

YouGovMKTG

Achat en ligne

Terrain du 19 au 21 février 2021 - L'enquête a été réalisée sur 1017 personnes représentatives de la population nationale française âgée de 18 ans et plus.



Total	Genre		Age						Région					CSP			Situation professionnelle				
	Homme	Femme	18-24	25-34	35-44	45-54	55+	18-34	Nord-Est	Nord-Ouest	Region Parisienne	Sud-Est	Sud-Ouest	CSP +	CSP -	Inactifs	Travaille	Sans emploi	Etudiant	Retraité	Autre
	A	B	C	D	E	F	G	AN	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T

ach0. Quand avez vous acheté un produit en ligne pour la dernière fois ? Veuillez sélectionner une seule réponse.

Base brute	1017	476	541	103	155	160	178	421	258	270	192	200	241	114	352	313	352	498	74	79	234	132
Base: adultes français	1017	484	533	104	150	160	172	432	253	262	192	188	257	117	342	306	369	487	74	78	246	132
Au cours de la semaine dernière	41%	35%	47%	34%	51%	44%	44%	38%	44%	37%	40%	47%	41%	46%	49%	39%	37%	45%	34%	33%	39%	43%
Il y a entre 1 semaine et 2 semaines	17%	17%	16%	20%	15%	19%	21%	14%	17%	19%	17%	18%	16%	13%	17%	19%	14%	18%	20%	17%	12%	17%
Il y a entre 2 semaines et 1 mois	16%	17%	14%	16%	14%	15%	15%	16%	15%	17%	14%	14%	17%	14%	15%	15%	16%	15%	16%	23%	15%	14%
Il y a entre 1 mois et 6 mois	13%	14%	12%	21%	10%	10%	7%	15%	15%	14%	15%	12%	12%	12%	11%	13%	15%	12%	15%	16%	17%	8%
Il y a entre 6 mois et 1 an	4%	4%	3%	1%	5%	2%	3%	5%	3%	3%	5%	4%	3%	3%	3%	5%	4%	3%	3%	2%	4%	5%
Il y a plus d'un an	5%	7%	4%	4%	1%	4%	5%	7%	2%	5%	5%	3%	7%	6%	3%	4%	8%	3%	6%	3%	9%	6%
Non applicable, je n'ai jamais rien acheté en ligne	4%	5%	4%	3%	3%	5%	5%	5%	3%	5%	5%	3%	5%	4%	3%	4%	6%	4%	7%	6%	4%	6%

ach1. En comparaison avec l'année dernière (avant la crise sanitaire), dans quelle mesure vos achats en ligne ont-ils évolué ?Veuillez sélectionner une seule réponse.J'achète des produits en ligne ...

Base brute	922	421	501	96	148	146	162	370	244	245	174	188	213	102	332	288	302	464	65	72	204	117
Base: adultes français ayant effectué des achats en ligne au cours des 12 derniers mois	920	427	493	97	143	145	156	379	239	238	174	177	227	104	322	281	316	453	65	71	214	116
Plus souvent	37%	32%	42%	46%	43%	43%	41%	30%	44%	40%	27%	41%	39%	39%	43%	37%	32%	37%	51%	54%	28%	38%
Moins souvent	12%	12%	11%	18%	12%	11%	11%	10%	14%	11%	12%	11%	13%	11%	10%	16%	9%	12%	11%	16%	11%	9%
Autant qu'avant	49%	54%	44%	30%	44%	44%	47%	57%	38%	46%	58%	47%	45%	49%	44%	45%	55%	49%	39%	21%	58%	51%
Je ne sais pas	3%	3%	2%	6%	1%	2%	1%	3%	3%	3%	3%	1%	4%	1%	3%	1%	4%	2%	-	9%	4%	2%

ach2. Toujours en comparaison avec l'année dernière (avant la crise sanitaire), dans quelle mesure le panier moyen de vos achats en ligne a-t-il évolué ?Veuillez sélectionner une seule réponse.Le panier moyen de mes achats en ligne ...

Base brute	922	421	501	96	148	146	162	370	244	245	174	188	213	102	332	288	302	464	65	72	204	117
Base: adultes français ayant effectuée des achats en ligne au cours des 12 derniers mois	920	427	493	97	143	145	156	379	239	238	174	177	227	104	322	281	316	453	65	71	214	116
A beaucoup augmenté	14%	10%	17%	15%	14%	23%	17%	9%	14%	15%	9%	18%	13%	14%	17%	15%	10%	16%	14%	17%	5%	20%
A un peu augmenté	25%	25%	25%	28%	24%	26%	21%	26%	26%	23%	26%	23%	31%	19%	25%	26%	24%	22%	26%	28%	28%	29%
Est resté le même	46%	52%	42%	37%	44%	39%	51%	50%	41%	46%	50%	45%	43%	49%	45%	42%	51%	49%	43%	35%	52%	36%
A un peu diminué	7%	5%	9%	6%	8%	7%	5%	8%	7%	8%	7%	6%	6%	10%	5%	8%	9%	6%	11%	4%	9%	8%
A beaucoup diminué	4%	3%	4%	4%	7%	2%	3%	3%	6%	4%	3%	3%	3%	7%	2%	5%	5%	3%	5%	4%	4%	4%
Je ne sais pas	4%	4%	4%	9%	3%	4%	3%	3%	6%	3%	5%	4%	5%	2%	6%	4%	2%	4%	2%	12%	2%	4%
Net: Augmenté	39%	35%	42%	43%	38%	48%	38%	35%	40%	38%	35%	42%	43%	32%	42%	41%	33%	38%	40%	45%	34%	48%
Net: Diminué	11%	9%	13%	11%	14%	9%	8%	12%	13%	12%	10%	9%	8%	17%	7%	13%	14%	9%	16%	8%	13%	11%

Cette année, compte tenu de la Covid-19, dans quelle mesure l'utilisation des services suivants a-t-elle évoluée concernant vos achats en ligne ?Veuillez sélectionner une seule réponse par ligne.J'ai utilisé ...

Ach3.1. ...le click & collect (retrait en magasin)

Base brute	922	421	501	96	148	146	162	370	244	245	174	188	213	102	332	288	302	464	65	72	204	117
Base: adultes français ayant effectué des achats en ligne au cours des 12 derniers mois	920	427	493	97	143	145	156	379	239	238	174	177	227	104	322	281	316	453	65	71	214	116
Plus souvent	23%	21%	25%	21%	30%	25%	30%	16%	27%	27%	19%	24%	22%	20%	25%	26%	18%	27%	26%	22%	15%	20%
Moins souvent	16%	18%	15%	21%	19%	14%	13%	16%	20%	16%	16%	20%	17%	11%	16%	13%	20%	15%	19%	21%	20%	14%
Autant qu'avant	38%	42%	36%	45%	40%	40%	40%	35%	42%	33%	41%	43%	38%	39%	40%	41%	34%	42%	31%	43%	32%	37%
Je ne sais pas	22%	20%	25%	12%	11%	20%	17%	32%	11%	23%	25%	14%	23%	30%	19%	20%	29%	16%	25%	14%	34%	29%

YouGovMKTG

Achat en ligne

Terrain du 19 au 21 février 2021 - L'enquête a été réalisée sur 1017 personnes représentatives de la population nationale française âgée de 18 ans et plus.



Total	Statut marital			Enfants		Comptes sur réseaux sociaux							Niveau d'éducation atteint				Zone d'habitation		
	En couple	Célibataire	Autre	Avec enfant	Sans enfant	Facebook	Twitter	LinkedIn	Google+	Autre	Net: Utilisateurs	Aucun	Non-titulaire du baccalauréat	Baccalauréat ou équivalent	Etudes supérieures	Autre	Un village ou une zone rurale	Une petite ville ou une ville de taille moyenne	Une grande ville
	U	V	W	X	Y	Z	AA	AB	AC	AD	AE	AF	AG	AH	AI	AJ	AK	AL	AM

ach0. Quand avez vous achetez un produit en ligne pour la dernière fois ? Veuillez sélectionner une seule réponse.

Base brute	1017	670	324	23	322	695	781	257	263	-	606	882	100	253	263	479	22	298	445	274
Base: adultes français	1017	669	325	23	316	701	780	255	259	-	602	880	102	256	263	475	22	300	446	272
Au cours de la semaine dernière	41%	42%	40%	39%	47%	39%	43%	52%	52%	-	47%	43%	36%	31%	41%	47%	49%	43%	43%	37%
Il y a entre 1 semaine et 2 semaines	17%	17%	18%	4%	19%	16%	17%	17%	13%	-	17%	17%	12%	14%	20%	17%	4%	18%	17%	16%
Il y a entre 2 semaines et 1 mois	16%	17%	13%	22%	17%	15%	14%	12%	14%	-	14%	15%	13%	18%	15%	15%	9%	15%	15%	17%
Il y a entre 1 mois et 6 mois	13%	13%	14%	18%	9%	15%	13%	11%	11%	-	12%	13%	16%	17%	12%	12%	19%	15%	11%	15%
Il y a entre 6 mois et 1 an	4%	3%	5%	4%	3%	4%	4%	2%	2%	-	3%	4%	4%	7%	4%	2%	-	2%	5%	4%
Il y a plus d'un an	5%	4%	7%	4%	3%	6%	5%	4%	6%	-	4%	5%	5%	8%	3%	5%	9%	5%	5%	5%
Non applicable, je n'ai jamais rien acheté en ligne	4%	4%	4%	8%	4%	5%	3%	2%	2%	-	2%	3%	14%	5%	5%	4%	9%	3%	4%	7%
				**			▼ AA.AD	▼	▼	**	▼	▼ AD	▼ Z.AA.AB.AD.AE*				**			

ach1. En comparaison avec l'année dernière (avant la crise sanitaire), dans quelle mesure vos achats en ligne ont-ils évolué ? Veuillez sélectionner une seule réponse. J'achète des produits en ligne ...

Base brute	922	613	289	20	302	620	716	243	242	-	569	810	81	220	243	441	18	272	407	243
Base: adultes français ayant effectué des achats en ligne au cours des 12 derniers mois	920	611	289	20	296	624	713	241	238	-	564	806	83	222	243	437	18	273	407	240
Plus souvent	37%	37%	38%	34%	45%	34%	39%	44%	40%	-	43%	39%	21%	32%	39%	40%	11%	34%	36%	43%
Moins souvent	12%	11%	11%	25%	12%	11%	10%	11%	10%	-	10%	10%	15%	13%	11%	10%	29%	8%	12%	15%
Autant qu'avant	49%	49%	49%	31%	41%	52%	49%	42%	48%	-	45%	48%	59%	52%	47%	48%	43%	55%	49%	41%
Je ne sais pas	3%	3%	2%	10%	2%	3%	2%	3%	1%	-	2%	2%	6%	3%	2%	2%	17%	3%	3%	2%
				**						**	▼	▼	▼ Z.AB.AD.AE*				**			

ach2. Toujours en comparaison avec l'année dernière (avant la crise sanitaire), dans quelle mesure le panier moyen de vos achats en ligne a-t-il évolué ? Veuillez sélectionner une seule réponse.Le panier moyen de mes achats en ligne ...

Base brute	922	613	289	20	302	620	716	243	242	-	569	810	81	220	243	441	18	272	407	243
Base: adultes français ayant effectué des achats en ligne au cours des 12 derniers mois	920	611	289	20	296	624	713	241	238	-	564	806	83	222	243	437	18	273	407	240
A beaucoup augmenté	14%	13%	16%	5%	19%	11%	15%	13%	14%	-	15%	15%	10%	12%	13%	15%	32%	10%	15%	15%
A un peu augmenté	25%	27%	22%	25%	26%	25%	26%	28%	25%	-	27%	26%	16%	24%	24%	26%	23%	26%	25%	24%
Est resté le même	46%	48%	44%	36%	42%	48%	45%	43%	48%	-	45%	46%	55%	45%	47%	48%	17%	49%	46%	44%
A un peu diminué	7%	6%	10%	5%	5%	8%	6%	7%	6%	-	7%	7%	6%	12%	7%	5%	-	8%	6%	7%
A beaucoup diminué	4%	4%	4%	-	3%	4%	4%	4%	4%	-	3%	3%	7%	4%	5%	3%	12%	2%	3%	7%
Je ne sais pas	4%	3%	4%	30%	4%	4%	4%	5%	3%	-	4%	4%	6%	4%	5%	3%	17%	4%	5%	3%
Net: Augmenté	39%	40%	37%	29%	45%	36%	41%	41%	39%	-	42%	40%	26%	36%	37%	41%	54%	37%	40%	40%
Net: Diminué	11%	10%	14%	5%	8%	12%	10%	11%	10%	-	10%	10%	13%	16%	12%	8%	12%	11%	9%	14%
				**		X				**			*	▼ AI			**			

Cette année, compte tenu de la Covid-19, dans quelle mesure l'utilisation des services suivants a-t-elle évoluée concernant vos achats en ligne ? Veuillez sélectionner une seule réponse par ligne.J'ai utilisé ...

Ach3. 1. ...le click & collect (retrait en magasin)

Base brute	922	613	289	20	302	620	716	243	242	-	569	810	81	220	243	441	18	272	407	243
Base: adultes français ayant effectué des achats en ligne au cours des 12 derniers mois	920	611	289	20	296	624	713	241	238	-	564	806	83	222	243	437	18	273	407	240
Plus souvent	23%	25%	19%	15%	31%	19%	25%	29%	26%	-	27%	24%	9%	16%	25%	25%	23%	25%	19%	26%
Moins souvent	16%	15%	17%	31%	14%	18%	15%	16%	18%	-	16%	16%	16%	20%	14%	16%	18%	15%	16%	19%
Autant qu'avant	38%	39%	38%	25%	39%	38%	39%	39%	42%	-	40%	39%	41%	33%	40%	41%	26%	38%	41%	35%
Je ne sais pas	22%	20%	26%	29%	16%	25%	21%	16%	14%	-	17%	20%	35%	31%	22%	18%	34%	23%	23%	20%
			U	**	▼	X	▼ AA.AB.AD	▼	▼	**	▼	▼ AA.AB.AD	▼ Z.AA.AB.AD.AE*	▼ AH.AI			**			

Achat en ligne
Terrain du 19 au 21 février 2021 - L'enquête a été réalisée sur 1017 personnes représentatives de la population nationale française âgée de 18 ans et plus.



