URL :http://www.msn.fr/
PAYS :France
TYPE :Web Grand Public

► 13 février 2017 - 09:10

Cliquez ici pour accéder à la version en ligne

Vêtements et lingerie, autant achetés sur Internet qu'en magasin

Vêtements, lingerie, chaussures, parfums : les achats sur internet sont plébiscités par une part de plus en plus large de Français, selon une étude Promise Consulting menée à quelques jours de le Saint-valentin.Près de 25% des internautes interrogés ont effectué un achat sur Internet au cours des 12 derniers mois :19% pour les parfums, 29% pour les vêtements ou la lingerie, 25% pour les chaussures.En revanche, 45% des consommateurs ayant acheté des chaussures au cours des 12 derniers mois ont effectué leur dernier achat au sein d'une enseigne spécialisée (contre 25% sur Internet). Même constat pour les parfums: 55% des consommateurs se sont rendus en magasins (parfumeries, chaînes de beauté, enseignes de marque propre), contre 19% seulement sur Internet.Pour les secteurs vêtements et lingerie, Internet (29%) fait désormais jeu égal avec les grandes enseignes spécialisées (28%), suivi des hypermarchés / supermarchés (25%) et des grands magasins généralistes (18%).Enfin, le e-commerce s'impose face aux points de vente physiques en matière de recommandation surfant sur les facilités offertes par les canaux digitaux en matière de bouche-à-oreille et de buzz.Pour les chaussures par exemple, les consommateurs ayant acheté sur un site Internet le recommanderaient certainement ou très certainement dans la moitié des cas (50%), soit 16 points de plus que dans le cas des enseignes spécialisées (34%).En 2015, l'e-commerce représentait 15% des ventes dans l'habillement, 11% des ventes de chaussures et 8% des ventes dans le secteur hygiène/beautéLes Français ont dépensé 72 milliards d'euros sur Internet en 2016 selon les chiffres de la FEVAD, cela représente moins de 10% du poids total des ventes de détail dans l'Hexagone.Méthodologie :Cette étude a été menée par Promise Consulting auprès de 1003 personnes (522 femmes et 481 hommes) représentatives de la population française et âgées de 18 ans et plus. La période de collecte des informations s'étend du 4 au 11 Janvier 2017 et s'est effectuée via l'Access Panel de Promise Consulting sur Internet. La méthode des quotas a permis de s'assurer de la représentativité de l'échantillon sur les critères de genre, d'âge, de régions d'habitation, de taille de commune, de composition du foyer et de revenus du foyer.

Tous droits de reproduction réservés