

opinionway,

— POUR —

Sofinscope

LE BAROMÈTRE QUI VOUS DONNE UN TEMPS D'AVANCE
SUR LA CONSOMMATION

Les Français et les achats en ligne

Rapport de résultats | Février 2025





opinionway

Crédits : dev-asangbam

La méthodologie

La méthodologie

Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante :

« Sondage OpinionWay pour Sofinco »
et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé



Echantillon de **1028 personnes, représentatif de la population française** âgée de 18 ans et plus.

L'échantillon a été constitué selon la **méthode des quotas**, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence.



L'échantillon a été interrogé par **questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI** (Computer Assisted Web Interview).



Les interviews ont été réalisées **du 5 au 7 février 2025**.

Pour les remercier de leur participation, les panélistes ont touché des incentives ou ont fait un don à l'association proposée de leur choix.



OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la **norme ISO 20252**



Les résultats de ce sondage doivent être lus en tenant compte des marges d'incertitude : 1,4 à 3,1 points au plus pour un échantillon de 1000 répondants.



Le profil de l'échantillon

opinionway

Le profil de l'échantillon

Population française âgée de 18 ans et plus.

Source : INSEE

Sexe %

Hommes	48%
Femmes	52%

Age %

18 à 24 ans	10%
25 à 34 ans	15%
35 à 49 ans	24%
50 à 64 ans	24%
65 ans et plus	27%

Région %

Ile-de-France	19%
Nord-ouest	23%
Nord-est	22%
Sud-ouest	11%
Sud-est	25%

Activité professionnelle %

Catégories socioprofessionnelles supérieures 29%

Agriculteurs / Artisans / Commerçants / Chefs d'entreprise	4%
Professions libérales / Cadres	10%
Professions intermédiaires	15%

Catégories populaires 29%

Employés	17%
Ouvriers	12%

Inactifs 42%

Retraités	28%
Autres inactifs	14%

Taille d'agglomération %

Une commune rurale	21%
De 2000 à 19 999 habitants	18%
De 20 000 à 99 999 habitants	14%
100 000 habitants et plus	30%
Agglomération parisienne	17%