Total	Evolution achat en ligne				Evolution panier moyen								Evolution des services ... le click & collect (retrait en magasin)				Evolution des services ... la livraison en point relais				Evolution des services ... la livraison à domicile			
	Plus souvent	Moins souvent	Autant qu'avant	Je ne sais pas	A beaucoup augmenté	A un peu augmenté	Est resté le même	A un peu diminué	A beaucoup diminué	Je ne sais pas	Augmenté	Diminué	Plus souvent	Moins souvent	Autant qu'avant	Je ne sais pas	Plus souvent	Moins souvent	Autant qu'avant	Je ne sais pas	Plus souvent	Moins souvent	Autant qu'avant	Je ne sais pas
	AO	AP	AQ	AR	AS	AT	AU	AV	AW	AX	AY	AZ	BA	BB	BC	BD	BE	BF	BG	BH	BI	BJ	BK	BL

ach0. Quand avez vous achetez un produit en ligne pour la dernière fois ? Veuillez sélectionner une seule réponse.

Base brute	1017	347	106	446	23	129	230	426	65	35	37	359	100	212	151	355	204	265	150	429	78	369	89	378	86
Base: adultes français	1017	344	106	446	24	127	230	426	65	35	37	357	100	209	151	354	206	262	150	429	78	367	89	378	86
Au cours de la semaine dernière	41%	59%	21%	43%	27%	60%	54%	42%	31%	34%	31%	56%	32%	49%	48%	45%	43%	51%	47%	44%	35%	54%	39%	42%	35%
Il y a entre 1 semaine et 2 semaines	17%	20%	16%	18%	14%	20%	18%	19%	23%	9%	10%	18%	18%	15%	20%	22%	16%	21%	18%	18%	11%	18%	16%	21%	11%
Il y a entre 2 semaines et 1 mois	16%	15%	20%	18%	22%	13%	17%	19%	16%	17%	13%	16%	16%	20%	15%	17%	15%	16%	19%	16%	21%	16%	19%	17%	19%
Il y a entre 1 mois et 6 mois	13%	6%	31%	16%	38%	4%	10%	16%	20%	31%	32%	8%	24%	14%	11%	14%	18%	10%	9%	18%	22%	9%	19%	16%	23%
Il y a entre 6 mois et 1 an	4%	1%	12%	5%	-	4%	1%	3%	11%	8%	14%	2%	1%	2%	6%	2%	8%	2%	5%	4%	11%	3%	7%	3%	11%
Il y a plus d'un an	5%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Non applicable, je n'ai jamais rien acheté en ligne	4%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

ach1. En comparaison avec l'année dernière (avant la crise sanitaire), dans quelle mesure vos achats en ligne ont-ils évolué ? Veuillez sélectionner une seule réponse. J'achète des produits en ligne ...

Base brute	922	347	106	446	23	129	230	426	65	35	37	359	100	212	151	355	204	265	150	429	78	369	89	378	86
Base: adultes français ayant effectué des achats en ligne au cours des 12 derniers mois	920	344	106	446	24	127	230	426	65	35	37	357	100	209	151	354	206	262	150	429	78	367	89	378	86
Plus souvent	37%	100%	-	-	-	85%	68%	14%	17%	12%	18%	74%	15%	55%	43%	31%	27%	68%	41%	21%	22%	62%	28%	21%	14%
Moins souvent	12%	-	100%	-	-	5%	9%	6%	39%	60%	21%	7%	47%	10%	21%	7%	13%	11%	17%	9%	19%	9%	30%	8%	20%
Autant qu'avant	49%	-	-	100%	-	9%	22%	79%	42%	28%	30%	17%	37%	33%	36%	60%	54%	21%	41%	68%	50%	28%	40%	69%	56%
Je ne sais pas	3%	-	-	-	100%	2%	1%	1%	2%	-	31%	1%	1%	1%	1%	3%	5%	0%	2%	3%	9%	1%	2%	2%	9%

ach2. Toujours en comparaison avec l'année dernière (avant la crise sanitaire), dans quelle mesure le panier moyen de vos achats en ligne a-t-il évolué ? Veuillez sélectionner une seule réponse. Le panier moyen de mes achats en ligne ...

Base brute	922	347	106	446	23	129	230	426	65	35	37	359	100	212	151	355	204	265	150	429	78	369	89	378	86
Base: adultes français ayant effectué des achats en ligne au cours des 12 derniers mois	920	344	106	446	24	127	230	426	65	35	37	357	100	209	151	354	206	262	150	429	78	367	89	378	86
A beaucoup augmenté	14%	31%	5%	2%	9%	100%	-	-	-	-	-	36%	-	21%	21%	9%	10%	26%	17%	6%	11%	24%	12%	5%	8%
A un peu augmenté	25%	45%	19%	11%	14%	-	100%	-	-	-	-	64%	-	34%	30%	20%	22%	36%	27%	18%	24%	35%	27%	16%	20%
Est resté le même	46%	17%	24%	75%	26%	-	-	100%	-	-	-	-	-	34%	30%	20%	22%	36%	27%	18%	24%	35%	27%	16%	20%
A un peu diminué	7%	3%	24%	6%	4%	-	-	100%	-	-	-	-	65%	6%	12%	3%	11%	5%	14%	5%	9%	7%	16%	5%	10%
A beaucoup diminué	4%	1%	20%	2%	-	-	-	-	-	100%	-	-	35%	2%	9%	2%	5%	2%	4%	4%	8%	1%	11%	4%	6%
Je ne sais pas	4%	2%	7%	2%	48%	-	-	-	-	-	100%	-	-	3%	1%	3%	9%	4%	3%	3%	13%	3%	-	4%	13%
Net: Augmenté	39%	77%	25%	14%	22%	100%	100%	-	-	-	-	100%	-	55%	51%	29%	31%	61%	43%	24%	35%	60%	39%	21%	28%
Net: Diminué	11%	4%	44%	8%	4%	-	-	-	100%	100%	-	-	100%	8%	21%	5%	16%	7%	18%	10%	16%	8%	27%	9%	16%

Cette année, compte tenu de la Covid-19, dans quelle mesure l'utilisation des services suivants a-t-elle évoluée concernant vos achats en ligne ? Veuillez sélectionner une seule réponse par ligne. J'ai utilisé ...

ach3. 1. ... le click & collect (retrait en magasin)

Base brute	922	347	106	446	23	129	230	426	65	35	37	359	100	212	151	355	204	265	150	429	78	369	89	378	86
Base: adultes français ayant effectué des achats en ligne au cours des 12 derniers mois	920	344	106	446	24	127	230	426	65	35	37	357	100	209	151	354	206	262	150	429	78	367	89	378	86
Plus souvent	23%	33%	21%	16%	9%	35%	31%	17%	20%	11%	19%	32%	17%	100%	-	-	-	43%	14%	17%	5%	31%	31%	15%	15%
Moins souvent	16%	19%	30%	12%	4%	25%	20%	10%	28%	38%	5%	21%	31%	-	100%	-	-	16%	46%	8%	6%	22%	40%	7%	10%
Autant qu'avant	38%	31%	23%	47%	39%	25%	30%	53%	18%	20%	27%	28%	19%	-	-	100%	-	16%	21%	58%	10%	28%	17%	59%	14%
Je ne sais pas	22%	16%	26%	25%	48%	16%	19%	21%	34%	32%	49%	18%	33%	-	-	100%	15%	19%	18%	78%	20%	12%	19%	61%	61%

Achat en ligne

Terrain du 19 au 21 février 2021 - L'enquête a été réalisée sur 1017 personnes représentatives de la population nationale française âgée de 18 ans et plus.

Total	Genre		Age						Région					CSP			Situation professionnelle				
	Homme	Femme	18-24	25-34	35-44	45-54	55+	18-34	Nord-Est	Nord-Ouest	Region Parisienne	Sud-Est	Sud-Ouest	CSP +	CSP -	Inactifs	Travaille	Sans emploi	Etudiant	Retraité	Autre
	A	B	C	D	E	F	G	AN	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T

Ach3. 2. ... la livraison en point relais

Base brute	922	421	501	96	148	146	162	370	244	245	174	188	213	102	332	288	302	464	65	72	204	117
Base: adultes français ayant effectué des achats en ligne au cours des 12 derniers mois	920	427	493	97	143	145	156	379	239	238	174	177	227	104	322	281	316	453	65	71	214	116
Plus souvent	28%	23%	33%	33%	34%	35%	34%	20%	34%	30%	29%	33%	26%	24%	30%	34%	22%	31%	38%	40%	20%	22%
		A	G*	G	G	G	▼								O	O	▼	S	S.T*	▲ S.T*	▼	
Moins souvent	16%	20%	13%	17%	19%	14%	15%	16%	18%	17%	11%	20%	19%	12%	15%	15%	20%	15%	16%	20%	19%	15%
		B	*	*	*	*	*	*	*	*	I	I	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Autant qu'avant	47%	48%	46%	43%	43%	45%	45%	50%	43%	44%	55%	38%	47%	55%	49%	44%	46%	49%	37%	36%	48%	48%
		*	*	*	*	*	*	*	*	*	H.J	▼	J	*	*	*	R	*	*	*	*	*
Je ne sais pas	9%	9%	9%	7%	3%	6%	5%	13%	5%	10%	6%	9%	9%	9%	6%	8%	12%	6%	9%	4%	13%	15%
		*	*	▼	*	*	▲ C.D.E.F	*	*	*	*	*	*	*	*	M	*	*	*	P.R	▲ P.R	*

Ach3. 3. ... la livraison à domicile

Base brute	922	421	501	96	148	146	162	370	244	245	174	188	213	102	332	288	302	464	65	72	204	117
Base: adultes français ayant effectué des achats en ligne au cours des 12 derniers mois	920	427	493	97	143	145	156	379	239	238	174	177	227	104	322	281	316	453	65	71	214	116
Plus souvent	40%	35%	44%	46%	44%	41%	40%	36%	45%	41%	32%	45%	41%	39%	42%	40%	39%	39%	49%	45%	35%	43%
		A	*	*	*	*	*	*	*	*	I	*	*	*	*	*	*	*	S*	*	*	*
Moins souvent	10%	11%	8%	12%	12%	14%	12%	6%	12%	11%	9%	11%	10%	5%	7%	13%	10%	10%	14%	13%	7%	8%
		*	*	G	G	G	▼	*	*	*	*	*	*	*	*	M	*	*	*	*	*	*
Autant qu'avant	41%	45%	37%	37%	39%	42%	41%	43%	38%	38%	48%	36%	39%	50%	43%	41%	40%	43%	32%	39%	43%	37%
		B	*	*	*	*	*	*	*	*	H.J	*	*	H.J	*	*	*	*	*	*	*	*
Je ne sais pas	9%	8%	10%	5%	5%	3%	7%	15%	5%	10%	12%	9%	9%	6%	9%	7%	12%	8%	5%	4%	15%	12%
		*	*	*	▼	*	▲ C.D.E.F	▼	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	▲ P.O.R	*	*

Ach4. Parmi la liste ci-dessous, pour quelle(s) catégorie(s) de produit avez-vous effectué des achats en ligne au cours des 12 derniers mois ?Veuillez sélectionner toutes les réponses qui s'appliquent.

Base brute	922	421	501	96	148	146	162	370	244	245	174	188	213	102	332	288	302	464	65	72	204	117
Base: adultes français ayant effectué des achats en ligne au cours des 12 derniers mois	920	427	493	97	143	145	156	379	239	238	174	177	227	104	322	281	316	453	65	71	214	116
Vêtements, chaussures et accessoires	58%	49%	66%	61%	66%	64%	70%	47%	64%	58%	55%	63%	58%	53%	66%	62%	47%	64%	58%	60%	42%	63%
	▼	▲ A	G*	G	G	▲ G	▼	*	*	*	*	*	*	*	▲ O	O	▼	▲ S	S*	S*	▼	S
Produits culturels (livres, jeux etc.)	47%	40%	52%	46%	49%	54%	50%	42%	48%	45%	41%	52%	50%	44%	58%	43%	38%	50%	42%	46%	41%	47%
	▼	▲ A	*	*	G	*	*	*	*	*	*	I	*	*	▲ N.O	*	▼	S	*	*	*	*
Produits high-tech, électroménagers	39%	46%	33%	36%	47%	38%	42%	35%	43%	37%	32%	45%	38%	46%	40%	37%	39%	40%	37%	39%	39%	33%
	▲ B	▼	*	*	G	*	*	*	*	*	*	I	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Cosmétiques et produits de beauté	36%	25%	45%	30%	44%	38%	41%	32%	38%	37%	33%	40%	34%	34%	40%	38%	30%	39%	42%	29%	27%	41%
	▼	▲ A	*	C.G	G	*	*	*	*	*	*	*	*	*	O	O	*	S	S*	*	▼	S
Produits alimentaires	33%	31%	35%	26%	39%	43%	33%	28%	34%	31%	28%	36%	32%	41%	35%	36%	28%	35%	29%	30%	26%	42%
	*	*	C.G	▲ C.G	*	*	*	*	*	*	*	I	*	*	*	*	*	S	*	*	*	▲ S
Meubles et décoration	26%	20%	31%	23%	37%	27%	28%	22%	32%	25%	23%	33%	24%	27%	31%	27%	20%	28%	27%	23%	21%	29%
	▼	▲ A	*	▲ C.E.G	*	*	*	*	*	*	▲ I.K	*	*	*	O	O	▼	*	*	*	*	*
Produits pour enfants	23%	18%	26%	13%	33%	35%	21%	17%	25%	25%	19%	25%	21%	21%	25%	26%	17%	25%	26%	11%	18%	29%
	*	A	▼ *	▲ C.F.G	▲ C.F.G	▼	▼	*	*	*	*	*	*	*	O	O	▼	R.S	R*	▼ *	*	R.S
Produits de bricolage et jardin	21%	26%	17%	6%	21%	20%	29%	23%	15%	20%	23%	18%	24%	23%	23%	18%	23%	22%	17%	8%	23%	28%
	▲ B	▼	▼ *	C	C	▲ C	C	▼	*	*	*	*	*	*	*	*	R	*	*	▼ *	R	R
Loisirs, voyages	16%	17%	16%	14%	25%	16%	21%	12%	21%	11%	13%	25%	19%	17%	23%	16%	10%	20%	17%	14%	10%	13%
	*	*	▲ C.G	G	*	*	*	*	*	*	▲ H.I	▲	H	*	▲ N.O	O	▼	S	*	4%	▼	*
Aucune de ces catégories	5%	7%	4%	6%	3%	3%	2%	8%	4%	6%	7%	3%	5%	8%	4%	4%	8%	5%	3%	4%	7%	7%
	B	*	*	*	*	*	▲ D.E.F	*	*	*	*	*	J	*	*	M.N	*	*	*	*	*	*

Par rapport à l'année dernière (avant la crise sanitaire), dans quelle mesure vos achats en ligne des catégories de produits suivantes ont-ils évolués ?Veuillez sélectionner une seule réponse.J'ai acheté des ...

ach5. 1. Loisirs, voyages

Base brute	153	73	80	14	37	24	34	44	51	26	22	47	40	18	76	46	31	95	11	10	21	16
Base: adultes français ayant acheté en ligne	151	73	78	14	36	24	33	45	50	25	22	44	42	18	73	45	32	92	11	10	22	16
Plus souvent	14%	15%	12%	42%	8%	21%	8%	9%	18%	8%	9%	21%	15%	6%	15%	17%	7%	13%	9%	39%	10%	12%
	*	*	*	**	*	**	*	*	*	**	**	*	*	**	*	*	*	*	**	**	**	**
Moins souvent	36%	40%	32%	8%	38%	51%	42%	30%	29%	35%	36%	23%	40%	56%	41%	29%	32%	40%	19%	21%	29%	38%
	*	*	*	**	*	**	*	*	*	**	**	*	*	**	*	*	*	*	**	**	**	**
Autant qu'avant	50%	44%	55%	50%	51%	29%	47%	61%	51%	57%	55%	53%	43%	39%	42%	54%	61%	45%	72%	40%	61%	51%
	*	*	*	**	*	**	*	*	*	**	**	*	*	**	*	*	*	*	**	**	**	**
Je ne sais pas	1%	1%	1%	-	3%	-	3%	-	2%	-	-	2%	2%	-	3%	-	-	2%	-	-	-	-
	*	*	*	**	*	**	*	*	*	**	**	*	*	**	*	*	*	*	**	**	**	**

YouGovMKTG

Achat en ligne

Terrain du 19 au 21 février 2021 - L'enquête a été réalisée sur 1017 personnes représentatives de la population nationale française âgée de 18 ans et plus.



