



AliExpress



PRÉPARÉ POUR :

PAULINE PLAT
Pauline.Plat@bcw-global.com

SANDRA NEZZAR
Sandra.Nezzar@bcw-global.com

CONTACTS IFOP :

LAURA CRAVEUR
DIRECTRICE D'ÉTUDES
laura.craveur@ifop.com

HANIA MEZGHRANI
CHARGÉE D'ÉTUDES
hania.mezghrani@ifop.com



A grayscale background image showing a person's hands on a laptop keyboard. In the background, there is a coffee cup and a small potted plant. A large red letter 'A' is overlaid on the left side of the image.

A

**PRÉSENTATION
DE L'ÉTUDE**



Depuis le début de la crise sanitaire, des changements dans les habitudes des Français ont été observés, notamment en ce qui concerne les achats en ligne.

Dans ce contexte, **BCW** mandaté par **AliExpress**, site de vente en ligne a souhaité rebondir sur cette actualité en menant une étude sur les **habitudes d'achat en ligne des Français** durant et après le confinement.



RECUEIL DES DONNÉES

Enquête online, via un panel de consommateurs, et menée du 17 au 19 Juin 2020.



ECHANTILLON INTERROGÉ

Interrogation d'un échantillon national représentatif de 1 018 Français âgés de 18 ans et plus.

Des quotas ont été appliqués sur le sexe, l'âge, la région, la catégorie d'agglomération, la profession du chef de famille, et la présence d'enfants au foyer.



ANALYSE

Afin d'aller plus loin dans l'analyse, nous avons regardé les résultats selon les principales sous-cibles sociodémographiques (selon le sexe, l'âge, la région, la catégorie d'agglomération, la CSP, la taille de foyer et la présence d'enfants au foyer).

A grayscale background image showing a person's hands on a laptop keyboard. In the background, there is a coffee cup and a small potted plant. A large red letter 'B' is overlaid on the left side of the image.

B

**RÉSULTATS
DE L'ÉTUDE**

A grayscale background image showing a person's hands on a laptop keyboard. In the background, there is a coffee cup and a small potted plant. A large orange rounded rectangle is overlaid in the center, containing the title text.

HABITUDES D'ACHAT SUR INTERNET

LES FRANÇAIS : DES ACHETEURS EN LIGNE PLUTÔT RÉFLÉCHIS

(34% COMPARANT LES SITES AVANT D'ACHETER, 28% ACHETANT PAR BESOIN ET MOINS PAR IMPULSION)



TYPES D'ACHETEURS SUR INTERNET

Base : Ensemble (n= 1018)
En %



LE/LA COMPULSIF/VE

Dès que je vois quelque chose qui me plaît sur un site, je ne peux pas résister à l'acheter



LE/LA VAGABOND/E

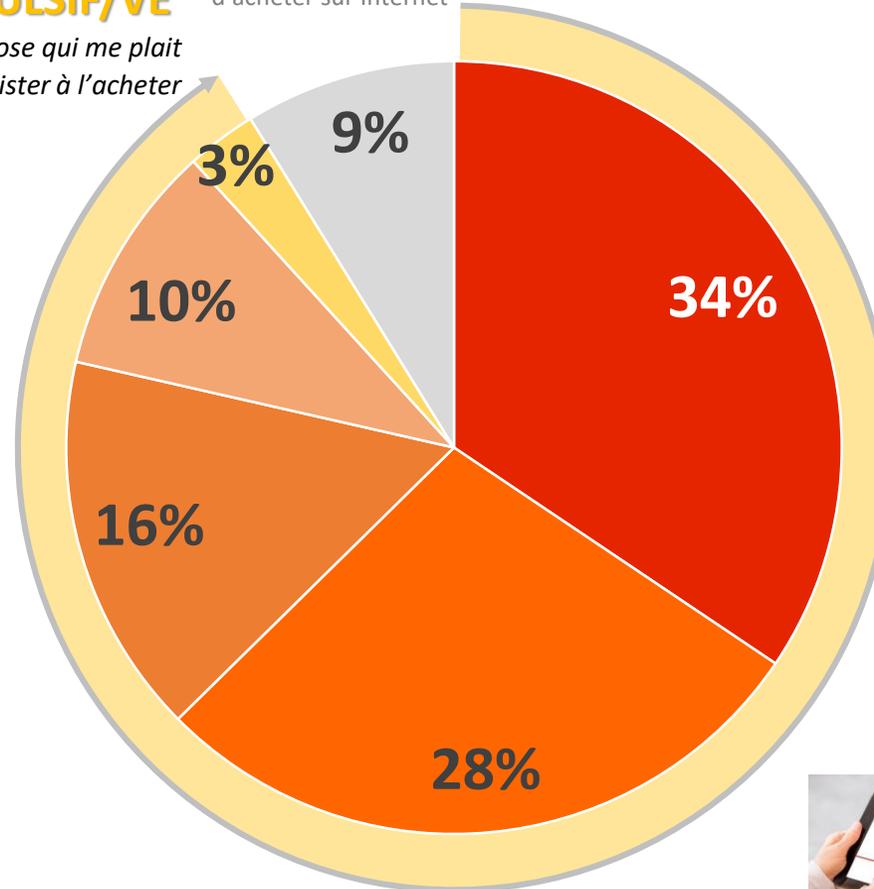
Je surfe sur les sites de vente en ligne sans trop savoir ce que je veux ni si je vais acheter quelque chose



LE/LA PROMOPHILE

Je suis toujours à la recherche des meilleures promotions, rabais, code promo en ligne

Aucun de ces types d'acheteurs, je n'ai jamais acheté et n'envisage pas d'acheter sur Internet



LE/LA COMPARATIF/VE

Avant d'acheter quoi que ce soit je fais des comparatifs entre plusieurs sites de vente en ligne



L'EFFICACE

J'achète en fonction de mes besoins sur la base d'une liste préalable et sur un site précis

LES JEUNES FEMMES SONT PLUS PROMOPHILES QUAND LES FEMMES SENIORS SONT PLUS DANS L'EFFICACITÉ D'UNE LISTE PRÉÉTABLIE



TYPES D'ACHETEURS SUR INTERNET

	TOTAL	SEXE		AGE						SEXE x AGE								
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	ST 18-34 ans	ST 35-64 ans	Hommes 18-34	Femmes 18-34	Hommes 35-49	Femmes 35-49	Hommes 50-64	Femmes 50-64	Hommes 65+	Femmes 65+
	Base (1018)	(489)	(529)	(112)	(163)	(265)	(254)	(224)	(275)	(743)	(137)	(137)	(132)	(132)	(127)	(127)	(92)	(132)
LE/LA COMPARATIF/VE : avant d'acheter quoi que ce soit je fais des comparatifs entre plusieurs sites de vente en ligne	34	39	30	27	31	37	37	35	29	36	36	23	44	30	38	36	39	31
L'EFFICACE : j'achète en fonction de mes besoins sur la base d'une liste préétablie et sur un site précis	28	27	29	24	22	23	30	39	23	30	24	22	20	25	32	29	36	40
LE/LA PROMOPHILE : je suis toujours à la recherche des meilleures promotions, rabais, code promo en ligne	16	12	19	20	18	22	12	10	19	15	9	29	21	23	10	14	8	12
LE/LA VAGABOND/E : je surfe sur les sites de vente en ligne sans trop savoir ce que je veux ni si je vais acheter quelque	10	9	11	13	22	9	6	4	18	7	18	18	8	10	2	10	4	4
LE/LA COMPULSIF/VE : dès que je vois quelque chose qui me plaît sur un site, je ne peux pas résister à l'acheter	3	3	3	10	3	4	1		6	2	7	5	1	7	2	1		
Aucun de ces types d'acheteurs, je n'ai jamais acheté et n'envisage pas d'acheter sur Internet	9	10	8	6	4	5	13	13	5	10	6	4	6	5	16	11	12	13

DES PARENTS PLUS PROMOPHILES ET FLÂNEURS QUE LES AUTRES. LES PERSONNES VIVANT SEULES SONT ELLES PLUS DANS L'EFFICACITÉ D'UNE LISTE PRÉÉTABLIE