Les résultats

opinionway

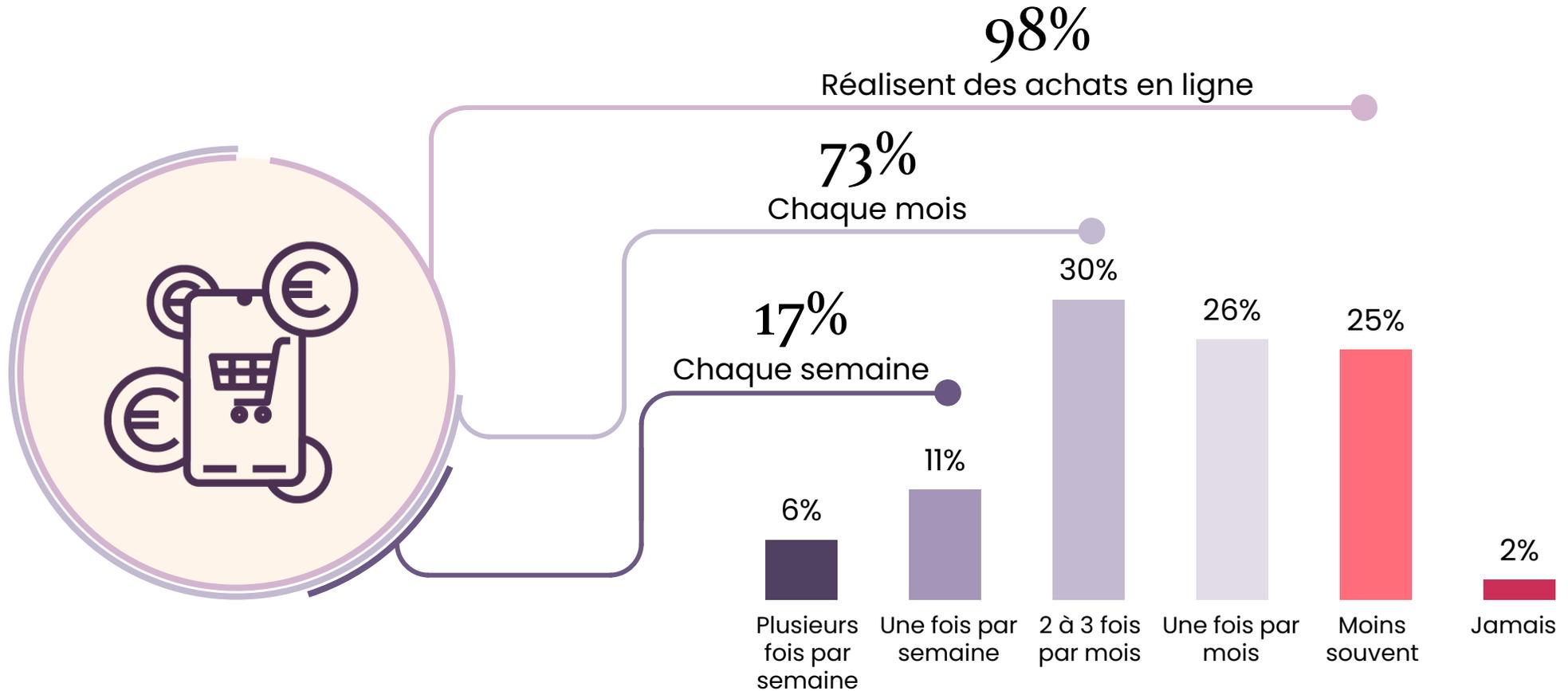


La fréquence d'achat en ligne

Q. A quelle fréquence réalisez-vous des achats en ligne ?



1028
personnes





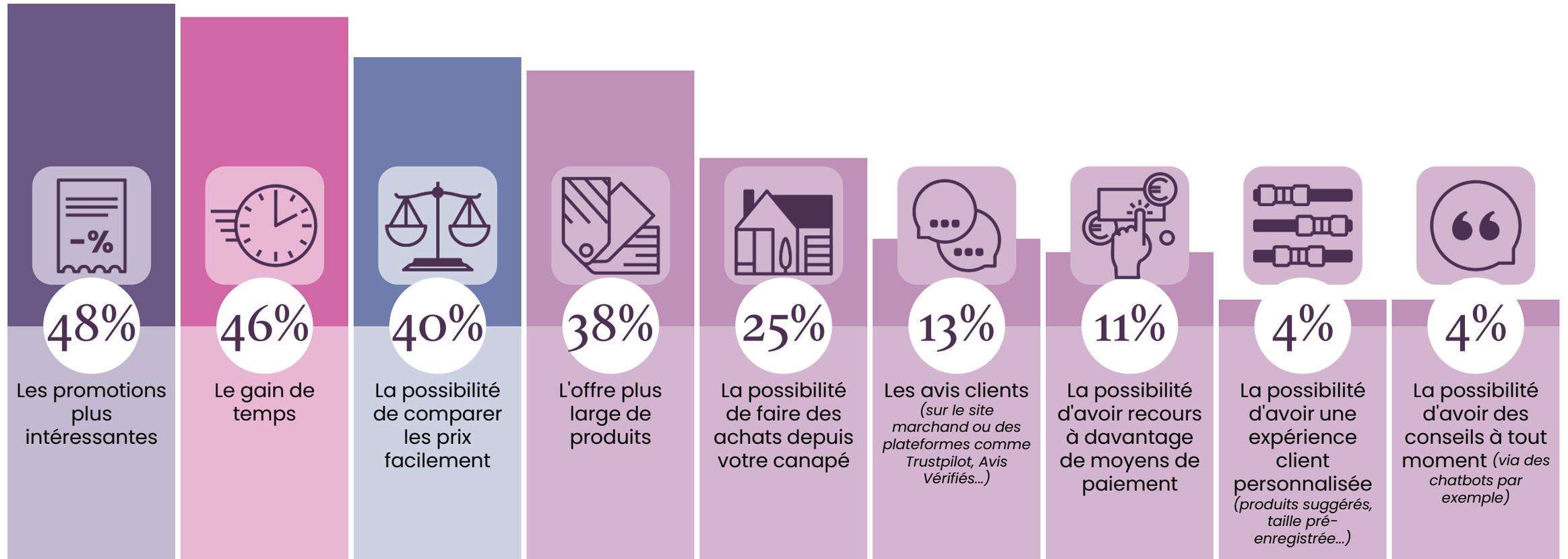
Les raisons de privilégier les achats en ligne