Total	Statut marital			Enfants		Comptes sur réseaux sociaux							Niveau d'éducation atteint				Zone d'habitation		
	En couple	Célibataire	Autre	Avec enfant	Sans enfant	Facebook	Twitter	LinkedIn	Google+	Autre	Net: Utilisateurs	Aucun	Non-titulaire du baccalauréat	Baccalauréat ou équivalent	Etudes supérieures	Autre	Un village ou une zone rurale	Une petite ville ou une ville de taille moyenne	Une grande ville
	U	V	W	X	Y	Z	AA	AB	AC	AD	AE	AF	AG	AH	AI	AJ	AK	AL	AM

Ach3. 2. ... la livraison en point relais

Base brute	922	613	289	20	302	620	716	243	242	-	569	810	81	220	243	441	18	272	407	243
Base: adultes français ayant effectué des achats en ligne au cours des 12 derniers mois	920	611	289	20	296	624	713	241	238	-	564	806	83	222	243	437	18	273	407	240
Plus souvent	28%	29%	26%	30%	37%	24%	30%	26%	28%	-	31%	30%	12%	27%	29%	30%	**	28%	26%	32%
				**	▲ Y		AF	AF	AF	**	▲ AA AF	▲ AF	▼ *							
Moins souvent	16%	17%	14%	20%	14%	17%	15%	18%	17%	**	16%	16%	17%	16%	14%	17%	**	15%	14%	21%
				**							Z	*	*					AL		
Autant qu'avant	47%	46%	49%	35%	43%	49%	48%	50%	50%	**	47%	47%	49%	44%	47%	48%	49%	50%	49%	39%
				**							*	*	*				AM	AM	▼	
Je ne sais pas	9%	7%	10%	15%	6%	10%	7%	6%	4%	-	5%	7%	21%	12%	11%	5%	11%	7%	10%	7%
				**			▼ AD		▼	**	▼	▼ AD	▼ Z AA AB AD AE	AI	AI	▼	**			

Ach3. 3. ... la livraison à domicile

Base brute	922	613	289	20	302	620	716	243	242	-	569	810	81	220	243	441	18	272	407	243
Base: adultes français ayant effectué des achats en ligne au cours des 12 derniers mois	920	611	289	20	296	624	713	241	238	-	564	806	83	222	243	437	18	273	407	240
Plus souvent	40%	42%	36%	35%	45%	38%	42%	42%	39%	-	43%	42%	23%	38%	37%	43%	28%	38%	39%	43%
				**	Y		AF	AF	AF	**	▲ AF	▲ AF	▼ *							
Moins souvent	10%	10%	9%	10%	11%	9%	9%	7%	11%	-	10%	9%	11%	10%	9%	10%	11%	8%	8%	14%
				**			▼			**	*	*	*				**			▲ AK AL
Autant qu'avant	41%	39%	44%	45%	39%	42%	42%	45%	44%	-	42%	42%	41%	37%	46%	41%	39%	46%	42%	33%
				**							*	*	*				AM	AM	▼	
Je ne sais pas	9%	9%	11%	10%	6%	11%	8%	6%	6%	-	6%	8%	25%	14%	8%	7%	22%	8%	11%	9%
				**	X		▼ AD	▼	▼	**	▼	▼ AD	▼ Z AA AB AD AE	▲ AH AI			**			

Ach4. Parmi la liste ci-dessous, pour quelle(s) catégorie(s) de produit avez-vous effectué des achats en ligne au cours des 12 derniers mois ?Veuillez sélectionner toutes les réponses qui s'appliquent.

Base brute	922	613	289	20	302	620	716	243	242	-	569	810	81	220	243	441	18	272	407	243
Base: adultes français ayant effectué des achats en ligne au cours des 12 derniers mois	920	611	289	20	296	624	713	241	238	-	564	806	83	222	243	437	18	273	407	240
Vêtements, chaussures et accessoires	58%	60%	55%	44%	69%	53%	62%	68%	68%	-	63%	61%	44%	54%	56%	62%	43%	62%	56%	57%
				**	▲ Z AE AF	▼	▲ AF	▲ Z AE AF	▲ Z AE AF	**	▲ AE AF	▲ AF	▼ *			AG	**			
Produits culturels (livres, jeux etc.)	47%	48%	44%	29%	54%	43%	48%	57%	54%	-	51%	48%	42%	35%	46%	53%	32%	48%	43%	51%
				**	▲ Y			▲ Z AE AF	▲ Z AE	**	▲ AE	*	*	▼	AG	▲ AG	**			
Produits high-tech, électroménagers	39%	39%	40%	14%	37%	40%	40%	48%	46%	-	43%	40%	36%	36%	35%	43%	28%	35%	39%	42%
				**				▲ Z AE	▲ Z AE	**	▲ AE	*	*				**			
Cosmétiques et produits de beauté	36%	37%	35%	24%	39%	35%	38%	45%	43%	-	42%	38%	27%	30%	35%	40%	33%	36%	36%	37%
				**				▲ Z AE AF	▲ AF	**	▲ Z AE AF	*	*			AG	**			
Produits alimentaires	33%	34%	30%	24%	40%	30%	34%	38%	36%	-	37%	34%	25%	33%	30%	35%	16%	34%	31%	35%
				**	▲ Y			AF		**	▲ Z AE AF	*	*				**			
Meubles et décoration	26%	27%	25%	15%	29%	25%	27%	29%	36%	-	29%	27%	17%	19%	23%	32%	22%	25%	25%	29%
				**			AF	AF	▲ Z AA AD AE AI	**	▲ AF	AF	*	▼		▲ AG AH	**			
Produits pour enfants	23%	26%	15%	24%	41%	14%	23%	25%	23%	-	24%	23%	14%	24%	22%	23%	17%	24%	19%	27%
			▼	**	▲ Y	▼				**		*	*				**	AL		
Produits de bricolage et jardin	21%	24%	16%	14%	21%	21%	21%	25%	27%	-	22%	21%	22%	20%	17%	25%	10%	▲ AL AM	18%	17%
			V	**					▲ Z AE	**		*	*			AH				
Loisirs, voyages	16%	18%	13%	9%	18%	16%	17%	24%	23%	-	19%	17%	14%	12%	13%	21%	11%	9%	19%	20%
			V	**				▲ Z AD AE	▲ Z AD AE	**		*	*			AG AH	**	▼	AK	AK
Aucune de ces catégories	5%	4%	8%	26%	3%	7%	5%	3%	3%	-	4%	4%	14%	7%	7%	3%	28%	4%	7%	4%
			U	**	▼	X				**	▼	▼	▼ Z AA AB AD AE	AI	AI		**			

Par rapport à l'année dernière (avant la crise sanitaire), dans quelle mesure vos achats en ligne des catégories de produits suivantes ont-ils évolués ?Veuillez sélectionner une seule réponse.J'ai acheté des ...

ach5. 1. Loisirs, voyages

Base brute	153	113	38	2	54	99	120	60	57	-	106	139	12	27	32	92	2	24	80	49
Base: adultes français ayant acheté en ligne	151	112	37	2	53	98	119	59	55	-	104	137	12	27	32	90	2	24	79	48
Plus souvent	14%	12%	18%	-	13%	14%	13%	13%	13%	-	12%	14%	8%	11%	9%	15%	55%	17%	11%	16%
			*	**	*	*	*	*	*	**		*	**	**	*	*	**	**	*	*
Moins souvent	36%	37%	32%	-	45%	31%	39%	32%	39%	-	39%	36%	24%	41%	29%	37%	-	37%	34%	37%
			*	**	*	*	*	*	*	**		*	**	**	*	*	**	**	*	*
Autant qu'avant	50%	49%	49%	100%	41%	54%	47%	54%	49%	-	48%	49%	60%	48%	63%	45%	45%	42%	54%	47%
			*	**	*	*	*	*	*	**		*	**	**	*	*	**	**	*	*
Je ne sais pas	1%	2%	-	-	2%	1%	1%	-	-	-	1%	1%	8%	-	-	2%	-	4%	1%	-
			*	**	*	*	*	*	*	**		▼	**	**	*	*	**	**	*	*

Achat en ligne
Terrain du 19 au 21 février 2021 - L'enquête a été réalisée sur 1017 personnes représentatives de la population nationale française âgée de 18 ans et plus.

Ach3_2. ... la livraison en point relais

Base brute	922	347	106	446	23	129	230	426	65	35	37	359	100	212	151	355	204	265	150	429	78	369	89	378	86
	Base: adultes français ayant effectué des achats en ligne au cours des 12 derniers mois																								
	920	344	106	446	24	127	230	426	65	35	37	357	100	209	151	354	206	262	150	429	78	367	89	378	86
Plus souvent	28%	51%	27%	12%	5%	53%	40%	17%	21%	14%	26%	45%	19%	54%	27%	19%	19%	100%	-	-	-	42%	44%	15%	14%
	▲ AP,AQ	AQ	▼	**		AU,AV,AW,AX,AY	▲ AU,AV,AW,AZ	▼	*	*	*	▼ T,AU,AV,AW,AZ	▼ *	▲ BB,BC,BD	BC	▼	▼	▲ BF,BG,BH	▼	▼	▼ *	▲ BK,BL	▲ BK,BL*	▼	▼ *
Moins souvent	16%	18%	24%	14%	13%	20%	17%	12%	33%	17%	14%	18%	27%	10%	46%	9%	14%	-	100%	-	-	26%	32%	6%	6%
		AQ		**	AU		▼	AS,AT,AU,AX,AZ	*	*	AU	▲ AT,AU,AY*	▼	▲ BA,BC,BD	▼	▼	▲ BE,BG,BH	▼	▼	▼ *	▲ BK,BL	▲ BK,BL*	▼	▼ *	
Autant qu'avant	47%	26%	35%	65%	53%	20%	34%	64%	36%	51%	33%	29%	41%	34%	23%	70%	37%	-	100%	-	27%	22%	74%	36%	
	▼	▼	▲ AO,AP	**	▼	▼ AS,AY	▼ AS,AT,AV,AX,AY	AS,AT,AV,AX,AY	AS*	AS,AY*	*	▼ AS	AS,AY*	▼ BB	▼	▲ BA,BB,BD	▼ BB	▼	▼	▲ BE,BF,BH	▼ *	▼	▼ *	▲ BL,BJ,BL	▼ *
Je ne sais pas	9%	5%	14%	9%	30%	7%	8%	7%	10%	17%	27%	8%	13%	2%	3%	2%	30%	-	-	100%	6%	1%	4%	45%	
	▼	▼	AO	AO	**		▼	▼	*	AU*	S,AT,AU,AV,AY,AZ*		AU*	▼	▼	▼	▲ BA,BB,BC	▼	▼	▼	▲ BE,BF,BG*	▼	▼ *	▼	▲ BL,BJ,BK*

Ach3_3. ... la livraison à domicile

Base brute	922	347	106	446	23	129	230	426	65	35	37	359	100	212	151	355	204	265	150	429	78	369	89	378	86
Base: adultes français ayant effectué des achats en ligne au cours des 12 derniers mois	920	344	106	446	24	127	230	426	65	35	37	357	100	209	151	354	206	262	150	429	78	367	89	378	86
Plus souvent	40%	67%	31%	23%	18%	70%	56%	25%	37%	14%	33%	61%	29%	54%	53%	29%	35%	58%	63%	23%	28%	100%	-	-	-
	▲ AP,AQ		▼	**		AU,AV,AW,AX,AY	AU,AV,AW,AX,AZ	▼	AU,AW,AZ*	▼ *	*	▼ T,AU,AV,AW,AZ	▼ AW*	▲ BC,BD	▲ BC,BD	▼	▼	▲ BG,BH	▲ BG,BH	▼	▼ *	▲ BJ,BK,BL	▼	▼	▼ *
Moins souvent	10%	7%	25%	8%	9%	9%	10%	7%	22%	28%	-	10%	24%	13%	23%	4%	5%	15%	19%	5%	1%	-	100%	-	-
		▲ AO,AQ		**		AX	AX	▼	AS,AT,AU,AX,AZ	AS,AT,AU,AX,AZ	▼ *	AX	AS,AT,AU,AX,AZ	BC,BD	▲ BA,BC,BD	▼	▼	▲ BG,BH	▲ BG,BH	▼	▼ *	▼	▲ BL,BK,BL*	▼	▼ *
Autant qu'avant	41%	23%	27%	59%	39%	16%	26%	59%	27%	43%	37%	22%	33%	27%	18%	63%	34%	22%	15%	65%	21%	-	100%	-	-
	▼	▼	▲ AO,AP	**	▼	▼ AS,AY	AS,AT,AV,AX,AY	▼ *	AS,AT,AY*	AS,AY*	▼ AS	AS,AY*	▼	▼	▲ BA,BB,BD	BB	▼	-	▲ BE,BF,BH	▼ *	▼	▼ *	▲ BL,BJ,BL	▼ *	▼ *
Je ne sais pas	9%	4%	17%	11%	34%	5%	7%	9%	13%	14%	30%	7%	6%	6%	6%	3%	25%	8%	5%	3%	49%	▼	-	100%	-
	▼	▲ AO	AO	**			▼	*	S,AT,AU,AV,AY	*	▼	AS,AY*			▼	▲ BA,BB,BC	▼	▼	▼	▼	▲ BE,BF,BG*	▼	▼	▼	▲ BL,BJ,BK*

Ach4. Parmi la liste ci-dessous, pour quelle(s) catégorie(s) de produit avez-vous effectué des achats en ligne au cours des 12 derniers mois ?Veuillez sélectionner toutes les réponses qui s'appliquent.

