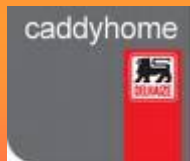


Les achats sur internet



Novembre 2007

CRIOC

Centre de Recherche et d'Information
des Organisations de Consommateurs



Agenda

1. Objectifs
2. Méthodologie
3. Les achats sur internet
4. L'utilisation d'un comparateur de prix
5. La vente électronique à distance
6. Les chaînes de distribution et la vente sur internet
7. Synthèse et recommandations

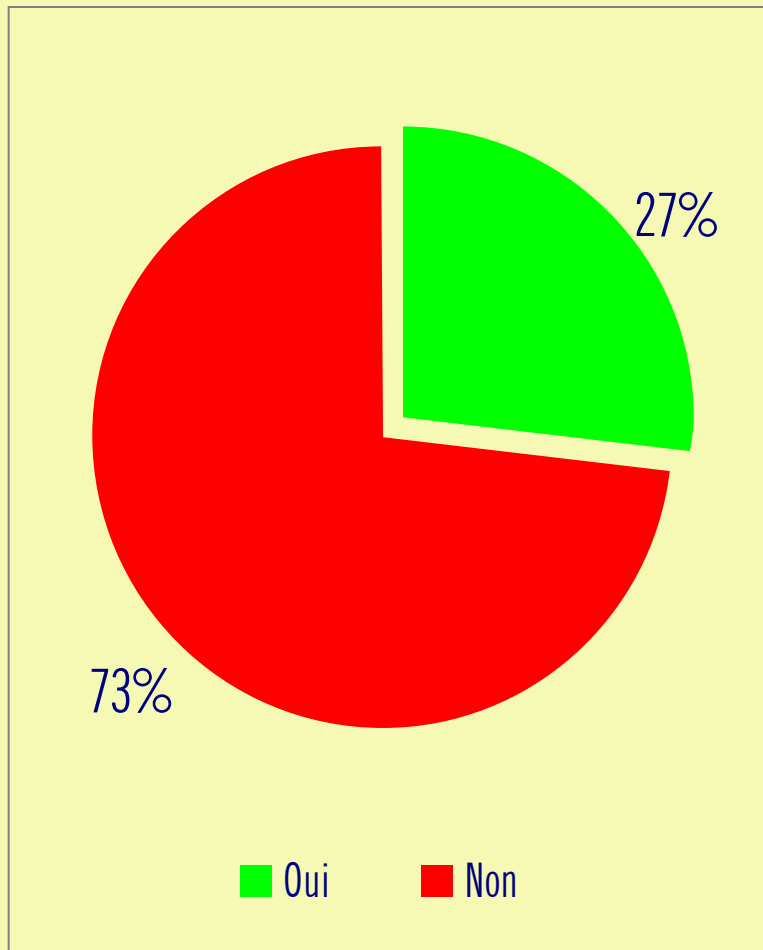
Objectifs

- Mesurer les attitudes et comportements des consommateurs en matière d'achats sur internet, l'utilisation des comparateurs de prix et la perception de la vente à distance (en matière de prix et de fiabilité des comparateurs)
- Variables analysées
 - Attitudes et comportements en matière d'achat sur internet.
 - Variables sociodémographiques.

Méthodologie

- 484 Interviews quantitatives (30'-35') réalisées par téléphone (Belgique).
- Field : 18 – 31 août 2007.
- Échantillon aléatoire stratifié redressé.
- Les résultats ont fait l'objet des traitements statistiques adéquats (χ^2 , Student et loi normale).
- La marge d'erreur totale sur l'échantillon est de 4,4 %.
- Seuls les résultats significatifs sont présentés. Toutefois, chaque donnée a été analysée en fonction de la localisation (Bruxelles, Flandre, Wallonie), genre, âge (classe), taille du ménage, type d'habitat, groupe social, PRA ou non (principal responsable d'achat), présence d'enfants, type d'achats, type de comportement d'achat, perception des enseignes.

