des études au service de la décision. Pour en savoir plus : www.csa.eu

Contact Presse:

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

CSA - Hélène Taboury
01 44 94 34 02 • helene.taboury@csa.eu