



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

Publié le 13/02/2017 à 07:00 Consommation Pour les vêtements et la lingerie, Internet fait désormais jeu égal avec les grandes enseignes spécialisées, suivi des hypermarchés / supermarchés et des grands magasins généralistes. RelaxNews / Alija/Istock.com 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/beauté Les 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.