TYPES D'ACHETEURS SUR INTERNET

TOTAL	REGIONS						TAILLE D'AGGLOMERATION					PROFESSION DU CHEF DE FAMILLE				NOMBRE DE PERSONNES AU FOYER			PRESENCE ENFANTS -15ANS		AGE DES ENFANTS					
	Region Parisienne	Province	Nord-Est	Nord-Ouest	Sud-Ouest	Sud-Est	CC1	CC2	CC3	CC4	CC5	CSP A	CSP B	CSP C	CSP D	1	2	3 et plus	Au moins un	Aucun	1-3 ans	4-6 ans	7-9 ans	10-12 ans	13-14 ans	
Base	(1018)	(183)	(835)	(234)	(234)	(112)	(254)	(234)	(173)	(132)	(316)	(163)	(204)	(254)	(183)	(377)	(211)	(341)	(466)	(356)	(662)	(95)	(106)	(96)	(125)	(86)
LE/LA COMPARATIF/VE : avant d'acheter quoi que ce soit je fais des comparatifs entre plusieurs sites de vente en ligne	34	36	34	36	31	36	35	32	36	37	34	35	36	33	38	33	30	39	33	33	35	23	33	38	29	34
L'EFFICACE : j'achète en fonction de mes besoins sur la base d'une liste préétablie et sur un site précis	28	30	28	27	28	30	27	25	33	21	29	31	25	23	27	34	37	30	23	21	32	25	24	19	23	21
LE/LA PROMOPHILE : je suis toujours à la recherche des meilleures promotions, rabais, code promo en ligne	16	12	17	14	19	14	19	22	15	13	15	12	19	19	18	11	10	12	22	24	12	25	24	23	28	22
LE/LA VAGABOND/E : je surfe sur les sites de vente en ligne sans trop savoir ce que je veux ni si je vais acheter quelque	10	11	9	10	10	9	9	7	8	12	11	11	13	15	8	5	8	7	13	14	7	16	14	11	11	13
LE/LA COMPULSIF/VE : dès que je vois quelque chose qui me plaît sur un site, je ne peux pas résister à l'acheter	3	3	3	2	3	4	3	5	2	3	2	3	3	3	3	3	4	1	4	3	3	5	3	4	2	3
Aucun de ces types d'acheteurs, je n'ai jamais acheté et n'envisage pas d'acheter sur Internet	9	8	9	11	9	7	8	9	6	15	8	8	4	7	6	14	11	12	6	6	10	5	2	4	8	7

POUR LES FRANÇAIS TOUS LES MOMENTS SONT BONS POUR ACHETER EN LIGNE.



MOMENT IDÉAL POUR FAIRE DES ACHATS EN LIGNE

Base : Ensemble (n= 1018)
En %



Il n'y a pas de moment idéal , pour moi tous les moments sont bons pour dépenser son argent en ligne	62%
Le soir avant de dormir en sachant que je vais le regretter le lendemain	10%
Le jour où je reçois ma paie car j'ai de l'argent à dépenser	7%
Le matin à peine réveillé avec mon café à la main	5%
A la pause déjeuner en face de mon bureau, manger en faisant des achats est une activité que j'adore	3%
Dans les transports en commun pour passer le temps	2%
Pendant les heures de travail , ça me permet de décompresser un peu	2%
<i>Je n'ai jamais acheté et n'envisage pas d'acheter sur Internet</i>	10%



**LES FRANÇAIS
SONT SÉRIEUX
AU TRAVAIL !**

PLUS ON AVANCE EN ÂGE PLUS ON A DU TEMPS POUR LES ACHATS EN LIGNE. LES PLUS JEUNES IDENTIFIENT, EUX, PLUS DE MOMENTS SPÉCIFIQUES COMME LE JOUR OÙ ILS REÇOIVENT LEUR PAIE.



MOMENT IDÉAL POUR FAIRE DES ACHATS EN LIGNE

	TOTAL	SEXE		AGE						SEXE x AGE									
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	ST 18-34 ans	ST 35-64 ans	Hommes 18-34	Femmes 18-34	Hommes 35-49	Femmes 35-49	Hommes 50-64	Femmes 50-64	Hommes 65+	Femmes 65+	
	Base	(1018)	(489)	(529)	(112)	(163)	(265)	(254)	(224)	(275)	(743)	(137)	(137)	(132)	(132)	(127)	(127)	(92)	(132)
Il n'y a pas de moment idéal, pour moi tous les moments sont bons pour dépenser son argent en ligne	62	63	61	48	54	60	64	75	51	66	48	54	60	61	67	61	85	68	
Le soir avant de dormir en sachant que je vais le regretter le lendemain	10	11	8	5	14	16	8	3	10	9	11	9	19	12	9	8	3	3	
Le jour où je reçois ma paie car j'ai de l'argent à dépenser	7	8	6	15	11	9	4	2	13	5	15	10	7	11	6	2	1	2	
Le matin à peine réveillé avec mon café à la main	5	3	6	7	10	2	2	5	9	3	9	9	0	4	2	3	2	7	
A la pause déjeuner en face de mon bureau, manger en faisant des achats est une activité que j'adore	3	3	4	6	6	3	3	1	6	2	6	5	1	5	3	4	-	1	
Dans les transports en commun pour passer le temps	2	1	3	9	2	2	1		4	1	1	7	2	2	1	1	-	-	
Pendant les heures de travail, ça me permet de décompresser un peu	2	2	1	3	1	3	2	0	2	2	3	1	6	1	-	3	-	1	
Je n'ai jamais acheté et n'envisage pas d'acheter sur Internet	10	8	11	8	4	5	16	14	5	11	6	4	4	5	12	19	9	18	

Significativement inférieur à 95% au total
 Significativement inférieur à 90% au total
 Significativement supérieur à 90% au total
 Significativement supérieur à 95% au total

LES PARENTS, PLUS CONTRAINTS PAR LE TEMPS, SONT PLUS NOMBREUX À ACHETER LE SOIR APRÈS AVOIR COUCHÉ LEURS ENFANTS



MOMENT IDÉAL POUR FAIRE DES ACHATS EN LIGNE

	TOTAL	REGIONS						TAILLE D'AGGLOMERATION					PROFESSION DU CHEF DE FAMILLE				NOMBRE DE PERSONNES AU FOYER			PRESENCE ENFANTS -15ANS		AGE DES ENFANTS					
		Région Parisienne	Province	Nord-Est	Nord-Ouest	Sud-Ouest	Sud-Est	CC1	CC2	CC3	CC4	CC5	CSP A	CSP B	CSP C	CSP D	1	2	3 et +	Au moins un	Aucun	1-3 ans	4-6 ans	7-9 ans	10-12 ans	13-14 ans	
	Base	(1018)	(183)	(835)	(234)	(234)	(112)	(254)	(234)	(173)	(132)	(316)	(163)	(204)	(254)	(183)	(377)	(211)	(341)	(466)	(356)	(662)	(95)	(106)	(96)	(125)	(86)
Il n'y a pas de moment idéal, pour moi tous les moments sont bons pour dépenser son argent en ligne	62	62	62	61	59	60	67	63	66	58	60	62	57	58	60	68	66	65	58	57	65	55	59	58	56	61	
Le soir avant de dormir en sachant que je vais le regretter le lendemain	10	9	10	10	12	10	8	13	7	12	9	7	14	14	12	3	4	8	13	15	7	14	14	16	13	21	
Le jour où je reçois ma paie car j'ai de l'argent à dépenser	7	7	7	7	7	10	6	7	7	6	8	6	5	7	14	5	6	3	11	10	6	9	13	10	7	8	
Le matin à peine réveillé avec mon café à la main	5	6	4	5	5	3	3	2	4	4	6	7	8	5	2	4	3	5	5	5	4	12	6	1	3	1	
A la pause déjeuner en face de mon bureau, manger en faisant des achats est une activité que j'adore	3	4	3	4	2	4	3	1	4	4	4	4	8	5	2	1	3	3	4	5	2	2	3	8	9	3	
Dans les transports en commun pour passer le temps	2	3	2	2	2	1	1	2	1	3	1	4	3	1	2	2	3	1	2	3	2	1	1	6	2		
Pendant les heures de travail, ça me permet de décompresser un peu	2	4	1	3			2	1	1	1	1	4	3	3	2	1	1	1	3	2	2	3	3	2	3		
Je n'ai jamais acheté et n'envisage pas d'acheter sur Internet	10	6	11	10	12	12	10	10	9	13	10	5	4	7	7	16	14	13	5	4	13	4	2	4	4	5	

MALGRÉ LE DÉCONFINEMENT, 1 FRANÇAIS SUR 2 PRÉFÈRE ENCORE FAIRE SES ACHATS EN LIGNE PLUTÔT QU'EN BOUTIQUE (PEUR ET/OU PRATICITÉ?), ET 1 FRANÇAIS SUR 5 A ENVIE DE FAIRE DES FOLIES ET DE DÉPENSER L'ARGENT ÉCONOMISÉ

HABITUDES D'ACHAT DEPUIS LE DÉCONFINEMENT

Base : Ensemble (n= 1018)

En %



Malgré la fin du confinement **JE PRÉFÈRE FAIRE MES ACHATS EN LIGNE** plutôt qu'en boutique

● *Tout à fait d'accord* ● *Total d'accord*



Depuis la fin du confinement je passe **BEAUCOUP DE TEMPS SUR LES SITES** de vente en ligne



Avec la fin du confinement, j'ai **ENVIE DE FAIRE DES FOLIES** et de dépenser l'argent que j'ai économisé



DES HABITUDES BIEN DIFFÉRENTES ENTRE LES GÉNÉRATIONS: LES PLUS ÂGÉS MOINS ACCROCHÉS AUX ACHATS EN LIGNE ET PLUS RAISONNABLES QUE LES PLUS JEUNES.



