



Le profil des acheteurs à distance et en ligne

Étude réalisée pour le compte de
La FEVAD, La Poste et Reed/CCI
Octobre 2008

- Enquête quantitative par téléphone réalisée du 5 au 10 septembre 2008
- Auprès de 1009 adultes âgés de 18 ans et plus
- Méthode des quotas : Échantillon représentatif
 - ▶ Sexe et âge de la personne interrogée
 - ▶ PCS, taille d'agglomération et région d'habitation du ménage auquel appartient la personne interrogée
- Traitements statistiques descriptifs
 - ▶ Tris à plat et tris croisés
 - ▶ Test de significativité : Chi²

- Mesurer la pénétration de l'achat à distance
- Etudier les attitudes face à l'achat à distance
- Analyser les comportements des acheteurs
- Mesurer le profil des différentes catégories d'acheteurs à distance
- Analyser les freins à l'achat parmi les non acheteurs

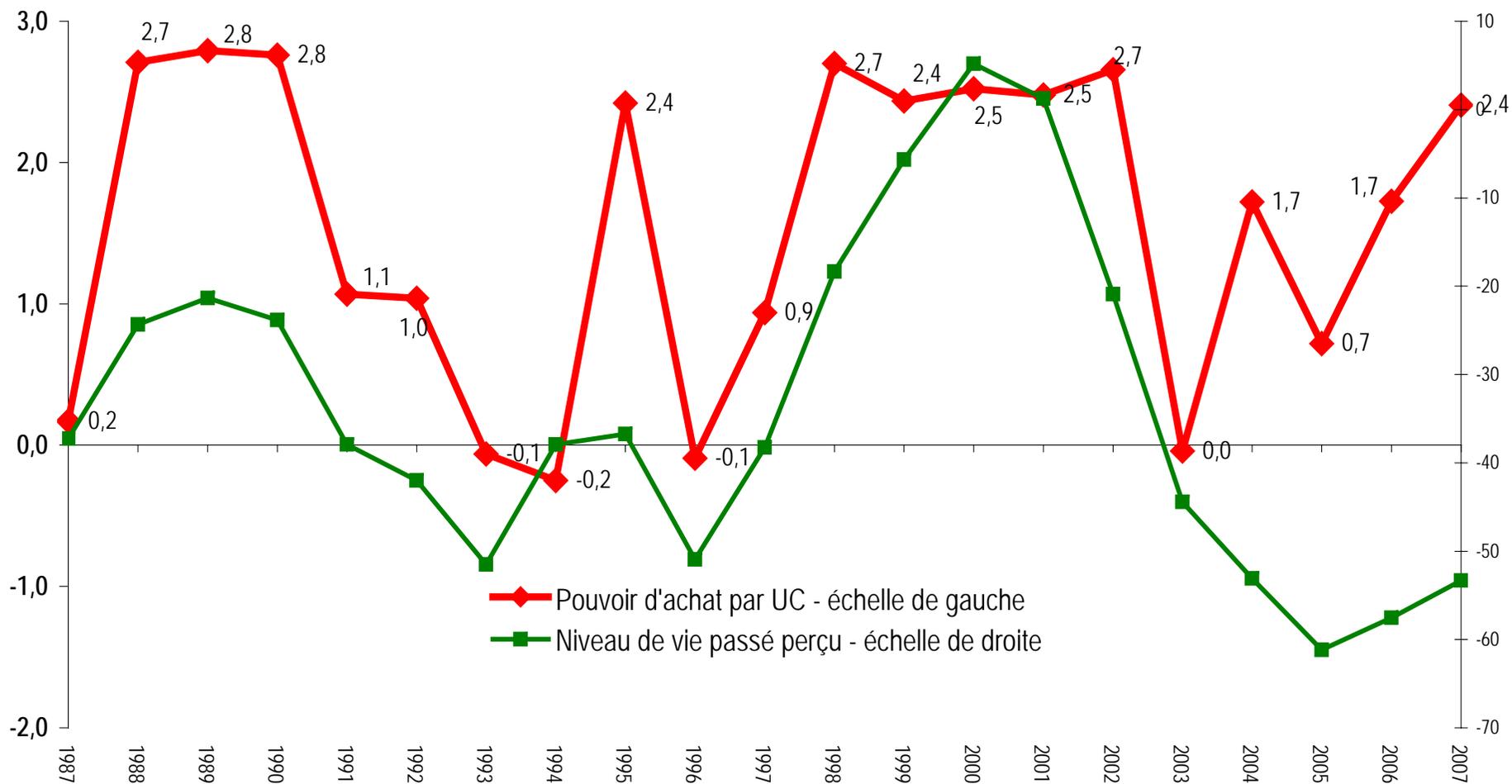
- Contexte
- Progression des acheteurs à distance après une stagnation en 2004
- Des catégories en forte progression : Les hommes, les cadres, les professions intermédiaires, les ouvriers et les 35-54 ans
- Des points forts largement reconnus mais des points faibles importants
- Les produits achetés : équipement de la personne – culture – voyage
- Les non acheteurs à distance plus nombreux à envisager acheter à distance

- Contexte
- Progression des acheteurs à distance due à l'arrivée de nouveaux clients et à la fin du départ des clients traditionnels de la VAD
- Très forte progression des commandes par Internet
- La Vente à distance avantagée dans un contexte de valorisation des achats malins
- Deux conditions nécessaires pour développer une activité de vente à distance : créer les conditions de la confiance et permettre une bonne évaluation du produit
- Acheter à distance Les produits achetés : équipement de la personne – culture – voyage
- Catalogues et emails : Deux canaux de promotion pour deux populations différentes
- Les non acheteurs à distance plus nombreux à envisager acheter à distance dans l'avenir

- Des consommateurs focalisés sur leur pouvoir d'achat depuis 2002 :
 - ▶ La sensibilité aux prix a nettement augmenté depuis 2005 dans la grande consommation
 - ▶ La réalité rattrape la perception en 2008 : le pouvoir d'achat sera négatif

- Les dépenses de consommations ralentissent très fortement depuis le dernier trimestre 2007, baisse dans des secteurs qui progressaient :
 - ▶ Baisse de 4,3% dans le textile habillement ;
 - ▶ Ralentissement en téléphonie, décoration,

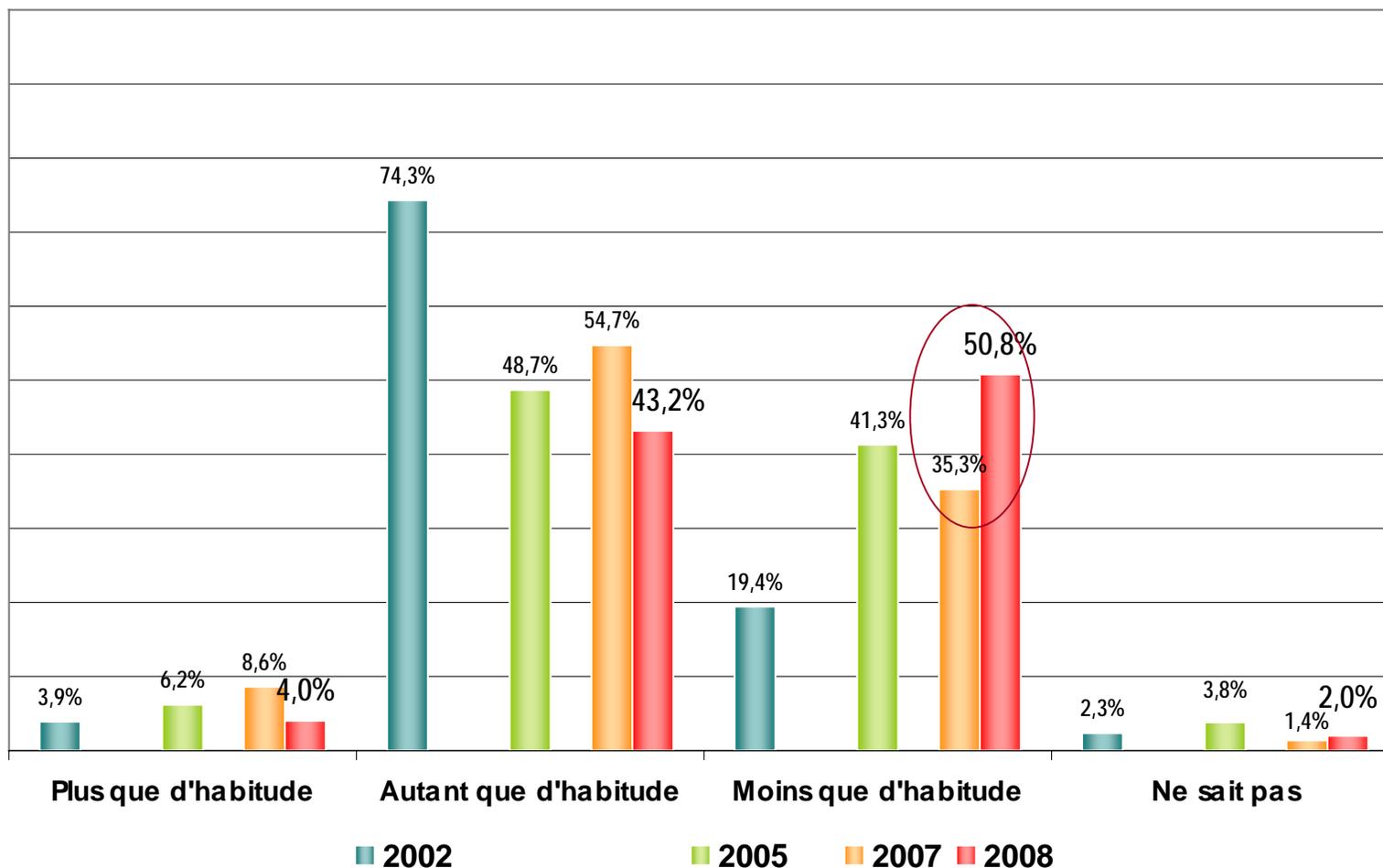
Évolution annuelle du pouvoir d'achat par UC 1960-2007



Source : INSEE

Les français réalisent moins d'achats sur coup de tête...

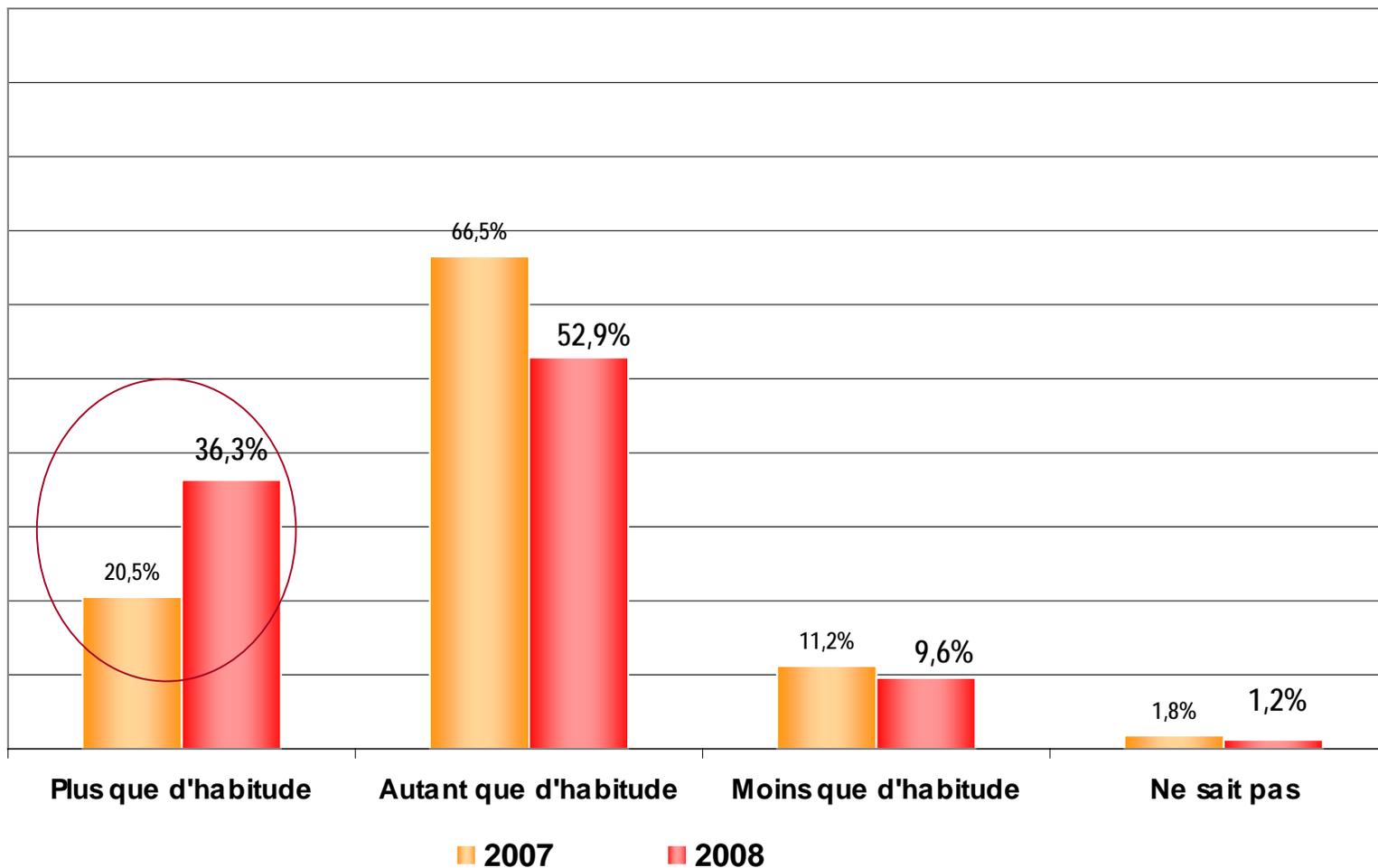
« Ces derniers mois, est-ce que vous faites des achats sur coup de tête : plus que d'habitude, autant que d'habitude, moins que d'habitude ? »



Source : CRÉDOC, enquêtes consommation



« Ces derniers mois, est-ce que vous **profitez des offres promotionnelles** : plus que d'habitude, autant que d'habitude, moins que d'habitude ? »