1028
personnes

Q. Parmi les raisons suivantes, lesquelles vous inciteraient le plus à choisir de faire un achat en ligne plutôt qu'en magasin ?

Trois réponses possibles - Total supérieur à 100%



Autre raison 6%
NSP 1%

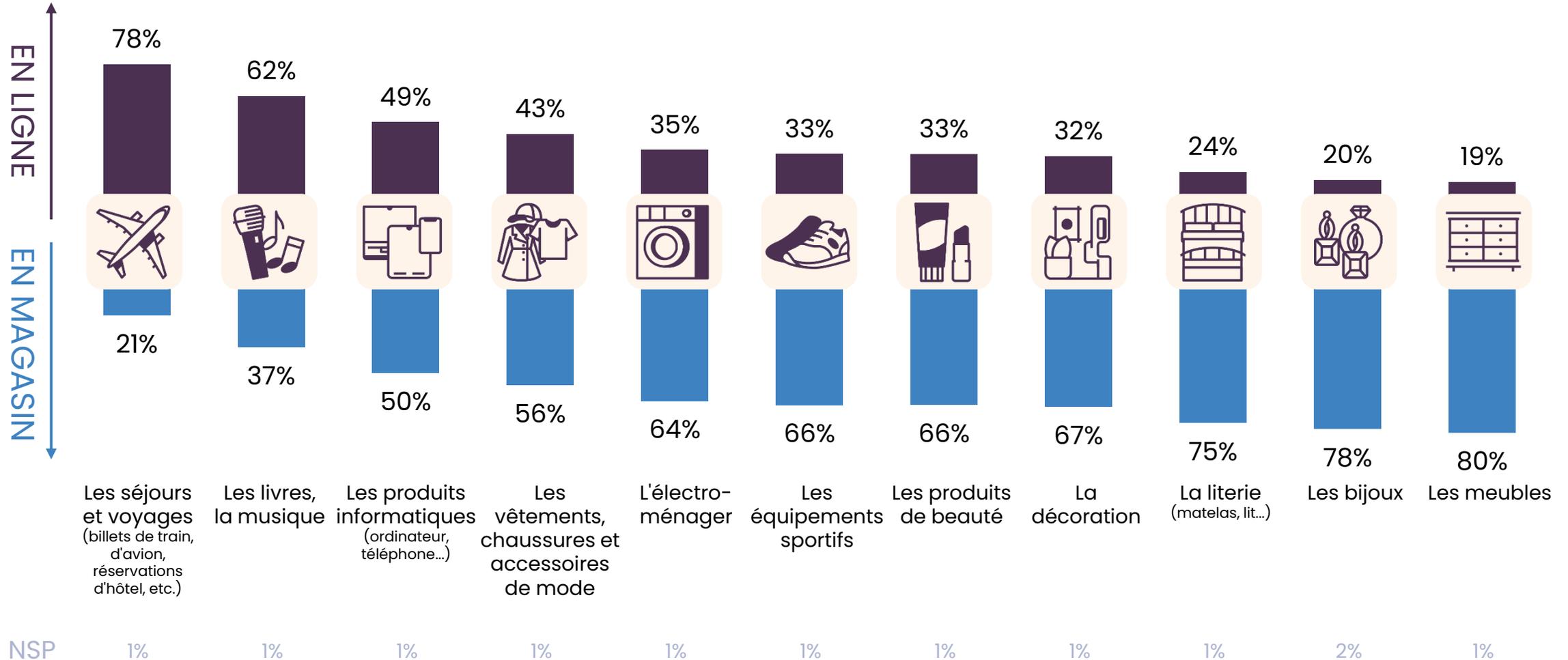


Les canaux d'achat privilégiés par type de produit



1028 personnes