HABITUDES D'ACHAT DEPUIS LE DÉCONFINEMENT

TOTAL D'ACCORD

	TOTAL	SEXE		AGE						SEXE x AGE								
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	ST 18-34 ans	ST 35-64 ans	Hommes 18-34	Femmes 18-34	Hommes 35-49	Femmes 35-49	Hommes 50-64	Femmes 50-64	Hommes 65+	Femmes 65+
<i>Base</i>	(1018)	(489)	(529)	(112)	(163)	(265)	(254)	(224)	(275)	(743)	(137)	(137)	(132)	(132)	(127)	(127)	(92)	(132)
Malgré la fin du confinement je préfère faire mes achats en ligne plutôt qu'en boutique	48	45	49	55	61	51	41	38	59	43	55	62	48	54	40	41	35	39
Depuis la fin du confinement je passe beaucoup de temps sur les sites de vente en ligne	26	27	25	44	40	33	19	8	41	21	37	45	34	31	20	18	11	6
Avec la fin du confinement, j'ai envie de faire des folies et de dépenser l'argent que j'ai économisé	20	20	20	38	30	22	15	6	33	15	28	38	23	22	17	12	6	7

Tout à fait d'accord

	TOTAL	SEXE		AGE						SEXE x AGE								
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	ST 18-34 ans	ST 35-64 ans	Hommes 18-34	Femmes 18-34	Hommes 35-49	Femmes 35-49	Hommes 50-64	Femmes 50-64	Hommes 65+	Femmes 65+
<i>Base</i>	(1018)	(489)	(529)	(112)	(163)	(265)	(254)	(224)	(275)	(743)	(137)	(137)	(132)	(132)	(127)	(127)	(92)	(132)
Malgré la fin du confinement je préfère faire mes achats en ligne plutôt qu'en boutique	11	9	12	12	17	13	8	6	15	9	13	17	7	19	7	9	9	4
Depuis la fin du confinement je passe beaucoup de temps sur les sites de vente en ligne	6	5	6	18	9	8	1	1	12	3	12	12	5	12	1		1	
Avec la fin du confinement, j'ai envie de faire des folies et de dépenser l'argent que j'ai économisé	6	5	6	17	12	4	3	1	14	3	13	14	3	5	3	3		2



DANS LE NORD-EST, PREMIER CLUSTER DU COVID-19, LA POPULATION PRIVILÉGIÉE ENCORE PLUS LES ACHATS EN LIGNE À CEUX EN BOUTIQUE. DES PARENTS QUI FAVORISENT AUSSI LES ACHATS EN LIGNE ET QUI ONT UNE ENVIE PLUS IMPORTANTE DE FAIRE DES FOLIES DEPUIS LE DÉCONFINEMENT.



HABITUDES D'ACHAT DEPUIS LE DÉCONFINEMENT

TOTAL D'ACCORD

	TOTAL	REGIONS						TAILLE D'AGGLOMERATION					PROFESSION DU CHEF DE FAMILLE				NOMBRE DE PERSONNES AU FOYER			PRESENCE ENFANTS - 15ANS		AGE DES ENFANTS				
		Région Parisienne	Province	Nord-Est	Nord-Ouest	Sud-Ouest	Sud-Est	CC1	CC2	CC3	CC4	CC5	CSP A	CSP B	CSP C	CSP D	1	2	3 et +	Au moins un	Aucun	1-3 ans	4-6 ans	7-9 ans	10-12 ans	13-14 ans
	Base (1018)	(183)	(835)	(234)	(234)	(112)	(254)	(234)	(173)	(132)	(316)	(163)	(204)	(254)	(183)	(377)	(211)	(341)	(466)	(356)	(662)	(95)	(106)	(96)	(125)	(86)
Malgré la fin du confinement je préfère faire mes achats en ligne plutôt qu'en boutique	48	43	49	56	47	47	45	52	46	46	49	43	57	46	48	43	34	47	54	57	43	68	52	61	55	54
Depuis la fin du confinement je passe beaucoup de temps sur les sites de vente en ligne	26	27	26	30	27	24	22	29	26	21	26	26	29	30	35	17	14	20	36	39	19	52	37	39	40	32
Avec la fin du confinement, j'ai envie de faire des folies et de dépenser l'argent que j'ai économisé	20	25	19	24	22	15	13	15	20	17	21	26	24	24	22	14	10	16	28	30	15	34	32	29	35	23

Tout à fait d'accord

	TOTAL	REGIONS						TAILLE D'AGGLOMERATION					PROFESSION DU CHEF DE FAMILLE				NOMBRE DE PERSONNES AU FOYER			PRESENCE ENFANTS - 15ANS		AGE DES ENFANTS				
		Région Parisienne	Province	Nord-Est	Nord-Ouest	Sud-Ouest	Sud-Est	CC1	CC2	CC3	CC4	CC5	CSP A	CSP B	CSP C	CSP D	1	2	3 et +	Au moins un	Aucun	1-3 ans	4-6 ans	7-9 ans	10-12 ans	13-14 ans
	Base (1018)	(183)	(835)	(234)	(234)	(112)	(254)	(234)	(173)	(132)	(316)	(163)	(204)	(254)	(183)	(377)	(211)	(341)	(466)	(356)	(662)	(95)	(106)	(96)	(125)	(86)
Malgré la fin du confinement je préfère faire mes achats en ligne plutôt qu'en boutique	11	12	10	12	12	5	10	13	14	9	8	11	15	9	15	8	6	11	13	15	9	19	18	18	11	13
Depuis la fin du confinement je passe beaucoup de temps sur les sites de vente en ligne	6	7	5	10	5	3	2	7	5	4	6	7	12	4	5	3	3	3	9	10	4	12	11	14	14	7
Avec la fin du confinement, j'ai envie de faire des folies et de dépenser l'argent que j'ai économisé	6	11	4	5	7	4	1	4	5	6	5	10	9	5	6	4	2	3	9	11	3	13	10	7	11	7



LES PRODUITS DE BRICOLAGE/JARDINAGE : PARMIS LES PRINCIPAUX ACHATS EN LIGNE PENDANT LE CONFINEMENT ET QUI SEMBLERENT TOUJOURS PERDURER APRÈS.



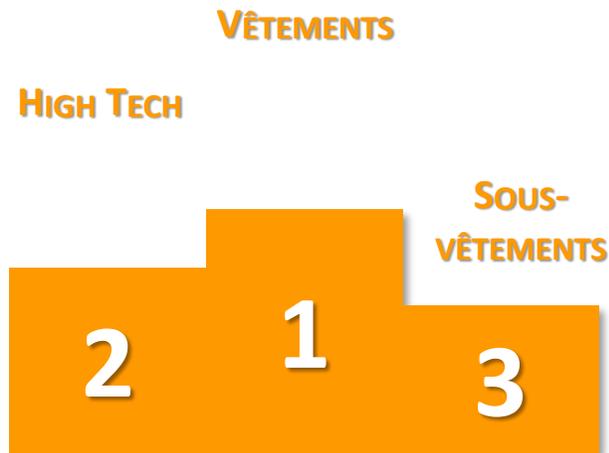
CATÉGORIES DE PRODUITS ACHETÉES SUR INTERNET

Base : Ensemble (n= 1018)

En %

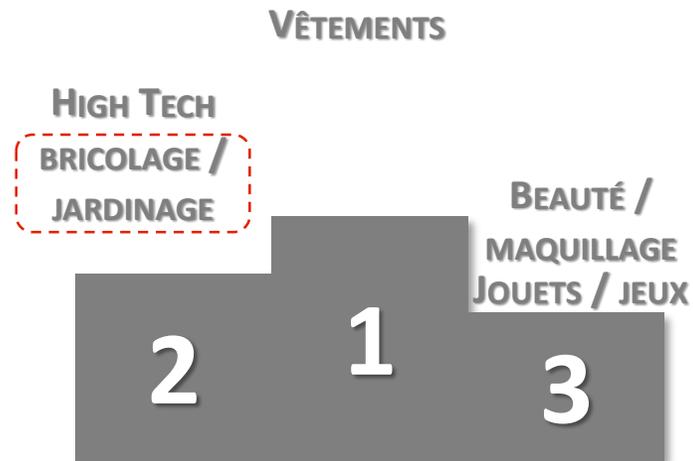
AVANT

la période de confinement



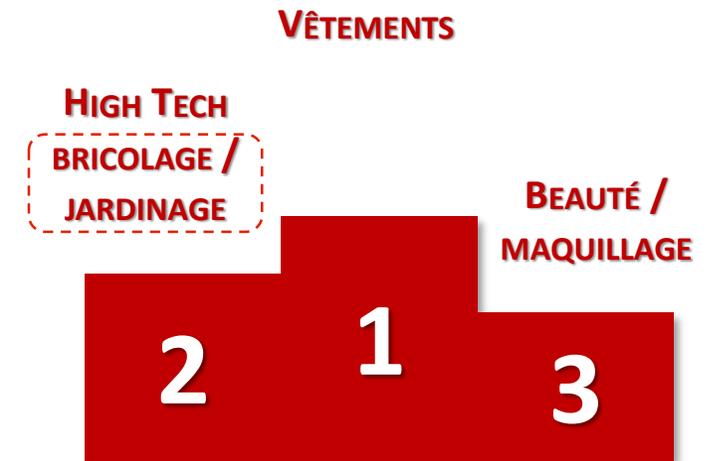
PENDANT

la période de confinement



APRES

la période de confinement (depuis le 11 mai)