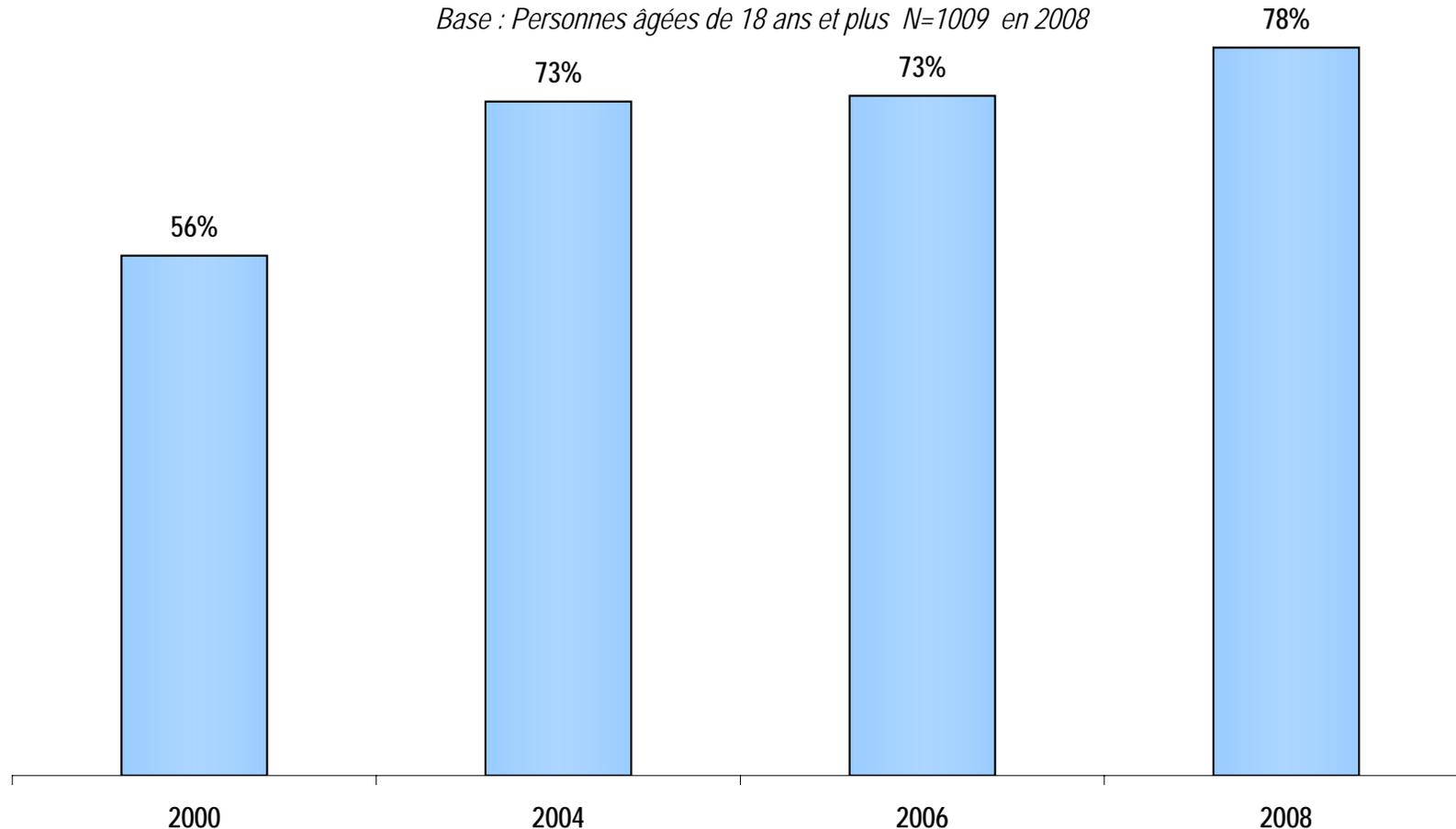


Source : SEMMARIS - CRÉDOC, enquête consommation – juin 2008

- Contexte
- Progression des acheteurs à distance due à l'arrivée de nouveaux clients et à la fin du départ des clients traditionnels de la VAD
- Très forte progression des commandes par Internet
- La Vente à distance avantagée dans un contexte de valorisation des achats malins
- Deux conditions nécessaires pour développer une activité de vente à distance : créer les conditions de la confiance et permettre une bonne évaluation du produit
- Acheter à distance Les produits achetés : équipement de la personne – culture – voyage
- Catalogues et emails : Deux canaux de promotion pour deux populations différentes
- Les non acheteurs à distance plus nombreux à envisager acheter à distance dans l'avenir

Pouvez-vous me dire s'il vous arrive de commander des produits ou des services par courrier, téléphone fixe, téléphone mobile ou Internet?

Base : Personnes âgées de 18 ans et plus N=1009 en 2008

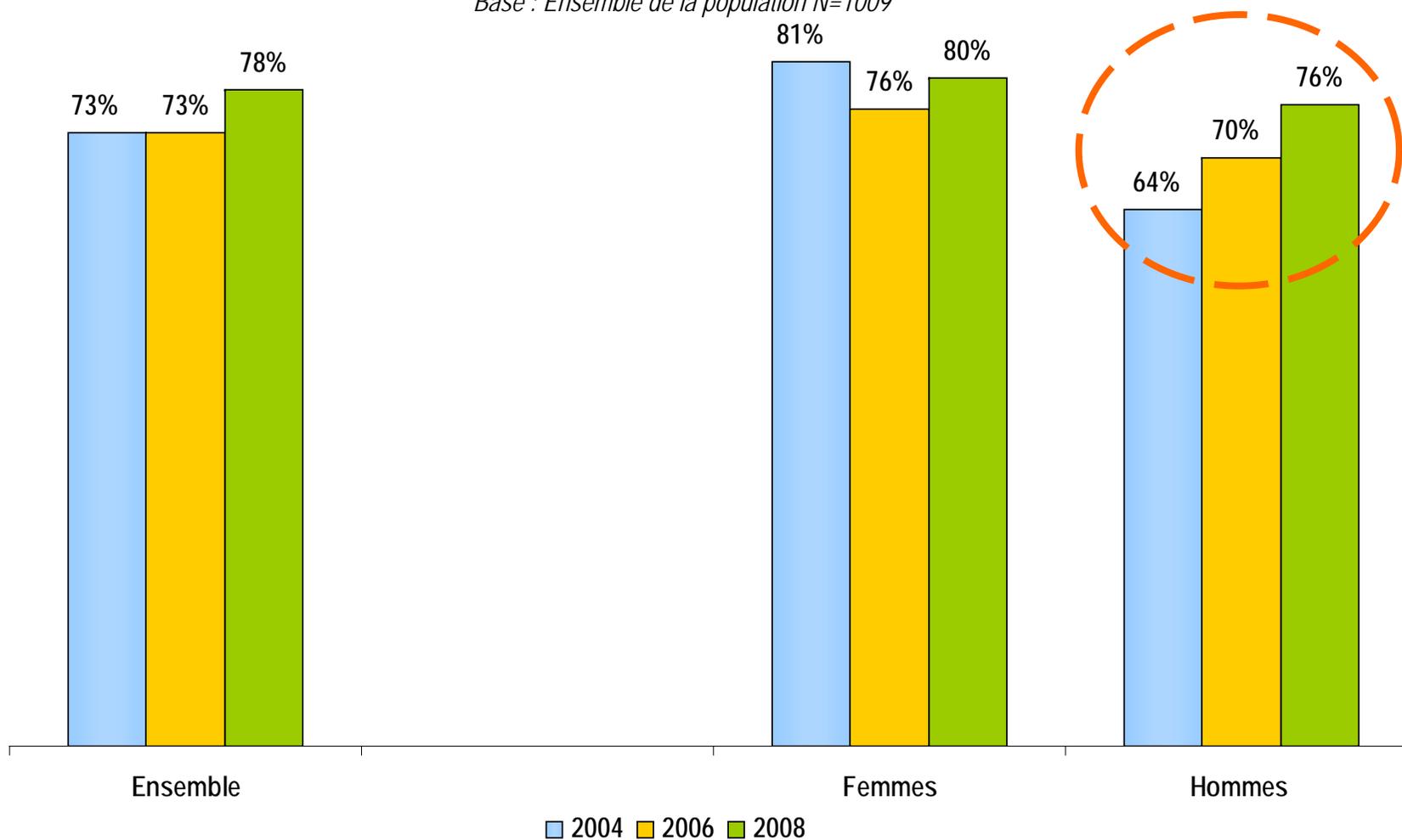


Source : CREDOC-Enquêtes FEVAD 2000 et 2004, CREDOC-FEVAD, La Poste, REED/CCI 2006 et 2008

NB. Intitulé de la question modifié entre 2006 et 2008 – Modalités jusqu'en 2006 : Régulièrement, De temps en temps, Jamais – Modalités 2008 : Oui, Non

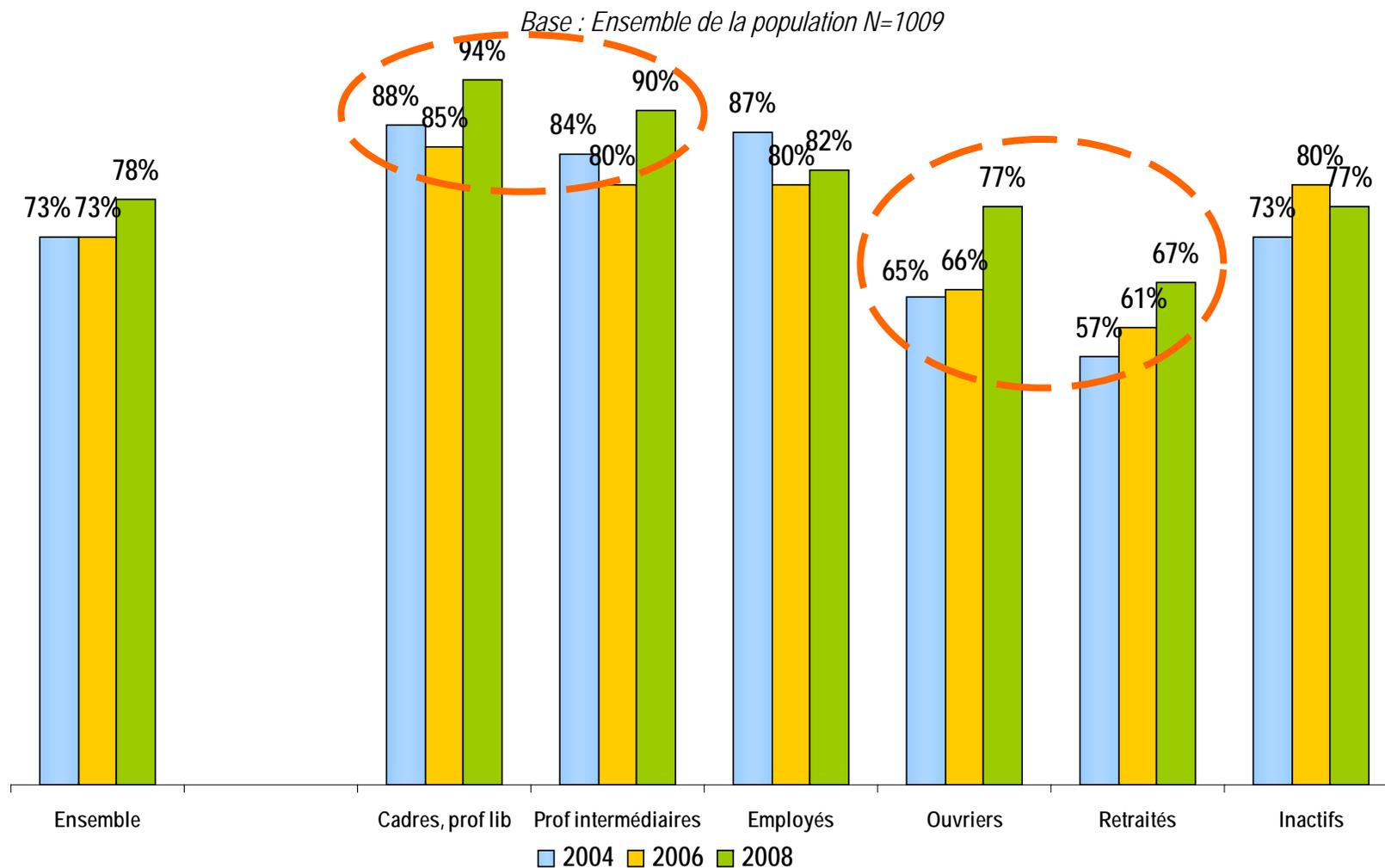
Evolution du taux d'acheteurs à distance selon le sexe

Base : Ensemble de la population N=1009



Source : CREDOC-Enquêtes FEVAD 2004, CREDOC-FEVAD, La Poste, REED/CCI 2006 et 2008

Evolution du taux d'acheteurs à distance selon la PCS

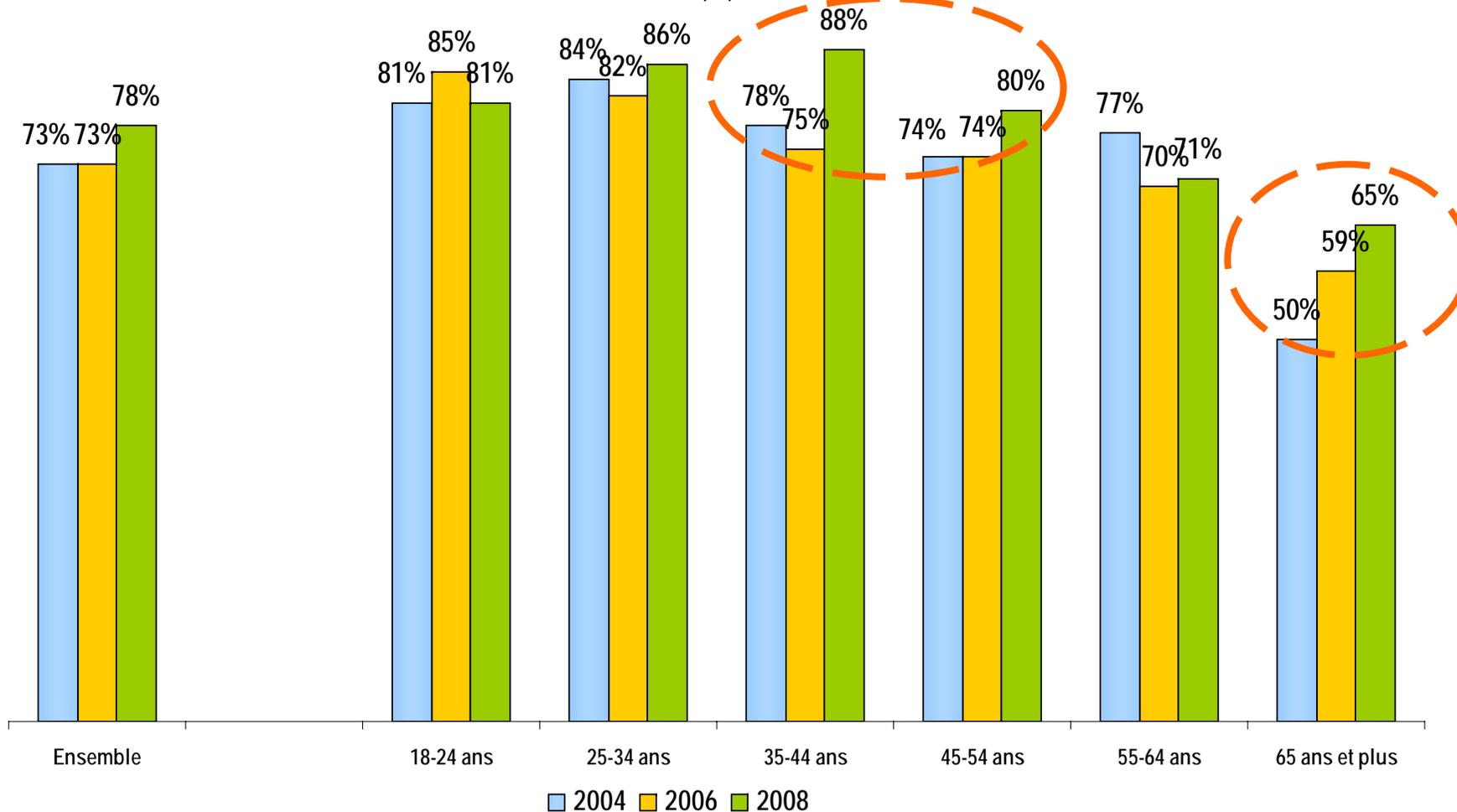


Source : CREDOC-Enquêtes FEVAD 2004, CREDOC-FEVAD, La Poste, REED/CCI 2006 et 2008