Base brute		922	347	106	446	23	129	230	426	65	35	37	359	100	212	151	355	204	265	150	429	78	369	89	378	86	
Base: adultes français ayant effectué des achats en ligne au cours des 12 derniers mois		920	344	106	446	24	127	230	426	65	35	37	357	100	209	151	354	206	262	150	429	78	367	89	378	86	
Vêtements, chaussures et accessoires		58%	69%	49%	53%	27%	70%	65%	53%	57%	51%	40%	67%	55%	70%	57%	58%	47%	68%	58%	56%	38%	67%	53%	54%	42%	
			▲ AP,AQ			**	▲ AU,AW,AX,AZ	▲ AU,AX	▼	*	*	▼ *	▲ AU,AX,AZ	*	▲ BB,BC,BD	BD	▼	▲ BF,BG,BH	BH	BH	▼ *	▲ BJ,BK,BL	*	BL	▼ *	*	
Produits culturels (livres, jeux etc.)		47%	56%	26%	45%	26%	57%	51%	45%	33%	34%	40%	53%	33%	59%	36%	50%	37%	48%	44%	49%	31%	49%	35%	51%	32%	
			▲ AP,AQ	▼	AP	**	▲ AU,AV,AW,AZ	AV,AZ	AZ	▼ *	*	*	▲ AU,AV,AW,AZ	▼ *	▲ BB,BC,BD	▼	BB,BD	▼	BH	BH	BH	▼ *	BJ,BL	▼ *	BJ,BL	▼ *	
Produits high-tech, électroménagers		39%	41%	20%	42%	22%	**	45%	39%	38%	31%	37%	*	33%	42%	33%	43%	39%	40%	32%	37%	49%	38%	25%	42%	16%	
			AP	▼	AP	**	*	50%	*	*	*	37%	*	33%	*	42%	33%	43%	39%	40%	32%	37%	49%	38%	25%	42%	
Cosmétiques et produits de beauté		36%	46%	24%	31%	**	44%	**	40%	41%	29%	▼	38%	*	43%	*	24%	*	44%	39%	43%	41%	33%	30%	39%	42%	
			▲ AP,AQ	▼	**	**	▲ AU,AX	AU	▼	38%	▼	*	43%	*	24%	*	44%	39%	43%	41%	33%	30%	39%	42%	34%	23%	
Produits alimentaires		33%	44%	18%	29%	22%	**	50%	38%	28%	31%	20%	14%	42%	27%	52%	26%	29%	25%	36%	39%	30%	28%	44%	29%	25%	
			▲ AP,AQ	▼	AP	**	AU,AV,AW,AX,AY	AU,AW,AX	▼	*	*	▼ *	▲ AU,AW,AX,AZ	*	▲ BB,BC,BD	*	▼	*	*	BG	BG	*	▲ BJ,BK,BL	*	▼	▼ *	
Meubles et décoration		26%	34%	19%	22%	9%	**	37%	30%	22%	25%	22%	16%	33%	24%	34%	29%	22%	22%	33%	28%	24%	13%	32%	30%	21%	
			▲ AP,AQ			**	▲ AU,AX,AZ	AU	▼	*	*	*	*	▲ AU,AX	*	▲ BC,BD	*	*	▲ BG,BH	BH	BH	▼ *	▲ BK,BL	*	▼	21%	14%
Produits pour enfants		23%	30%	13%	20%	4%	**	36%	24%	20%	20%	*	8%	28%	20%	*	32%	18%	21%	19%	26%	21%	21%	20%	27%	22%	
			▲ AP,AQ	▼	**	**	AT,AU,AV,AX,AY	AX	*	*	*	▼ *	▲ AT,AU,AX	*	▲ BB,BC,BD	*	▼	*	*	*	BK,BL	BK,BL	*	▼	21%	14%	*
Produits de bricolage et jardin		21%	25%	8%	22%	4%	**	25%	24%	21%	22%	14%	8%	24%	19%	25%	25%	23%	13%	22%	23%	21%	17%	24%	20%	21%	
			AP	▼	AP	**	AX	AX	AX	*	*	▼ *	AX	*	BD	BD	BD	BD	BD	BD	BD	BD	BD	BD	BD	BD	BD
Loisirs, voyages		16%	16%	15%	17%	21%	**	18%	15%	16%	21%	20%	13%	16%	21%	17%	16%	19%	12%	15%	17%	18%	11%	16%	17%	18%	
			*	*	*	**	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Aucune de ces catégories		5%	2%	7%	7%	22%	**	5%	1%	7%	3%	12%	22%	2%	6%	1%	4%	5%	11%	2%	3%	6%	18%	2%	4%	6%	
		▼	AO	AO	**	AT	AT	AT	AT	AT	AT	AT	AT	AT	AT	AT	AT	AT	AT	AT	AT	AT	AT	AT	AT	AT	

Par rapport à l'année dernière (avant la crise sanitaire), dans quelle mesure vos achats en ligne des catégories de produits suivantes ont-ils évolués ?Veuillez sélectionner une seule réponse.J'ai acheté des ...

ach5_1. Loisirs, voyages

Base brute	153	55	16	77	5	24	36	67	14	7	5	60	21	37	24	68	24	39	26	79	9	61	15	69	8
Base: adultes français ayant acheté en ligne	151	54	16	76	5	23	36	66	14	7	5	59	21	37	24	67	24	38	26	78	9	60	15	68	8
Plus souvent	14%	25%	19%	5%	-	30%	22%	6%	14%	-	-	25%	9%	22%	17%	7%	16%	33%	16%	4%	10%	26%	7%	6%	-
	AQ*	**	**	*	**	**	AU*	▼ *	**	**	**	▲ AU*	**	BC*	*	*	**	▲ BG*	**	▼ *	**	▲ BK*	**	*	*
Moins souvent	36%	39%	50%	30%	40%	46%	34%	29%	43%	56%	42%	39%	47%	35%	50%	33%	30%	29%	58%	34%	12%	35%	40%	35%	37%
	*	*	**	**	**	**	*	*	**	**	**	*	**	*	*	*	**	*	*	*	*	*	*	*	*
Autant qu'avant	50%	34%	31%	65%	41%	20%	44%	65%	43%	44%	39%	35%	44%	44%	34%	57%	54%	35%	27%	62%	68%	37%	53%	59%	52%
	*	*	**	▲ AO*	**	**	*	▲ AT,AY*	**	**	**	▼ *	**	*	*	*	*	*	*	BE*	*	*	*	*	*
Je ne sais pas	1%	2%	-	-	18%	4%	-	-	-	-	19%	2%	-	-	-	3%	-	3%	-	-	10%	2%	-	-	11%
	*	*	**	*	**	**	*	*	*	*	**	*	**	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*

YouGovMKTG

Achat en ligne

Terrain du 19 au 21 février 2021 - L'enquête a été réalisée sur 1017 personnes représentatives de la population nationale française âgée de 18 ans et plus.



	Total	Genre		Age						Région					CSP			Situation professionnelle					
		Homme	Femme	18-24	25-34	35-44	45-54	55+	18-34	Nord-Est	Nord-Ouest	Région Parisienne	Sud-Est	Sud-Ouest	CSP +	CSP -	Inactifs	Travaille	Sans emploi	Etudiant	Retraité	Autre	
		A	B	C	D	E	F	G	AN	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	
ach5_2. Produits alimentaires																							
	Base brute	304	130	174	25	58	63	54	104	83	77	49	67	69	42	115	103	86	161	19	21	53	50
	Base: adultes français ayant acheté en ligne	302	132	170	25	56	63	52	106	81	75	49	63	73	42	112	101	90	157	19	21	56	49
	Plus souvent	58%	57%	59%	64%	55%	61%	59%	56%	58%	59%	51%	54%	61%	67%	60%	56%	58%	55%	63%	67%	59%	62%
	Moins souvent	3%	4%	2%	8%	7%	2%	2%	2%	7%	-	4%	9%	3%	-	5%	2%	2%	4%	6%	4%	-	2%
	Autant qu'avant	37%	37%	38%	28%	38%	36%	39%	39%	35%	39%	43%	37%	36%	31%	33%	43%	37%	31%	29%	38%	34%	
	Je ne sais pas	1%	2%	1%	-	-	2%	-	3%	-	3%	2%	-	-	3%	2%	-	2%	1%	-	-	4%	2%
ach5_3. Produits culturels (livres, jeux etc.)																							
	Base brute	433	169	264	45	73	78	81	156	118	110	71	99	108	45	194	123	116	233	28	33	84	55
	Base: adultes français ayant acheté en ligne	430	171	259	45	70	78	78	159	115	106	71	92	114	46	188	120	122	227	27	33	88	54
	Plus souvent	40%	34%	44%	54%	37%	50%	42%	32%	43%	42%	39%	38%	44%	33%	43%	46%	30%	43%	47%	64%	28%	34%
	Moins souvent	7%	5%	8%	9%	9%	5%	7%	6%	9%	8%	7%	8%	6%	4%	5%	6%	11%	4%	18%	9%	7%	11%
	Autant qu'avant	51%	59%	46%	37%	54%	44%	49%	59%	47%	50%	49%	53%	49%	60%	52%	46%	55%	53%	35%	27%	62%	51%
	Je ne sais pas	1%	1%	2%	-	-	1%	1%	3%	-	-	4%	1%	1%	2%	0%	1%	4%	0%	-	-	4%	4%
ach5_4. Vêtements, chaussures et accessoires																							
	Base brute	539	206	333	59	98	94	113	175	157	143	96	120	125	55	220	178	141	298	38	43	86	74
	Base: adultes français ayant acheté en ligne	534	208	326	59	94	94	109	179	153	138	95	112	132	56	213	173	148	290	38	43	90	73
	Plus souvent	34%	29%	38%	48%	40%	46%	37%	19%	43%	36%	27%	41%	36%	25%	40%	38%	20%	37%	34%	56%	17%	32%
	Moins souvent	13%	12%	14%	19%	17%	10%	11%	12%	18%	13%	11%	13%	13%	15%	9%	15%	17%	11%	24%	14%	14%	15%
	Autant qu'avant	52%	59%	48%	33%	42%	45%	52%	67%	39%	51%	59%	46%	50%	60%	51%	46%	60%	52%	42%	30%	67%	51%
	Je ne sais pas	1%	1%	1%	-	1%	-	-	2%	1%	-	2%	-	2%	-	-	1%	2%	0%	-	-	2%	1%
ach5_5. Cosmétiques et produits de beauté																							
	Base brute	335	108	227	29	65	56	67	118	94	92	58	76	74	35	135	109	91	182	28	21	55	49
	Base: adultes français ayant acheté en ligne	331	109	222	29	62	56	64	120	91	89	58	71	78	36	130	106	95	177	27	21	58	48
	Plus souvent	35%	35%	35%	38%	33%	47%	43%	26%	35%	34%	32%	35%	36%	40%	40%	36%	28%	41%	29%	38%	26%	28%
	Moins souvent	12%	15%	11%	11%	13%	12%	13%	12%	12%	9%	15%	12%	18%	6%	10%	17%	10%	14%	14%	9%	13%	4%
	Autant qu'avant	50%	47%	52%	48%	54%	39%	42%	58%	52%	57%	47%	53%	40%	54%	48%	47%	57%	44%	57%	48%	54%	65%
	Je ne sais pas	3%	3%	2%	3%	-	2%	2%	4%	1%	1%	5%	-	6%	-	2%	-	6%	1%	-	5%	7%	2%
ach5_6. Produits high-tech, électroménagers																							
	Base brute	358	194	164	35	70	55	68	130	105	90	55	84	82	47	134	107	117	188	24	28	80	38
	Base: adultes français ayant acheté en ligne	357	197	160	35	67	55	66	134	102	87	55	79	87	48	130	105	122	183	24	28	84	38
	Plus souvent	26%	27%	25%	38%	22%	33%	28%	21%	27%	30%	15%	23%	32%	26%	31%	24%	23%	31%	31%	37%	13%	21%
	Moins souvent	11%	11%	12%	11%	8%	15%	13%	10%	9%	8%	18%	10%	12%	11%	9%	13%	12%	9%	13%	18%	13%	13%
	Autant qu'avant	61%	62%	59%	45%	67%	50%	58%	67%	59%	59%	63%	65%	55%	64%	58%	60%	64%	59%	57%	39%	73%	58%
	Je ne sais pas	2%	1%	4%	6%	3%	2%	1%	2%	4%	3%	4%	2%	1%	-	2%	3%	2%	1%	-	7%	1%	8%
ach5_7. Meubles et décoration																							
	Base brute	243	85	158	22	56	39	45	81	78	61	40	63	51	28	104	79	60	130	18	17	43	35
	Base: adultes français ayant acheté en ligne	239	85	154	22	53	39	43	82	76	59	40	59	54	28	100	77	63	126	18	17	45	34
	Plus souvent	38%	39%	38%	23%	36%	38%	51%	37%	32%	46%	30%	43%	29%	40%	33%	44%	38%	39%	45%	29%	28%	49%
	Moins souvent	12%	15%	10%	18%	9%	13%	9%	12%	11%	15%	12%	11%	12%	4%	10%	13%	13%	10%	16%	18%	18%	3%
	Autant qu'avant	48%	44%	50%	50%	52%	48%	38%	48%	51%	38%	50%	45%	57%	53%	53%	43%	45%	51%	39%	41%	51%	37%
	Je ne sais pas	3%	2%	3%	9%	4%	-	2%	2%	5%	2%	8%	2%	2%	4%	4%	1%	3%	-	-	12%	2%	11%

YouGovMKTG

Achat en ligne

Terrain du 19 au 21 février 2021 - L'enquête a été réalisée sur 1017 personnes représentatives de la population nationale française âgée de 18 ans et plus.