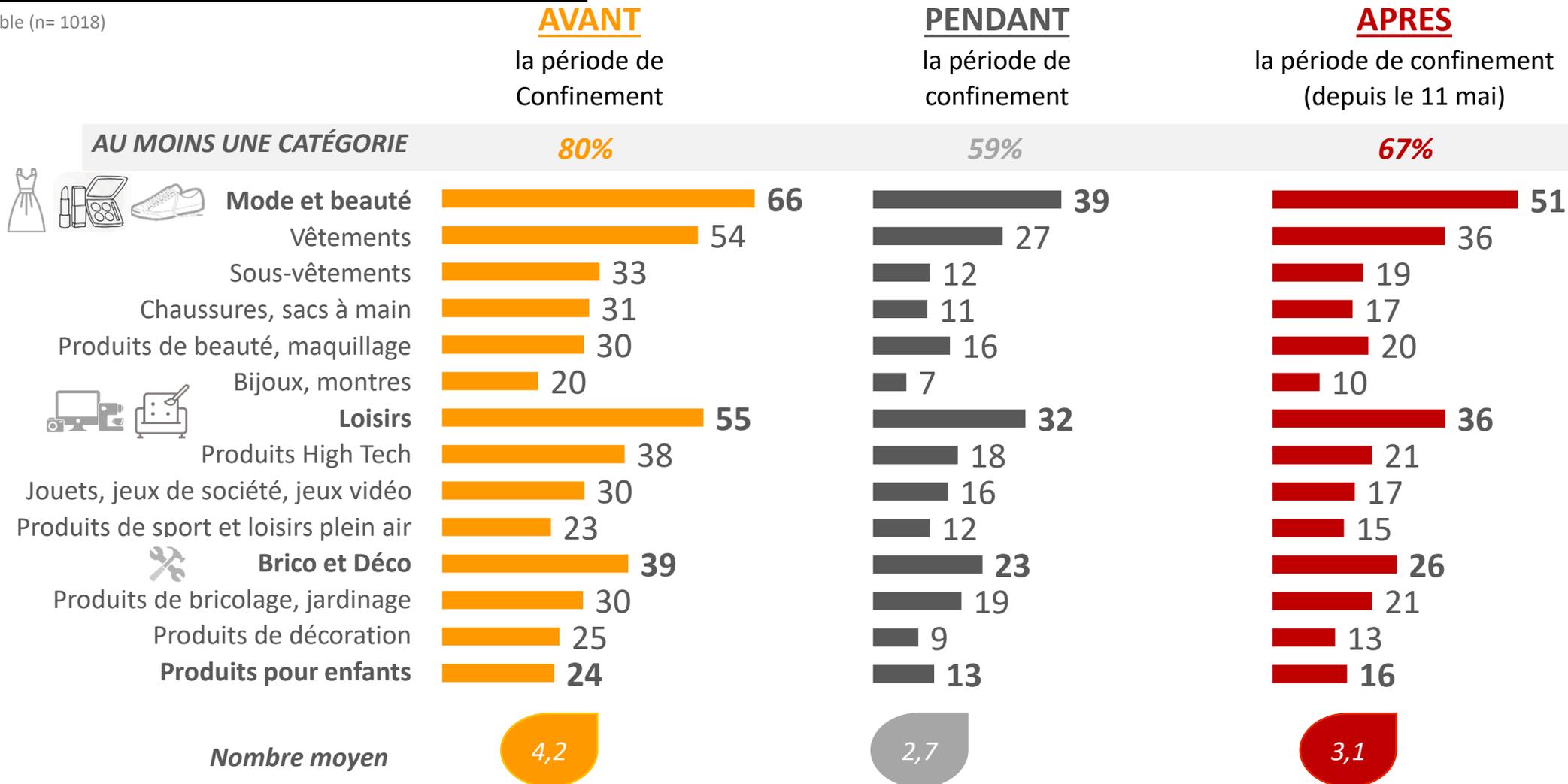


DÉTAILS DES CATÉGORIES DE PRODUITS ACHETÉES SUR INTERNET

CATÉGORIES DE PRODUITS ACHETÉES SUR INTERNET

Base : Ensemble (n= 1018)

En %



AVANT LE CONFINEMENT, LES FEMMES ACHETAIENT PLUS DE PRODUITS MODE / BEAUTÉ QUE LES HOMMES, TOUT COMME LES JEUNES PLUS QUE LES PLUS ÂGÉS



CATÉGORIES DE PRODUITS ACHETÉES SUR INTERNET AVANT LE CONFINEMENT

	TOTAL	SEXE		AGE						SEXE x AGE								
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	ST 18-34 ans	ST 35-64 ans	Hommes 18-34	Femmes 18-34	Hommes 35-49	Femmes 35-49	Hommes 50-64	Femmes 50-64	Hommes 65+	Femmes 65+
Base	(1018)	(489)	(529)	(112)	(163)	(265)	(254)	(224)	(275)	(743)	(137)	(137)	(132)	(132)	(127)	(127)	(92)	(132)
AU MOINS UNE CATEGORIE	80	81	78	93	89	88	71	66	91	75	92	89	87	89	70	71	70	63
Mode et beauté	66	60	70	73	75	74	58	53	74	62	67	81	69	79	52	65	48	56
Vêtements	54	49	58	62	59	67	47	37	60	51	55	66	66	69	40	54	32	40
Sous-vêtements	33	30	36	35	33	35	34	29	34	33	31	36	32	38	31	38	23	33
Chaussures, sacs à main	31	26	36	38	35	40	27	19	36	29	29	43	33	46	22	32	15	21
Produits de beauté, maquillage	30	18	40	32	26	39	28	23	28	30	8	48	30	48	18	37	17	27
Bijoux, montres	20	19	21	30	20	24	17	14	24	19	23	25	25	23	12	22	15	13
Loisirs	55	61	49	65	69	64	46	39	67	50	75	59	68	60	51	40	45	35
Produits High Tech	38	44	33	44	39	44	35	31	41	37	50	32	47	41	39	32	40	25
Jouets, jeux de société, jeux vidéo	30	31	29	33	43	43	18	17	39	27	40	38	42	43	21	14	15	19
Produits de sport et loisirs plein air	23	27	19	26	23	31	21	13	24	22	33	16	34	27	23	20	15	12
Brico et Déco	39	40	38	31	37	47	38	36	35	41	31	38	50	45	39	38	42	31
Produits de bricolage, jardinage	30	33	26	18	29	36	27	31	24	31	27	22	40	33	28	26	39	25
Produits de décoration	25	23	26	24	25	33	26	14	25	25	20	29	32	33	23	28	15	13
Produits pour enfants	24	21	26	16	31	41	15	11	25	23	14	35	40	43	15	15	12	10
Nombre moyen	4,2	4,0	4,5	3,9	4,0	4,9	4,2	3,6	4,0	4,3	3,6	4,4	4,8	5,0	3,9	4,4	3,4	3,8

AVANT LE CONFINEMENT, LES CSP A ET B ET LE FOYERS NOMBREUX AVEC ENFANTS ACHETAIENT PLUS DE CATÉGORIES DIFFÉRENTES SUR INTERNET.