Les achats sur internet

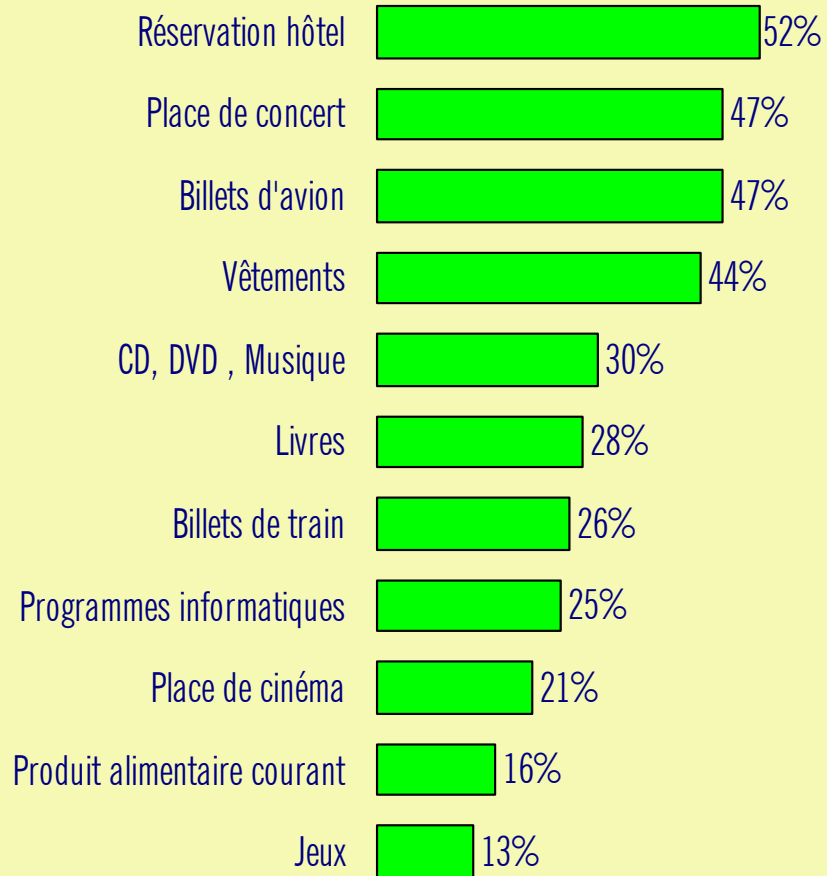


➤ Avez-vous déjà acheté sur internet ?

- Moins de trois consommateurs sur dix déclarent avoir déjà réalisé des achats sur internet.
- Parmi les acheteurs les plus importants : les 30-39 ans (53%), les groupes sociaux supérieurs (52%)
- Parmi les acheteurs les moins importants : les Wallons (16%), les plus de 50 ans (10%), les célibataires (17%), les groupes sociaux inférieurs (3%)

Base : Répondants.