Q. Pour chacun des types de produits suivants, préférerez-vous les acheter en ligne ou en magasin ?



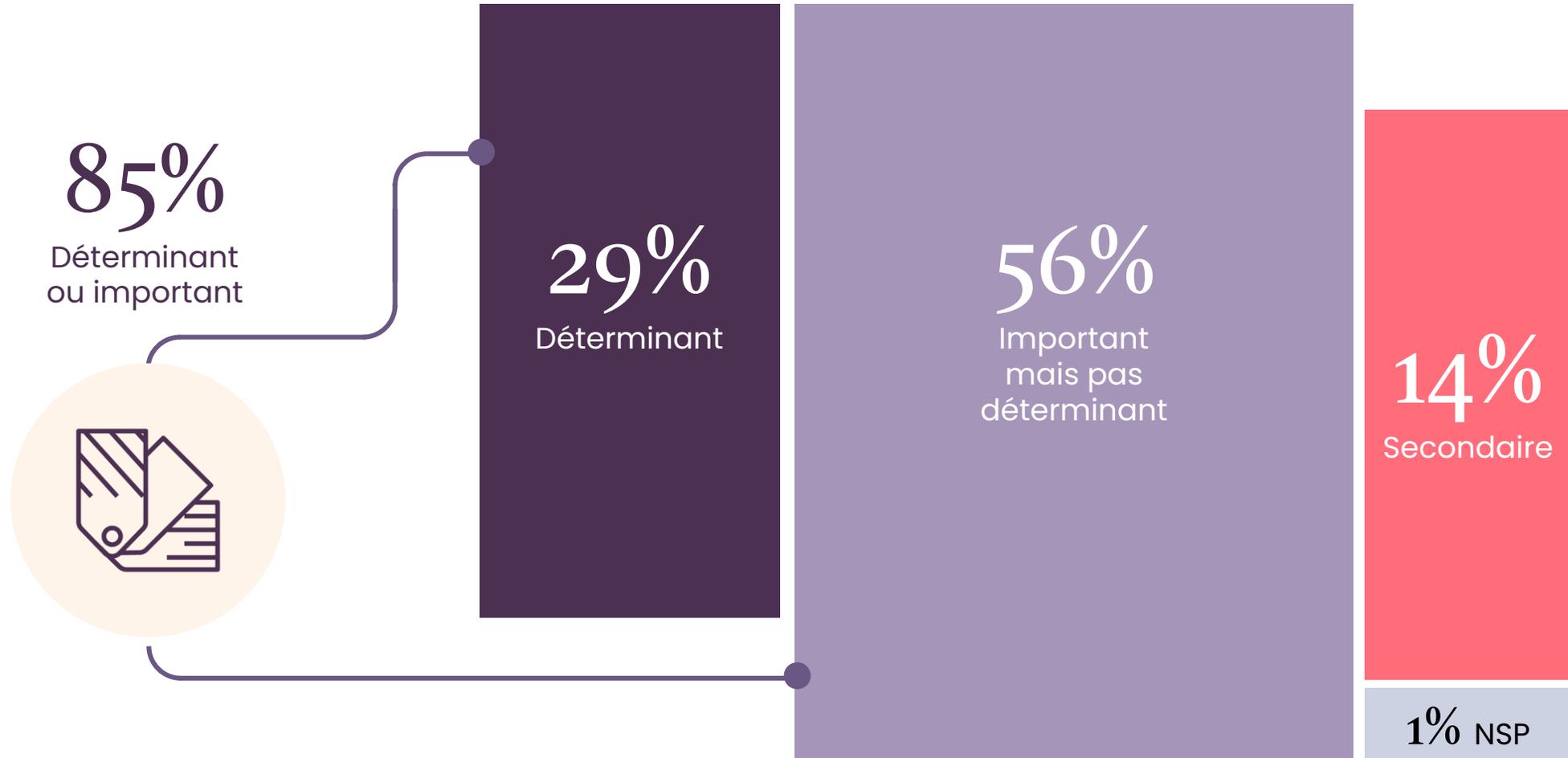


L'importance des moyens de paiement proposés pour les achats en ligne

Q. Diriez-vous que les moyens de paiement disponibles sur un site internet sont un critère déterminant, important mais pas déterminant ou secondaire lorsque l'on souhaite réaliser un achat en ligne ?