CATÉGORIES DE PRODUITS ACHETÉES SUR INTERNET AVANT LE CONFINEMENT

TOTAL	REGIONS						TAILLE D'AGGLOMERATION					PROFESSION DU CHEF DE FAMILLE				NOMBRE DE PERSONNES AU FOYER			PRESENCE ENFANTS -15ANS		AGE DES ENFANTS					
	Region Parisienne	Province	Nord-Est	Nord-Ouest	Sud-Ouest	Sud-Est	CC1	CC2	CC3	CC4	CC5	CSP A	CSP B	CSP C	CSP D	1	2	3 et plus	Au moins un	Aucun	1-3 ans	4-6 ans	7-9 ans	10-12 ans	13-14 ans	
Base (1018)	(183)	(835)	(234)	(234)	(112)	(254)	(234)	(173)	(132)	(316)	(163)	(204)	(254)	(183)	(377)	(211)	(341)	(466)	(356)	(662)	(95)	(106)	(96)	(125)	(86)	
AU MOINS UNE CATEGORIE	80	80	79	80	81	79	77	82	80	79	78	79	90	85	79	71	70	74	88	91	74	92	91	87	90	92
Mode et beauté	66	68	65	65	66	62	65	67	66	64	65	66	75	72	65	57	58	59	74	75	60	74	77	69	81	75
Vêtements	54	56	53	55	56	53	50	59	53	52	51	53	64	62	54	43	41	49	62	64	48	64	65	53	70	68
Sous-vêtements	33	33	33	32	33	30	35	32	34	26	36	33	36	35	28	32	34	33	33	32	34	22	34	30	36	43
Chaussures, sacs à main	31	33	30	35	28	25	31	32	28	30	32	32	41	38	30	21	26	26	37	40	26	31	43	45	47	38
Produits de beauté, maquillage	30	32	29	31	27	20	34	32	31	31	27	30	37	33	32	23	22	28	34	35	27	23	38	31	46	37
Bijoux, montres	20	22	20	24	19	18	18	21	22	20	19	21	22	23	17	18	20	16	23	25	18	24	25	27	31	21
Loisirs	55	60	54	54	59	51	50	62	55	53	49	57	67	63	52	44	45	46	66	68	48	70	71	68	73	68
Produits High Tech	38	40	38	35	39	39	38	44	34	41	34	41	47	45	31	32	36	36	41	41	37	36	43	41	52	48
Jouets, jeux de société, jeux vidéo	30	35	29	31	30	24	28	34	32	25	27	31	38	38	32	19	20	19	42	47	20	51	53	49	45	48
Produits de sport et loisirs plein air	23	24	22	22	23	21	23	21	24	22	23	24	28	30	18	17	17	18	29	30	19	22	36	29	36	31
Brico et Déco	39	38	39	41	39	38	39	45	41	36	37	34	43	42	37	36	31	40	42	46	35	39	53	49	48	46
Produits de bricolage, jardinage	30	29	30	30	27	32	30	35	31	26	29	25	32	30	27	29	18	34	32	36	26	34	40	37	34	38
Produits de décoration	25	26	24	27	24	21	23	28	25	22	22	25	33	30	23	17	23	22	27	31	21	21	39	36	37	29
Produits pour enfants	24	23	24	22	25	23	24	29	22	18	23	24	31	32	26	12	10	13	37	46	11	51	57	49	44	40
Nombre moyen	4,2	4,4	4,2	4,3	4,1	3,9	4,3	4,5	4,2	4,0	4,1	4,3	4,6	4,7	4,0	3,7	3,8	4,0	4,5	4,7	3,9	4,1	5,2	4,9	5,3	4,8

PENDANT LE CONFINEMENT, LES PRODUITS DE BRICOLAGE ÉTAIENT LE PREMIER PRODUIT ACHETÉ EN LIGNE CHEZ LES 50-64 ANS. CHEZ LES JEUNES FEMMES LES PRODUITS DE BEAUTÉ/MAQUILLAGE CONSTITUENT LE 2^{ÈME} PRODUIT ACHETÉ PENDANT LE CONFINEMENT.



CATÉGORIES DE PRODUITS ACHETÉES SUR INTERNET PENDANT LE CONFINEMENT

	TOTAL	SEXE		AGE						SEXE x AGE									
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	ST 18-34 ans	ST 35-64 ans	Hommes 18-34	Femmes 18-34	Hommes 35-49	Femmes 35-49	Hommes 50-64	Femmes 50-64	Hommes 65+	Femmes 65+	
	Base	(1018)	(489)	(529)	(112)	(163)	(265)	(254)	(224)	(275)	(743)	(137)	(137)	(132)	(132)	(127)	(127)	(92)	(132)
AU MOINS UNE CATEGORIE	59	61	57	67	72	68	52	43	70	55	68	71	72	63	55	50	45	42	
Mode et beauté	39	37	42	56	46	42	32	31	50	35	45	56	40	45	33	30	25	35	
Vêtements	27	24	30	38	38	32	20	16	38	23	32	44	29	35	19	21	14	17	
Sous-vêtements	12	11	12	17	12	14	9	10	14	11	16	12	14	14	7	12	7	13	
Chaussures, sacs à main	11	10	13	23	18	14	6	5	20	8	17	23	12	16	6	5	3	6	
Produits de beauté, maquillage	16	10	21	21	18	17	13	14	19	15	9	29	12	22	11	15	9	18	
Bijoux, montres	7	7	7	19	8	6	5	4	13	5	14	11	2	9	4	6	5	3	
Loisirs	32	37	28	36	46	40	24	19	42	28	44	39	47	34	28	19	22	17	
Produits High Tech	18	23	13	20	20	26	11	13	20	17	24	16	32	19	17	6	15	11	
Jouets, jeux de société, jeux vidéo	16	18	14	21	30	20	8	7	26	12	28	24	19	20	11	5	9	6	
Produits de sport et loisirs plein air	12	13	11	17	15	15	12	3	16	10	19	12	15	16	10	13	3	4	
Brico et Déco	23	27	19	24	25	27	24	15	25	22	28	22	32	22	27	21	22	11	
Produits de bricolage, jardinage	19	23	14	18	19	21	20	13	19	18	23	15	25	16	23	17	21	8	
Produits de décoration	9	11	8	17	13	11	8	3	15	7	17	13	11	10	10	7	2	3	
Produits pour enfants	13	11	14	14	17	23	7	3	16	12	10	22	21	26	8	6	3	3	
Nombre moyen	2,7	2,6	2,8	3,4	2,9	2,9	2,3	2,1	3,1	2,5	3,1	3,1	2,7	3,2	2,3	2,3	2	2,2	

Significativement inférieur à 95% au total

Significativement inférieur à 90% au total

Significativement supérieur à 90% au total

Significativement supérieur à 95% au total

PENDANT LE CONFINEMENT, LES PRODUITS DE BRICOLAGE ÉTAIENT LE PREMIER PRODUIT ACHÉTÉ EN LIGNE CHEZ LES COUPLES ET LE 2^{ÈME} CHEZ LES CSP A.



CATÉGORIES DE PRODUITS ACHÉTÉS SUR INTERNET PENDANT LE CONFINEMENT

	TOTAL	REGIONS						TAILLE D'AGGLOMERATION					PROFESSION DU CHEF DE FAMILLE				NOMBRE DE PERSONNES AU FOYER			PRESENCE ENFANTS -15ANS		AGE DES ENFANTS					
		Region Parisienne	Province	Nord-Est	Nord-Ouest	Sud-Ouest	Sud-Est	CC1	CC2	CC3	CC4	CC5	CSP A	CSP B	CSP C	CSP D	1	2	3 et plus	Au moins un	Aucun	1-3 ans	4-6 ans	7-9 ans	10-12 ans	13-14 ans	
		Base (1018)	(183)	(835)	(234)	(234)	(112)	(254)	(234)	(173)	(132)	(316)	(163)	(204)	(254)	(183)	(377)	(211)	(341)	(466)	(356)	(662)	(95)	(106)	(96)	(125)	(86)
AU MOINS UNE CATEGORIE	59	63	58	59	59	61	56	62	66	51	56	61	69	70	57	47	42	54	70	73	51	77	73	71	75	69	
Mode et beauté	39	39	39	43	40	41	36	38	44	34	40	40	45	45	38	33	31	34	47	49	34	50	45	39	57	50	
Vêtements	27	24	28	29	29	29	26	28	35	27	24	23	33	32	30	20	19	19	37	39	21	42	37	30	41	41	
Sous-vêtements	12	7	13	14	12	13	13	10	15	9	15	7	16	11	6	13	11	10	14	13	11	12	13	6	18	22	
Chaussures, sacs à main	11	8	12	14	11	10	12	12	13	7	14	8	18	15	10	6	6	9	15	17	8	18	19	10	18	19	
Produits de beauté, maquillage	16	14	16	18	14	13	19	18	17	10	18	14	18	20	17	12	10	16	19	20	14	21	19	12	25	17	
Bijoux, montres	7	8	7	7	6	7	7	7	9	9	4	8	8	7	4	7	7	6	8	8	6	7	9	9	8	5	
Loisirs	32	37	31	32	31	31	30	37	33	23	30	34	39	45	26	22	21	26	41	46	25	51	45	42	47	40	
Produits High Tech	18	22	17	17	14	15	20	21	16	16	17	19	21	29	12	12	12	16	22	26	13	25	23	30	33	26	
Jouets, jeux de société, jeux vidéo	16	17	15	17	13	17	15	19	19	9	14	17	22	21	14	10	9	9	23	26	10	28	30	19	26	26	
Produits de sport et loisirs plein air	12	16	11	13	11	11	8	13	9	9	12	16	16	18	8	7	8	8	16	17	9	19	17	14	19	19	
Brico et Déco	23	25	22	24	21	22	23	24	33	15	19	23	32	23	18	20	14	25	25	27	21	16	35	22	33	31	
Produits de bricolage, jardinage	19	18	19	18	17	20	19	21	26	14	16	16	25	18	15	17	9	23	19	21	17	11	25	15	27	26	
Produits de décoration	9	13	9	11	8	8	8	10	12	4	8	14	15	12	8	5	7	8	11	12	8	8	17	13	14	13	
Produits pour enfants	13	16	12	11	11	18	11	14	8	8	14	16	18	20	12	6	4	5	23	29	4	37	36	32	25	28	
<i>Nombre moyen</i>	<i>2,7</i>	<i>2,6</i>	<i>2,7</i>	<i>2,9</i>	<i>2,5</i>	<i>2,6</i>	<i>2,9</i>	<i>2,8</i>	<i>2,7</i>	<i>2,4</i>	<i>2,8</i>	<i>2,6</i>	<i>3,1</i>	<i>2,9</i>	<i>2,4</i>	<i>2,4</i>	<i>2,4</i>	<i>2,4</i>	<i>2,9</i>	<i>3,1</i>	<i>2,4</i>	<i>3</i>	<i>3,4</i>	<i>2,7</i>	<i>3,4</i>	<i>3,5</i>	

APRÈS LE CONFINEMENT, LES HOMMES DE 35-49 ANS RESTENT LES GROS ACHETEURS EN LIGNE : DE VÊTEMENTS, DE PRODUITS HIGH TECH ET DE BRICOLAGE JARDINAGE.