Les types d'achat

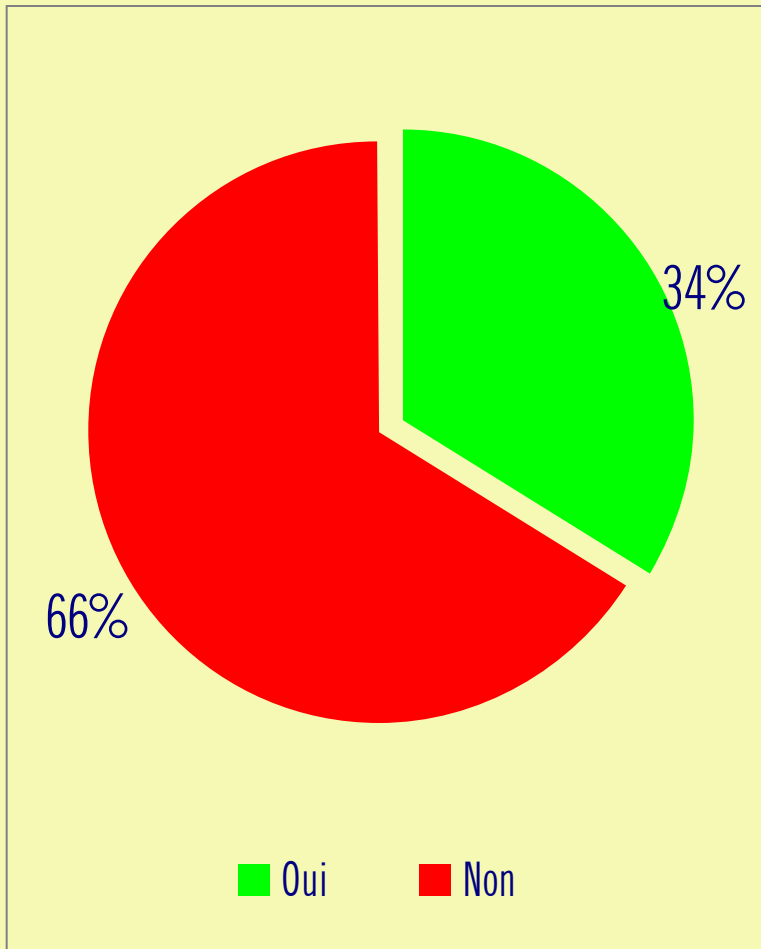


➤ Avez-vous déjà acheté via internet ...

- Chaque internaute acheteur a déjà effectué trois types d'achat. Par ordre d'importance, il effectue des réservations d'hôtel, achète des places de concert, des billets d'avion, des vêtements, des CD, DVD, des livres, des billets de train, des programmes informatiques, des places de cinéma, des produits alimentaires courants et des jeux.

Base : Ont déjà acheté sur Internet

L'utilisation d'un comparateur de prix

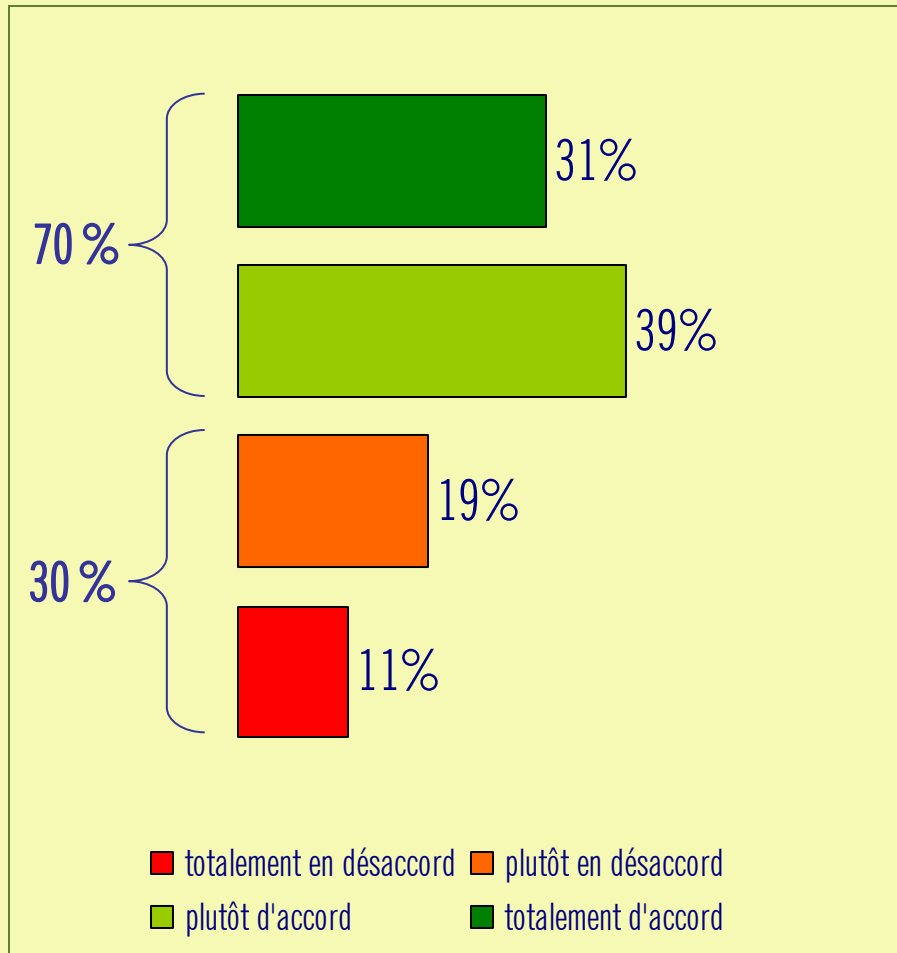


➤ Avez-vous déjà utilisé un comparateur de prix (un site qui compare les prix d'un même produit et signale où il est possible de l'acheter le moins cher)

- Un internaute sur trois qui a acheté sur internet a déjà utilisé un comparateur de prix.

