

MATURES, LES INTERNAUTES MAITRISENT LEURS ACHATS

Source : Extraits du magazine « LSA » n° 2096 du 18/06/2009

Etude : Une enquête du Credoc pour le site eBay France révèle l'émergence de nouveaux modes de consommation plus « réfléchis » de la part des internautes.

C'en est fini des achats compulsifs ! Désormais, les internautes ont pris en main leur consommation. C'est ce que révèle une étude du Credoc, laquelle s'est attachée à décrypter les nouveaux usages du web dans l'acte de consommation.

La généralisation de l'outil est à l'origine de ces nouveaux comportements. Aujourd'hui, 80 % des Français déclarent avoir un accès à internet. D'où une meilleure maîtrise de son usage grâce aussi à sa facilité d'utilisation. 65 % des sondés affirment ainsi se connecter quotidiennement au réseau depuis leur domicile. Et ils sont 58 % à l'avoir utilisé au cours des douze derniers mois pour acquérir des produits ou des services.

« Les internautes utilisent également internet pour développer des interactions avec les autres internautes en créant des blogs – 22 % en 2008 – ou en étant présents activement sur les forums (33 %) ou les réseaux sociaux (27 %) », indique Franck Lehuede, chef de projet au département consommation du Credoc. Cette interactivité va avoir une influence très forte sur l'acte d'achat.

Une recherche accrue d'informations

En premier lieu, elle s'exprime par une recherche accrue d'informations sur les produits ou les services désirés. Ainsi, les internautes sont de plus en plus nombreux à rechercher des avis de consommateurs sur le Net (57 %). Avant d'acheter, ils consultent en moyenne 2,1 sources d'information (contre 1,4 pour les non-internautes). Enfin, parmi les différentes sources d'informations auxquelles ils ont recours, les blogs et les forums – ainsi que les sites d'achat-vente entre particuliers – ont progressé de 45 % depuis 2005. *« Ils y trouvent une information qu'ils jugent plus précise, plus complète et qui leur semble objective, dans la mesure où ils ont la possibilité de se renseigner sur différents sites. L'interactivité a surtout resserré les liens entre les consommateurs et renforcé le climat de confiance »,* précise Franck Lehuede.

Ainsi, l'étude menée par le Credoc révèle que plus de la moitié des internautes consultant des avis de consommateurs en ligne font confiance aux commentaires d'autres internautes. Et ils sont 62 % à se fier aux avis de consommateurs postés sur les sites d'achat-vente entre particuliers, contre 53 % accordant leur confiance aux sites d'e-commerce ou de marques. Résultat, un sentiment de pouvoir accru par rapport aux marques pour 45 % des internautes. *« Avant, la publicité était organisée et orientée par les marques. Aujourd'hui, de nombreux consommateurs ont un sentiment d'émancipation grâce à internet »,* reprend Franck Lehuede.

L'usage plus important que l'objet lui-même

Autre apport constaté, les consommateurs font preuve d'une meilleure maîtrise dans la recherche de prix et des produits. Plus des deux tiers des sondés estiment que l'offre est plus large en ligne qu'en magasins et qu'ils peuvent faire des économies en comparant les prix (68 %). *« Ils apprécient de trouver des offres très personnalisées, comme des disques de jazz ou les livres anciens, qu'ils ne trouvent pas ailleurs. Internet donne envie de développer des achats malins par la consultation des guides d'achat. L'outil a libéré les comportements, les gens s'y rendent pour marchander, pour acheter d'occasion ou vont y faire les soldes. L'achat y est totalement décomplexé. Il y a aujourd'hui une fierté par rapport à l'achat malin, quelle que soit la catégorie sociale à laquelle appartient l'internaute »,* commente Esther Ohayon, directrice de la communication d'eBay.

Ce sont ainsi de nouveaux modes de consommation plus réfléchis qui ont émergé. D'après l'étude, 70 % des internautes attendent désormais les soldes pour réaliser leurs achats vestimentaires, ils sont 36 % à marchander, 41 % à acheter des produits d'occasion et 31 % à en vendre.

« Les internautes sont moins sensibles au fait de posséder l'objet. Plus du tiers a déjà acheté un produit neuf en envisageant la possibilité de le revendre d'occasion par la suite ! Aujourd'hui, on achète et on revend. Cela permet de mieux gérer son budget. Ce type de démarche a pris de l'ampleur avec la récession économique. On voit apparaître de nouveaux types de comportement, comme le fait de revendre ses cadeaux de Noël, pour assumer ses dépenses quotidiennes. Ce qui est fondamental, ce n'est plus l'objet, mais son usage », conclut Franck Lehuede.

Quelques chiffres cités dans l'article (*source : étude de l'Observatoire des usages internet réalisée chaque mois auprès de 1 000 individus âgés de 11 ans et plus interrogés par téléphone*) :

- 20 millions d'acheteurs en ligne en France chez les 18 ans et plus en 2009, contre 209 000 en 1999 ;
- 29 millions d'internautes en France chez les 18 ans et plus en 2009, contre 3 millions en 1999 ;
- 29 % des internautes ont 50 ans et plus ;
- près de 6 femmes sur 10 se connectent, contre moins de 1 sur 10 en 1999.



Retrouvez d'autres informations sur le e-commerce sur www.jura.cci.fr