



www.fevad.com

fédération e-commerce
et vente à distance



Mediametrie

Près de 90% d'internautes prépareront les fêtes de fin d'année en ligne et 30 millions d'internautes achèteront leurs cadeaux de Noël sur internet

Noël 2015 sur internet – Enquête sur les intentions d'achat des internautes

Cette année à nouveau, à l'approche des fêtes de fin d'année, Médiamétrie//NetRatings, en partenariat avec la FEVAD, a interrogé, du 19 au 26 octobre 2015, 3 018 internautes de 15 ans et plus sur leurs intentions d'achats en ligne.

Les écrans mobiles de plus en plus utilisés pour les cadeaux de Noël

Cette année, les internautes seront encore nombreux à utiliser internet pour préparer les fêtes de fin d'année : ils seront 38 millions (87%), soit 800 000 de plus que l'année dernière. En outre, 30 millions d'internautes, soit 68%, comptent acheter leurs cadeaux de Noël en ligne.

Les internautes utilisent tous les écrans que ce soit pour préparer leurs achats ou commander leurs cadeaux en ligne.

S'ils privilégient l'ordinateur dans les deux cas, les cyberacheteurs utilisent également de plus en plus les écrans mobiles. 37% des mobinautes prépareront leurs achats depuis leurs smartphones et 56% des tablonautes le feront depuis leur tablette. Bertrand Krug, Directeur Adjoint de Médiamétrie//NetRatings souligne que « 10% des mobinautes, soit 4 points de plus qu'en 2014, pensent acheter leurs cadeaux de Noël en ligne. Quant à la tablette, 22% des tablonautes prévoient de l'utiliser pour commander leurs achats de Noël. »

Un budget en ligne en hausse pour les cadeaux de Noël

Cette année, les cyberacheteurs pensent consacrer en moyenne 199€ pour leurs achats de Noël en ligne contre 174 euros à Noël 2014 soit une augmentation de 14%. Marc Lolivier, délégué général de la Fevad déclare : « Les cyberacheteurs vont dépenser 58% de leur budget total de Noël en ligne ce qui représente un Noël encourageant. »

Le poids des dépenses en ligne des jeunes et des seniors est en forte progression : ils prévoient de dépenser respectivement 65% (+7 points par rapport à 2014) et 63% (+4 points par rapport à 2014) de leur budget de Noël en ligne.

Les produits les plus prisés sur internet sont les produits culturels physiques tels que les DVD, CD ou livres (52%), les jeux/jouets (45%) et les produits High-Tech (36%). 48% des cyberacheteurs qui comptent acheter des jeux et jouets le feront exclusivement sur internet. La catégorie vêtements, chaussures et accessoires, quant à elle, augmente de 4 points avec 32% d'intention d'achat sur internet.

Au-delà des cadeaux de Noël, 47% des internautes achèteront en ligne pour préparer leur réveillon, que ce soit des vêtements, de la décoration, de l'alimentaire.

Noël 2015 sur Internet

Enquête sur les intentions d'achat des internautes



www.fevad.com

fédération e-commerce
et vente à distance

Economies et praticité, maîtres mots des cyberacheteurs

Les cyberacheteurs recherchent avant tout les économies de temps, d'argent et de trajets, et aussi la praticité. En effet, 59% des cyberacheteurs considèrent que les prix sont moins élevés sur internet qu'en magasin et 25% d'entre eux en profitent pour économiser le coût d'un déplacement en voiture. De plus, 53% des cyberacheteurs trouvent internet plus pratique pour préparer ou effectuer leurs achats.

Des pics de vente attendus pendant les journées promotionnelles

Cette année, les cyberacheteurs sont plus nombreux à prévoir la majorité de leurs achats après le 15 décembre. En effet, 7% d'entre eux, soit 2 points de plus que l'an passé, pensent effectuer leurs achats à cette période. Néanmoins, 39% des cyberacheteurs prévoient de réaliser la majorité de leurs achats lors de la 2^{ème} quinzaine de novembre, soit 5 points de plus qu'en 2014.

Les opérations de promotion du BlackFriday (le 27 novembre 2015) et du CyberMonday (le 30 novembre 2015) remportent l'adhésion des cyberacheteurs puisque 84% d'entre eux ont l'intention de profiter des ces opérations.

La livraison en point relais gagne du terrain

La livraison à domicile reste la pratique majoritaire, privilégiée par 81% des cyberacheteurs.

Second mode de livraison préféré des cyberacheteurs, la livraison dans les points relais est en augmentation de 5 points (67%) comparé à l'an passé.

Le retrait ou la mise à disposition des commandes en magasin reste le 3^{ème} mode de livraison apprécié par 32% des cyberacheteurs.

La livraison chez des proches gagne du terrain puisque 13% des cyberacheteurs utiliseront ce type de livraison, soit 4 points de plus que l'année dernière.

Un niveau de satisfaction très élevé

Pour la 8^{ème} année consécutive, Médiamétrie//NetRatings a interrogé les acheteurs en ligne sur leur niveau de satisfaction. Cette année encore, il reste très élevé avec 98% des cyberacheteurs satisfaits des achats qu'ils ont effectués au cours des 6 derniers mois, un résultat identique à celui obtenu l'an dernier.