1028
personnes





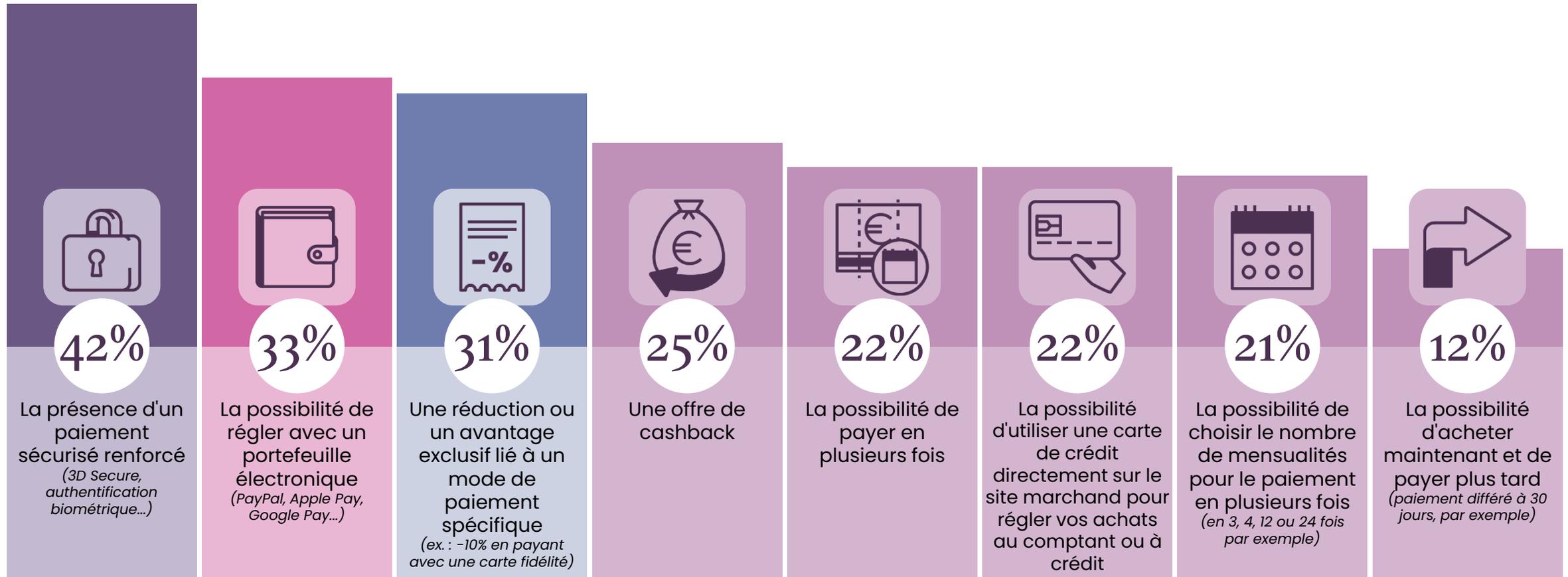
Les leviers incitant aux achats en ligne



1028
personnes

Q. Si vous hésitez à acheter un produit en ligne, lequel de ces éléments pourrait vous convaincre le plus de finaliser l'achat ?