Progression du nombre d'acheteurs à distance 35-54 ans et les 65 ans et plus

Evolution du taux d'acheteurs à distance selon l'âge

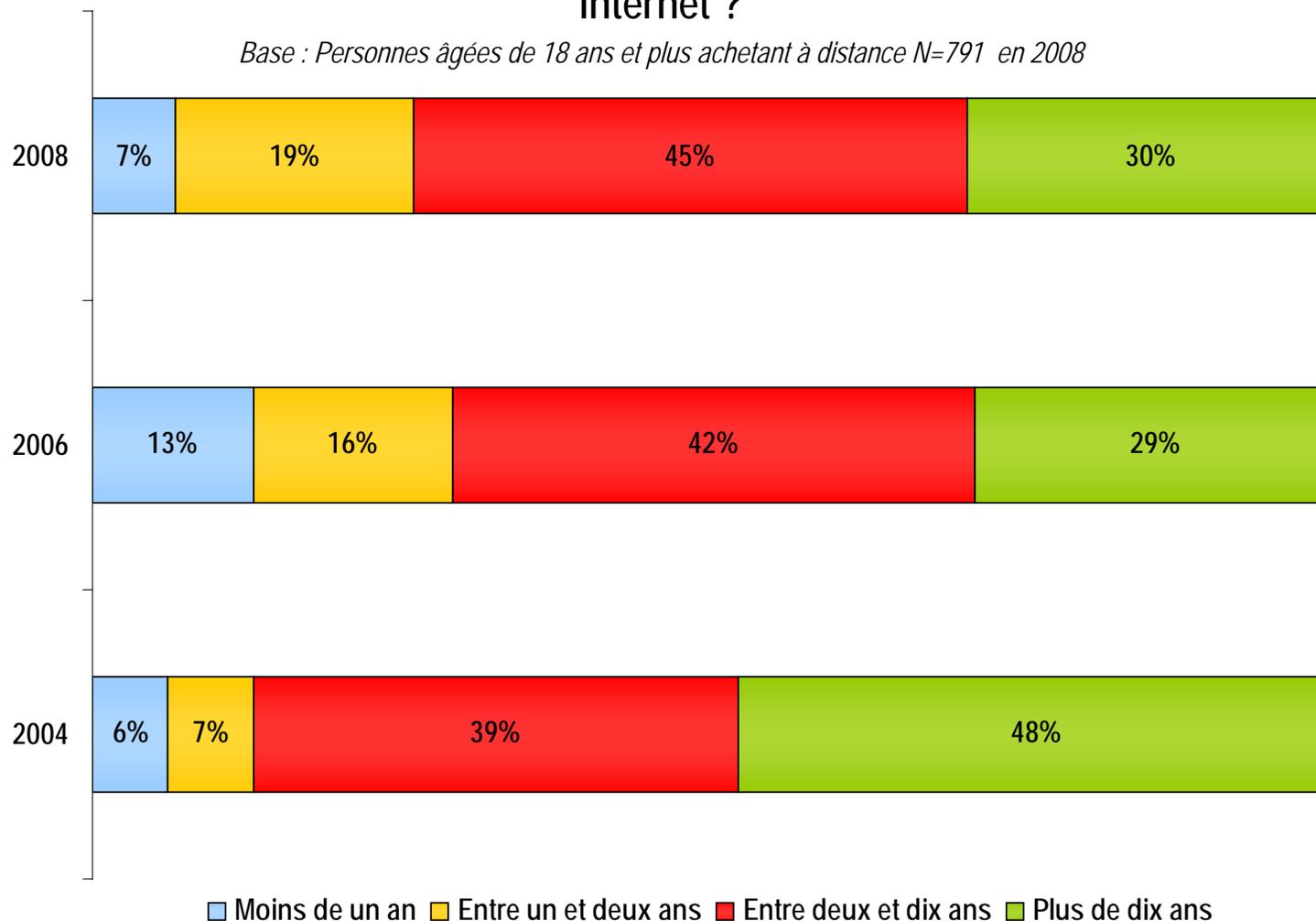
Base : Ensemble de la population N=1009



Source : CREDOC-Enquêtes FEVAD 2004, CREDOC-FEVAD, La Poste, REED/CCI 2006 et 2008



Depuis combien de temps achetez-vous des produits ou des services par téléphone, courrier ou internet ?



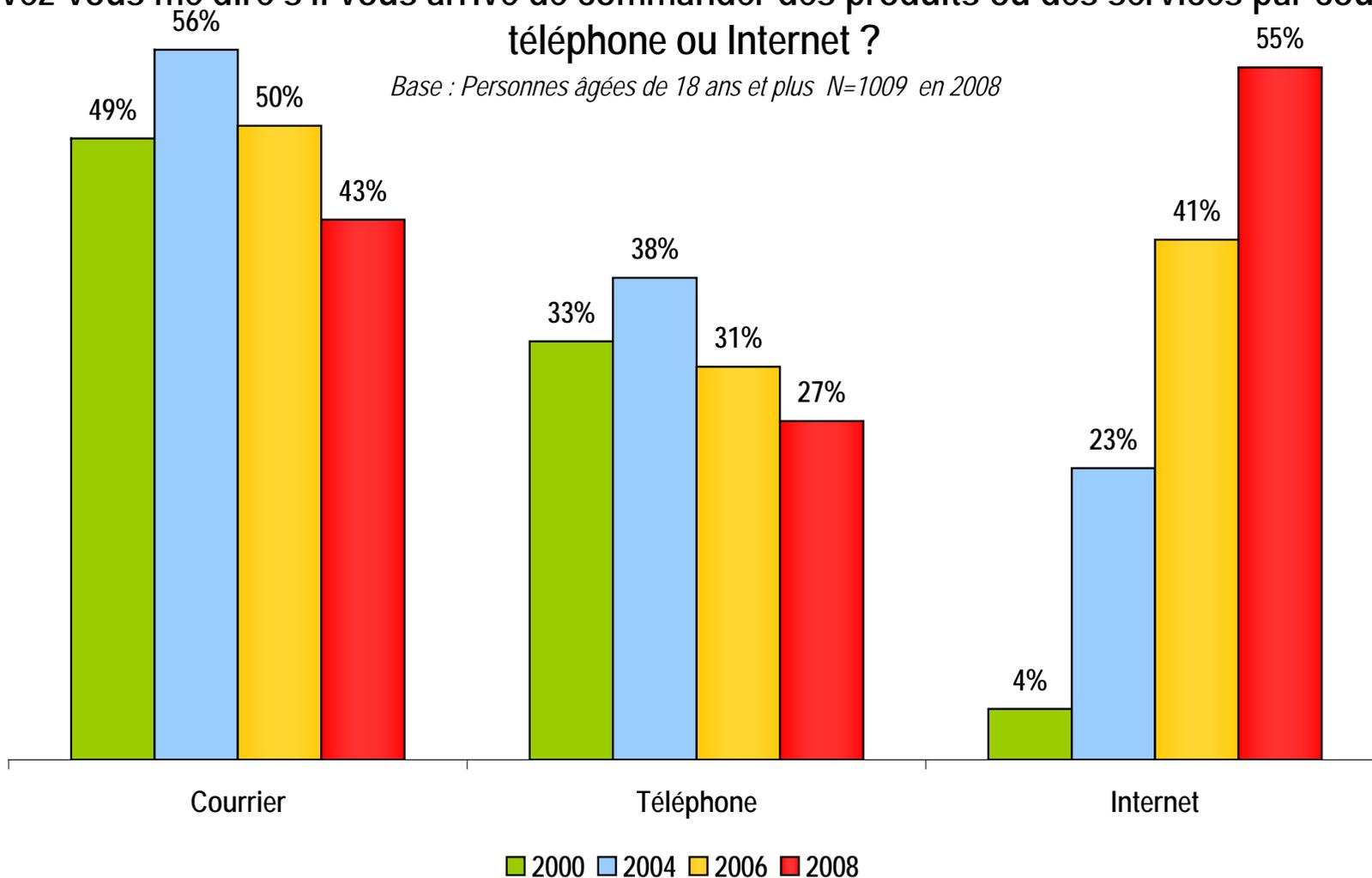
Source : CREDOC-Enquêtes FEVAD 2004, CREDOC-FEVAD, La Poste, REED/CCI 2006 et 2008

- Contexte
- Progression des acheteurs à distance due à l'arrivée de nouveaux clients et à la fin du départ des clients traditionnels de la VAD
- Très forte progression des commandes par Internet
- La Vente à distance avantagée dans un contexte de valorisation des achats malins
- Deux conditions nécessaires pour développer une activité de vente à distance : créer les conditions de la confiance et permettre une bonne évaluation du produit
- Acheter à distance Les produits achetés : équipement de la personne – culture – voyage
- Catalogues et emails : Deux canaux de promotion pour deux populations différentes
- Les non acheteurs à distance plus nombreux à envisager acheter à distance dans l'avenir

Internet devient le moyen de commande à distance le plus utilisé

Pouvez-vous me dire s'il vous arrive de commander des produits ou des services par courrier, téléphone ou Internet ?

Base : Personnes âgées de 18 ans et plus N=1009 en 2008

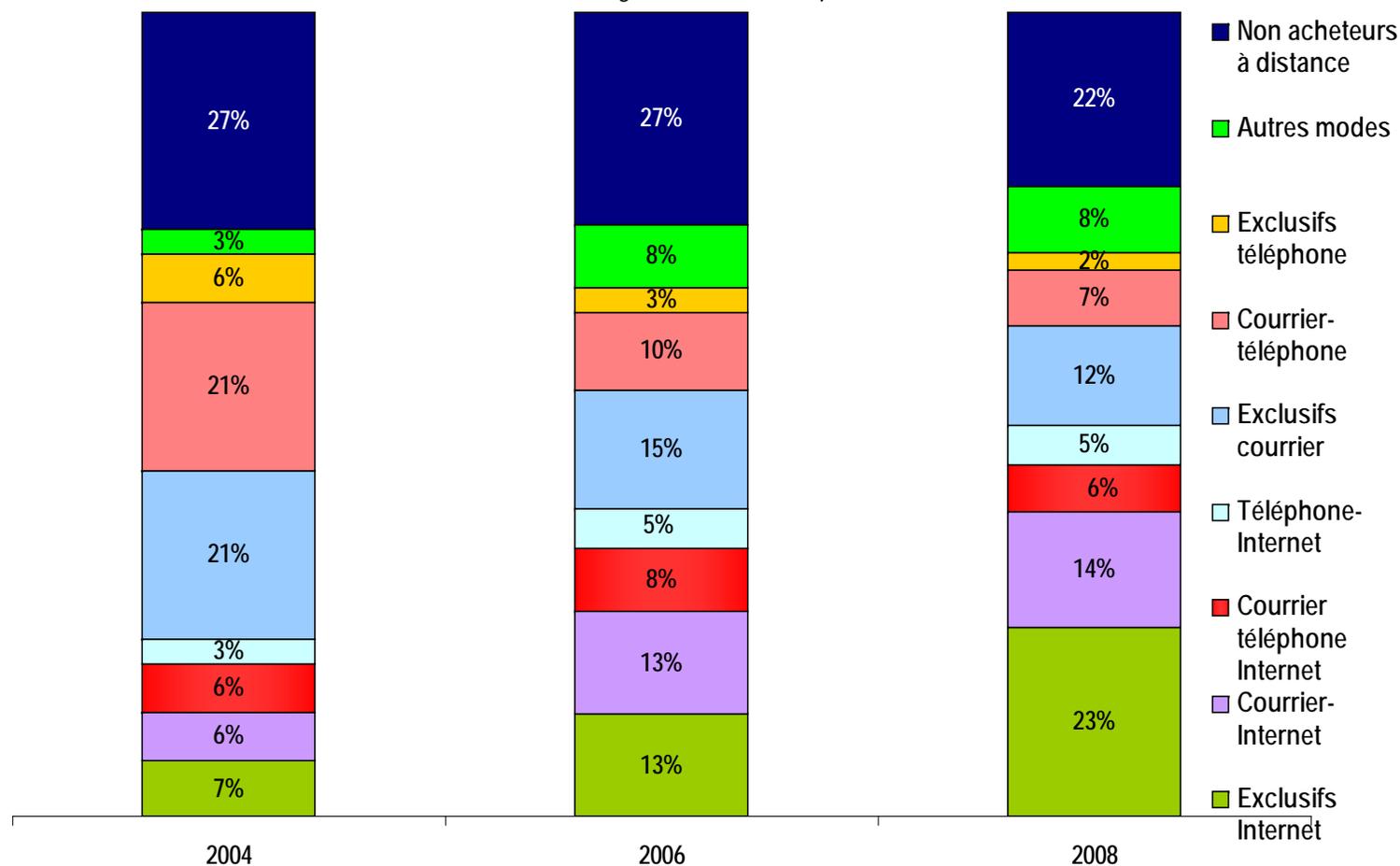


Source : CREDOC-Enquêtes FEVAD 2000 et 2004, CREDOC-FEVAD, La Poste, REED/CCI 2006 et 2008

La proportion d'acheteurs exclusifs par Internet a triplé en quatre ans

Pouvez-vous me dire s'il vous arrive de commander des produits ou des services par courrier, téléphone fixe, téléphone mobile ou Internet?

