

## **Enquête IFOP L4 EPSILON**

### **Match au sommet pour les fêtes de fin d'année entre Internet et le commerce traditionnel : les Français arbitrent**

*L4 Epsilon dévoile les attentes des Français en terme de service des sites marchands  
et le classement par catégorie des sites offrant le meilleur service*

- 86% des internautes achètent en ligne et pour 56% d'entre eux la crise ne change rien à leurs habitudes d'achat en ligne
- 62% estiment que le commerce en ligne est moins cher que les magasins traditionnels
- 46% considèrent que les sites Internet offrent un service moins efficace que celui des magasins traditionnels
- Pour Noël, 76% des Français achèteront autant voire plus sur Internet qu'en 2008
- Sur Internet les grandes marques de la distribution traditionnelle restent les favorites des Français

**Paris, le 3 novembre 2009** – L4 epsilon dévoile aujourd'hui les résultats de l'enquête Ifop « les internautes et le e-commerce »<sup>1</sup>. A l'approche des fêtes de fin d'année et dans une période d'incertitudes sur la consommation, les Français témoignent de leur attrait pour le e-Commerce. En effet, 86% des internautes ont acheté en ligne dans les 12 derniers mois. En moyenne, ils ont acheté 9,4 produits physiques en ligne. 17% ont même commandé plus de 15 produits en 12 mois.

Cet engouement est particulièrement marqué pour les produits de loisirs (livres, musique, spectacles) achetés en ligne par 66% des internautes, le textile (59%), les produits high-tech et l'électroménager (56%) et dans une moindre mesure, les voyages (34%) et les produits alimentaires (15%).

*« Le e-Commerce est entré dans les mœurs, mais les Français sont exigeants voire méfiants en matière de service. Pour eux, la fiabilité, la transparence, la régularité du service ne sont pas des options mais des qualités fondamentales et indispensables pour les sites qui veulent mériter leur confiance. Les sites marchands doivent garantir et réaliser des livraisons fiables et au meilleur prix et proposer des promotions innovantes pour espérer séduire durablement des Français prêts à consommer, »* commente Alain de Lamazière, Président du Conseil de Surveillance de L4 Epsilon.

Sites Internet et magasins traditionnels s'affrontent donc pour séduire des consommateurs de plus en plus avertis et exigeants. Les deux tiers des Français (62%) pensent que les sites Internet leur proposent de meilleurs prix. Mais ils restent confiants dans les magasins traditionnels pour les soldes (54%) et sont 74% à les considérer aussi ou plus efficaces qu'Internet en matière de conseils et d'informations pour choisir le bon produit.

Si les e-consommateurs sont séduits par les prix des sites Internet ils sont naturellement très exigeants en matière de services:

---

<sup>1</sup> Enquête réalisée du 13 au 15 octobre 2009 auprès d'un échantillon de 1008 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus. La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, profession du chef de famille) après stratification par région et catégorie d'agglomération. Les interviews ont eu lieu par questionnaire auto-administré en ligne (CAWI – Computer Assisted Web Interviewing).

- Pour 99% d'entre eux, il est « important d'être informé de toute modification dans les délais de livraison prévus ».
- 98% souhaitent « être informé de la confirmation de la date de livraison prévue ».
- 93% veulent être « informé de façon détaillée par mail ou par SMS de l'état d'avancement de leur commande »

Dans leurs exigences de services, ils apprécient particulièrement la souplesse que leur apportent certains sites :

- Possibilité de faire livrer à la personne de son choix : 91%
- Possibilité de déballer le colis devant le livreur : 90%
- Livraison en point-relais : 80%
- Livraison en horaires décalés : 79%
- Choix entre différentes vitesses de livraison à différents prix : 78%
- 85% seraient intéressés par un service de commande sur Internet préparée dans le magasin le plus proche de chez eux et offrant le choix de se faire livrer à la maison ou de venir chercher leurs colis au magasin.

« Il est particulièrement intéressant de voir comment les canaux de distribution online et offline s'affrontent ou parfois se complètent. La stratégie gagnante est probablement hybride. Le Web est aujourd'hui un canal de distribution incontournable... qui peut parfois être servi par des magasins ou des centres de services physiques locaux. La gestion opérationnelle de ce modèle hybride doit rechercher en permanence l'excellence pour répondre aux attentes des clients à la fois en terme de prix et en terme de qualité et de souplesse de service, » a déclaré Alain de Lamazière, Président du Conseil de Surveillance de L4-Epsilon.

#### Le classement des sites Internet offrant la meilleure qualité de service

L4 Epsilon dévoile également le classement exclusif des sites Internet marchands en fonction de la qualité de leurs services.

Le commerce en ligne représente actuellement 3% du commerce de détail<sup>2</sup>. La notoriété des sites de commerce en ligne reste donc encore à affirmer. Interrogés spontanément sur les meilleurs sites en termes de qualité de service dans différents domaines, les internautes peinent souvent à se prononcer. Les sites de commerce alimentaire apparaissent comme les moins bien connus, une large majorité des personnes interrogées (41%) ne donnant aucune réponse.

<b>Textile - Habillement – Mode</b>	La Redoute	35%	
	Les 3 Suisses	17%	
	Vente Privée	13%	
	Kiabi	8%	
	Cdiscount	4%	
<b>Alimentation</b>	Auchan	32%	
	Carrefour	16%	Carrefour + OOshop 21%
	OOshop	5%	
	Leclerc	7%	

<sup>2</sup> Chiffre ACSEL (Association de l'économie numérique)

	Intermarché	5%
<b>Loisirs</b>	Fnac	33%
	Amazon	19%
	Cdiscount	9%
	Alapage	6%
<b>High Tech – Electroménager</b>	Cdiscount	27%
	Rue du Commerce	13%
	Darty	12%
	FNAC	10%
	Pixmania	8%

#### **A propos de L4-Epsilon**

Créée sous le nom de L4-Logistics en décembre 2001, L4-Epsilon a pour vocation d'accompagner les entreprises ayant des problématiques de logistique fine.

L4-Epsilon met en œuvre chez ses clients du e-commerce, de la vente à distance et la distribution spécialisée son système industriel de préparation de commandes L4-Epsilon™ qu'elle a conçu et qu'elle édite.

L4-Epsilon a reçu le label et le soutien financier de l'ANVAR (OSEO) et a conquis en peu de temps près de 40 clients parmi les enseignes majeures de la distribution spécialisée et du e-commerce en France. Ses solutions sont déployées sur les sites logistiques de ses clients comme Kiabi.com, Redcats (Vert Baudet, Cyrillus, Somewhere), 5/5, MCA... Alors que la logistique d'entreprises comme Espacemax, AchatVIP, Lutin Rouge, SFD est traitée avec L4-Epsilon™ chez des prestataires logistiques (L43PL, DHL, Norbert Dentressangle...).

Avec un effectif de 30 personnes, L4-Epsilon prévoit de réaliser un chiffre d'affaire d'environ 3 millions d'euros en 2009 sur son activité de commercialisation du système L4-Epsilon™.

#### **Contact presse**

Thomas BOULLONNOIS

RUMEUR PUBLIQUE

Tél. : 01.55.74.52.29 / 06.03.45.75.46

Email : [thomas@rumeurpublique.fr](mailto:thomas@rumeurpublique.fr)

[www.rumeurpublique.fr](http://www.rumeurpublique.fr)