		Total	Statut marital			Enfants		Comptes sur réseaux sociaux						Niveau d'éducation atteint				Zone d'habitation			
			En couple	Célibataire	Autre	Avec enfant	Sans enfant	Facebook	Twitter	LinkedIn	Google+	Autre	Net: Utilisateurs	Aucun	Non-titulaire du baccalauréat	Baccalauréat ou équivalent	Etudes supérieures	Autre	Un village ou une zone rurale	Une petite ville ou une ville de taille moyenne	Une grande ville
		U	V	W	X	Y	Z	AA	AB	AC	AD	AE	AF	AG	AH	AI	AJ	AK	AL	AM	
ach5_2. Produits alimentaires																					
	Base brute	304	211	88	5	120	184	241	93	88	-	212	278	20	72	74	155	3	93	126	85
	Base: adultes français ayant acheté en ligne	302	210	87	5	117	185	239	92	86	-	210	275	21	72	73	153	3	93	125	84
	Plus souvent	58%	60%	53%	58%	62%	56%	60%	58%	59%	-	61%	59%	54%	57%	56%	60%	35%	54%	58%	63%
		*	*	*	**	*	*	*	*	*	**	*	*	**	*	*	*	**	*	*	*
	Moins souvent	3%	3%	5%	-	3%	3%	3%	5%	4%	-	3%	3%	-	3%	4%	3%	-	3%	3%	3%
		*	*	*	**	*	*	*	*	*	**	*	*	**	*	*	*	**	*	*	*
	Autant qu'avant	37%	37%	40%	22%	34%	39%	36%	37%	35%	-	35%	37%	46%	37%	40%	36%	65%	41%	38%	33%
		*	*	*	**	*	*	*	*	*	**	*	*	**	*	*	*	**	*	*	*
	Je ne sais pas	1%	0%	2%	20%	1%	2%	1%	-	1%	-	1%	1%	-	3%	-	1%	-	2%	1%	1%
		*	*	*	**	*	*	*	*	*	**	*	*	**	*	*	*	**	*	*	*
ach5_3. Produits culturels (livres, jeux etc.)																					
	Base brute	433	298	129	6	164	269	347	139	132	-	293	394	34	78	112	237	6	133	176	124
	Base: adultes français ayant acheté en ligne	430	296	128	6	160	269	344	137	129	-	290	390	34	79	112	233	6	132	175	122
	Plus souvent	40%	39%	44%	34%	47%	36%	42%	42%	42%	-	44%	42%	22%	33%	46%	41%	-	35%	39%	47%
		*	*	*	**	Y	AF	AF	AF	AF	**	▲ AF	▲ AF	▼ *	*	*	*	**	*	*	*
	Moins souvent	7%	5%	11%	33%	5%	8%	7%	6%	7%	-	8%	7%	6%	9%	9%	6%	-	4%	6%	11%
		*	*	U	**	*	*	*	*	*	**	*	*	*	*	*	*	**	*	*	*
	Autant qu'avant	51%	55%	44%	33%	47%	54%	50%	52%	51%	-	47%	50%	66%	55%	45%	52%	100%	58%	52%	42%
		*	V	*	**	*	*	*	*	*	**	▼	▼	AD*	*	*	*	**	AM	*	*
	Je ne sais pas	1%	2%	1%	-	1%	2%	1%	1%	1%	-	1%	1%	6%	3%	1%	1%	-	2%	2%	-
		*	*	*	**	*	*	*	*	*	**	▼	▼	AD.AE*	*	*	*	*	*	*	*
ach5_4. Vêtements, chaussures et accessoires																					
	Base brute	539	371	159	9	209	330	445	166	166	-	363	494	36	119	138	274	8	169	230	140
	Base: adultes français ayant acheté en ligne	534	367	158	9	204	330	441	163	162	-	358	488	36	119	137	270	8	169	227	137
	Plus souvent	34%	33%	37%	32%	43%	29%	36%	40%	35%	-	38%	36%	8%	22%	39%	38%	13%	30%	36%	37%
		*	*	*	**	▲ Y	AF	AF	AF	AF	**	▲ AF	▲ AF	▼ *	▼	AG	AG	**	*	*	*
	Moins souvent	13%	11%	17%	22%	10%	15%	12%	13%	11%	-	13%	13%	14%	20%	14%	9%	13%	11%	11%	19%
		*	*	*	**	*	*	*	*	*	**	*	*	*	AI	*	*	**	*	AK.AL	*
	Autant qu'avant	52%	55%	45%	46%	47%	55%	51%	46%	53%	-	48%	51%	76%	57%	46%	52%	74%	58%	52%	43%
		*	V	*	**	*	*	AD	*	*	**	▼	▼ AD	Z.AA.AB.AD.AE*	*	*	*	**	AM	*	*
	Je ne sais pas	1%	1%	1%	-	1%	1%	1%	1%	1%	-	1%	1%	3%	2%	-	1%	-	1%	0%	1%
		*	*	*	**	*	*	*	*	*	**	*	*	*	*	*	*	**	*	*	*
ach5_5. Cosmétiques et produits de beauté																					
	Base brute	335	228	102	5	119	216	274	111	105	-	240	308	22	66	86	177	6	98	147	90
	Base: adultes français ayant acheté en ligne	331	225	101	5	116	215	271	109	102	-	236	304	22	66	85	174	6	97	146	88
	Plus souvent	35%	37%	32%	20%	44%	31%	34%	42%	30%	-	37%	35%	28%	24%	35%	40%	19%	35%	35%	36%
		*	*	*	**	Y	*	ZAB	*	*	**	*	*	**	*	*	AG	**	*	*	*
	Moins souvent	12%	10%	17%	20%	11%	13%	12%	8%	11%	-	10%	12%	13%	14%	14%	11%	-	12%	10%	16%
		*	*	*	**	*	*	*	*	*	**	*	*	**	*	*	*	*	*	*	*
	Autant qu'avant	50%	50%	49%	61%	44%	53%	51%	48%	55%	-	51%	50%	59%	57%	50%	47%	63%	49%	52%	48%
		*	*	*	**	*	*	*	*	*	**	*	*	**	*	*	*	**	*	*	*
	Je ne sais pas	3%	3%	2%	-	2%	3%	3%	2%	4%	-	2%	3%	-	5%	1%	2%	18%	4%	3%	-
		*	*	*	**	*	*	*	*	*	**	*	*	*	*	*	*	**	AM*	*	*
ach5_6. Produits high-tech, électroménagers																					
	Base brute	358	239	116	3	112	246	290	117	113	-	244	323	29	78	86	189	5	96	160	102
	Base: adultes français ayant acheté en ligne	357	238	116	3	110	247	289	116	111	-	241	321	30	79	86	187	5	97	159	101
	Plus souvent	26%	27%	24%	-	32%	23%	26%	29%	33%	-	28%	27%	20%	18%	24%	30%	21%	23%	24%	33%
		*	*	*	**	*	*	*	*	*	**	*	*	**	*	*	AG	**	*	*	*
	Moins souvent	11%	10%	14%	-	9%	12%	11%	7%	9%	-	10%	11%	10%	17%	12%	9%	-	8%	12%	14%
		*	*	*	**	*	*	*	*	*	**	*	*	**	*	*	*	**	*	*	*
	Autant qu'avant	61%	62%	59%	34%	56%	62%	61%	60%	57%	-	58%	60%	70%	61%	59%	60%	79%	67%	64%	50%
		*	*	*	**	*	*	*	*	*	**	*	*	**	*	*	*	**	AM*	AM	▼
	Je ne sais pas	2%	1%	3%	66%	3%	2%	2%	3%	2%	-	3%	2%	-	4%	5%	0%	-	3%	1%	4%
		*	*	*	**	*	*	*	*	*	**	*	*	**	AI*	AI*	*	**	*	*	*
ach5_7. Meubles et décoration																					
	Base brute	243	166	74	3	89	154	196	71	87	-	167	221	14	42	56	141	4	68	104	71
	Base: adultes français ayant acheté en ligne	239	163	73	3	86	153	193	70	85	-	164	218	14	41	55	139	4	68	103	68
	Plus souvent	38%	38%	40%	-	40%	37%	38%	41%	41%	-	40%	38%	28%	40%	32%	39%	51%	30%	40%	42%
		*	*	*	**	*	*	*	*	*	**	*	*	**	*	*	*	**	*	*	*
	Moins souvent	12%	13%	8%	-	12%	11%	10%	9%	12%	-	10%	10%	28%	12%	11%	11%	26%	13%	9%	14%
		*	*	*	**	*	*	*	*	*	**	*	*	**	*	*	*	**	*	*	*
	Autant qu'avant	48%	47%	47%	69%	45%	49%	50%	48%	42%	-	46%	48%	43%	43%	52%	48%	23%	53%	49%	39%
		*	*	*	**	*	*	*	*	*	**	*	*	**	*	*	*	**	*	*	*
	Je ne sais pas	3%	2%	4%	31%	2%	3%	3%	3%	5%	-	4%	3%	-	5%	6%	1%	-	3%	2%	4%
		*	*	*	**	*	*	*	*	*	**	*	*	**	*	*	*	**	*	*	*