Base : Personnes âgées de 18 ans et plus N=1009 en 2008



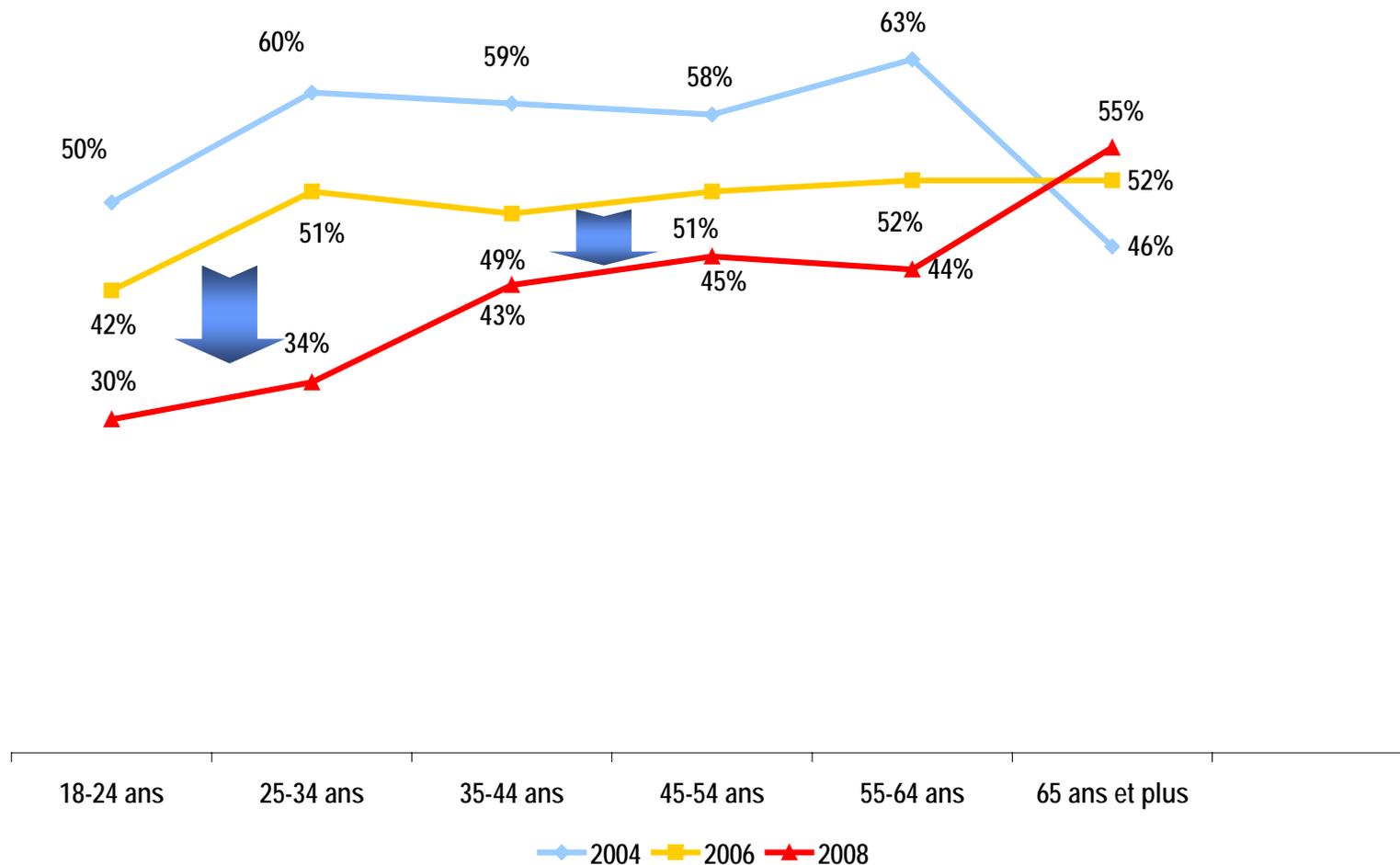
Source : CREDOC-Enquêtes FEVAD 2004, CREDOC-FEVAD, La Poste, REED/CCI 2006 et 2008



La proportion d'acheteurs à distance par courrier baisse dans toutes les classes d'âge sauf chez les 65 ans et plus

Pouvez-vous me dire s'il vous arrive de commander des produits ou des services par courrier ?

Base : Personnes âgées de 18 ans et plus N=1009 en 2008



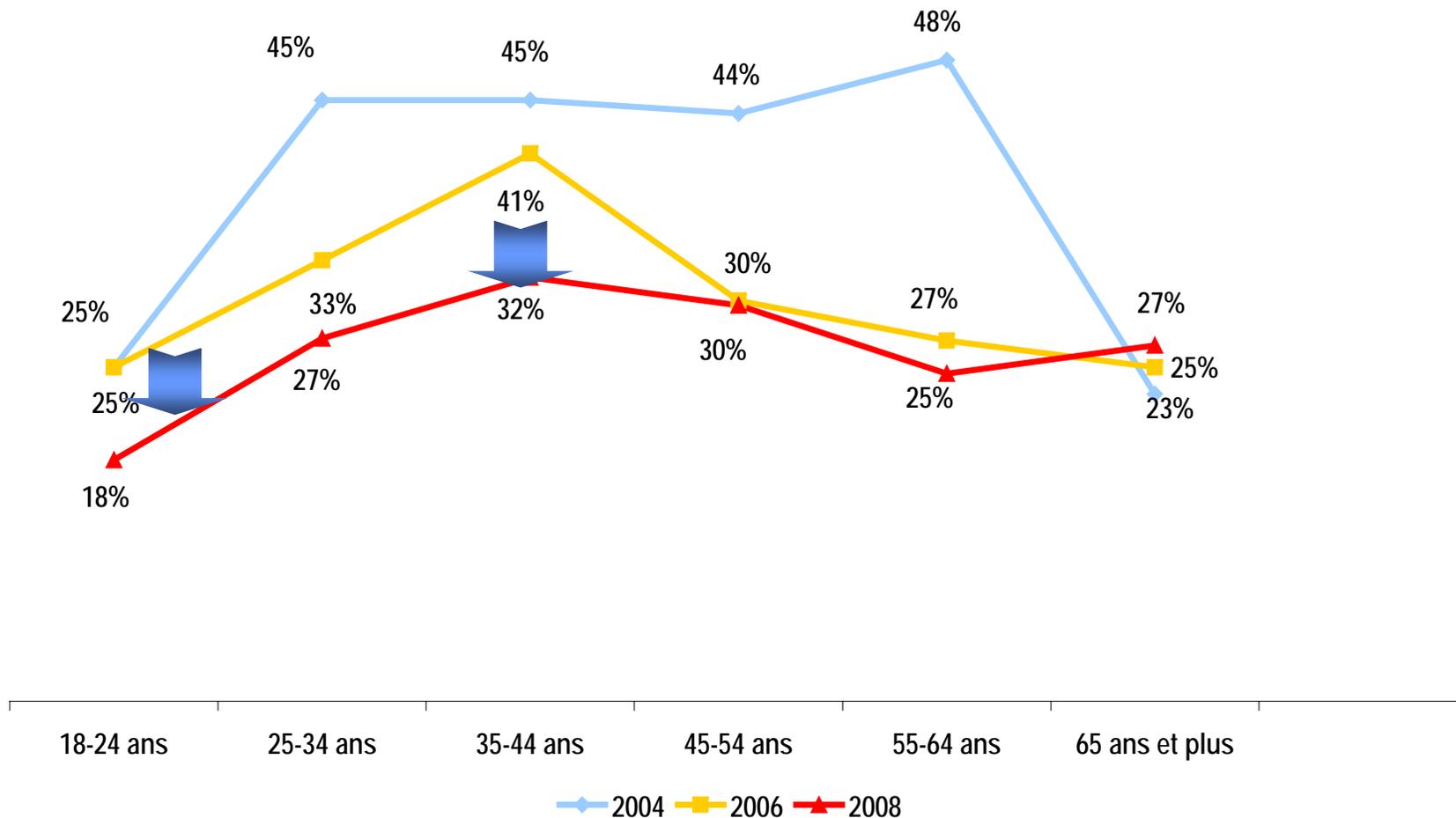
Source : CREDOC-Enquêtes FEVAD 2004, CREDOC-FEVAD, La Poste, REED/CCI 2006 et 2008



La proportion d'acheteurs à distance par téléphone continue de baisser jusqu'à 44 ans

Pouvez-vous me dire s'il vous arrive de commander des produits ou des services par téléphone ?

Base : Personnes âgées de 18 ans et plus N=1009 en 2008



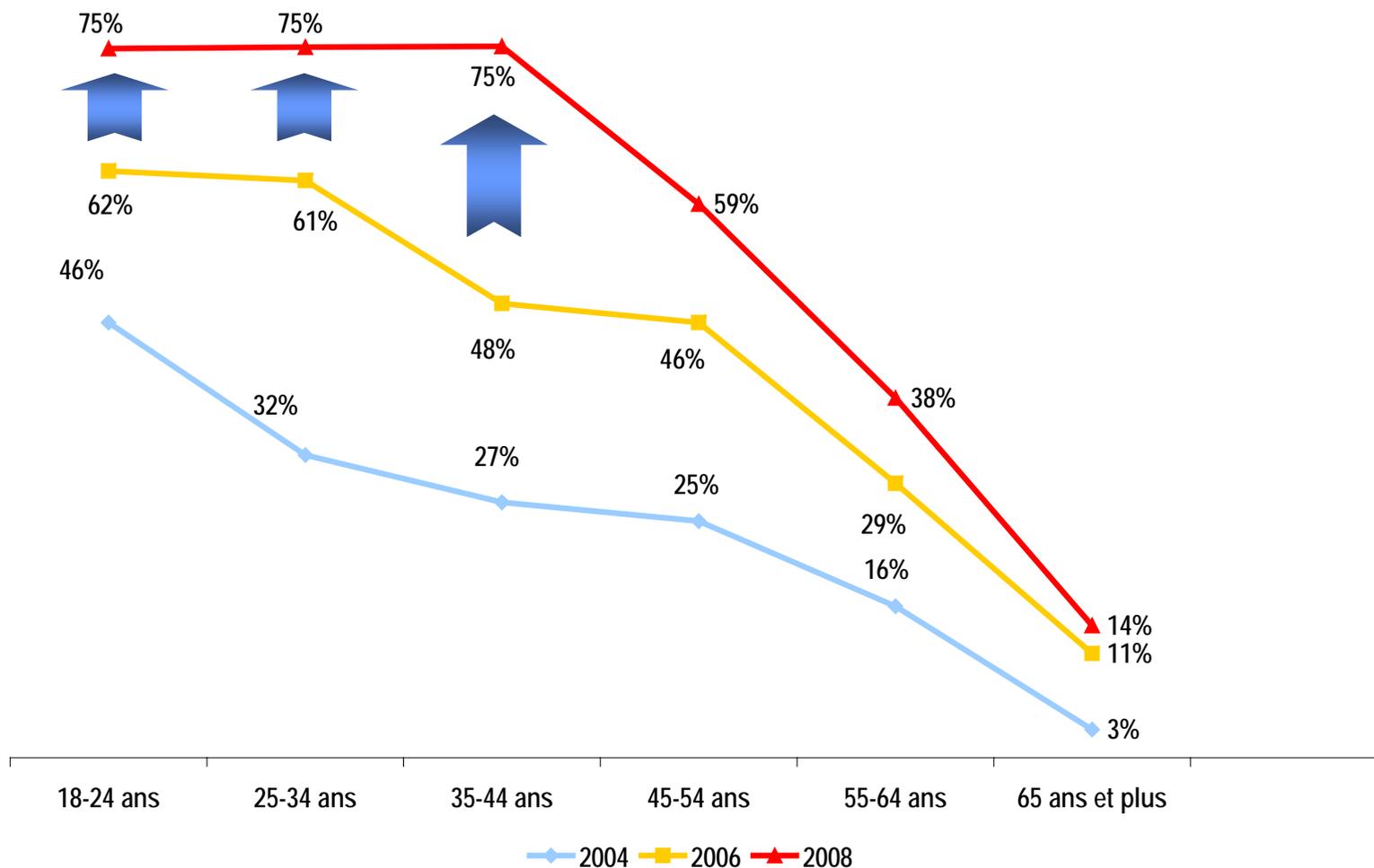
Source : CREDOC-Enquêtes FEVAD 2004, CREDOC-FEVAD, La Poste, REED/CCI 2006 et 2008



La proportion d'acheteurs à distance par Internet augmente à tous les âges spécifiquement chez les 18-44 ans

Pouvez-vous me dire s'il vous arrive de commander des produits ou des services par Internet ?

Base : Personnes âgées de 18 ans et plus N=1009 en 2008



Source : CREDOC-Enquêtes FEVAD 2004, CREDOC-FEVAD, La Poste, REED/CCI 2006 et 2008



28% des acheteurs à distance et 38% des cyber-acheteurs ont déjà commandé à l'étranger

Avez-vous déjà acheté à distance auprès d'une enseigne située à l'étranger ?

Base : Personnes âgées de 18 ans et plus achetant à distance N=791



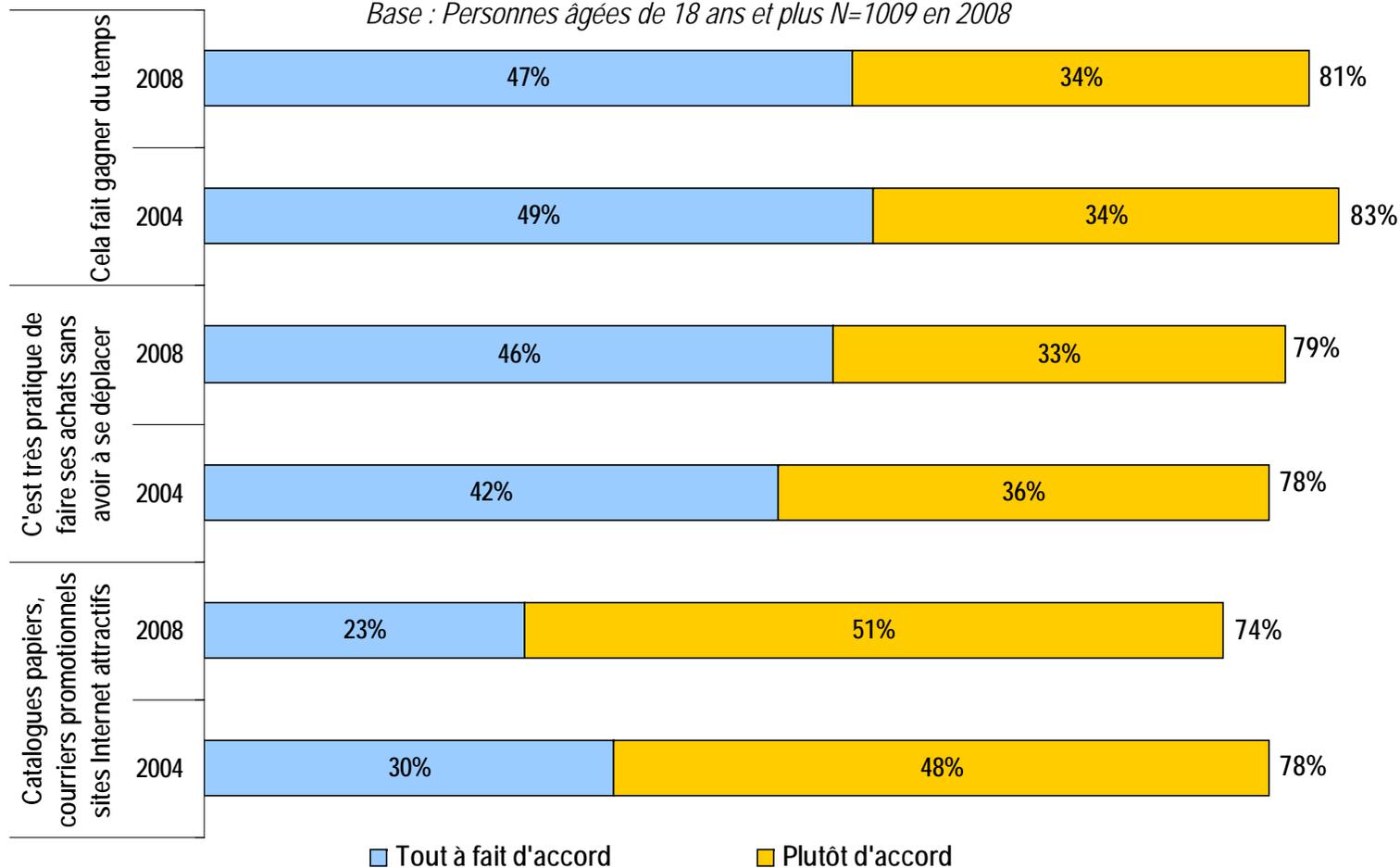
Source : CREDOC-FEVAD, La Poste, REED/CCI 2006 et 2008

- Contexte
- Progression des acheteurs à distance due à l'arrivée de nouveaux clients et à la fin du départ des clients traditionnels de la VAD
- Très forte progression des commandes par Internet
- La Vente à distance avantagée dans un contexte de valorisation des achats malins
- Deux conditions nécessaires pour développer une activité de vente à distance : créer les conditions de la confiance et permettre une bonne évaluation du produit
- Acheter à distance Les produits achetés : équipement de la personne – culture – voyage
- Catalogues et emails : Deux canaux de promotion pour deux populations différentes
- Les non acheteurs à distance plus nombreux à envisager acheter à distance dans l'avenir

Pour 8 Français sur 10, la vente à distance simplifie les achats

Concernant la vente à distance, êtes-vous tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas du tout d'accord avec les affirmations suivantes ?