Trois réponses possibles - Total supérieur à 100%



NSP 2%



Les freins aux achats en ligne



1028 personnes

Q. Pourriez-vous renoncer à un achat en ligne pour chacune des raisons suivantes ?



Total Oui

La procédure de paiement est compliquée, nécessite de nombreuses étapes

63%

L'acceptation de votre dossier de financement pour avoir recours à une facilité de paiement n'est pas immédiate

52%

Vous êtes obligé de créer un compte pour passer la commande

44%

Vous ne trouvez pas de site internet proposant des facilités de paiement (paiement en plusieurs fois, paiement différé, crédit)

42%

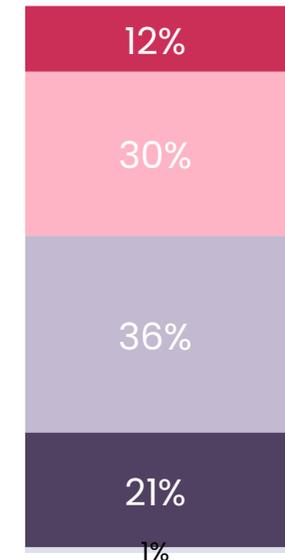
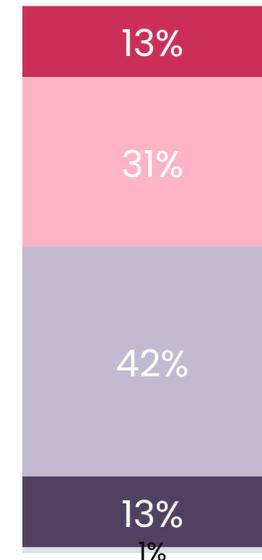
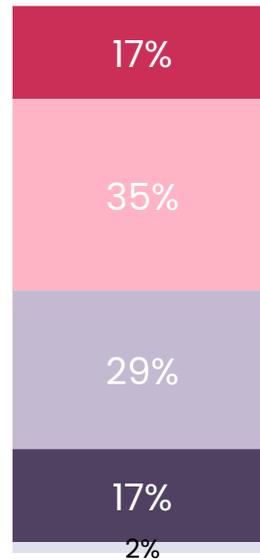
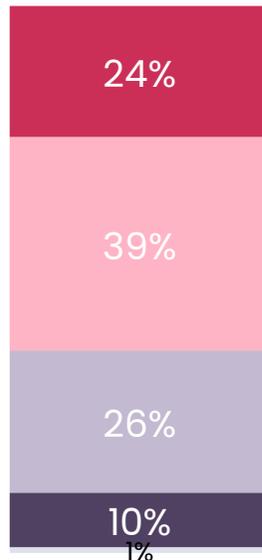
Oui, certainement