CATÉGORIES DE PRODUITS ACHETÉES SUR INTERNET APRES LE CONFINEMENT

	TOTAL	SEXE		AGE						SEXE x AGE									
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	ST 18-34 ans	ST 35-64 ans	Hommes 18-34	Femmes 18-34	Hommes 35-49	Femmes 35-49	Hommes 50-64	Femmes 50-64	Hommes 65+	Femmes 65+	
	Base	(1018)	(489)	(529)	(112)	(163)	(265)	(254)	(224)	(275)	(743)	(137)	(137)	(132)	(132)	(127)	(127)	(92)	(132)
AU MOINS UNE CATEGORIE	67	68	66	74	80	76	60	51	77	63	73	82	78	75	58	61	59	45	
Mode et beauté	51	48	54	63	61	62	44	34	62	48	52	72	63	62	37	52	37	31	
Vêtements	36	34	38	39	46	52	27	19	43	33	34	53	54	49	24	30	18	20	
Sous-vêtements	19	17	21	19	16	29	15	13	18	19	14	21	28	29	11	19	11	15	
Chaussures, sacs à main	17	16	18	24	22	24	11	8	22	15	17	28	26	23	9	13	10	6	
Produits de beauté, maquillage	20	15	25	21	25	22	18	15	24	19	11	36	17	27	14	23	16	14	
Bijoux, montres	10	10	10	24	12	11	6	4	17	7	13	21	10	11	6	6	8	2	
Loisirs	36	42	31	40	47	43	30	25	44	33	48	41	50	36	36	24	29	23	
Produits High Tech	21	26	16	24	23	24	20	14	23	20	27	20	31	17	23	18	20	10	
Jouets, jeux de société, jeux vidéo	17	21	14	19	29	24	10	8	25	14	29	21	26	21	13	7	11	7	
Produits de sport et loisirs plein air	15	17	13	17	21	19	11	9	19	13	21	18	21	16	14	8	10	9	
Brico et Déco	26	29	24	22	28	31	24	23	26	26	23	28	35	27	26	22	31	17	
Produits de bricolage, jardinage	21	25	17	14	22	25	20	19	19	22	19	19	30	21	22	18	29	12	
Produits de décoration	13	13	13	16	15	16	13	8	15	12	11	19	19	13	12	14	11	5	
Produits pour enfants	16	16	16	7	28	30	7	5	19	14	13	25	30	30	8	5	9	2	
<i>Nombre moyen</i>	<i>3,1</i>	<i>3,1</i>	<i>3,1</i>	<i>3</i>	<i>3,2</i>	<i>3,6</i>	<i>2,7</i>	<i>2,4</i>	<i>3,2</i>	<i>3,0</i>	<i>2,9</i>	<i>3,4</i>	<i>3,8</i>	<i>3,5</i>	<i>2,7</i>	<i>2,6</i>	<i>2,6</i>	<i>2,3</i>	

Significativement inférieur à 95% au total

Significativement inférieur à 90% au total

Significativement supérieur à 90% au total

Significativement supérieur à 95% au total

LES ACHATS DE BRICOLAGE/JARDINAGE EN LIGNE PERDURENT APRÈS LE CONFINEMENT CHEZ LES CSP A ET LES COUPLES.



CATÉGORIES DE PRODUITS ACHETÉES SUR INTERNET APRES LE CONFINEMENT

	TOTAL	REGIONS						TAILLE D'AGGLOMERATION					PROFESSION DU CHEF DE FAMILLE			NOMBRE DE PERSONNES AU FOYER			PRESENCE ENFANTS -15ANS		AGE DES ENFANTS						
		Region Parisienne	Province	Nord-Est	Nord-Ouest	Sud-Ouest	Sud-Est	CC1	CC2	CC3	CC4	CC5	CSP A	CSP B	CSP C	CSP D	1	2	3 et plus	Au moins un	Aucun	1-3 ans	4-6 ans	7-9 ans	10-12 ans	13-14 ans	
		Base (1018)	(183)	(835)	(234)	(234)	(112)	(254)	(234)	(173)	(132)	(316)	(163)	(204)	(254)	(183)	(377)	(211)	(341)	(466)	(356)	(662)	(95)	(106)	(96)	(125)	(86)
AU MOINS UNE CATEGORIE	67	70	66	64	68	68	66	73	68	54	64	72	77	75	72	53	49	63	78	81	59	81	81	79	78	82	
Mode et beauté	51	54	51	52	51	50	50	54	56	40	50	55	62	58	56	39	36	45	63	65	44	63	62	64	74	65	
Vêtements	36	37	36	34	38	37	36	42	40	27	33	37	46	42	46	22	26	28	47	50	28	49	53	46	57	52	
Sous-vêtements	19	20	19	17	20	17	20	21	23	13	17	21	22	19	22	15	14	16	24	25	16	19	23	23	32	29	
Chaussures, sacs à main	17	18	16	21	15	18	14	17	18	10	18	18	26	21	17	9	9	13	23	26	12	27	30	27	35	25	
Produits de beauté, maquillage	20	20	20	23	18	13	23	23	21	18	18	21	27	26	16	14	13	20	23	25	17	19	27	25	32	16	
Bijoux, montres	10	13	9	13	7	9	8	10	10	7	8	14	18	10	4	8	6	9	12	14	7	8	16	15	23	9	
Loisirs	36	39	36	35	40	32	34	46	37	25	32	39	46	40	35	29	25	33	44	46	31	45	48	37	55	46	
Produits High Tech	21	23	20	20	21	21	20	27	21	16	18	23	26	25	19	17	14	21	24	26	18	20	25	27	44	26	
Jouets, jeux de société, jeux vidéo	17	16	18	19	19	18	15	24	17	10	16	16	24	22	18	10	9	12	25	27	12	32	35	22	28	29	
Produits de sport et loisirs plein air	15	12	16	14	18	13	17	16	20	13	13	13	20	17	13	11	10	13	19	20	12	12	27	14	21	22	
Brico et Déco	26	23	27	27	27	28	25	32	33	21	21	23	35	28	24	21	16	26	31	33	22	27	42	28	34	36	
Produits de bricolage, jardinage	21	19	21	23	20	24	20	28	26	17	16	18	26	23	19	18	13	22	23	27	18	15	36	24	30	28	
Produits de décoration	13	13	13	15	13	13	11	14	19	10	10	14	21	17	10	8	8	11	17	19	10	18	25	19	21	22	
Produits pour enfants	16	13	16	15	19	20	12	20	20	8	13	14	25	20	21	5	3	6	28	36	5	44	45	39	30	24	
<i>Nombre moyen</i>	<i>3,1</i>	<i>2,9</i>	<i>3,1</i>	<i>3,3</i>	<i>3,0</i>	<i>3,0</i>	<i>3,0</i>	<i>3,3</i>	<i>3,4</i>	<i>2,7</i>	<i>2,8</i>	<i>2,9</i>	<i>3,6</i>	<i>3,2</i>	<i>2,8</i>	<i>2,6</i>	<i>2,5</i>	<i>2,7</i>	<i>3,4</i>	<i>3,6</i>	<i>2,6</i>	<i>3,2</i>	<i>4,2</i>	<i>3,6</i>	<i>4,5</i>	<i>3,5</i>	

A grayscale background image showing a person's hands typing on a laptop keyboard. In the background, there is a white coffee cup and a small potted plant with white flowers. The scene is set on a desk.