Base : Personnes âgées de 18 ans et plus N=1009 en 2008



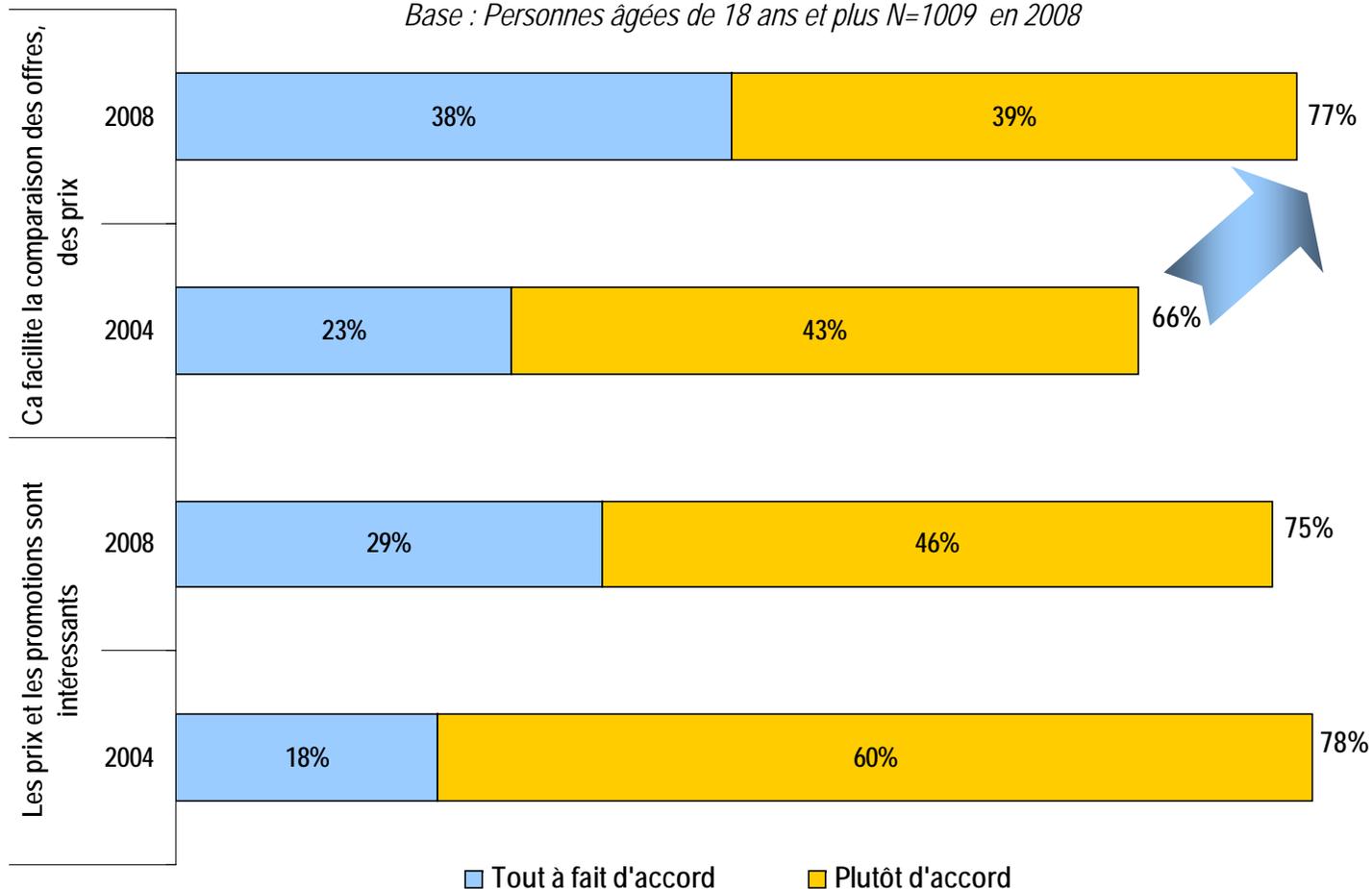
Source : CREDOC-Enquêtes FEVAD 2004, CREDOC-FEVAD, La Poste, REED/CCI 2008



Pour une proportion croissante de Français la Vente à distance facilite la comparaison des offres et des prix

Concernant la vente à distance, êtes-vous tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas du tout d'accord avec les affirmations suivantes ?

Base : Personnes âgées de 18 ans et plus N=1009 en 2008



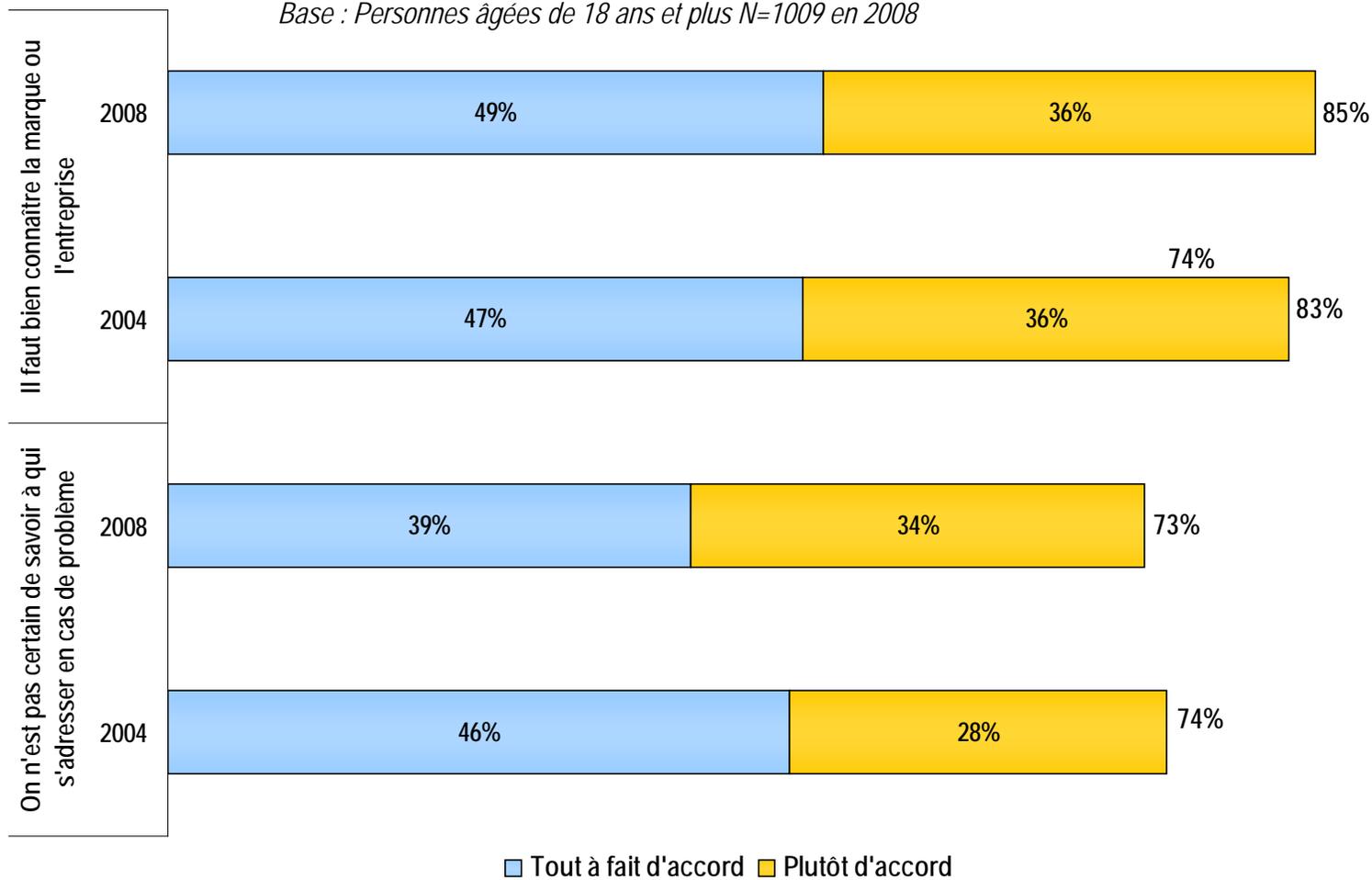
Source : CREDOC-Enquêtes FEVAD 2004, CREDOC-FEVAD, La Poste, REED/CCI 2008

- Contexte
- Progression des acheteurs à distance due à l'arrivée de nouveaux clients et à la fin du départ des clients traditionnels de la VAD
- Très forte progression des commandes par Internet
- La Vente à distance avantagée dans un contexte de valorisation des achats malins
- **Deux conditions nécessaires pour développer une activité de vente à distance : créer les conditions de la confiance et permettre une bonne évaluation du produit**
- Acheter à distance Les produits achetés : équipement de la personne – culture – voyage
- Catalogues et emails : Deux canaux de promotion pour deux populations différentes
- Les non acheteurs à distance plus nombreux à envisager acheter à distance dans l'avenir

Pour 85% des Français il faut bien connaître la marque ou l'entreprise pour acheter à distance

Concernant la vente à distance, êtes-vous tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas du tout d'accord avec les affirmations suivantes ?

Base : Personnes âgées de 18 ans et plus N=1009 en 2008

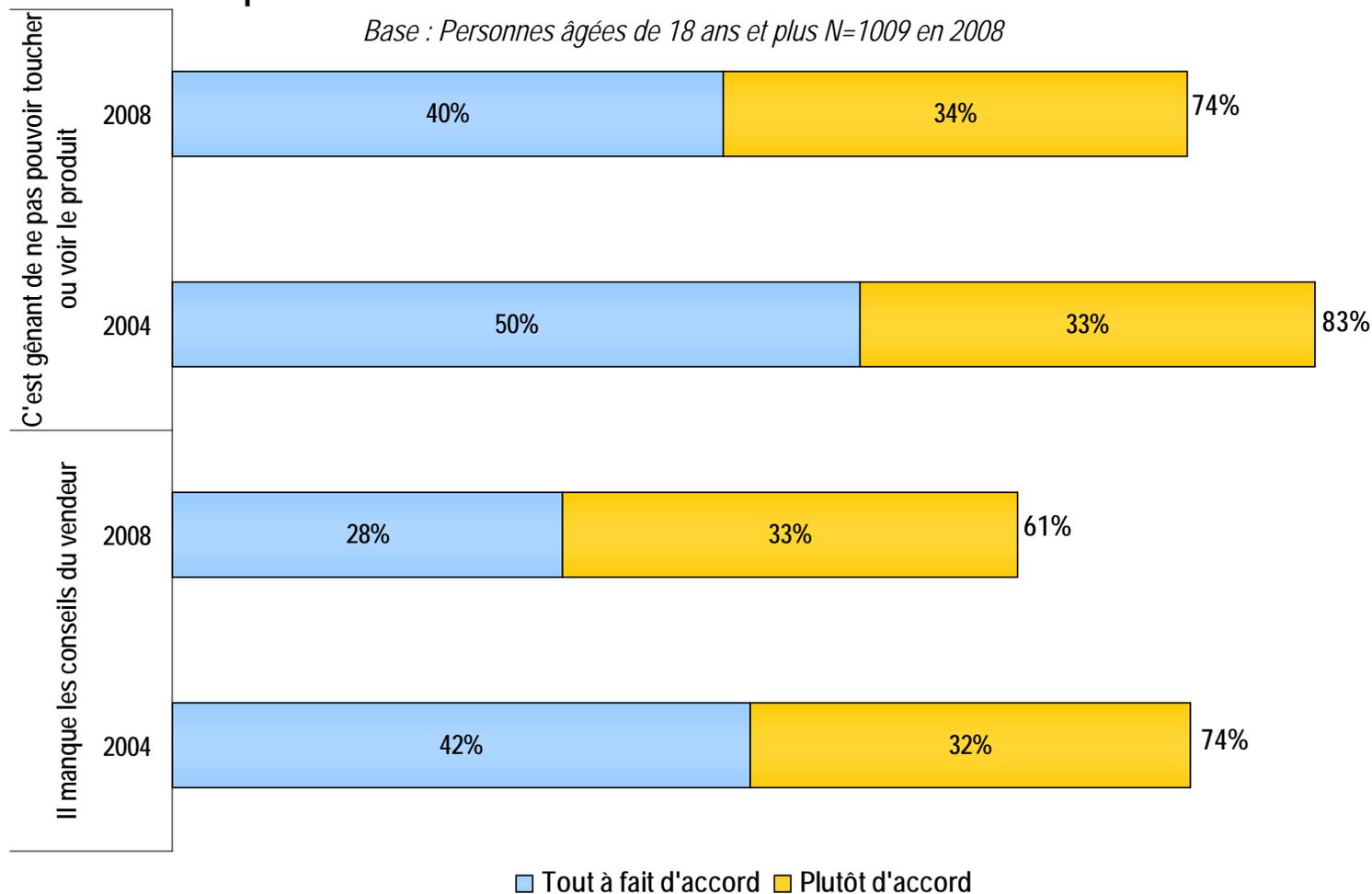


Source : CREDOC-Enquêtes FEVAD 2004, CREDOC-FEVAD, La Poste, REED/CCI 2008



Par rapport à 2004, moins de Français estiment gênant de ne pas pouvoir toucher le produit

Concernant la vente à distance, êtes-vous tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas du tout d'accord avec les affirmations suivantes ?