Base : Répondants qui ont déjà acheté sur internet

La perception des comparateurs de prix



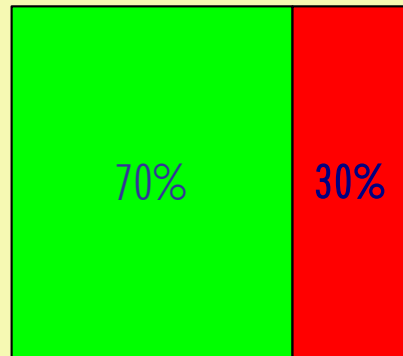
➤ Les comparateurs de prix sur Internet (sites qui comparent les prix d'un même produit) permettent au consommateur d'acheter moins cher.

- Sept consommateurs sur dix pensent que les comparateurs de prix sur Internet (sites qui comparent les prix d'un même produit) permettent au consommateur d'acheter moins cher.
- Trois consommateurs en doute.

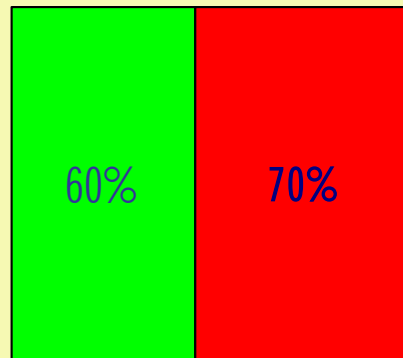
Base : Répondants.

La vente électronique à distance

Les comparateurs de prix sur Internet (sites qui comparent les prix d'un même produit) permettent au consommateur d'acheter moins cher.



La vente par Internet (commerce électronique) à des prix différents, d'un même article, le même jour, par une même firme et dont la livraison s'effectue dans des conditions identiques (au même coût pour la firme), doit être strictement interdite



■ OK ■ Non OK

➤ La vente électronique à distance

Cote entre 1 et 4. 1 signifie que vous êtes totalement en désaccord, 2 plutôt en désaccord, 3 plutôt d'accord et 4 totalement d'accord avec la proposition.

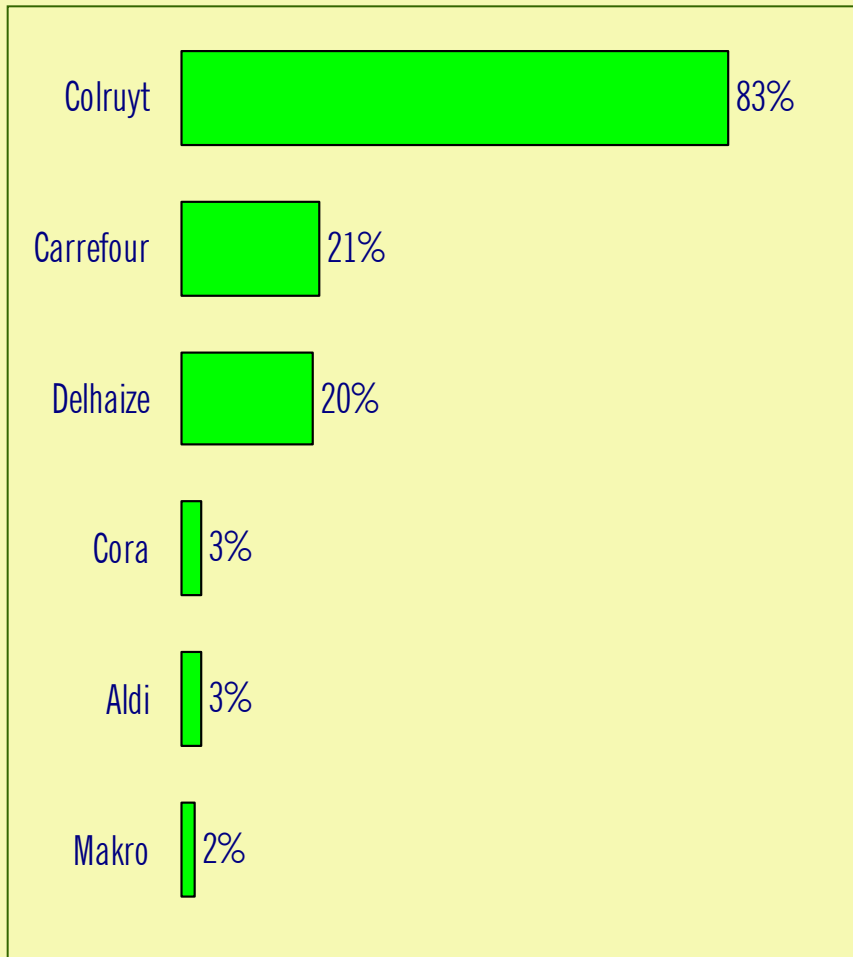
- Sept consommateurs sur dix estiment que les comparateurs de prix sur Internet permettent au consommateur d'acheter moins cher.
- Six consommateurs sur dix pensent qu'il faudrait interdire la discrimination par les prix lors d'une vente d'un même article au même moment, aux mêmes conditions et par la même firme.