Baromètre trimestriel de l'audience du e-commerce en France

Le top 15 des sites « e-commerce » les plus visités en France

En Juillet–Septembre 2015, en moyenne 28,8 millions d'internautes (61,6 %) ont consulté, chaque mois, au moins un des sites du Top 15 « e-commerce ».

Rang	Marques	Visiteurs uniques moyens par mois	Couverture moyenne (en % de la population internaute)	Visiteurs uniques moyens par jour
1	Amazon (B)*	16 349 000	35,0%	1 753 000
2	Cdiscount (B)*	10 251 000	22,0%	789 000
3	Fnac (B)*	8 001 000	17,1%	539 000
4	eBay (B)*	7 574 000	16,2%	848 000
5	Voyages-Sncf.com (B)*	6 732 000	14,4%	455 000
6	Carrefour (B)*	6 148 000	13,2%	433 000
7	PriceMinister (B)*	5 910 000	12,7%	439 000
8	Leroy Merlin (B)	5 351 000	11,5%	336 000
9	Booking.com (B)	5 197 000	11,1%	340 000
10	La Redoute (B)*	5 042 000	10,8%	336 000
11	vente-privee (B)*	4 681 000	10,0%	707 000
12	Darty (B)*	4 639 000	9,9%	265 000
13	E.Leclerc (B)	4 534 000	9,7%	308 000
14	Castorama (B)	3 912 000	8,4%	233 000
15	Decathlon (B)	3 879 000	8,3%	205 000

*Sites adhérents à la FEVAD



Le top 10 des sites de voyage en ligne les plus visités en France

En Juillet-Septembre 2015, plus d'1 internaute sur 4 (29%) a consulté, en moyenne chaque mois, au moins un des sites du Top 10 des sites de tourisme en ligne. Au total, ce sont en moyenne 13,7 millions d'internautes qui ont consulté un de ces sites au cours de cette période.

Rang	Marques	Visiteurs uniques moyens par mois	Couverture moyenne (en % de la population internaute)	Visiteurs uniques moyens par jour
1	Voyages-Sncf.com (B)*	6 732 000	14,4%	455 000
2	Booking.com (B)	5 197 000	11,1%	340 000
3	Air France (B)*	1 982 000	4,2%	137 000
4	Airbnb (B)	1 729 000	3,7%	125 000
5	BlaBlaCar (B)	1 725 000	3,7%	147 000
6	Vente-privee Voyages ©*	1 443 000	3,1%	129 000
7	Abrritel (B)*	1 401 000	3,0%	78 000
8	Hotels.com (B)	1 313 000	2,8%	68 000
9	Voyage Prive (B)	1 251 000	2,7%	78 000
10	Accor Hotels (B)*	1 221 000	2,6%	68 000

*Sites adhérents à la FEVAD

Définitions

Marque ou Brand (B) :

Fixe : La Brand est le niveau « marque ». Une brand est un agrégat de domaines, de sous-domaines et/ou de pages identifiés par un même logo de façon cohérente et homogène.
Mobile : Ensemble de domaines, sous domaines, pages et/ou applications appartenant à une même marque.

Visiteurs Uniques par jour / mois : Nombre total d'individus ayant visité une marque au moins une fois au cours d'un jour moyen ou du mois concerné quel que soit leur lieu de connexion : domicile, travail, autres lieux. Les individus ayant visité la même brand plusieurs fois ne sont comptés qu'une seule fois.

Couverture : Nombre de visiteurs uniques d'une Brand, exprimé sous la forme d'un pourcentage de la population internaute active pour la période concernée.

Mobinaute : Personne ayant effectué au moins une des activités suivantes depuis un téléphone mobile: consulter un site ou une application mobile, consulter ou envoyer des e-mails, utiliser une messagerie instantanée, regarder la télévision sur un téléphone mobile.

(D) : Domaines

(S) : Sous-domaines

COMMUNIQUÉ DE PRESSE



Noël 2015 sur Internet

Enquête sur les intentions d'achat des internautes

A propos de la FEVAD

La Fédération du e-commerce et de la vente à distance fédère 600 entreprises et 800 sites internet parmi lesquels les sites leaders du e-commerce en France. 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 Médiamétrie et Médiamétrie//NetRatings

Leader des études médias, Médiamétrie observe, mesure et analyse les comportements du public et les tendances du marché. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, l'Internet, le Cinéma, le Téléphone Mobile et le Cross-Médias. En 2014, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 82,4 M€.

Médiamétrie//NetRatings est la société créée et détenue conjointement par Médiamétrie et Nielsen. Médiamétrie//NetRatings développe et commercialise en France les mesures de référence de l'audience Internet et de l'efficacité online.

Web : www.mediametrie.fr

Twitter : www.twitter.com/Mediametrie

Facebook : www.facebook.com/Mediametrie

Contacts Presse :

MEDIAMETRIE

Jeanne Laversin

Tel : 01 47 58 97 83

jlaversin@mediametrie.fr

FEVAD

Nathalie Lainé - Responsable Communication

Tel : 01 42 56 38 86

nlaine@fevad.com

www.fevad.com