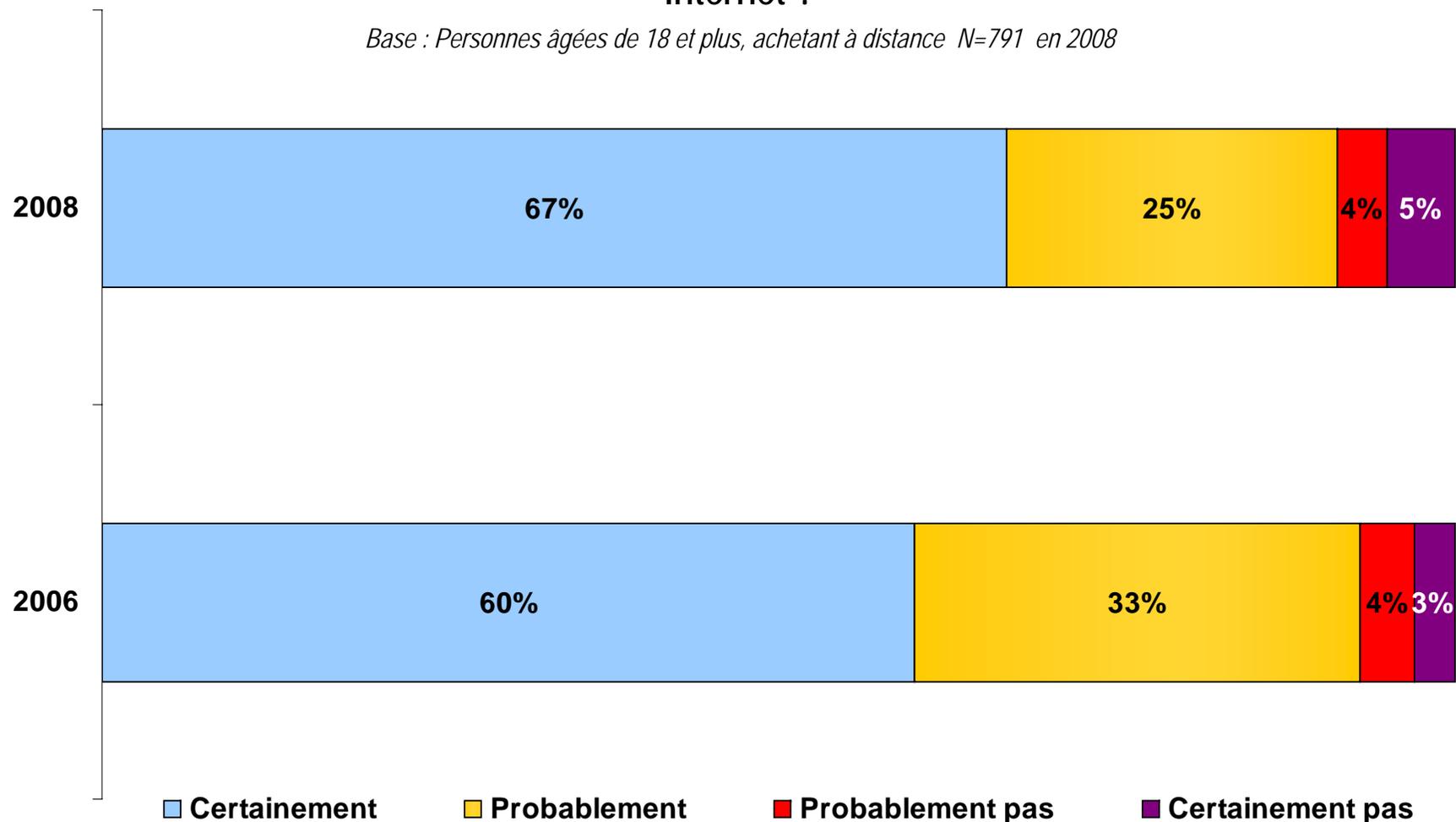


Source : CREDOC-Enquêtes FEVAD 2004, CREDOC-FEVAD, La Poste, REED/CCI 2008



A l'avenir, avez-vous l'intention de continuer à acheter des produits par courrier, téléphone ou Internet ?

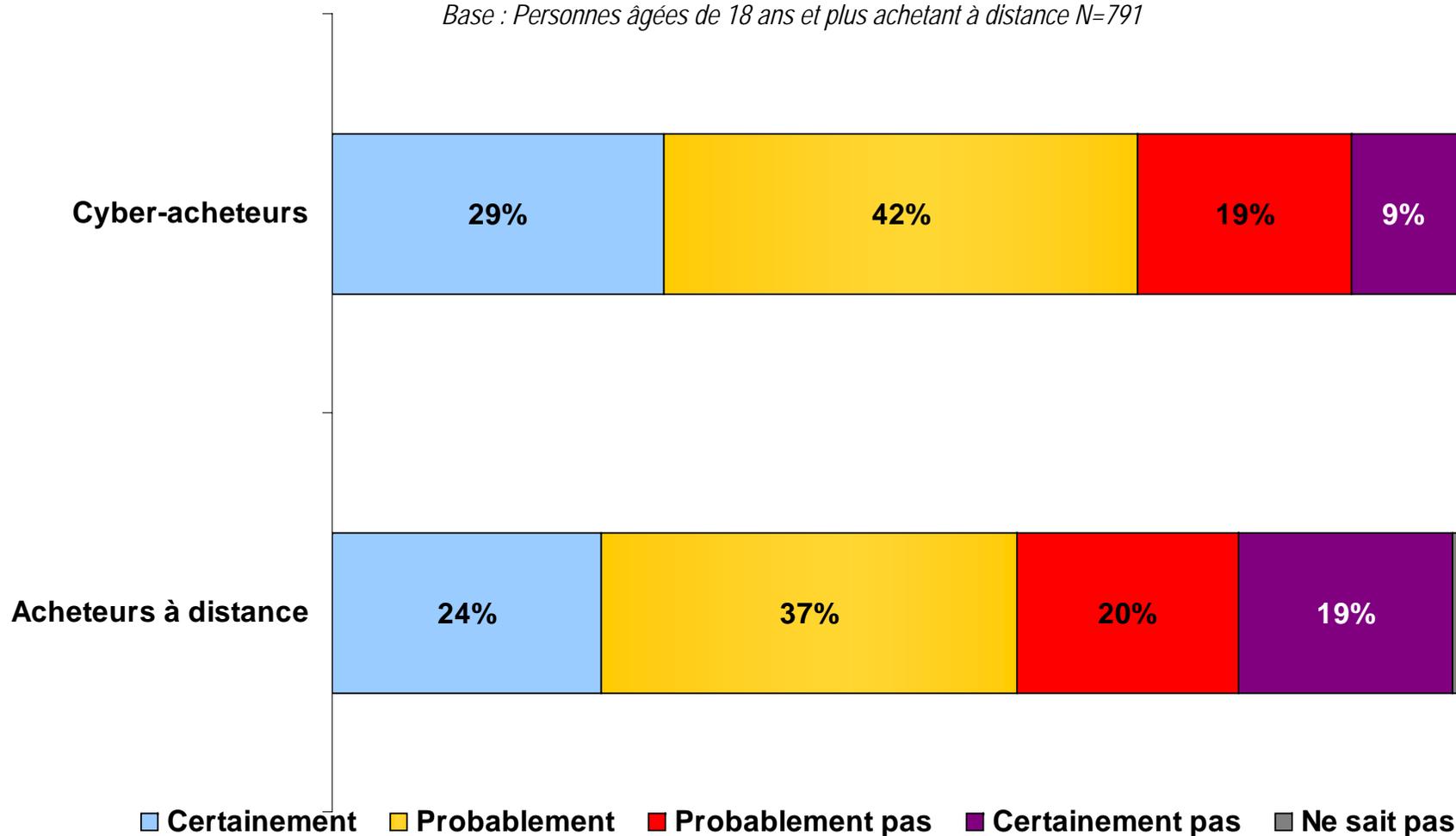
Base : Personnes âgées de 18 et plus, achetant à distance N=791 en 2008



Source : CREDOC-FEVAD, La Poste, REED/CCI 2006 et 2008

Pour les fêtes de fin d'année, pensez-vous effectuer certains de vos achats à distance ?

Base : Personnes âgées de 18 ans et plus achetant à distance N=791



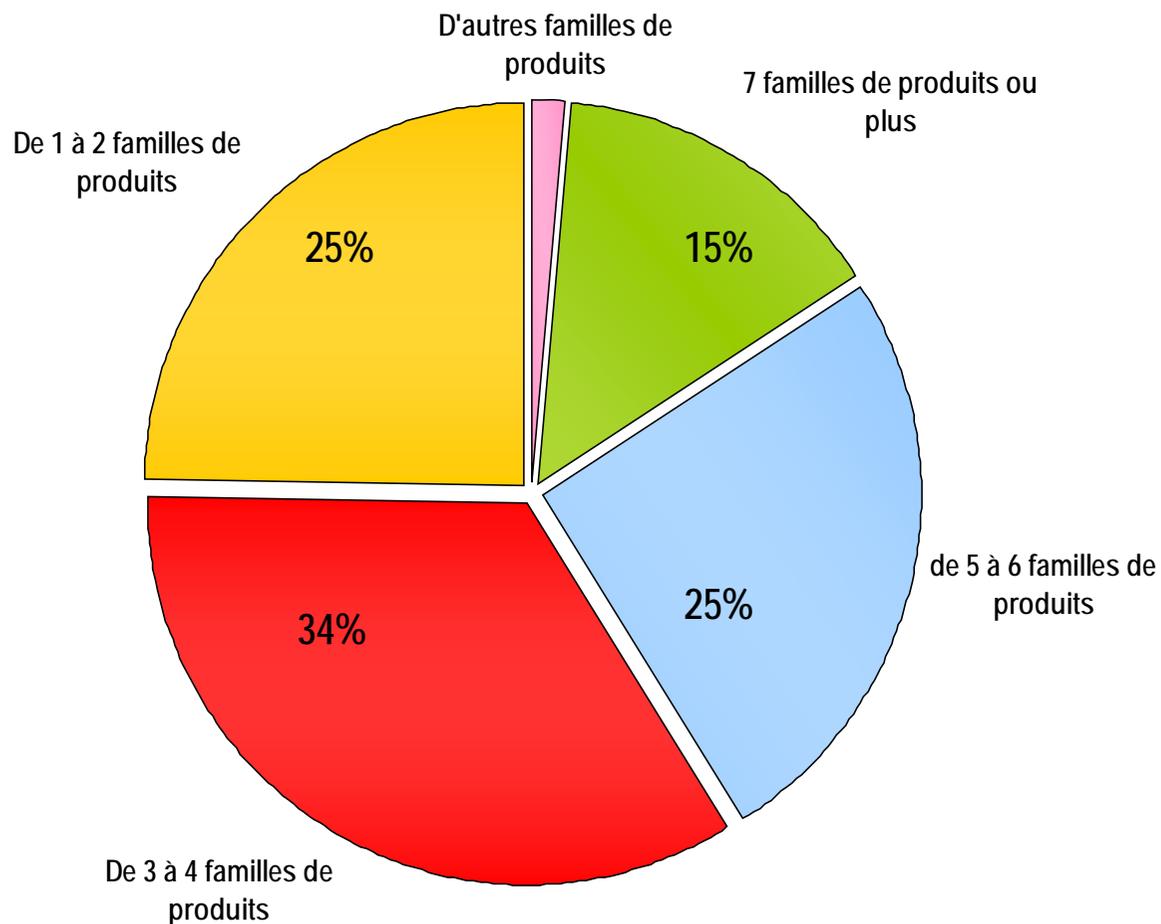
Source : CREDOC-FEVAD, La Poste, REED/CCI 2008

- Contexte
- Progression des acheteurs à distance due à l'arrivée de nouveaux clients et à la fin du départ des clients traditionnels de la VAD
- Très forte progression des commandes par Internet
- La Vente à distance avantagée dans un contexte de valorisation des achats malins
- Deux conditions nécessaires pour développer une activité de vente à distance : créer les conditions de la confiance et permettre une bonne évaluation du produit
- Acheter à distance Les produits achetés : équipement de la personne – culture – voyage
- Catalogues et emails : Deux canaux de promotion pour deux populations différentes
- Les non acheteurs à distance plus nombreux à envisager acheter à distance dans l'avenir

40% des acheteurs à distance ont commandé au moins 5 familles de produits au cours des 12 derniers mois

Proportion d'acheteurs à distance selon le nombre de familles de produits achetées à distance au cours des 12 derniers mois

Base : Acheteurs à distance au cours des 12 derniers mois N=712

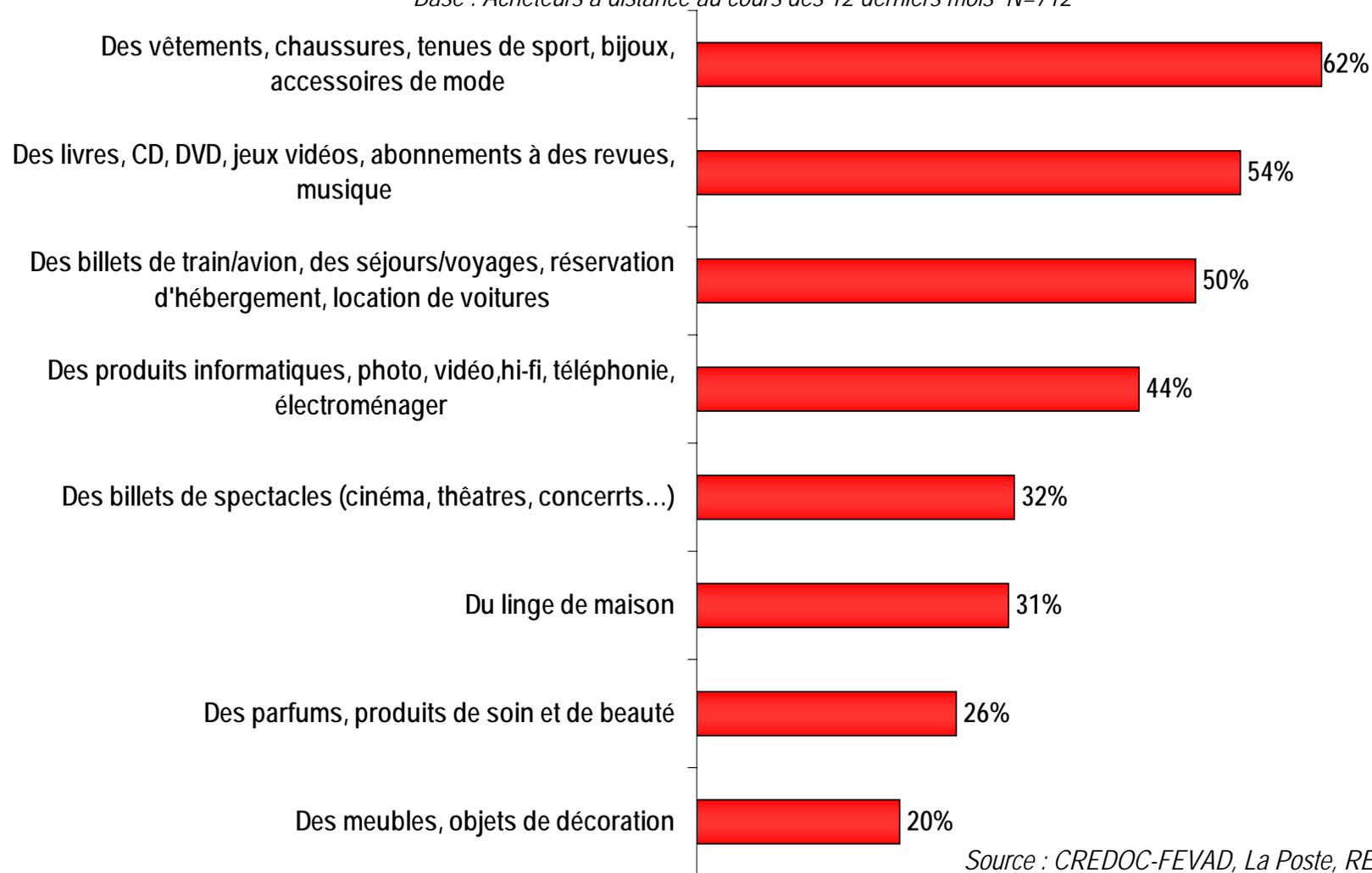


Source : CREDOC-FEVAD, La Poste, REED/CCI 2008



Au cours des 12 derniers mois, avez-vous acheté à distance... ?

