



Paris, le 08 juin 2006

COMMUNIQUE DE PRESSE

La France : championne d'Europe de la croissance du e-commerce

Le succès du commerce entre internautes

Selon une étude Médiamétrie//NetRatings pour le compte de la Fevad

Médiamétrie//NetRatings, le spécialiste de la mesure de l'audience de l'Internet en France et la Fevad, la Fédération des Entreprises de Vente à Distance, publient aujourd'hui les résultats d'une étude menée par Médiamétrie//NetRatings en mai 2006 auprès des internautes français pour le compte de la Fevad. Cette étude, qui porte sur la place et le rôle d'Internet dans les habitudes de consommation des internautes, a été réalisée à partir de l'Observatoire des Usages Internet de Médiamétrie, du panel d'audience Nielsen//NetRatings et du MegaPanel de Médiamétrie//NetRatings.

La France : championne d'Europe de la croissance du e-commerce

La part des acheteurs en ligne parmi les internautes a augmenté de 21% entre le 1^{er} trimestre 2005 et le 1^{er} trimestre 2006. Cette croissance est supérieure à celles du Royaume-Uni : +2%, de l'Allemagne +6%, de l'Espagne +17% ou de l'Italie qui ne progresse pas.

(Source : FEVAD - Médiamétrie//NetRatings - Global Internet Trends / Observatoire des Usages Internet - Tous lieux de connexion)

En France, le nombre d'acheteurs en ligne croît 4 fois plus vite que celui des internautes : 15,1 millions d'internaute soit plus d'un internaute sur deux (57%) a déjà effectué un achat en ligne au 1^{er} trimestre 2006 contre 47% au 1^{er} trimestre 2005.

Source : FEVAD – Médiamétrie - Observatoire des Usages Internet – Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés

Internet : un canal de vente dynamique et très complémentaire du magasin et du catalogue

Internet est devenu primordial pour la préparation d'un achat : près d'un internaute sur deux (47%) déclare avoir consulté un site de e-commerce au cours des 6 derniers mois pour préparer un achat qu'il fera ensuite en magasin.

Internet est également complémentaire des autres canaux de vente. En effet à l'inverse, pour préparer un futur achat sur Internet, 40% des internautes ont consulté un catalogue papier et 22% des internautes se sont rendus en magasin.

Zoom : le boom du secteur de l'habillement sur Internet

La croissance du nombre d'acheteurs en ligne a profité à toutes les catégories de produits notamment à l'habillement : 41% des internautes déclarent avoir commandé, réservé ou acheté au moins un article d'habillement sur Internet au cours des 6 derniers mois contre 28% en 2005.

Le pouvoir de prescription d'Internet s'est également renforcé sur le secteur de l'habillement : 37% des acheteurs sur catalogue ont consulté un site de e-commerce pour préparer leur achat (contre 21% en 2005) et 18% des acheteurs en magasin ont consulté un site de e-commerce pour préparer leur achat (contre 12% en 2005).

Les internautes qui ont abandonné le catalogue papier au profit d'Internet expliquent leur comportement par la capacité à commander à n'importe quel moment (70%) et par la rapidité du canal Internet (69%). Cependant, le catalogue papier reste un support à la vente indispensable car ces mêmes internautes souhaitent recevoir le catalogue papier de l'enseigne (66%) en plus des offres par e-mail (64%).

Le succès du commerce entre internautes

Réservé il y a quelques années encore à des initiés, le commerce entre particuliers sur Internet s'est démocratisé. La croissance de ce type de commerce a été de 22% entre 2005 et 2006 : près d'un internaute sur deux (48%) déclare avoir déjà utilisé un site de commerce entre particuliers (CtoC) contre 39% en 2005.

Autre fait marquant : l'essor du commerce entre particuliers sur Internet se confirme sur toutes les catégories de produits : 23% des internautes déclarent avoir déjà acheté ou vendu via les sites de CtoC des produits culturels (+5 points par rapport à 2005) Pour les produits techniques, 20% des internautes (+ 6,2 points) et pour l'habillement, 13% (+5,2 points) toujours par rapport à 2005.

*Source : FEVAD - Médiamétrie//NetRatings – MegaPanel – Domicile
Copyright Médiamétrie//NetRatings – Tous droits réservés*

Caractéristiques de l'étude

Etude exclusive Fevad-Médiamétrie//NetRatings réalisée en mai 2006 par internet sous la forme d'un questionnaire en ligne auprès de 1 754 foyers internautes âgés de 15 ans et plus, représentatifs de la population des foyers internautes français. L'échantillon a été redressé pour être représentatif de la population des foyers internautes français en mai 2006.

A propos de la FEVAD :

La Fédération des Entreprises de Vente à Distance, créée en 1957, fédère aujourd'hui plus de 350 entreprises du monde de la vente à distance (catalogue, Internet, téléphone, ...) et près de 600 sites internet. La Fevad regroupe notamment 14 des 15 sites de e-commerce français les plus visités (Source : classement d'audience Médiamétrie//NetRatings). Elle est l'organisation représentative du secteur de la vente à distance et du commerce électronique, 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.

Vous trouverez la présentation Power Point de l'étude Fevad-Médiamétrie sur www.fevad.com

A propos de Mediametrie//NetRatings

Médiamétrie//NetRatings est la société créée et détenue conjointement par Médiamétrie et NetRatings qui commercialise et développe les résultats du service «Nielsen//NetRatings». Ce service permet de mesurer l'audience des sites Internet en France.

Contacts presse :

FEVAD

Nathalie Laïné - Responsable Communication
Tel : 01 42 56 38 86 – nlaine@fevad.com – www.fevad.com

MEDIAMETRIE

Nelly Dubner – Attachée de Presse
Tel : 01 47 58 97 26 – ndubner@mediametrie.fr - www.mediametrie.fr