

E-commerce : 30% des moins de 30 ans souhaitent réaliser davantage d'achats en ligne en 2021

Dans son étude consommateurs réalisée auprès de 14 960 Français sur diverses thématiques, la startup ShoWhere* a isolé les chiffres du secteur de l'e-commerce.

Entre disparités régionales et générationnelles, l'étude apporte quelques éclaircissements sur le commerce en ligne en 2021.

E-commerce, une nouvelle croissance conséquente en 2021 ?

Le contexte COVID19 a boosté les ventes en ligne en 2020. Que va-t-il se passer en 2021 ? L'étude apporte quelques éléments de réponse. A la question « de manière générale, avez-vous l'intention d'augmenter vos achats en ligne au cours des 12 prochains mois ? », 57% des Français répondent non, 22% disent ne pas savoir et 21% répondent oui. Derrière ces résultats globaux, des différences générationnelles et régionales significatives existent. C'est ainsi que près d'un tiers (30%) des 18-29 ans souhaite augmenter ses achats en ligne en 2021, contre seulement 13% des plus de 60 ans. D'un point de vue régional, l'étude met en évidence un certain contraste, avec une grande partie Ouest, où les Français ne sont que 18% ou moins à avoir l'intention d'augmenter leurs achats en ligne, et l'Île de France, où les intentions montent jusqu'à 27%.

Comportements d'achat : magasins et Internet main dans la main ?

L'étude s'est également intéressée aux comportements d'achat des Français. En particulier en ce qui concerne les achats ressentis comme « importants » par eux. La relation bjective magasins-Internet semble fonctionner à plein. C'est ainsi qu'il arrive à 77% des Français de se renseigner sur Internet avant de réaliser un achat important en magasin. Et à l'inverse, 51% des Français sont susceptibles de se renseigner en magasin avant de réaliser un achat important sur Internet. Toujours pour ces mêmes achats importants, 69% des Français disent tenir compte des avis sur Internet. Avec toutefois des nuances en fonction de l'âge (voir le graphique) : les 18-29 ans sont 77% à le faire, contre 56% pour les plus de 60 ans. Enfin, les comparateurs de prix sont des outils que 57% des Français utilisent régulièrement.

La culture et la mode en tête des achats en ligne

En plein bouleversement du monde de la consommation, quelle est l'importance de l'achat en ligne pour les différents postes d'achat des Français aujourd'hui ? L'étude montre des variations importantes (voir le graphique). En tête on retrouve les loisirs et la culture avec 73% d'achats en ligne réguliers ou occasionnels. Précédant de peu l'habillement et la mode avec 72%. Ces secteurs sont particulièrement impactés par la fermeture des magasins liées aux mesures sanitaires. L'alimentation est en queue de classement avec 41% des Français qui achètent régulièrement ou occasionnellement des produits alimentaires en ligne. Le gros mobilier (armoire, lit, table...) est juste au-dessus avec 42%.

E-commerce : Amazon et Le Bon Coin rejoints un jour par les commerces de proximité ?

En ce qui concerne le podium des sites de e-commerce, on retrouve sans surprise Amazon en tête, avec 59% des Français de plus de 18 ans (un peu plus de 30 millions) qui fréquentent le site au moins une fois par mois. Le Bon Coin suit loin derrière avec 38%. Cdiscount complète le podium avec 23%.

Enfin à la question « souhaitez-vous le développement des solutions d'achat en ligne des commerces de proximité », 62% des Français ont répondu oui !

Pour plus d'informations sur ce sujet, de chiffres, de graphiques et de cartes en haute définition, nous vous invitons à nous contacter :

SHOWHERE

contact@showhere.fr

ou laura.perrusson@showhere.fr

01.81.94.13.62

<https://showhere.fr>

* Interviews effectuées en ligne par Arcane RESEARCH pour le compte de la startup ShoWhere, du 15 janvier au 2 février 2021, auprès d'un échantillon de 14 960 personnes, représentatif de la population habitant en France métropolitaine âgée de 18 ans et plus. Représentativité par la méthode des quotas appliquée aux critères suivants : sexe, âge, profession, et région.