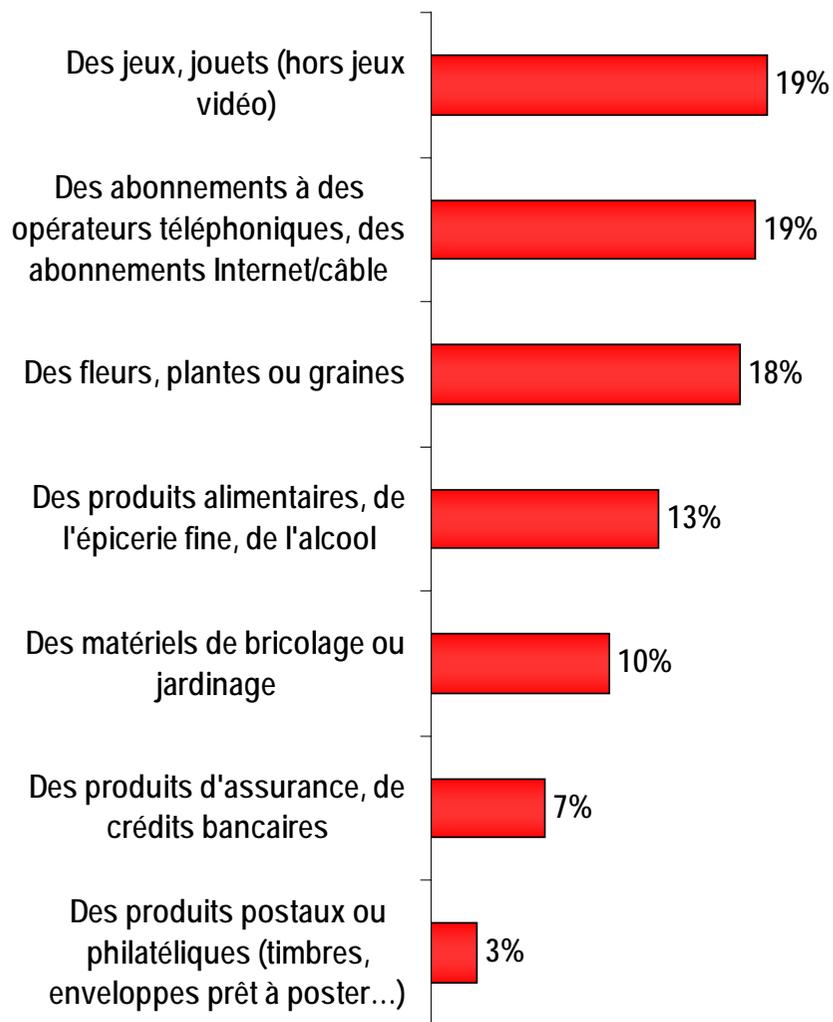
Base : Acheteurs à distance au cours des 12 derniers mois N=712



Source : CREDOC-FEVAD, La Poste, REED/CCI 2008

Au cours des 12 derniers mois, avez-vous acheté à distance... ?

Base : Acheteurs à distance au cours des 12 derniers mois N=712



Source : CREDOC-FEVAD, La Poste, REED/CCI 2008

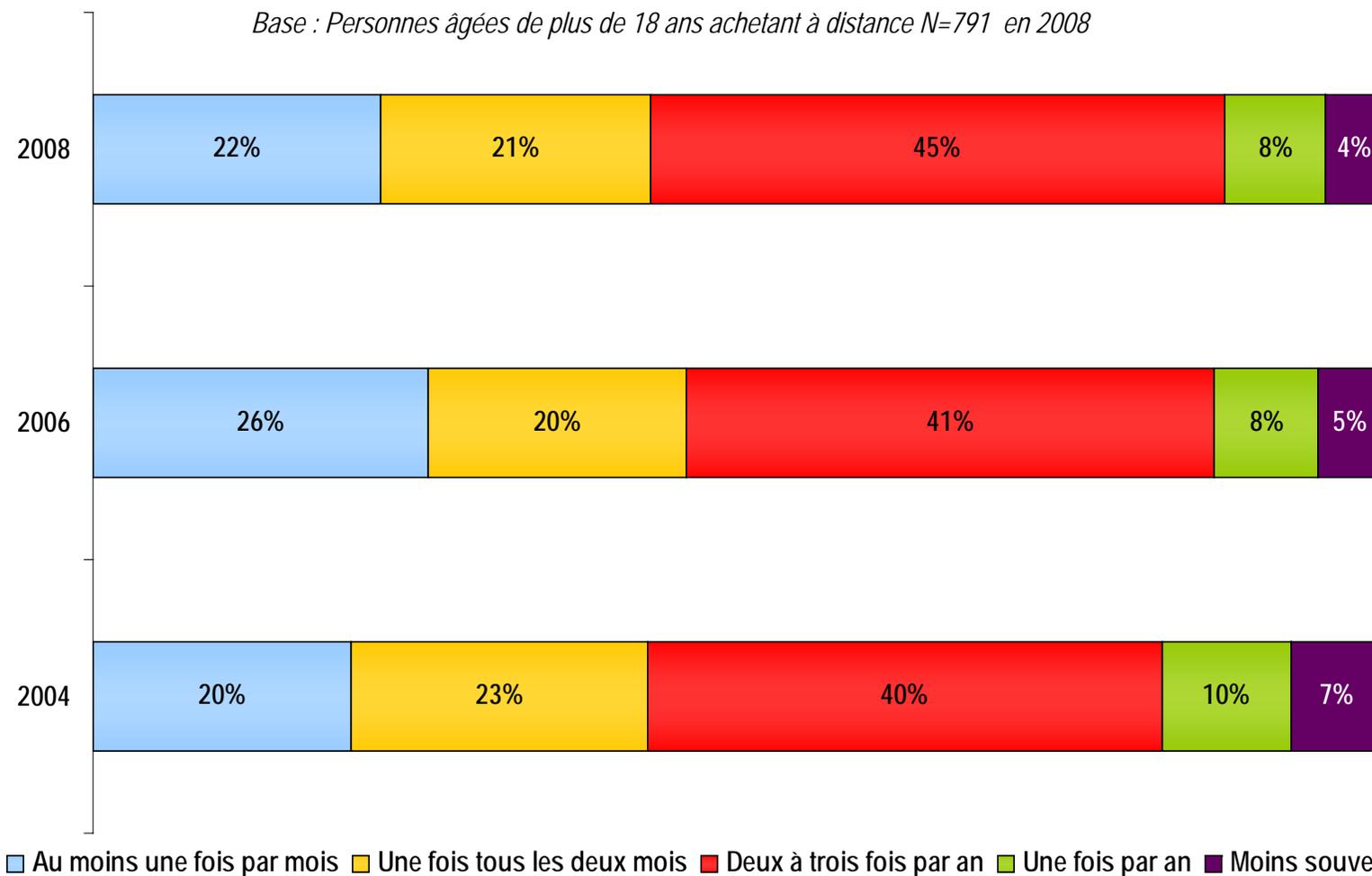


- Contexte
- Progression des acheteurs à distance due à l'arrivée de nouveaux clients et à la fin du départ des clients traditionnels de la VAD
- Très forte progression des commandes par Internet
- La Vente à distance avantagée dans un contexte de valorisation des achats malins
- Deux conditions nécessaires pour développer une activité de vente à distance : créer les conditions de la confiance et permettre une bonne évaluation du produit
- Acheter à distance Les produits achetés : équipement de la personne – culture – voyage
- Catalogues et emails : Deux canaux de promotion pour deux populations différentes
- Les non acheteurs à distance plus nombreux à envisager acheter à distance dans l'avenir

43% des acheteurs à distance commandent au moins une fois tous les deux mois

A quelle fréquence vous arrive-t-il de commander un produit ou un service par téléphone, courrier ou Internet ?

Base : Personnes âgées de plus de 18 ans achetant à distance N=791 en 2008



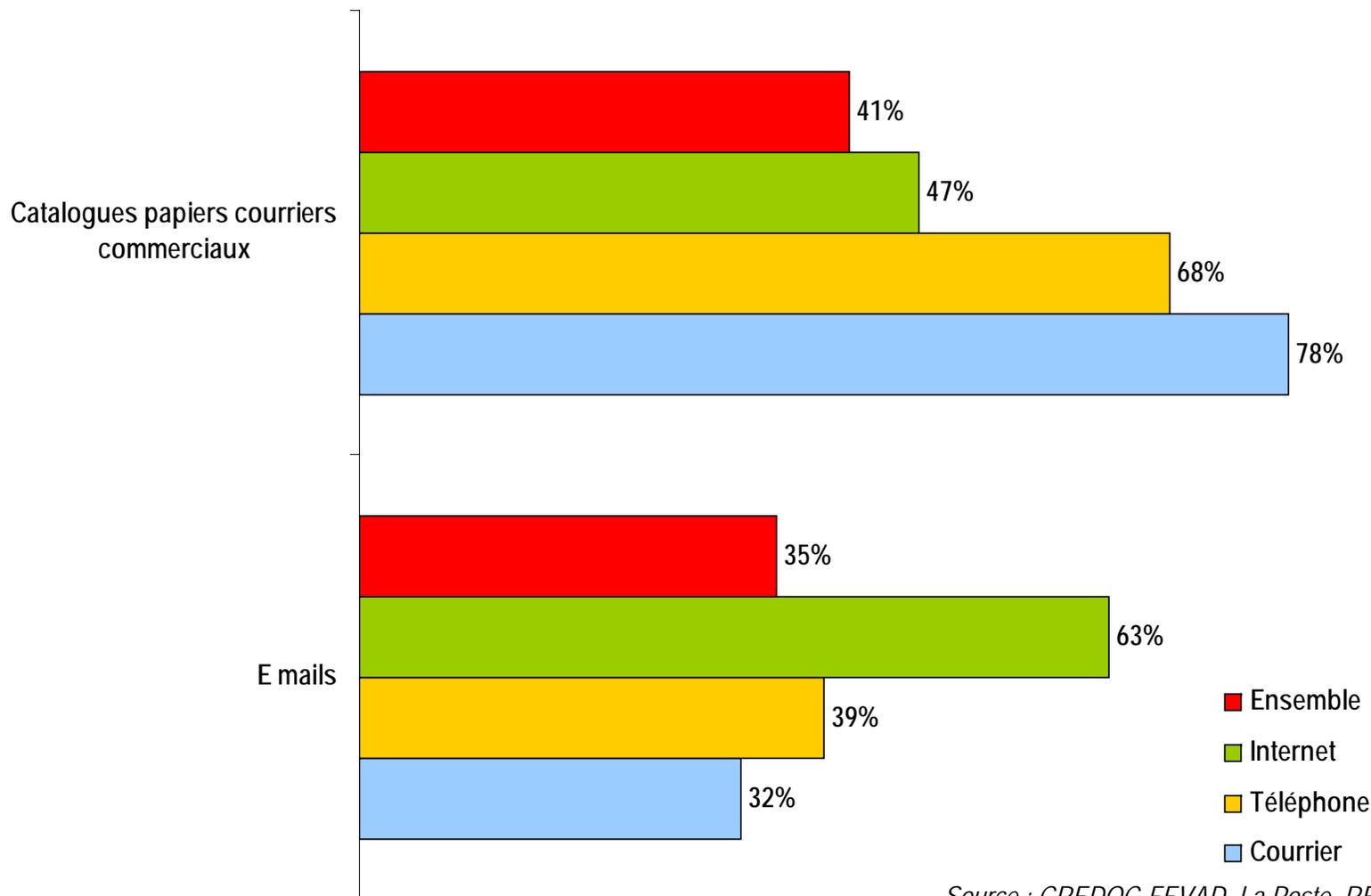
Source : CREDOC-Enquêtes FEVAD 2004, CREDOC-FEVAD, La Poste, REED/CCI 2006 et 2008



Les personnes commandant par courrier ou téléphone nettement plus enclines à s'informer par catalogues

Comment souhaitez-vous être informés des nouveautés, des offres promotionnelles ?

Base : Acheteurs à distance au cours des 12 derniers mois N=712



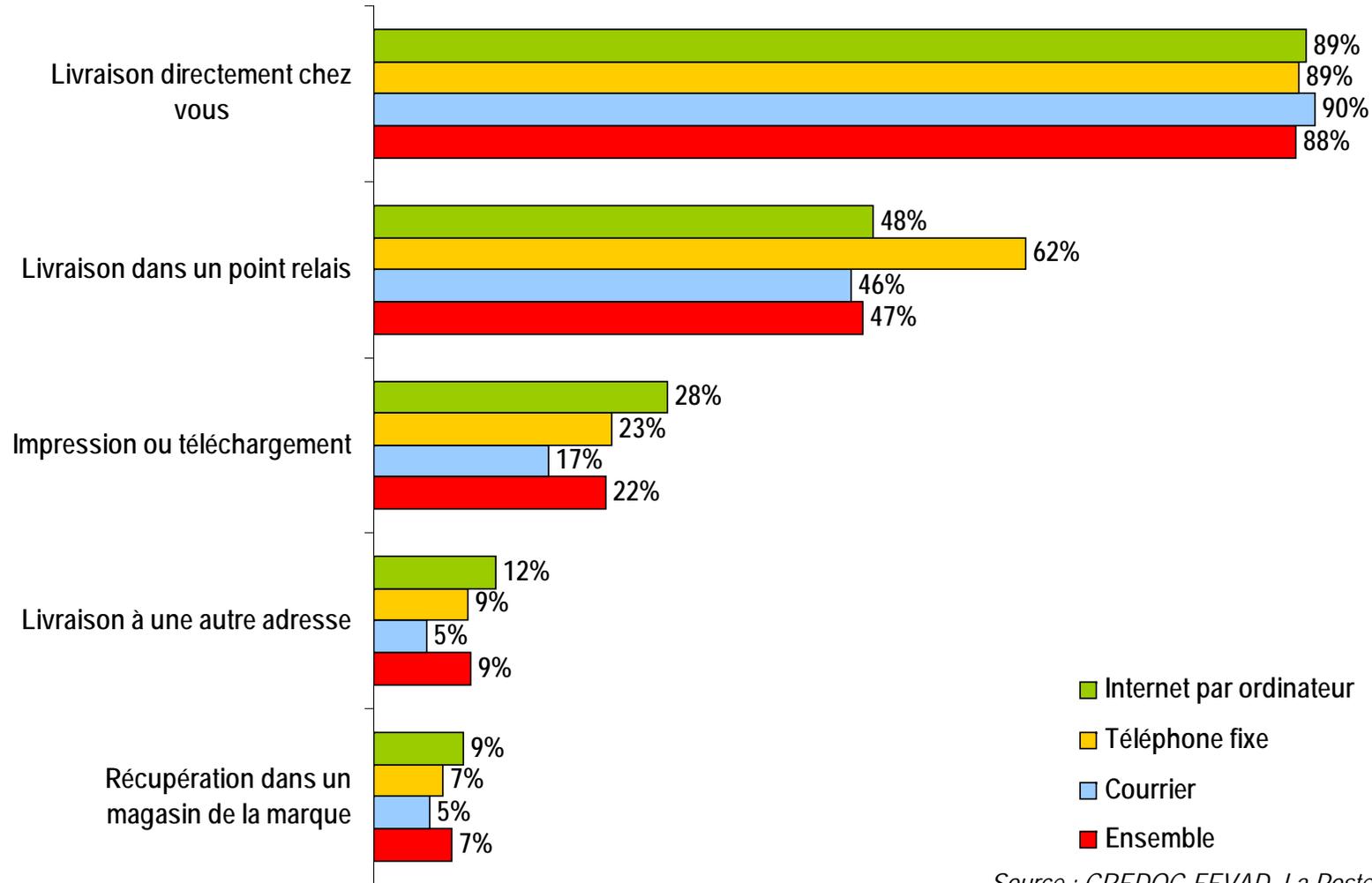
Source : CREDOC-FEVAD, La Poste, REED/CCI 2008



88% des acheteurs à distance ont privilégié la livraison à domicile

Comment avez-vous récupéré les articles que vous avez commandés ?