NOTORIÉTÉ / IMAGE ALIEXPRESS

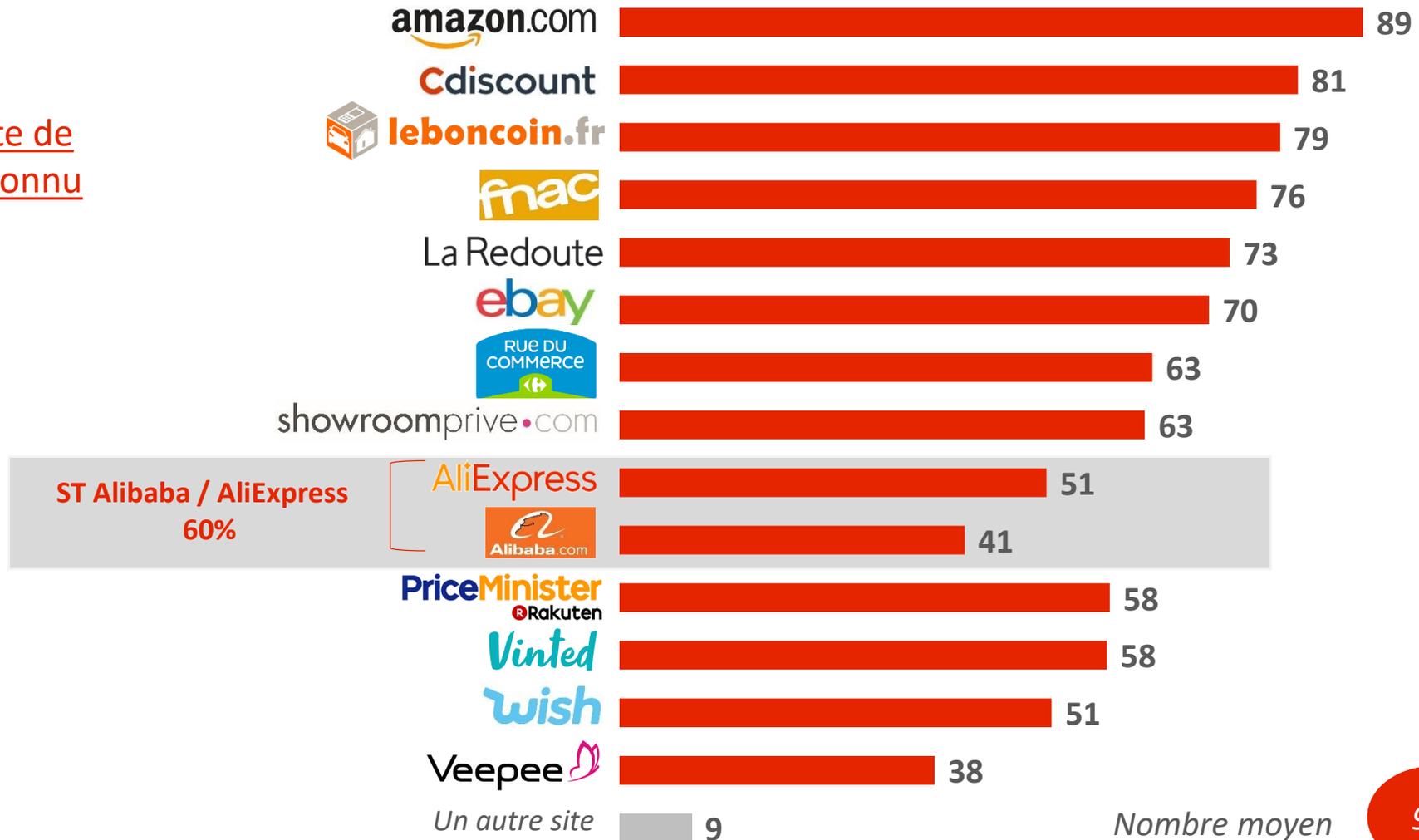
DE NOMBREUX SITES CONNUS, CONFIRMANT LA FAMILIARITÉ DES FRANÇAIS AVEC LES ACHATS EN LIGNE. 1 FRANÇAIS SUR 2 CONNAIT LE SITE ALIEXPRESS, AU MÊME NIVEAU DE NOTORIÉTÉ QUE WISH SON PRINCIPAL CONCURRENT.



NOTORIÉTÉ DES SITES DE VENTE EN LIGNE

Base : Ensemble (n= 1018)
En %

Au moins un site de vente en ligne connu
98%



ALIEXPRESS ENCORE PLUS CONNU AUPRÈS DES FEMMES DE 18-49 ANS, TOUT COMME WISH.



NOTORIÉTÉ DES SITES DE VENTE EN LIGNE

	TOTAL	SEXE		AGE						SEXE x AGE								
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	ST 18-34 ans	ST 35-64 ans	Hommes 18-34	Femmes 18-34	Hommes 35-49	Femmes 35-49	Hommes 50-64	Femmes 50-64	Hommes 65+	Femmes 65+
Base	(1018)	(489)	(529)	(112)	(163)	(265)	(254)	(224)	(275)	(743)	(137)	(137)	(132)	(132)	(127)	(127)	(92)	(132)
ST Au moins un site connu	98	97	99	99	98	98	97	98	99	98	99	98	98	99	94	100	98	98
Amazon	89	87	90	84	84	90	90	91	84	90	80	89	90	90	91	89	89	92
Leboncoin	79	77	81	75	79	82	76	80	77	79	70	84	80	83	76	76	83	78
Cdiscount	81	79	83	70	82	86	80	80	77	82	67	87	87	86	77	82	85	77
Ebay	70	70	70	62	75	75	68	68	70	70	64	75	76	75	71	65	68	67
FNAC	76	73	78	71	75	78	74	79	73	77	69	78	78	78	71	76	76	81
La Redoute	73	67	78	70	71	71	71	79	70	74	61	80	70	73	64	78	76	81
Rue du commerce	63	63	64	44	66	74	60	62	57	66	51	64	73	75	62	59	67	59
Showroomprivé	63	58	67	67	72	73	55	50	70	60	60	80	70	77	52	58	48	51
ST Groupe Alibaba	60	60	59	66	73	69	54	43	70	56	61	79	67	71	58	50	52	36
AliExpress	51	50	52	63	69	63	44	25	67	45	57	76	59	67	43	44	32	20
Alibaba	41	48	35	32	48	49	36	37	42	41	44	39	53	45	47	26	48	28
PriceMinister (Rakuten)	58	59	58	48	65	66	54	54	58	58	56	60	64	68	58	50	56	53
Vinted	58	50	65	67	71	72	50	37	69	54	53	85	67	76	44	57	31	41
Wish	51	49	54	63	71	66	42	24	68	45	56	80	63	70	40	43	28	22
Veepee	38	30	44	34	46	51	31	25	41	36	31	52	41	61	26	35	19	29
Un autre site	9	7	11	11	8	9	7	9	9	8	6	12	7	11	5	8	9	10
Je ne connais aucun site d'achat en ligne	2	3	1	1	2	2	3	2	1	2	1	2	2	1	6	-	2	2
Nombre moyen	9,2	8,9	9,4	8,7	10	10,3	8,6	8,2	9,5	9,1	8,3	10,6	10	10,5	8,8	8,4	8,3	8,1

ALiEXPRESS ENCORE PLUS CONNU PAR LES ACTIFS (CSP A/B/C) ET LES FOYERS NOMBREUX AVEC ENFANTS, TOUT COMME WISH.



NOTORIÉTÉ DES SITES DE VENTE EN LIGNE

TOTAL	RÉGIONS							TAILLE D'AGGLOMERATION					PROFESSION DU CHEF DE FAMILLE				NOMBRE DE PERSONNES AU FOYER			PRESENCE ENFANTS - 15ANS		AGE DES ENFANTS				
	Région Parisienne	Provin- ce	Nord- Est	Nord- Ouest	Sud- Ouest	Sud- Est	CC1	CC2	CC3	CC4	CC5	CSP A	CSP B	CSP C	CSP D	1	2	3 et +	Au moins un	Aucun	1-3 ans	4-6 ans	7-9 ans	10-12 ans	13-14 ans	
Base (1018)	(183)	(835)	(234)	(234)	(112)	(254)	(234)	(173)	(132)	(316)	(163)	(204)	(254)	(183)	(377)	(211)	(341)	(466)	(356)	(662)	(95)	(106)	(96)	(125)	(86)	
ST Au moins un site connu	98	99	98	97	98	99	97	100	97	98	98	99	98	99	97	97	97	99	98	99	99	98	100	98	100	
Amazon	89	87	89	88	91	84	92	92	91	84	87	90	88	89	88	86	89	90	88	89	86	93	89	91	91	
Leboncoin	79	74	80	81	82	77	82	85	81	74	74	82	78	81	76	78	79	79	79	79	71	82	81	80	91	
Cdiscount	81	77	82	82	83	78	86	83	84	76	77	82	84	86	75	78	80	83	83	80	77	85	87	84	91	
Ebay	70	68	71	71	72	67	73	76	73	66	67	75	72	75	64	68	71	71	73	69	68	82	77	73	80	
FNAC	76	84	74	71	76	68	75	75	78	72	83	78	77	78	73	74	75	77	75	76	72	75	76	77	84	
La Redoute	73	75	72	73	72	66	74	78	71	69	74	73	74	70	73	73	75	71	72	73	65	76	78	74	77	
Rue du commerce	63	62	64	67	66	62	69	64	62	60	63	70	68	66	56	60	64	65	68	61	64	77	72	65	76	
Showroomprivé	63	64	62	62	64	62	65	66	63	58	64	73	71	66	50	59	58	68	70	59	66	75	73	70	76	
ST Groupe Alibaba	60	59	60	61	62	55	63	63	58	56	58	67	66	67	48	48	55	68	71	54	68	75	74	73	75	
AliExpress	51	49	51	55	53	44	59	53	52	45	48	59	59	64	34	35	44	63	65	43	62	68	71	69	67	
Alibaba	41	45	40	41	40	45	38	41	41	42	44	45	48	41	34	41	39	43	45	39	49	45	47	46	46	
PriceMinister (Rakuten)	58	62	58	60	60	48	62	60	52	56	62	66	61	58	52	54	57	61	64	55	63	64	67	63	77	
Vinted	58	57	58	61	61	55	65	67	58	49	56	66	68	67	42	51	49	68	68	53	65	71	73	70	74	
Wish	51	43	53	55	57	51	59	58	55	45	42	61	60	68	32	37	42	65	67	43	64	71	74	71	70	
Veepee	38	41	37	37	40	33	39	36	35	37	41	52	48	37	23	28	33	45	49	31	41	53	54	44	64	
Un autre site	9	12	8	4	8	7	7	6	8	9	13	10	8	6	9	9	10	8	7	10	2	5	9	5	12	
Je ne connais aucun site d'achat en ligne	2	1	2	3	2	1	3	-	3	2	2	1	2	1	3	3	3	1	1	2	1	2	-	2	-	
Nombre moyen	9,2	9,1	9,2	9,4	9,4	8,6	9,7	9,4	9,3	8,6	9,1	10	9,9	9,6	8	8,6	8,9	9,7	9,8	8,8	9,2	10,4	10,3	10,1	10,8	

