



Le commerce physique face au commerce digital

« **P**rofitant de l'échéance des achats sur internet, nous avons choisi de publier les résultats d'une étude inédite sur la satisfaction et l'intention de recommandation comparées entre les circuits online et offline », déclarait Philippe Jourdan, associé-fondateur de Promise Consulting. L'étude*, effectuée à la veille de la Saint-Valentin, se base sur trois catégories de produits : les parfums, les vêtements/lingerie ainsi que les chaussures.

Selon la FEVAD (Fédération E-commerce et Vente à Distance), la part des achats effectués en ligne ne cesse d'augmenter chaque année. Pourtant les grandes enseignes restent privilégiées pour des achats nécessitant des conseils, 45 % des achats de chaussures sont effectués en magasin, contre 25 % sur internet. Ainsi que 55 % des achats de parfums contre 19 % sur internet, sans doute en raison de l'absence de « *fragrance digitale* ». Quant aux vêtements et lingerie, ils sont effectués à 29 % sur internet, suivis de très près par les grandes enseignes représentant 28 % des achats réalisés. Toutefois, et bien que les commerces physiques restent les plus fréquentés, les achats online occupent la première place en matière de recommandation et de satisfaction. Pour les chaussures, 50 % des consommateurs recommandent « certainement », voire « très certainement », leur site, un chiffre 16 points au dessus des enseignes spécialisées (34 %). Enfin, en ce qui concerne les acheteurs de vêtements et lingerie, même si le taux de recommandation est plus faible (43 %) il reste tout de même plus élevé que celui des enseignes spécialisées (33 %). Partages, commentaires, réseaux sociaux et bouche-à-oreille aident à la prolifération et à la généralisation des achats sur internet, prometteurs de prix transparents et compétitifs.

* Réalisée par Promise Consulting auprès de 1003 personnes du 4 au 11 janvier 2017 selon la méthode des quotas et sur un échantillon représentatif de la population.