Base : Acheteurs à distance au cours des 12 derniers mois N=712



Source : CREDOC-FEVAD, La Poste, REED/CCI 2008

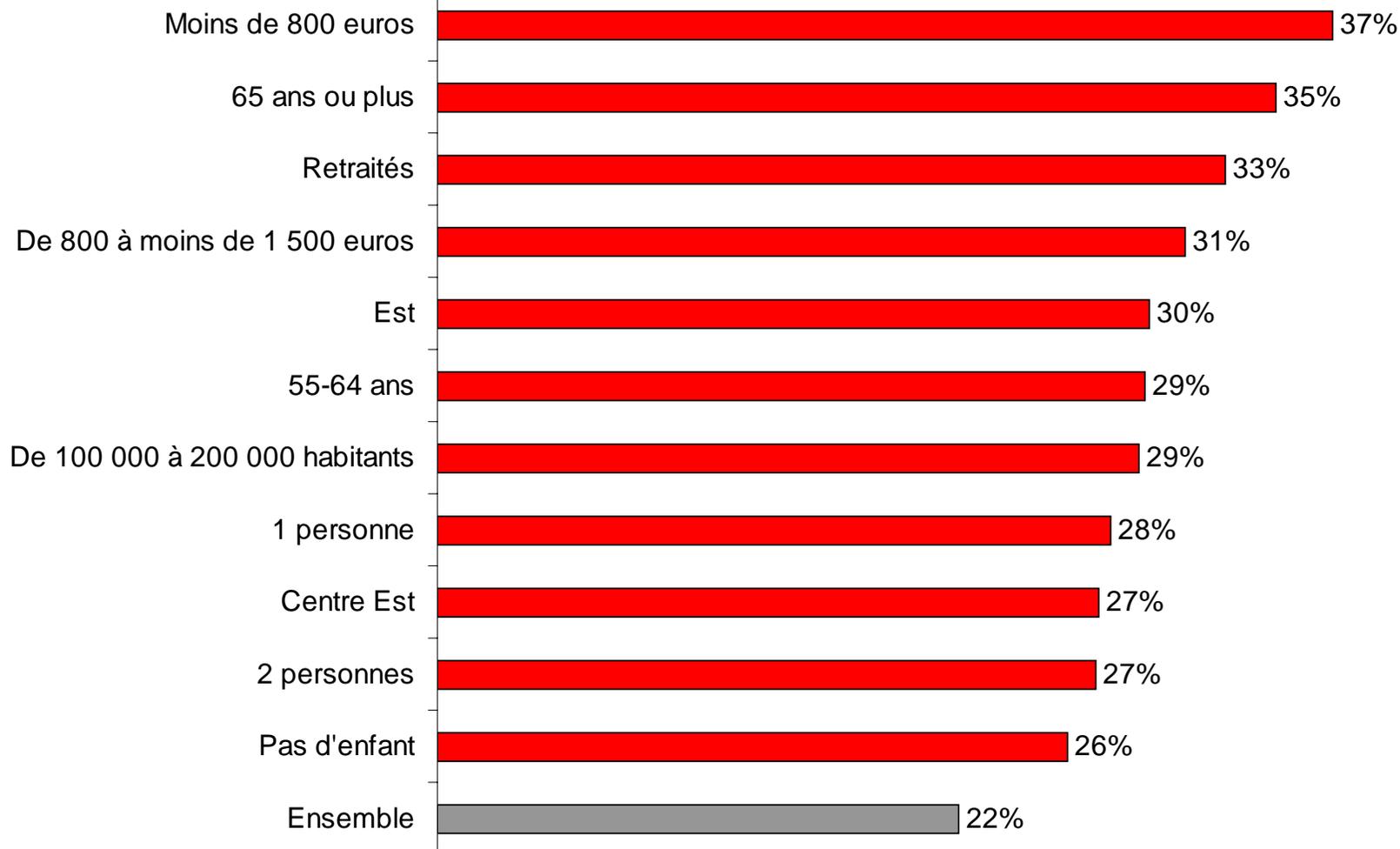


- Contexte
- Progression des acheteurs à distance due à l'arrivée de nouveaux clients et à la fin du départ des clients traditionnels de la VAD
- Très forte progression des commandes par Internet
- La Vente à distance avantagée dans un contexte de valorisation des achats malins
- Deux conditions nécessaires pour développer une activité de vente à distance : créer les conditions de la confiance et permettre une bonne évaluation du produit
- Acheter à distance Les produits achetés : équipement de la personne – culture – voyage
- Catalogues et emails : Deux canaux de promotion pour deux populations différentes
- Les non acheteurs à distance plus nombreux à envisager acheter à distance dans l'avenir

Les non-acheteurs à distance sur représentés parmi les ménages les moins aisés et les seniors

Taux de pénétration du non-acheteur à distance en fonction des données sociodémographiques

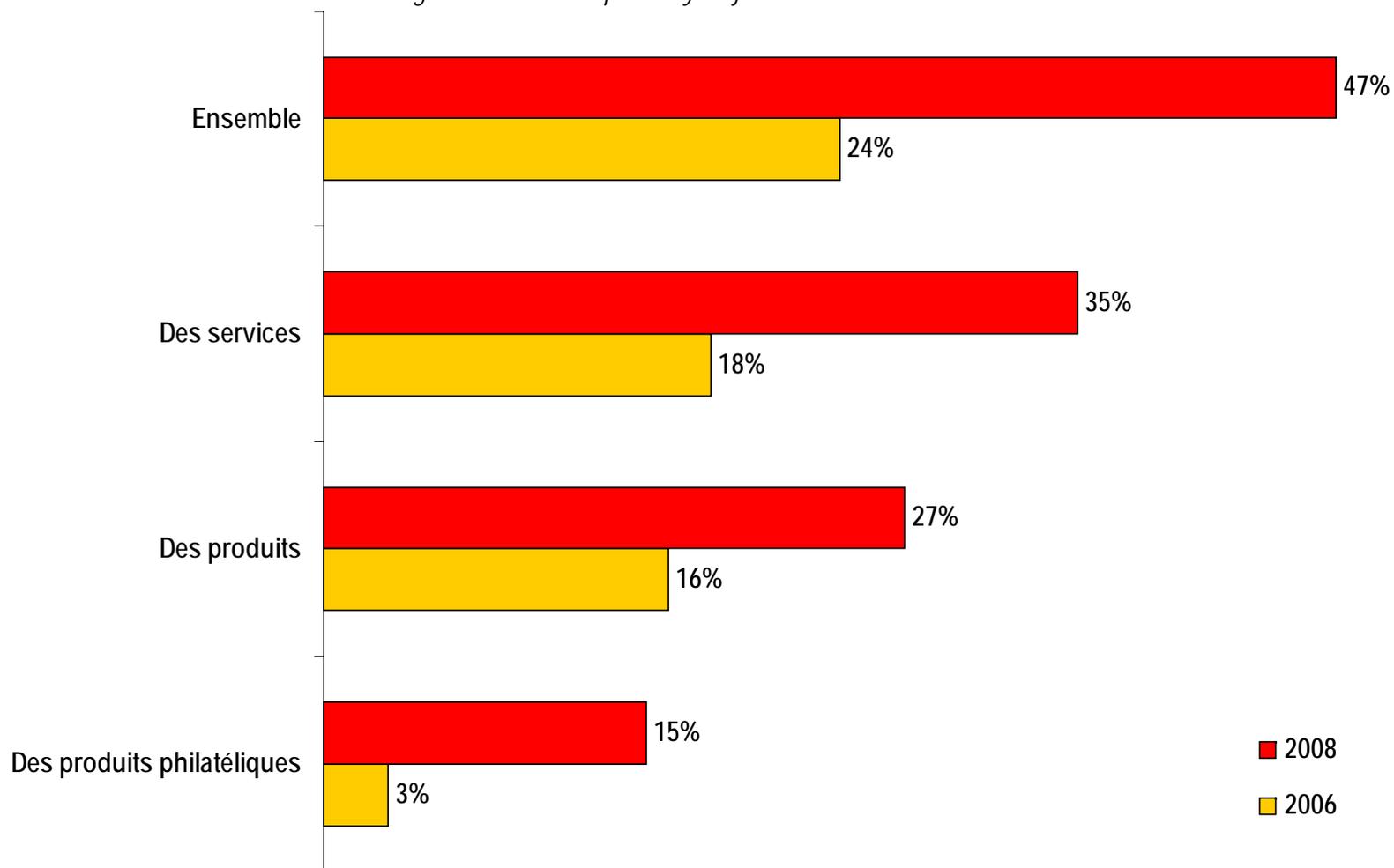
Base : Personnes âgées de 18 ans et plus N=1009



Source : CREDOC-FEVAD, La Poste, REED/CCI 2008

Seriez-vous prêt à acheter à distance... ? – Réponse Oui

Base : Personnes âgées de 18 ans et plus n'ayant jamais acheté à distance N=218 en 2008

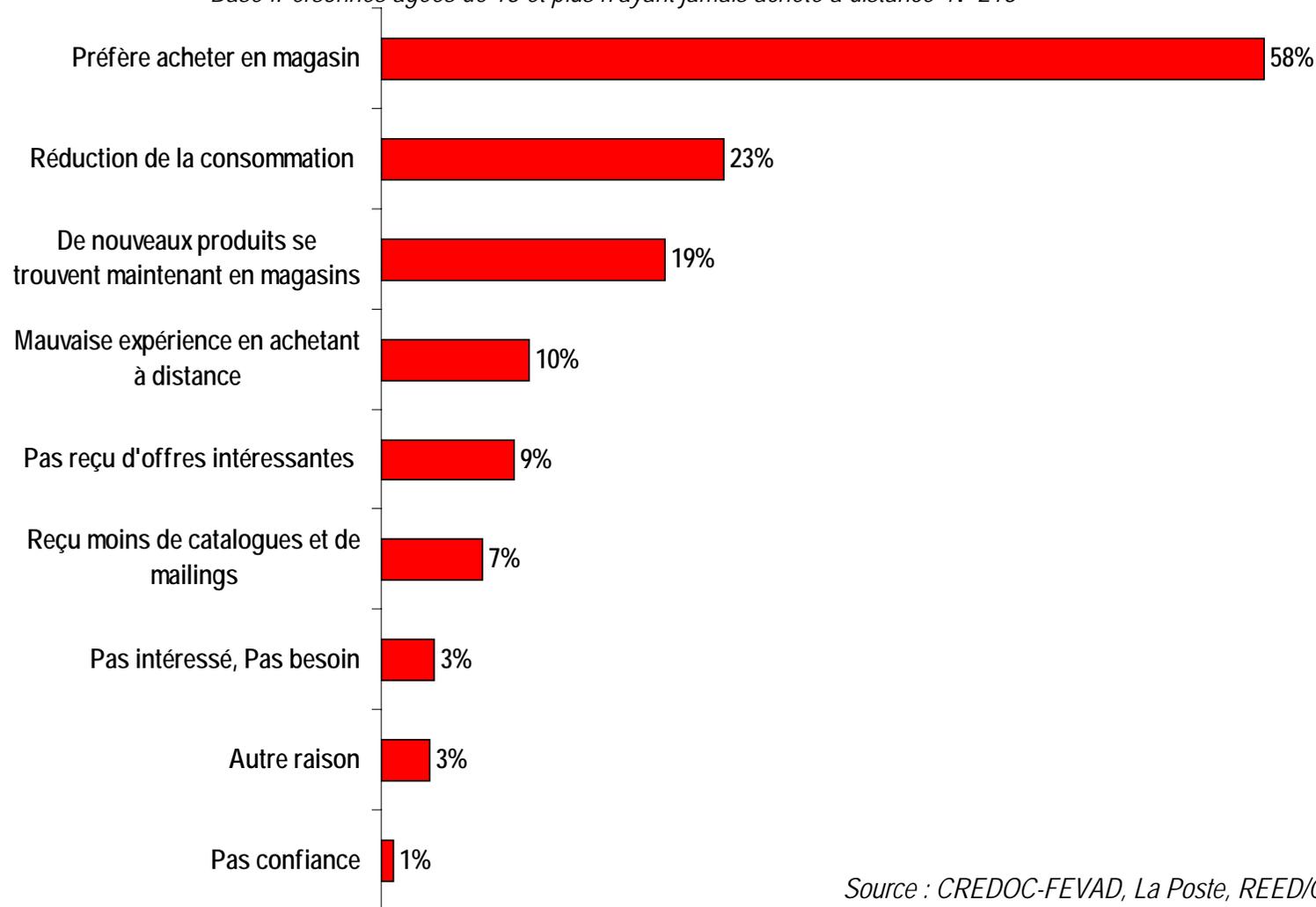


Source : CREDOC-FEVAD, La Poste, REED/CCI 2008



Pour quelles raisons n'achetez-vous pas à distance ?

Base : Personnes âgées de 18 et plus n'ayant jamais acheté à distance N=218



Source : CREDOC-FEVAD, La Poste, REED/CCI 2008

- Forte progression de l'achat à distance en 2008 :
 - ▶ 78% contre 73% en 2006, après une phase inquiétante de stabilisation
 - ▶ 2,4 millions d'acheteurs à distance supplémentaires

- Internet devient le premier canal de commande à distance
 - ▶ (+51 points en 8 ans),
 - ▶ Argumentaires : praticité et prix

- De nouveaux clients apparaissent
 - ▶ Ouvriers (diffusion d'internet dans ces populations)
 - ▶ Cadres et professions intermédiaires (rattrapage)
 - ▶ 35-54 ans

- Les clients qui avaient délaissé la vente à distance ne s'en vont plus
 - ▶ Femmes