Base : Répondants – Non OK = 1+2; OK = 3+4.

Différences par profil d'opinion

- **Perception des comparateurs de prix en matière de vente électronique à distance (70%)**
 - Les Wallons (79%) et les consommateurs qui comparent souvent les prix (84%) pensent que les comparateurs de prix permettent d'acheter moins cher. Par contre, les néerlandophones (65%), ceux qui comparent (61%) systématiquement les prix le pensent moins souvent, de même que les consommateurs qui n'utilisent pas les comparateurs (64%) ou qui achètent des produits non-alimentaires sur internet (50%).
- **Perception de la discrimination par les prix pratiquée lors d'une vente électronique à distance (60%)**
 - L'interdiction de toute discrimination est surtout suggérée par les francophones (67%), les plus de 65 ans (76%). Par contre, les néerlandophones (54%), les 40-49 ans (49%), ceux qui comparent les prix systématiquement (40%), ceux qui ne comparent pas les enseignes (52%), ceux qui achètent sur internet (55%) le suggèrent moins souvent.

Chaînes de distribution et vente sur internet

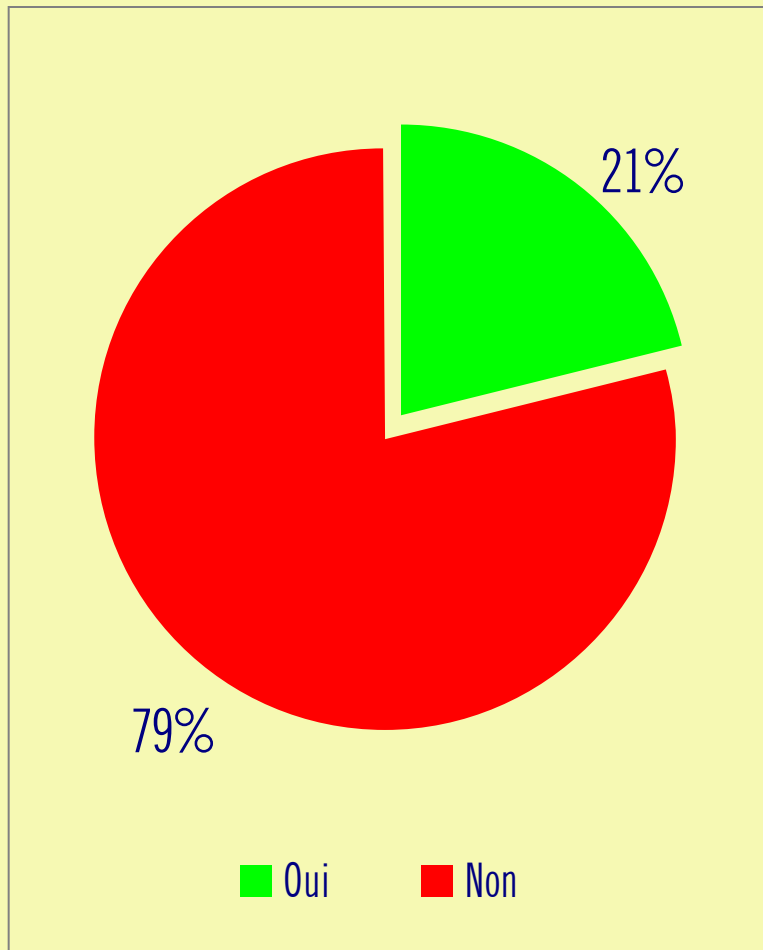


➤ Quelles sont, selon vous, les chaînes de distribution qui offrent la possibilité de commander via internet ?

- Aux yeux des consommateurs, six enseignes offrent la possibilité de commander par internet. Si ces six enseignes disposent toutes d'un site internet, certaines ne possèdent pas de système d'achat par internet.

Base : Répondants

Les achats sur internet



➤ Avez-vous déjà acheté via le site Internet d'une enseigne de la grande distribution des produits alimentaires ?

- Un consommateur sur cinq qui a déjà acheté sur internet déclare avoir déjà acheté des produits alimentaires.
- Ces achats ont été réalisés auprès des enseignes Colruyt, Delhaize ou Cora.

Base : Répondants ayant déjà acheté sur internet

Conclusions

- Moins de trois consommateurs sur dix ont déjà acheté sur Internet et les produits alimentaires courants ne représentent que 16% de leurs achats.
- Un acheteur sur trois a déjà utilisé un comparateur de prix (site). Les consommateurs sont convaincus que l'usage d'un comparateur permet d'acheter moins cher, même si, en pratique, la plupart d'entre eux manque de transparence et de fiabilité.