Total	Evolution achat en ligne				Evolution panier moyen								Evolution des services ... le click & collect (retrait en magasin)				Evolution des services ... la livraison en point relais				Evolution des services ... la livraison à domicile				
	Plus souvent	Moins souvent	Autant qu'avant	Je ne sais pas	A beaucoup augmenté	A un peu augmenté	Est resté le même	A un peu diminué	A beaucoup diminué	Je ne sais pas	Augmenté	Diminué	Plus souvent	Moins souvent	Autant qu'avant	Je ne sais pas	Plus souvent	Moins souvent	Autant qu'avant	Je ne sais pas	Plus souvent	Moins souvent	Autant qu'avant	Je ne sais pas	
	AO	AP	AQ	AR	AS	AT	AU	AV	AW	AX	AY	AZ	BA	BB	BC	BD	BE	BF	BG	BH	BI	BJ	BK	BL	
ach5_2. Produits alimentaires																									
Base brute	304	151	19	129	5	65	86	121	20	7	5	151	27	110	39	103	52	95	58	129	22	163	26	97	18
Base: adultes français ayant acheté en ligne	302	150	19	128	5	64	87	120	20	7	5	150	27	108	39	103	52	94	58	128	22	162	26	96	18
Plus souvent	58%	80%	31%	37%	40%	85%	74%	37%	40%	57%	20%	78%	44%	75%	64%	42%	50%	76%	68%	44%	37%	72%	54%	38%	39%
	▲ AQ	**	▼	**	▲ AU*	▲ AU*	▼	**	**	**	**	▲ AU	**	▲ BC.BD	BC*	▼	*	▲ BG*	BG*	▼	**	▲ BK	**	▼ *	**
Moins souvent	3%	2%	15%	3%	-	3%	2%	10%	28%	-	3%	15%	3%	10%	3%	2%	2%	3%	3%	2%	9%	2%	12%	2%	11%
	**	**	**	**	*	*	*	**	**	**	**	**	**	▲ BC*	*	*	*	*	*	**	**	**	*	*	**
Autant qu'avant	37%	17%	48%	58%	60%	12%	23%	60%	41%	14%	80%	18%	34%	22%	56%	43%	21%	29%	52%	45%	25%	34%	59%	39%	
	▼	**	▲ AO	**	▼ *	▼ *	▲ AS.AT.AY	**	**	**	▼	**	▼	*	▲ BA.BB	BA*	▼ *	*	▲ BE.BF	**	▼	**	▲ B*	**	
Je ne sais pas	1%	1%	5%	2%	-	-	1%	10%	-	-	-	1%	7%	1%	-	6%	-	-	2%	9%	1%	-	1%	11%	
	**	**	**	**	*	*	1%	**	**	**	**	**	**	*	-	▲ BC*	*	*	*	**	1%	**	*	**	
ach5_3. Produits culturels (livres, jeux etc.)																									
Base brute	433	197	28	202	6	74	117	194	21	12	15	191	33	125	55	178	75	129	67	213	24	182	32	192	27
Base: adultes français ayant acheté en ligne	430	194	28	201	6	73	117	192	21	12	15	189	33	123	55	177	76	127	67	212	24	180	31	191	27
Plus souvent	40%	67%	28%	17%	-	74%	58%	21%	25%	17%	32%	64%	22%	61%	45%	29%	30%	66%	41%	26%	34%	59%	50%	23%	26%
	▲ AQ	**	▼	**	▲ AT.AU.AY.AZ*	▲ AU.AZ	▼	**	**	**	**	▲ AT.AU.AZ	▼ *	▲ BC.BD	BC*	▼	*	▲ BF.BG	BG*	▼	**	▲ BK	BK*	▼	**
Moins souvent	7%	6%	25%	5%	-	11%	5%	3%	28%	33%	-	8%	30%	7%	20%	4%	4%	7%	18%	3%	12%	9%	13%	4%	8%
	**	**	**	**	▲ AU*	▲ AU*	▼	**	**	**	▲ AU	▲ AS.AT.AU.AY*	*	▲ BA.BC.BD*	*	*	▲ BE.BG*	▲ BE.BG*	▼	**	BK	BK*	*	**	
Autant qu'avant	51%	26%	46%	76%	67%	15%	33%	76%	42%	50%	62%	26%	45%	32%	34%	66%	61%	41%	70%	46%	31%	37%	71%	63%	
	▼	**	▲ AO	**	▼ *	▼ *	▼ AS.AY	▲ AS.AT.AY.AZ	**	**	**	▼ AS	AS.AY*	▼	▼ *	BA.BB	BA.BB*	▼	BE*	▲ BE.BF	**	▼	*	▲ BL.BJ	**
Je ne sais pas	1%	1%	-	2%	33%	-	4%	-	5%	-	6%	2%	3%	-	-	2%	4%	-	-	2%	8%	1%	-	2%	3%
	**	**	**	**	**	▲ AU	▼	**	**	**	**	AU	AU*	*	*	2%	4%	*	*	2%	**	*	*	2%	**
ach5_4. Vêtements, chaussures et accessoires																									
Base brute	539	242	52	239	6	90	150	229	37	18	15	240	55	148	87	208	96	182	87	241	29	248	48	207	36
Base: adultes français ayant acheté en ligne	534	239	52	237	6	89	150	226	37	18	15	238	55	145	86	205	97	179	87	239	30	246	47	205	36
Plus souvent	34%	62%	10%	12%	-	67%	52%	16%	8%	-	46%	57%	5%	44%	41%	26%	30%	56%	29%	20%	25%	50%	25%	21%	19%
	▲ AP.AQ	▼ *	▼	**	AT.AU.AV.AY.A	▲ AU.AV.AZ	▼ AZ	▼ *	**	**	**	▲ AT.AU.AV.AZ	▼ *	▲ BC.BD	BC*	▼	*	▲ BF.BG	*	▼	**	▲ BJ.BK.BL	*	▼	*
Moins souvent	13%	9%	61%	7%	-	12%	8%	6%	52%	67%	20%	9%	57%	14%	24%	7%	15%	12%	27%	7%	24%	13%	23%	9%	22%
	**	**	▲ AO.AQ*	▼	**	*	▼	▲ AS.AT.AU.AY	**	**	**	▲ AS.AT.AU.AY	*	BC	▲ BC*	BC*	*	▲ BE.BG*	▼	**	**	BK*	23%	BK*	
Autant qu'avant	52%	28%	27%	80%	100%	21%	39%	78%	35%	33%	34%	32%	34%	40%	35%	67%	53%	31%	44%	71%	44%	36%	52%	70%	59%
	▼	▼ *	▲ AO.AP	**	▼ *	▼ AS.AY	AS.AT.AV.AY.A	▼ *	**	**	**	▼ AS	▼ *	▼	▼ *	▲ BA.BB.BD	BA.BB*	▼	BE*	▲ BE.BF	**	▼	B*	▲ BL.BJ	B*
Je ne sais pas	1%	0%	2%	1%	-	-	1%	-	6%	-	-	1%	4%	1%	-	-	2%	-	-	1%	7%	1%	-	1%	-
	*	*	1%	**	*	*	1%	▼	▲ AS.AU.AY*	**	**	▲ AU*	*	*	*	BC*	*	*	*	1%	**	*	*	1%	*
ach5_5. Cosmétiques et produits de beauté																									
Base brute	335	160	25	140	10	65	95	127	24	15	9	160	39	92	62	119	62	105	63	149	18	156	31	123	25
Base: adultes français ayant acheté en ligne	331	157	25	138	10	64	94	125	25	15	9	158	39	91	62	117	62	103	63	147	18	154	31	121	25
Plus souvent	35%	54%	29%	16%	21%	51%	52%	24%	17%	7%	-	52%	13%	45%	40%	31%	24%	55%	30%	26%	12%	53%	26%	18%	20%
	▲ AQ	**	**	▼	**	▲ AU.AZ*	▲ AU.AZ*	▼	**	**	**	▲ AU.AZ	▼ *	BC.BD*	*	*	*	▲ BF.BG	*	*	**	▲ BJ.BK	*	▼	**
Moins souvent	12%	11%	28%	10%	29%	14%	8%	9%	26%	33%	23%	11%	29%	14%	21%	5%	15%	8%	27%	8%	17%	13%	26%	9%	8%
	**	**	**	**	**	*	*	*	**	**	**	▲ AT.AU.AY*	*	BC*	BC*	▼	BC*	8%	27%	▲ BE.BG*	**	**	▲ BK*	**	**
Autant qu'avant	50%	34%	43%	70%	51%	32%	37%	66%	53%	60%	66%	35%	56%	39%	34%	64%	56%	33%	41%	64%	65%	32%	45%	72%	60%
	▼	**	**	▲ AO	**	▼ *	▼ *	▲ AS.AT.AY	**	**	**	▼	AS.AT.AY*	*	▼ *	▲ BA.BB	BA.BB*	▼	*	▲ BE.BF	**	▼	*	▲ BL.BJ	**
Je ne sais pas	3%	1%	-	5%	-	3%	2%	2%	4%	-	11%	3%	3%	2%	5%	-	5%	3%	2%	2%	6%	2%	3%	1%	12%
	**	**	**	**	**	AU*	AU*	▼	**	**	**	AU	AU*	*	*	BC*	*	*	*	2%	**	*	*	1%	**
ach5_6. Produits high-tech, électroménagers																									
Base brute	358	144	21	188	5	59	90	164	20	13	12	149	33	92	59	142	65	99	74	166	19	155	29	161	13
Base: adultes français ayant acheté en ligne	357	143	21	188	5	58	91	163	20	13	12	148	33	90	59	142	66	98	74	165	20	154	29	160	14
Plus souvent	26%	49%	29%	9%	-	61%	31%	14%	15%	16%	17%	43%	15%	39%	36%	19%	15%	42%	37%	14%	10%	44%	24%	11%	8%
	▲ AQ	**	**	▼	**	▲ AT.AU.AY.AZ*	AU*	**	**	**	**	▲ AT.AU.AZ	*	▲ BC.BD*	BC.BD*	*	*	▲ BG*	BG*	▼	**	▲ BK	**	▼	**
Moins souvent	11%	10%	23%	11%	19%	9%	11%	5%	45%	**	8%	10%	48%	10%	20%	6%	11%	10%	16%	9%	11%	10%	24%	11%	7%
	**	**	**	**	**	*	*	*	**	**	**	▲ AS.AT.AU.AY	*	▲ BA.BC.BD*	*	*	*	*	*	*	**	**	**	**	**
Autant qu'avant	61%	37%	43%	80%	81%	25%	54%	92%	35%	30%	67%	43%	33%	48%	35%	74%	73%	43%	43%	77%	74%	43%	51%	77%	85%
	▼	**	**	▲ AO	**	▼ *	AS.AY.AZ*	▲ AS.AT.AY.AZ	**	**	**	▼ AS	▼ *	▼ *	▼ *	▲ BA.BB	BA.BB*	▼ *	▼ *	▼ *	▲ BE.BF	**	**	**	**
Je ne sais pas	2%	4%	5%	0%	-	3%	-	-	5%	-	8%	4%	3%	3%	3%	1%	4%	4%	4%	-	5%	3%	-	2%	-
	AQ	**	**	**	**	AU*	AU*	▼	**	**	**	AU	AU*	*	*	*	*	BG*	BG*	-	**	**	**	*	**
ach5_7. Meubles et décoration																									
Base brute	243	120	20	101	2	49	70	94	16	8	6	119	24	73	45	80	45	89	42	102	10	119	27	79	18
Base: adultes français ayant acheté en ligne	239	117	20	100	2	47	69	93	16	8	6	116	24	71	44	79	45	87	42	101	10	117	26	78	18
Plus souvent	38%	52%	21%	25%	-	59%	45%	23%	**	37%	26%	33%	51%	34%	53%	38%	35%	46%	45%	28%	40%	53%	33%	15%	44%
	▲ AQ	**	**	▼	**	▲ AU*	AU*	▼	**	**	**	▲ AU	▲ BC*	*	*	*	*	BG*	*	*	**	▲ BK	**	▼ *	**
Moins souvent	12%	9%	34%	9%	50%	6%	13%	7%	31%	**	51%	-	10%	38%	8%	29%	6%	9%	10%	22%	9%	10%	23%	10%	11%
	**	**	**	**	**	*	*	*	**	**	**	**	**	*	▲ BA.BC.BD*	*	*	*	BG*	*	**	**	**	**	**
Autant qu'avant	48%	36%	40%	62%	50%	33%	39%	67%	31%	24%	34%	37%	29%	34%	33%	67%	49%	41%	31%	60%	50%	33%	44%	72%	39%
	▼	**	**	▲ AO	**	▼ *	*	▲ AS.AT.AY*	**	**	**	**	**	**	▼	▲ BA.BB.BD*	*	*	▼ *	▲ BE.BF	**	▼	**	▲ B*	**
Je ne sais pas	3%	2%	5%	3%	-	2%	3%	2%	-	-	33%	3%	-	6%	-	7%	3%	2%	3%	-	3%	-	-	2%	6%
	**	**	**	**	**	*	*	*	**	**	**	**	**	BC*	*	*	BC*	*	*	*	**	*	**	*	**

YouGovMKTG

Achat en ligne

Terrain du 19 au 21 février 2021 - L'enquête a été réalisée sur 1017 personnes représentatives de la population nationale française âgée de 18 ans et plus.



Total	Genre		Age						Région					CSP			Situation professionnelle				
	Homme	Femme	18-24	25-34	35-44	45-54	55+	18-34	Nord-Est	Nord-Ouest	Région Parisienne	Sud-Est	Sud-Ouest	CSP +	CSP -	Inactifs	Travailleur	Sans emploi	Etudiant	Retraité	Autre
	A	B	C	D	E	F	G	AN	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T

ach5. 8. Produits de bricolage et jardin

Base: adultes français ayant acheté en ligne	Base brute	196	111	85	6	31	29	47	83	37	48	40	34	51	23	75	52	69	100	11	6	47	32
		196	113	83	6	30	29	46	86	36	47	40	32	54	24	73	51	72	98	11	6	50	32
	Plus souvent	37%	34%	42%	34%	42%	55%	40%	29%	40%	38%	25%	53%	41%	30%	42%	44%	29%	41%	63%	35%	23%	40%
		*	**	*	**	*	*	*	*	*	*	*	*	*	**	*	*	*	S*	**	**	*	*
	Moins souvent	10%	10%	9%	50%	3%	14%	6%	10%	11%	12%	10%	9%	8%	9%	9%	14%	7%	9%	-	32%	15%	3%
		*	**	*	**	*	*	*	*	*	*	*	*	*	**	*	*	*	*	**	**	**	*
	Autant qu'avant	49%	52%	44%	16%	46%	27%	51%	58%	41%	44%	60%	36%	49%	56%	47%	40%	57%	49%	37%	16%	60%	41%
		*	**	*	*	**	*	*	*	*	J*	*	*	*	**	*	*	*	*	**	**	*	*
	Je ne sais pas	4%	4%	5%	-	10%	3%	2%	4%	8%	6%	5%	3%	2%	5%	3%	2%	7%	1%	-	17%	2%	16%
		*	**	*	*	**	*	*	*	*	*	*	*	*	**	*	*	*	*	**	**	*	▲ P.S*

ach5. 9. Produits pour enfants

Base brute	211	78	133	12	49	52	34	64	61	61	34	48	46	22	85	74	52	116	17	8	36	34
Base: adultes français ayant acheté en ligne	208	78	130	12	47	51	32	65	60	59	34	45	49	22	82	72	54	113	17	8	38	33
Plus souvent	43%	30%	52%	83%	47%	50%	32%	34%	54%	52%	35%	40%	43%	41%	46%	46%	36%	45%	59%	75%	28%	41%
Moins souvent	6%	7%	4%	8%	6%	4%	11%	3%	6%	5%	6%	10%	4%	-	6%	8%	2%	5%	11%	12%	5%	3%
Autant qu'avant	50%	61%	43%	9%	48%	44%	56%	60%	40%	43%	56%	46%	52%	59%	48%	45%	58%	49%	31%	14%	61%	56%
Je ne sais pas	1%	3%	1%	-	-	2%	-	3%	-	-	3%	4%	-	-	-	1%	4%	1%	-	-	5%	-

ach6. Enfin, parmi les critères d'achat suivants, quel(s) est/sont le(s) plus important(s) pour vous lors de l'achat de produits en ligne ?Veuillez sélectionner 3 réponses maximum.

Base brute	922	421	501	96	148	146	162	370	244	245	174	188	213	102	332	288	302	464	65	72	204	117
Base: adultes français ayant effectué des achats en ligne au cours des 12 derniers mois	920	427	493	97	143	145	156	379	239	238	174	177	227	104	322	281	316	453	65	71	214	116
Le prix du/des produits	59%	58%	60%	61%	61%	56%	60%	59%	61%	58%	60%	54%	63%	61%	59%	61%	58%	59%	49%	63%	60%	63%
Le prix de la livraison	44%	39%	49%	33%	48%	42%	49%	45%	42%	44%	48%	41%	43%	48%	45%	46%	43%	45%	44%	35%	43%	49%
Les délais de livraison	37%	37%	37%	31%	39%	40%	41%	34%	36%	38%	35%	34%	39%	36%	36%	38%	36%	39%	32%	24%	37%	36%
Les promotions	31%	27%	35%	42%	32%	38%	31%	26%	36%	33%	36%	31%	27%	29%	30%	36%	29%	32%	38%	41%	23%	36%
Le service de livraison disponible	18%	17%	19%	17%	18%	17%	15%	19%	18%	18%	16%	17%	21%	16%	18%	16%	19%	17%	27%	17%	16%	20%
La politique de retour des produits	17%	16%	18%	13%	11%	19%	15%	21%	12%	18%	17%	21%	14%	17%	17%	15%	20%	17%	16%	12%	23%	13%
La facilité d'utilisation du site	16%	17%	16%	10%	12%	16%	17%	20%	11%	17%	13%	17%	17%	17%	17%	12%	21%	15%	17%	14%	22%	16%
Le Made in France	16%	15%	16%	8%	14%	13%	15%	19%	12%	14%	14%	17%	15%	19%	16%	14%	17%	15%	11%	11%	19%	16%
La provenance du produit	14%	13%	15%	8%	11%	14%	13%	17%	10%	15%	11%	14%	14%	16%	15%	12%	15%	14%	15%	10%	16%	13%
La marque	14%	15%	13%	19%	12%	14%	15%	13%	15%	12%	12%	19%	14%	13%	15%	12%	15%	14%	17%	24%	13%	8%
Les labels	2%	2%	1%	2%	4%	1%	-	1%	3%	1%	3%	-	3%	1%	2%	2%	1%	2%	2%	1%	2%	-
Le packaging	2%	2%	1%	4%	3%	1%	1%	1%	3%	2%	1%	2%	2%	1%	1%	3%	1%	2%	2%	3%	1%	2%
Je ne sais pas	2%	3%	1%	7%	1%	-	1%	2%	4%	2%	4%	2%	1%	-	2%	1%	3%	1%	3%	7%	1%	2%
Aucun de ces critères	2%	3%	1%	1%	3%	1%	2%	2%	2%	1%	1%	2%	3%	3%	2%	2%	2%	2%	3%	-	3%	3%

YouGovMKTG

Achat en ligne
Terrain du 19 au 21 février 2021 - L'enquête a été réalisée
sur 1017 personnes représentatives de la population
nationale française âgée de 18 ans et plus.



ach5. 8. Produits de bricolage et jardin

Base brute	196	146	47	3	64	132	151	59	64	-	125	173	18	44	42	108	2	79	75	42
Base: adultes français ayant acheté en ligne	196	146	48	3	62	134	151	59	63	-	124	173	18	45	42	107	2	80	75	41
Plus souvent	37%	37%	36%	67%	42%	35%	42%	43%	52%	-	42%	41%	5%	22%	36%	44%	51%	35%	34%	48%
	*	*	**	*	*	*	▲ AE*	*	**		*	▲	**	*	*	AG	**	*	*	*
Moins souvent	10%	10%	9%	33%	11%	9%	7%	7%	11%	-	10%	9%	11%	16%	14%	5%	-	4%	15%	12%
	*	*	**	*	*	*	▼	*	*	**		Z	**	AI*	**	*	**	*	AK*	*
Autant qu'avant	49%	48%	53%	-	42%	52%	45%	45%	37%	-	45%	45%	84%	53%	48%	48%	49%	55%	49%	36%
	*	**	*	**	*	*	*	*	▼ *	**	*	▼	**	*	*	*	**	AM*	*	*
Je ne sais pas	4%	5%	2%	-	5%	4%	5%	5%	-	-	3%	5%	-	9%	2%	3%	-	6%	1%	5%
	*	*	**	*	*	*	AB	AB*	▼ *	**	AB	AB	**	*	*	*	*	*	*	*

ach5. 9. Produits pour enfants

Base brute	211	163	43	5	124	87	168	61	56	-	137	191	12	52	55	101	3	66	80	65
Base: adultes français ayant acheté en ligne	208	161	42	5	121	87	166	59	54	-	135	189	12	53	54	99	3	66	79	64
Plus souvent	43%	43%	47%	19%	47%	39%	46%	49%	43%	-	47%	45%	16%	38%	41%	48%	33%	47%	41%	43%
Moins souvent	6%	5%	6%	-	6%	5%	3%	2%	5%	-	5%	4%	17%	2%	7%	5%	67%	1%	6%	9%
Autant qu'avant	50%	51%	42%	81%	47%	53%	49%	49%	52%	-	46%	49%	59%	56%	52%	47%	-	52%	49%	48%
Je ne sais pas	1%	1%	5%	-	1%	2%	1%	-	-	-	1%	1%	8%	4%	-	1%	-	-	4%	-

ach6. Enfin, parmi les critères d'achat suivants, quel(s)
est/sont le/les plus important(s) pour vous lors de l'achat
de produits en ligne ?Veuillez sélectionner 3 réponses
maximum.