Oui, probablement

Non, probablement pas

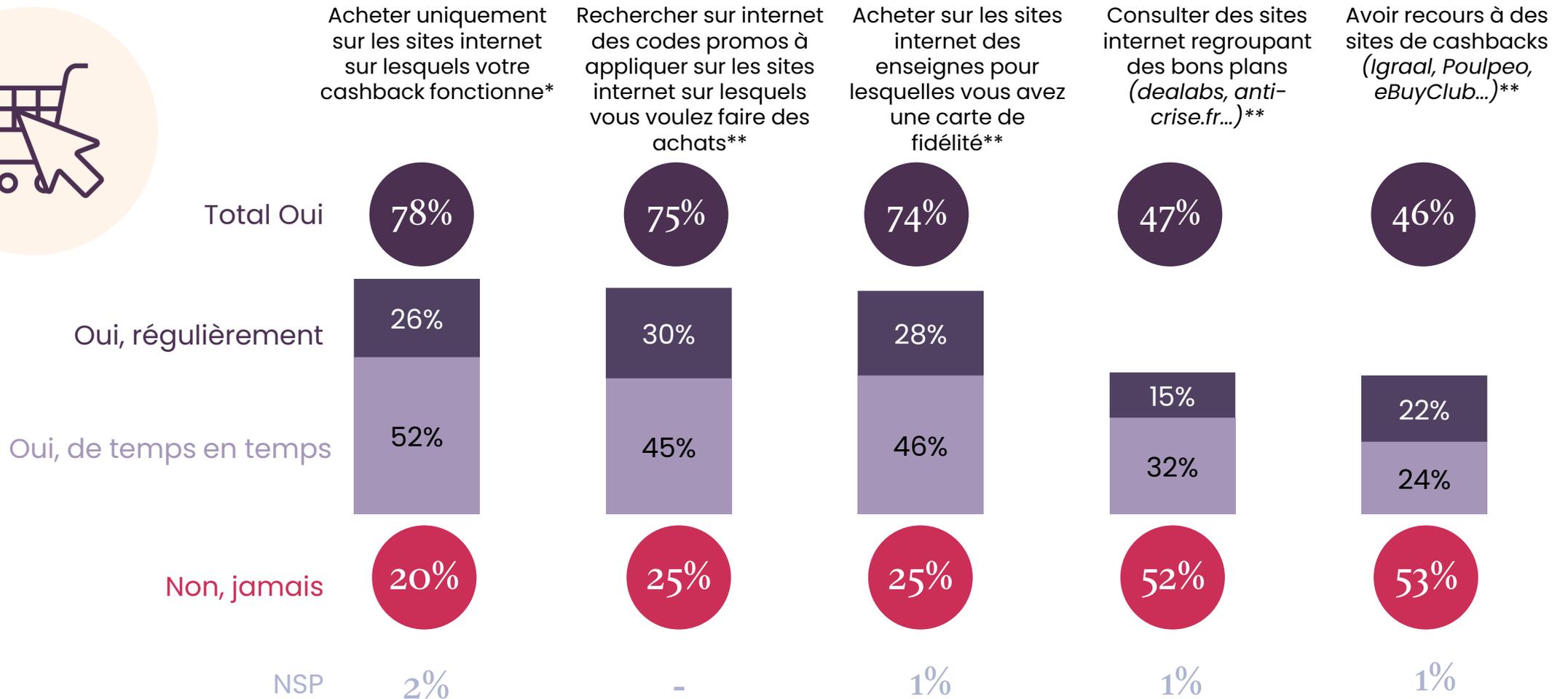
Non, certainement pas

NR



” Les habitudes pour faire des économies en achetant en ligne

Q. Lorsque vous faites des achats sur internet, vous arrive-t-il de... ?



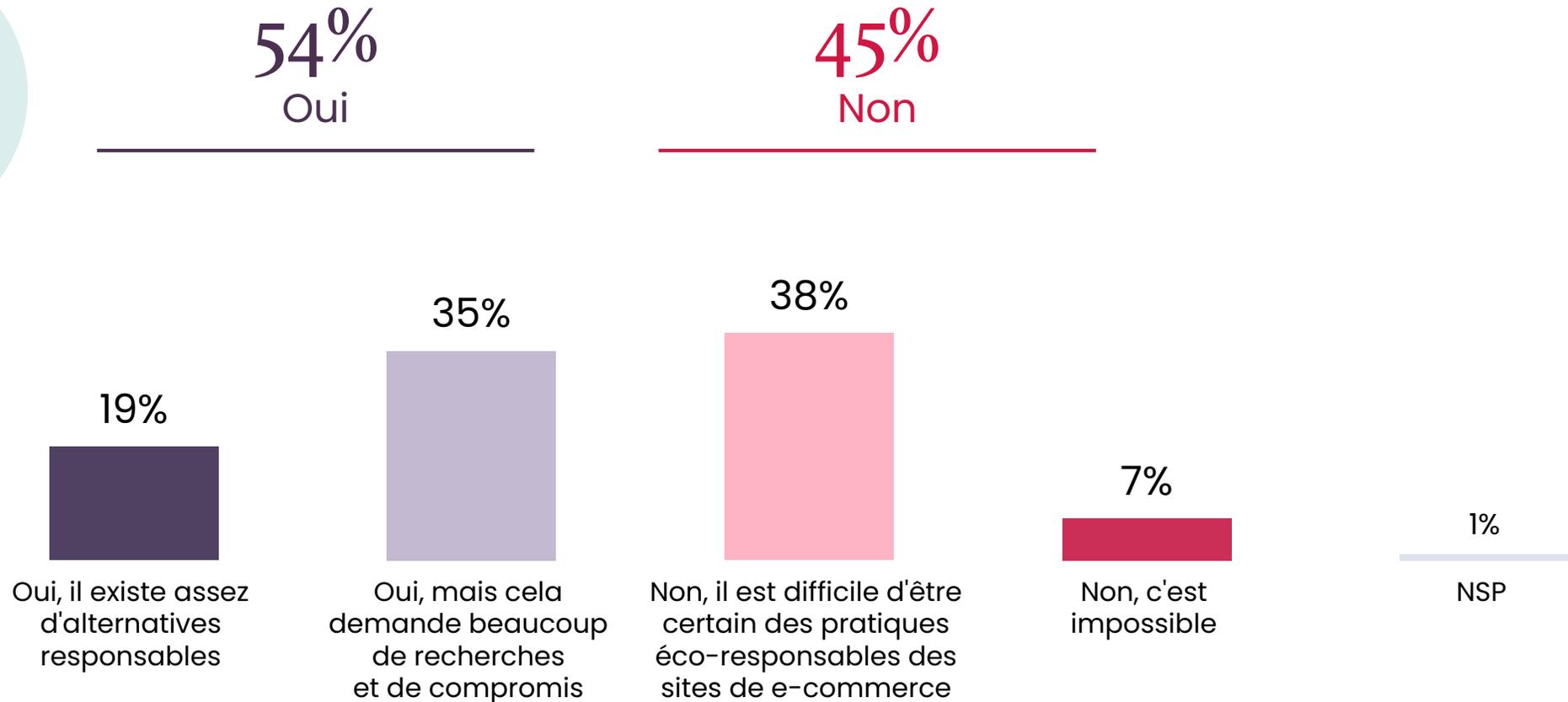


La possibilité de réaliser des achats en ligne tout en respectant les valeurs éco-responsables



1028
personnes

Q. Aujourd'hui diriez-vous qu'il est facile de privilégier les achats en ligne tout en respectant vos valeurs éco-responsables (éthique, écologie, soutien aux entreprises locales) ?



opinionway

PARIS • BORDEAUX • VARSOVIE • CASABLANCA • ABIDJAN

Fondé en 2000 sur cette idée radicalement innovante pour l'époque, OpinionWay a été précurseur dans le renouvellement des pratiques de la profession des études marketing et d'opinion.

Forte d'une croissance continue depuis sa création, l'entreprise n'a eu de cesse de s'ouvrir vers de nouveaux horizons pour mieux adresser toutes les problématiques marketing et sociétales, en intégrant à ses méthodologies le Social Média Intelligence, l'exploitation de la smart data, les dynamiques créatives de co-construction, les approches communautaires et le storytelling.