- Six consommateurs sur dix pensent qu'il faudrait interdire la discrimination par les prix lors d'une vente d'un même article au même moment, aux mêmes conditions et par la même firme. Et qu'un prix unique s'impose au sein d'une même enseigne.
- Les chaînes de distribution commencent à proposer des achats sur internet mais à peine un internaute acheteur sur cinq a testé les achats sur leurs sites.

Recommandations

- De manière à supprimer la discrimination des prix au sein d'une même enseigne, il convient d'adapter la législation et plus particulièrement l'article 3 de l'Arrêté Royal du 30 juin 1996 relatif à l'indication du prix des produits et des services et au bon de commande. Il conviendrait en effet de formuler une interdiction plus générale de pratiquer des prix différents pour des produits identiques. Ainsi on ne limiterait plus cette interdiction aux seuls prix indiqués dans les établissements (comprendre : lieux de vente accessibles au consommateur) mais aux prix pratiqués au sein d'une chaîne ou enseigne commerciale. Dès lors, cette interdiction s'appliquerait aussi aux ventes par internet impliquant ou non une livraison à domicile ou dans l'un des établissements de l'enseigne.
- Pour garantir la fiabilité de l'outil, les comparateurs de prix doivent être contrôlés par les pouvoirs publics et une procédure de certification doit être mise en place. Cette procédure doit garantir la transparence du mode de sélection et des calculs effectués.
- L'objectivité doit être garantie par l'agrément des maîtres d'œuvre. A ce titre, il convient de s'interroger sur la pertinence de diffuser de la publicité sponsorisée par les annonceurs et sur le risque de manipulation et de désinformation du consommateur.

Rédaction :
Adriaan Meirman
Editeur Responsable :
Marc Vandercammen

CRIOC
Centre de Recherche et d'Information des Organisations de Consommateurs
Fondation d'utilité publique
Boulevard Paepsem, 20 - 1070 BRUXELLES
Tél. 02/547.06.11 - Fax. 02/547.06.01
www.crioc.be
NE 417541646

Édition 2007
Réf. Catalogue : 481-07

D 2007-2492-119
©CRIOC

Prix : 15 €

Reproduction autorisée à des fins non-commerciales moyennant mention des sources