CC1 : Communes rurales (- de 2 000 hab.)
 CC2 : Communes de 2 à 20 000 hab.
 CC3 : Communes de 20 000 à 100 000 hab.
 CC4 : Communes de 100 000 hab. et plus
 CC5 : Agglomération de Paris

CSP A : Cadres, Chefs d'entreprise
 CSP B : Employés
 CSP C : Ouvriers
 CSP D : Inactifs

Significativement inférieur à 95% au total
 Significativement inférieur à 90% au total
 Significativement supérieur à 90% au total
 Significativement supérieur à 95% au total



Q4- Parmi la liste de sites d'achat en ligne suivantes, quels sont tous ceux que vous connaissez ?

ALIEXPRESS EST PERÇU COMME UN SITE POUR FAIRE DES BONNES AFFAIRES TOUTE L'ANNÉE !

IMAGE DE ALIEXPRESS

Base : Connaisseurs de AliExpress (n= 518)

En %

● Tout à fait d'accord ● Total d'accord

Avec AliExpress, pas besoin d'attendre les soldes ou le Black Friday pour **FAIRE DE BONNES AFFAIRES**



AliExpress



Le site de vente en ligne AliExpress propose des **PRODUITS ORIGINAUX ET FUNS** qu'on ne trouve nulle part ailleurs



Le site de vente en ligne AliExpress propose des produits d'un **BON RAPPORT QUALITÉ PRIX**



UNE IMAGE DE ALIEXPRESS ENCORE PLUS FAVORABLE CHEZ LES 18-24 ANS ET LES FEMMES DE 35-49 ANS.



IMAGE DE ALIEXPRESS

TOTAL D'ACCORD

	TOTAL	SEXE		AGE						SEXE x AGE								
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	ST 18-34 ans	ST 35-64 ans	Hommes 18-34	Femmes 18-34	Hommes 35-49	Femmes 35-49	Hommes 50-64	Femmes 50-64	Hommes 65+	Femmes 65+
	Base (518)	(242)	(275)	(70)	(113)	(167)	(111)	(56)	(183)	(334)	(79)	(105)	(78)	(88)	(55)	(56)	(30)	(26)
Avec AliExpress, pas besoin d'attendre les soldes ou le Black Friday pour faire de bonnes affaires	72	67	75	84	68	72	73	60	74	70	69	78	60	82	76	69	65	56
Le site de vente en ligne AliExpress propose des produits originaux et funs qu'on ne trouve nulle part ailleurs	62	58	65	72	60	61	61	55	65	60	59	69	53	68	63	60	58	52
Le site de vente en ligne AliExpress propose des produits d'un bon rapport qualité prix	59	58	59	59	57	57	66	52	58	59	58	58	52	61	70	63	52	52

Tout à fait d'accord

	TOTAL	SEXE		AGE						SEXE x AGE								
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	ST 18-34 ans	ST 35-64 ans	Hommes 18-34	Femmes 18-34	Hommes 35-49	Femmes 35-49	Hommes 50-64	Femmes 50-64	Hommes 65+	Femmes 65+
	Base (518)	(242)	(275)	(70)	(113)	(167)	(111)	(56)	(183)	(334)	(79)	(105)	(78)	(88)	(55)	(56)	(30)	(26)
Avec AliExpress, pas besoin d'attendre les soldes ou le Black Friday pour faire de bonnes affaires	20	13	27	26	18	23	22	8	21	20	17	24	8	36	20	25	3	13
Le site de vente en ligne AliExpress propose des produits d'un bon rapport qualité prix	13	9	16	10	14	16	11	7	13	13	15	11	6	25	6	17	5	8
Le site de vente en ligne AliExpress propose des produits originaux et funs qu'on ne trouve nulle part ailleurs	13	8	18	21	11	13	11	9	15	12	13	17	4	22	7	15	5	13

PAS DE DIFFÉRENCE DE PERCEPTION NOTABLE EN FONCTION DE LA RÉGION, LA TAILLE D'AGGLOMÉRATION, LA CSP OU LE TYPE DE FOYER.



IMAGE DE ALIEXPRESS

TOTAL D'ACCORD

	TOTAL	REGIONS						TAILLE D'AGGLOMERATION					PROFESSION DU CHEF DE FAMILLE				NOMBRE DE PERSONNES AU FOYER			PRESENCE ENFANTS - 15ANS		AGE DES ENFANTS				
		Région Parisienne	Province	Nord-Est	Nord-Ouest	Sud-Ouest	Sud-Est	CC1	CC2	CC3	CC4	CC5	CSP A	CSP B	CSP C	CSP D	1	2	3 et +	Au moins un	Aucun	1-3 ans	4-6 ans	7-9 ans	10-12 ans	13-14 ans
	Base (518)	(89)	(429)	(128)	(123)	(49)	(128)	(137)	(91)	(69)	(142)	(79)	(121)	(151)	(117)	(128)	(74)	(149)	(295)	(231)	(287)	(58)	(72)	(68)	(86)	(57)
Avec AliExpress, pas besoin d'attendre les soldes ou le Black Friday pour faire de bonnes affaires	72	67	73	73	73	68	73	74	65	77	74	65	70	72	72	72	72	67	74	74	70	71	78	79	75	69
Le site de vente en ligne AliExpress propose des produits originaux et funs qu'on ne trouve nulle part ailleurs	62	56	63	61	68	65	59	62	65	70	58	56	64	59	62	62	61	54	65	59	61	71	65	66	72	
Le site de vente en ligne AliExpress propose des produits d'un bon rapport qualité prix	59	65	57	57	57	60	56	61	51	60	56	65	56	55	62	61	62	57	58	59	58	65	70	65	60	54

Tout à fait d'accord

	TOTAL	REGIONS						TAILLE D'AGGLOMERATION					PROFESSION DU CHEF DE FAMILLE				NOMBRE DE PERSONNES AU FOYER			PRESENCE ENFANTS - 15ANS		AGE DES ENFANTS				
		Région Parisienne	Province	Nord-Est	Nord-Ouest	Sud-Ouest	Sud-Est	CC1	CC2	CC3	CC4	CC5	CSP A	CSP B	CSP C	CSP D	1	2	3 et +	Au moins un	Aucun	1-3 ans	4-6 ans	7-9 ans	10-12 ans	13-14 ans
	Base (518)	(89)	(429)	(128)	(123)	(49)	(128)	(137)	(91)	(69)	(142)	(79)	(121)	(151)	(117)	(128)	(74)	(149)	(295)	(231)	(287)	(58)	(72)	(68)	(86)	(57)
Avec AliExpress, pas besoin d'attendre les soldes ou le Black Friday pour faire de bonnes affaires	20	24	20	23	20	15	18	21	17	23	19	22	23	23	20	15	12	19	23	24	18	22	27	29	22	25
Le site de vente en ligne AliExpress propose des produits d'un bon rapport qualité prix	13	16	12	15	12	6	11	15	11	11	10	17	15	13	16	8	9	13	14	15	11	12	17	22	18	12
Le site de vente en ligne AliExpress propose des produits originaux et funs qu'on ne trouve nulle part ailleurs	13	15	13	14	16	6	11	12	11	19	12	13	16	9	16	12	8	14	14	14	12	12	15	15	20	15

CC1 : Communes rurales (- de 2 000 hab.)
 CC2 : Communes de 2 à 20 000 hab.
 CC3 : Communes de 20 000 à 100 000 hab.
 CC4 : Communes de 100 000 hab. et plus
 CC5 : Agglomération de Paris

CSP A : Cadres, Chefs d'entreprise
 CSP B : Employés
 CSP C : Ouvriers
 CSP D : Inactifs

Significativement inférieur à 95% au total
 Significativement inférieur à 90% au total
 Significativement supérieur à 90% au total
 Significativement supérieur à 95% au total



Q5- Voici des phrases qui ont été dites par des Français. Dans quelle mesure vous êtes d'accord avec chacune de ces affirmations ?