Base brute	922	613	289	20	302	620	716	243	242	-	569	810	81	220	243	441	18	272	407	243
Base: adultes français ayant effectué des achats en ligne au cours des 12 derniers mois	920	611	289	20	296	624	713	241	238	-	564	806	83	222	243	437	18	273	407	240
Le prix du/des produits	59%	57%	64%	60%	54%	62%	62%	64%	66%	-	61%	61%	58%	55%	64%	60%	28%	60%	61%	54%
Le prix de la livraison	44%	44%	48%	15%	45%	44%	45%	49%	43%	-	45%	44%	4%	43%	46%	45%	28%	48%	43%	42%
Les délais de livraison	37%	38%	34%	30%	33%	38%	36%	37%	37%	-	38%	37%	35%	39%	36%	36%	33%	40%	34%	36%
Les promotions	31%	30%	34%	24%	35%	29%	33%	31%	27%	-	31%	32%	21%	35%	34%	28%	40%	32%	31%	31%
Le service de livraison disponible	18%	17%	20%	15%	19%	17%	18%	18%	17%	-	19%	18%	11%	21%	15%	18%	-	17%	16%	21%
La politique de retour des produits	17%	19%	15%	5%	14%	19%	17%	19%	19%	-	17%	17%	19%	15%	15%	19%	17%	14%	21%	14%
La facilité d'utilisation du site	16%	18%	13%	20%	15%	17%	16%	12%	12%	-	13%	16%	20%	21%	12%	17%	18%	20%	14%	18%
Le Made in France	16%	16%	14%	15%	16%	15%	14%	15%	17%	-	15%	15%	15%	17%	13%	16%	43%	14%	15%	18%
La provenance du produit	14%	14%	13%	20%	11%	16%	14%	13%	14%	-	15%	14%	10%	13%	11%	16%	16%	14%	14%	14%
La marque	14%	13%	15%	20%	11%	15%	15%	15%	19%	-	17%	15%	12%	10%	15%	16%	-	13%	13%	17%
Les labels(s)	2%	2%	2%	-	2%	2%	1%	0%	2%	-	2%	2%	-	3%	1%	1%	-	3%	1%	1%
Le packaging	2%	2%	1%	-	1%	2%	1%	2%	2%	-	2%	1%	1%	1%	2%	1%	-	1%	1%	2%
Je ne sais pas	2%	2%	1%	15%	2%	2%	2%	3%	1%	-	2%	2%	4%	1%	2%	2%	17%	2%	2%	2%
Aucun de ces critères	2%	2%	2%	-	1%	2%	2%	0%	1%	-	1%	2%	4%	2%	2%	2%	-	1%	2%	2%



ach5_ 8. Produits de bricolage et jardin

	Base brute	196	87	9	99	1	32	54	88	14	5	3	86	19	52	37	81	26	59	35	89	13	89	18	79	10
Base: adultes français ayant acheté en ligne		196	87	9	99	1	31	55	88	14	5	3	86	19	51	37	81	26	59	35	89	13	89	18	79	10
Plus souvent	37%	57%	21%	22%	-	72%	48%	19%	29%	61%	30%	57%	37%	49%	54%	26%	26%	51%	51%	23%	38%	53%	32%	25%	-	
	AQ*	**	▼ *	**	▲ AT.AU.AY*	AU*	▼ *	**	**	**	**	▲ AT.AU*	**	BC*	BC*	*	**	BG*	BG*	▼ *	**	▲ BK*	53%	32%	25%	-
Moins souvent	10%	8%	68%	6%	-	12%	11%	5%	35%	-	-	12%	26%	7%	24%	4%	11%	10%	12%	8%	14%	10%	23%	5%	19%	
	*	*	**	*	**	*	*	▼ *	**	**	**	*	**	*	▲ BA.BC*	*	**	*	*	*	**	**	**	**	**	**
Autant qu'avant	49%	33%	11%	67%	-	13%	39%	74%	21%	20%	33%	30%	21%	40%	19%	67%	54%	36%	29%	65%	48%	32%	39%	66%	81%	
	▼ *	▲ AQ*	**	▲ AQ*	**	▼ *	AS.AY*	▲ AS.AT.AY*	**	**	**	▼ AS*	**	BB*	▼ *	▲ BA.BB*	**	▼ *	▲ BE.BF*	**	▼ *	▲ BI*	66%	81%	-	
Je ne sais pas	4%	2%	-	5%	100%	3%	2%	2%	14%	19%	37%	2%	15%	4%	2%	4%	8%	3%	9%	3%	-	5%	6%	4%	-	
	*	*	**	*	**	*	*	*	**	**	**	**	**	*	*	*	*	*	*	*	*	*	**	*	**	**

ach5_ 9. Produits pour enfants

Base: adultes français ayant acheté en ligne	211	104	14	92	1	47	55	86	13	7	3	102	20	69	27	75	40	71	32	92	16	100	20	79	12
Plus souvent	43%	64%	28%	23%	-	64%	65%	22%	24%	43%	32%	65%	30%	57%	55%	33%	32%	58%	53%	29%	45%	64%	40%	23%	16%
Moins souvent	6%	7%	28%	1%	-	13%	2%	3%	7%	16%	-	7%	10%	9%	11%	3%	2%	11%	3%	2%	6%	7%	11%	2%	8%
Autant qu'avant	50%	28%	44%	75%	-	23%	31%	72%	69%	41%	68%	28%	60%	33%	34%	63%	63%	29%	44%	67%	49%	27%	49%	75%	68%
Je ne sais pas	1%	1%	-	1%	100%	-	2%	2%	-	-	-	1%	-	2%	-	1%	3%	2%	-	2%	-	2%	-	-	8%

ach6. Enfin, parmi les critères d'achat suivants, quel(s) est/sont le/les plus important(s) pour vous lors de l'achat de produits en ligne ?

veuillez sélectionner 3 réponses maximum.

Base brute	922	347	106	446	23	129	230	426	65	35	37	359	100	212	151	355	204	265	150	429	78	369	89	378	86	
	Base: adultes français ayant effectué des achats en ligne au cours des 12 derniers mois																									
	920	344	106	446	24	127	230	426	65	35	37	357	100	209	151	354	206	262	150	429	78	367	89	378	86	
Le prix duites produits	59%	57%	58%	62%	47%	50%	59%	61%	68%	65%	57%	56%	67%	63%	48%	61%	61%	57%	58%	62%	56%	54%	58%	65%	56%	
					▼			AS	AS*				AS.AY*	BB		BB	BB						BI			
Le prix de la livraison	44%	47%	27%	48%	21%	45%	41%	49%	45%	23%	32%	42%	37%	48%	35%	49%	41%	44%	36%	50%	34%	44%	40%	48%	37%	
		▼			▼			AW	AW*	▼			AW	BB	▼	BB				BF.BH						
Les délais de livraison	37%	40%	23%	38%	23%	42%	40%	36%	27%	32%	32%	40%	28%	43%	34%	36%	33%	39%	39%	35%	34%	44%	22%	34%	30%	
		▼			▼			AV.AZ		*	*	AV.AZ		BD						*	▲	BJ.BK.BL	▼	BJ		
Les promotions	31%	34%	28%	29%	57%	36%	35%	28%	32%	26%	35%	35%	30%	30%	35%	31%	31%	35%	38%	28%	22%	35%	38%	26%	29%	
					▼			*	*	*	▲	AU	*	*	*	*	*	BG.BH	BG.BH	*	BK	BK*	*	*	*	
Le service de livraison disponible	18%	21%	15%	16%	13%	22%	18%	18%	18%	12%	5%	20%	16%	16%	20%	19%	16%	19%	19%	15%	24%	19%	18%	18%	10%	
					▼			AX	*	*	▼	AX	*	*	*	*	*	*	*	*	*	BL	*	*	*	
La politique de retour des produits	17%	14%	18%	19%	18%	13%	15%	20%	16%	15%	16%	14%	15%	24%	12%	17%	14%	16%	12%	21%	12%	17%	14%	20%	14%	
					▲			AY	*	*	*	▼	*	▲	BB.BD					BF	*	*	*	*	*	
La facilité d'utilisation du site	16%	18%	12%	17%	9%	12%	21%	16%	19%	14%	5%	18%	18%	13%	13%	18%	19%	15%	17%	16%	23%	18%	14%	16%	16%	
					▼			AS.AX	*	*	*	AS	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
Le Made in France	16%	16%	22%	14%	13%	22%	15%	13%	21%	20%	16%	17%	21%	14%	20%	14%	17%	15%	22%	14%	13%	19%	15%	12%	15%	
					▲			AU	*	*	*	AL*	*	*	*	*	*	*	▲	BG	*	BK	*	*	*	
La provenance du produit	14%	14%	14%	14%	17%	14%	14%	12%	25%	20%	8%	14%	23%	14%	18%	11%	15%	12%	11%	17%	10%	11%	15%	16%	16%	
					▲			AT.AU.AX.AY*	*	*	*	▲	AT.AU.AX.AY*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
La marque	14%	16%	14%	13%	9%	16%	14%	14%	10%	14%	11%	15%	12%	9%	20%	15%	13%	16%	17%	12%	10%	15%	14%	14%	6%	
					▼			*	*	*	*	*	*	▼	▲	BA	BA	*	*	*	BL	*	*	*	▼	
Le/les label(s)	2%	1%	6%	1%	-	2%	1%	2%	3%	3%	-	1%	3%	2%	3%	2%	0%	2%	3%	1%	-	1%	6%	2%	-	
			▲	AO.AQ	▼			*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
Le packaging	2%	1%	3%	1%	4%	1%	3%	1%	2%	3%	-	2%	2%	1%	3%	1%	2%	1%	3%	1%	1%	1%	5%	1%	2%	
					▼			*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	▲	BLBK*	*	*	
Je ne sais pas	2%	1%	5%	2%	9%	1%	1%	2%	-	-	16%	1%	-	2%	-	2%	4%	3%	-	2%	5%	1%	-	2%	6%	
			AO	▼	▼			*	*	*	AT.AU.AV.AW.A	▼	*	*	*	BB	BF.BG*	*	*	*	*	*	*	▲	BLBJ*	
Aucun de ces critères	2%	1%	2%	3%	9%	2%	0%	2%	-	11%	3%	1%	4%	0%	0%	4%	0%	5%	1%	1%	2%	9%	1%	4%	9%	
			AO	▼	▼			*	IS.AT.AU.AV.AY	*	▼	▼	AT.AV.AY*	*	*	BABC	▼	▲	BABC	*	▲	BE.BF.BG*	BI*	*	▲	BLBK*

YouGovMKTG

Achat en ligne

Terrain du 19 au 21 février 2021 - L'enquête a été réalisée sur 1017 personnes représentatives de la population nationale française âgée de 18 ans et plus.



Total	Genre		Age						Région					CSP			Situation professionnelle				
	Homme	Femme	18-24	25-34	35-44	45-54	55+	18-34	Nord-Est	Nord-Ouest	Region Parisienne	Sud-Est	Sud-Ouest	CSP +	CSP -	Inactifs	Travaille	Sans emploi	Etudiant	Retraité	Autre
	A	B	C	D	E	F	G	AN	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T

En comparaison avec l'année dernière (avant Covid-19) dans quelle mesure les critères suivants ont-ils gagnés en importance concernant vos achats en ligne ? Veuillez sélectionner une seule réponse par ligne.