Aujourd'hui OpinionWay poursuit sa dynamique de croissance en s'implantant géographiquement sur des zones à fort potentiel que sont l'Europe de l'Est et l'Afrique.

C'est la mission qui anime les collaborateurs d'OpinionWay et qui fonde la relation qu'ils tissent avec leurs clients.

Le plaisir ressenti à apporter les réponses aux questions qu'ils se posent, à réduire l'incertitude sur les décisions à prendre, à tracker les insights pertinents et à co-construire les solutions d'avenir, nourrit tous les projets sur lesquels ils interviennent.

Cet enthousiasme associé à un véritable goût pour l'innovation et la transmission expliquent que nos clients expriment une haute satisfaction après chaque collaboration - 8,9/10, et un fort taux de recommandation - 3,88/4.

Le plaisir, l'engagement et la stimulation intellectuelle sont les trois mantras de nos interventions.

Restons *connectés* !



Recevez chaque semaine nos derniers résultats d'études dans votre boîte mail en vous abonnant à notre newsletter !

Je m'abonne

Vos contacts OpinionWay

Eléonore Quarré

Responsable des études Société
Pôle opinion

equarre@opinion-way.com

Jessie Marius

Directrice d'études
Pôle opinion

jmarius@opinion-way.com

ESOMAR²⁵
Corporate