ach7_1. La provenance du produit

Base: adultes français ayant des critères d'achats en ligne	Base brute	129	53	76	8	16	21	22	62	24	36	20	26	31	16	48	34	47	64	10	7	33	15
		129	54	75	8	15	21	21	64	23	35	20	25	33	17	47	33	49	63	10	7	34	15
	Beaucoup plus important	31%	19%	41%	38%	18%	38%	46%	27%	25%	40%	34%	22%	50%	37%	32%	26%	35%	40%	44%	15%	41%	
		A*	A*	A*	A*	A*	A*	A*	A*	A*	A*	A*	A*	A*	A*	A*	A*	A*	A*	A*	A*	A*	
	Plus important	19%	28%	12%	-	26%	19%	27%	17%	17%	28%	15%	20%	13%	12%	14%	12%	16%	39%	-	28%	7%	
		B*	B*	B*	B*	B*	B*	B*	B*	B*	B*	B*	B*	B*	B*	B*	B*	B*	B*	B*	B*	B*	
	Aussi important	48%	53%	45%	62%	56%	43%	23%	55%	58%	45%	45%	42%	64%	38%	46%	54%	47%	46%	21%	56%	57%	53%
		C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C
	Moins important	1%	-	1%	-	-	-	4%	-	-	3%	-	-	-	-	3%	-	1%	-	-	-	-	
		D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	
	Beaucoup moins important	1%	-	1%	-	-	-	1%	-	-	-	4%	-	-	2%	-	-	1%	-	-	-	-	
		E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	E	
	Net: Plus important	50%	47%	52%	38%	44%	57%	73%	43%	42%	53%	55%	54%	36%	62%	52%	44%	53%	51%	79%	44%	43%	47%
		F	F	F	F	F	F	F	F	F	F	F	F	F	F	F	F	F	F	F	F	F	
	Net: Moins important	1%	-	2%	-	-	-	4%	1%	-	3%	-	4%	-	-	2%	3%	-	3%	-	-	-	
		G	G	G	G	G	G	G	G	G	G	G	G	G	G	G	G	G	G	G	G	G	

ach7_2. Le Made in France

Base brute	143	62	81	8	21	19	25	70	29	34	25	32	32	20	51	40	52	69	7	8	40	19
Base: adultes français ayant des critères d'achats en ligne	143	63	80	8	20	19	24	71	28	33	25	30	34	20	50	39	54	67	7	8	42	19
Beaucoup plus important	44%	42%	45%	50%	28%	47%	57%	43%	34%	59%	32%	37%	50%	34%	41%	48%	44%	46%	59%	50%	37%	43%
Plus important	29%	35%	24%	37%	33%	32%	24%	27%	34%	27%	32%	25%	28%	35%	32%	30%	25%	31%	14%	37%	30%	21%
Aussi important	26%	23%	28%	12%	39%	21%	19%	27%	31%	15%	36%	34%	19%	31%	27%	22%	27%	23%	27%	13%	28%	36%
Moins important	1%	-	1%	-	-	-	1%	-	-	3%	-	-	-	-	-	2%	-	-	-	-	2%	-
Beaucoup moins important	1%	-	1%	-	-	-	2%	-	-	-	-	3%	-	-	-	2%	-	-	-	-	3%	-
Net: Plus important	73%	77%	69%	88%	61%	79%	81%	70%	69%	85%	64%	63%	78%	69%	73%	78%	69%	77%	73%	87%	67%	64%
Net: Moins important	1%	-	3%	-	-	-	3%	-	-	3%	-	3%	-	-	-	4%	-	-	-	5%	-	-

ach7_3. Le prix du/des produits

Base brute	545	245	300	59	90	82	96	218	149	143	104	101	134	63	195	175	175	273	32	45	122	73
Base: adultes français ayant des critères d'achats en ligne	545	249	295	59	87	82	93	224	146	139	104	95	143	64	190	171	184	266	32	45	128	73
Beaucoup plus important	23%	22%	25%	27%	27%	26%	22%	21%	27%	22%	20%	27%	24%	27%	24%	27%	20%	23%	25%	22%	18%	33%
Plus important	16%	14%	18%	19%	20%	18%	12%	15%	20%	18%	13%	17%	16%	16%	13%	18%	19%	14%	25%	20%	18%	15%
Aussi important	58%	61%	55%	51%	50%	55%	64%	62%	50%	58%	64%	54%	57%	56%	61%	54%	58%	61%	50%	49%	61%	51%
Moins important	2%	2%	2%	3%	3%	1%	2%	1%	3%	2%	3%	2%	2%	2%	2%	1%	3%	1%	-	9%	2%	2%
Beaucoup moins important	0%	-	0%	-	-	-	-	0%	-	-	-	-	1%	-	-	-	1%	-	-	-	1%	-
Net: Plus important	40%	36%	43%	46%	47%	44%	34%	36%	46%	40%	34%	43%	40%	43%	36%	44%	39%	38%	50%	43%	36%	48%
Net: Moins important	2%	2%	2%	3%	3%	1%	2%	2%	3%	2%	3%	2%	2%	2%	2%	1%	3%	1%	-	9%	3%	2%

YouGovMKTG

Achat en ligne

Terrain du 19 au 21 février 2021 - L'enquête a été réalisée sur 1017 personnes représentatives de la population nationale française âgée de 18 ans et plus.



Total	Statut marital			Enfants		Comptes sur réseaux sociaux							Niveau d'éducation atteint				Zone d'habitation		
	En couple	Célibataire	Autre	Avec enfant	Sans enfant	Facebook	Twitter	LinkedIn	Google+	Autre	Net: Utilisateurs	Aucun	Non-titulaire du baccalauréat	Baccalauréat ou équivalent	Etudes supérieures	Autre	Un village ou une zone rurale	Une petite ville ou une ville de taille moyenne	Une grande ville
	U	V	W	X	Y	Z	AA	AB	AC	AD	AE	AF	AG	AH	AI	AJ	AK	AL	AM

En comparaison avec l'année dernière (avant Covid-19) dans quelle mesure les critères suivants ont-ils gagnés en importance concernant vos achats en ligne ?Veuillez sélectionner une seule réponse par ligne.

ach7_1. La provenance du produit

Base brute	129	86	39	4	32	97	98	32	35	-	85	117	8	29	26	71	3	37	57	35
Base: adultes français ayant des critères d'achats en ligne	129	86	39	4	31	98	98	32	34	-	85	117	8	29	26	70	3	37	57	35
Beaucoup plus important	31%	30%	35%	27%	38%	29%	34%	43%	37%	-	38%	32%	26%	27%	35%	31%	64%	24%	33%	37%
	*	*	*	**	*	*	*	*	*	**	▲ AE*	*	**	**	*	**	*	*	*	*
Plus important	19%	22%	10%	24%	19%	19%	20%	13%	17%	-	16%	19%	12%	29%	19%	15%	-	24%	12%	23%
	*	*	*	**	*	*	*	*	*	**	*	**	**	**	**	*	*	*	*	*
Aussi important	48%	48%	50%	49%	43%	50%	43%	44%	44%	-	45%	47%	62%	45%	46%	51%	36%	49%	55%	38%
	*	*	*	**	*	*	▼ *	*	*	**	*	2	**	**	**	*	*	*	*	*
Moins important	1%	-	2%	-	-	1%	1%	-	-	-	-	1%	-	-	-	1%	-	2%	-	-
	*	*	*	**	*	*	*	*	*	*	*	AD	**	**	*	*	*	*	*	*
Beaucoup moins important	1%	-	2%	-	-	1%	1%	-	3%	-	1%	1%	-	-	-	1%	-	-	-	3%
	*	*	*	**	*	*	*	*	*	**	*	*	**	**	**	*	**	*	*	*
Net: Plus important	50%	52%	45%	51%	57%	48%	55%	56%	54%	-	54%	51%	38%	55%	54%	46%	64%	48%	45%	60%
	*	*	*	**	*	*	*	*	*	*	*	*	**	**	**	*	**	*	*	*
Net: Moins important	1%	-	5%	-	-	2%	2%	-	3%	-	1%	2%	-	-	-	3%	-	2%	-	3%
	*	*	U*	**	*	*	*	*	*	**	*	*	**	**	**	*	**	*	*	*

ach7_2. Le Made in France

Base brute	143	99	41	3	48	95	103	37	41	-	84	125	14	33	31	71	8	38	62	43
Base: adultes français ayant des critères d'achats en ligne	143	98	41	3	47	96	103	37	40	-	83	125	14	33	31	71	8	38	63	42
Beaucoup plus important	44%	45%	46%	-	44%	44%	46%	41%	39%	-	43%	43%	48%	52%	32%	45%	50%	45%	42%	47%
	*	*	*	**	*	*	*	*	*	**	*	*	**	*	*	*	**	*	*	*
Plus important	29%	33%	17%	33%	34%	26%	28%	30%	32%	-	30%	30%	22%	33%	29%	27%	25%	32%	27%	28%
	*	*	*	**	*	*	*	*	*	**	*	*	**	*	*	*	**	*	*	*
Aussi important	26%	21%	34%	67%	22%	27%	24%	29%	29%	-	27%	24%	30%	15%	39%	27%	12%	23%	28%	25%
	*	*	*	**	*	*	*	*	*	**	*	*	**	*	AG*	*	*	**	*	*
Moins important	1%	1%	-	-	-	1%	1%	-	-	-	-	1%	-	-	-	-	13%	-	2%	-
	*	*	*	**	*	*	*	*	*	**	*	*	**	*	*	*	**	*	*	*
Beaucoup moins important	1%	-	3%	-	-	1%	1%	-	-	-	-	1%	-	-	-	2%	-	-	2%	-
	*	*	*	**	*	*	*	*	*	**	*	*	**	*	*	*	*	*	*	*
Net: Plus important	73%	78%	63%	33%	78%	70%	74%	71%	71%	-	73%	74%	70%	85%	61%	72%	75%	77%	69%	75%
	*	*	*	**	*	*	*	*	*	**	*	*	**	AH*	*	*	**	*	*	*
Net: Moins important	1%	1%	3%	-	-	2%	2%	-	-	-	-	2%	-	-	-	2%	13%	-	3%	-
	*	*	*	**	*	*	AD	*	*	**	▼ *	AD	**	*	*	*	**	*	*	*

ach7_3. Le prix du/des produits

Base brute	545	348	185	12	162	383	440	154	159	-	348	490	47	121	155	264	5	164	250	131
Base: adultes français ayant des critères d'achats en ligne	545	348	185	12	159	386	439	153	156	-	345	489	48	123	155	262	5	165	250	130
Beaucoup plus important	23%	24%	22%	17%	26%	22%	25%	20%	23%	-	24%	25%	10%	27%	25%	20%	59%	20%	26%	22%
	*	*	*	**	*	*	▲ AF	*	*	**	AF	▲ AF	▼ *	*	*	*	**	*	*	*
Plus important	16%	18%	13%	41%	16%	16%	16%	16%	15%	-	15%	17%	16%	21%	14%	16%	-	18%	16%	15%
	*	*	*	**	*	*	*	*	*	**	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Aussi important	58%	56%	62%	42%	56%	59%	56%	61%	61%	-	58%	56%	74%	51%	59%	61%	41%	59%	55%	62%
	*	*	*	**	*	*	*	*	*	**	*	▼	▲ Z,AD,AE*	AG	**	*	*	*	*	*
Moins important	2%	2%	2%	-	1%	2%	2%	3%	1%	-	2%	2%	-	2%	2%	2%	-	2%	3%	1%
	*	*	*	**	*	*	*	*	*	**	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Beaucoup moins important	0%	-	1%	-	-	0%	0%	-	-	-	-	0%	-	-	-	0%	-	-	0%	-
	*	*	*	**	*	*	*	*	*	**	*	AD	*	*	*	*	*	*	*	*
Net: Plus important	40%	42%	35%	58%	42%	39%	41%	36%	38%	-	39%	41%	26%	48%	39%	36%	59%	39%	42%	37%
	*	*	*	**	*	*	AF	*	*	**	*	AF	▼ *	AI	*	*	**	*	*	*
Net: Moins important	2%	2%	3%	-	1%	3%	3%	3%	1%	-	2%	2%	-	2%	2%	3%	-	2%	3%	1%
	*	*	*	**	*	*	*	*	*	**	*	*	*	*	*	*	**	*	*	*



Total	Evolution achat en ligne				Evolution panier moyen								Evolution des services ... le click & collect (retrait en magasin)				Evolution des services ... la livraison en point relais				Evolution des services ... la livraison à domicile			
	Plus souvent	Moins souvent	Autant qu'avant	Je ne sais pas	A beaucoup augmenté	A un peu augmenté	Est resté le même	A un peu diminué	A beaucoup diminué	Je ne sais pas	Augmenté	Diminué	Plus souvent	Moins souvent	Autant qu'avant	Je ne sais pas	Plus souvent	Moins souvent	Autant qu'avant	Je ne sais pas	Plus souvent	Moins souvent	Autant qu'avant	Je ne sais pas
	AO	AP	AQ	AR	AS	AT	AU	AV	AW	AX	AY	AZ	BA	BB	BC	BD	BE	BF	BG	BH	BI	BJ	BK	BL

En comparaison avec l'année dernière (avant Covid-19) dans quelle mesure les critères suivants ont-ils gagnés en importance concernant vos achats en ligne ?Veuillez sélectionner une seule réponse par ligne.

ach7_1. La provenance du produit

Base brute	129	48	15	62	4	19	32	52	16	7	3	51	23	31	27	40	31	33	16	72	8	42	13	60	14
Base: adultes français ayant des critères d'achats en ligne	129	48	15	62	4	18	32	53	16	7	3	50	23	30	27	40	32	32	16	72	8	42	13	60	14
Beaucoup plus important	31%	44%	26%	26%	-	69%	31%	21%	26%	29%	32%	44%	27%	39%	56%	27%	10%	45%	56%	23%	-	48%	37%	20%	28%
Plus important	19%	23%	27%	15%	-	-	25%	19%	30%	14%	-	16%	25%	29%	11%	18%	17%	27%	12%	15%	26%	21%	16%	22%	-
Aussi important	48%	32%	47%	58%	100%	26%	42%	60%	44%	57%	68%	36%	48%	29%	30%	55%	74%	25%	32%	60%	74%	29%	47%	57%	72%
Moins important	1%	2%	-	-	-	5%	-	-	-	-	-	2%	-	3%	-	-	3%	-	-	-	-	2%	-	-	-
Beaucoup moins important	1%	-	-	1%	-	-	3%	-	-	-	-	2%	-	-	3%	-	-	-	-	1%	-	-	-	2%	-
Net: Plus important	50%	66%	53%	40%	-	69%	56%	40%	56%	43%	32%	60%	52%	68%	66%	45%	26%	72%	68%	39%	26%	69%	53%	42%	28%
Net: Moins important	1%	2%	-	1%	-	5%	3%	-	-	-	-	4%	-	3%	3%	-	3%	-	1%	-	2%	-	2%	-	-

ach7_2. Le Made in France

Base brute	143	55	23	62	3	28	34	54	14	7	6	62	21	30	30	49	34	39	33	61	10	70	13	47	13
Base: adultes français ayant des critères d'achats en ligne	143	55	23	62	3	28	34	54	14	7	6	62	21	30	30	49	35	38	33	61	10	70	13	47	13
Beaucoup plus important	44%	64%	34%	31%	32%	78%	44%	30%	30%	43%	50%	59%	34%	60%	43%	37%	42%	74%	46%	30%	11%	56%	52%	28%	30%
Plus important	29%	22%	35%	31%	68%	18%	24%	33%	50%	14%	32%	21%	38%	23%	44%	29%	20%	13%	30%	40%	19%	27%	17%	34%	31%
Aussi important	26%	15%	31%	35%	-	4%	32%	35%	20%	43%	-	20%	28%	17%	14%	32%	35%	13%	24%	29%	59%	17%	32%	36%	31%
Moins important	1%	-	-	2%	-	-	2%	-	-	-	-	-	-	-	-	2%	-	-	-	2%	-	-	-	2%	-
Beaucoup moins important	1%	-	-	2%	-	-	-	-	-	18%	-	-	-	-	-	-	3%	-	-	-	11%	-	-	-	9%
Net: Plus important	73%	85%	69%	62%	100%	96%	68%	63%	80%	57%	82%	80%	72%	83%	86%	66%	62%	87%	76%	69%	30%	83%	68%	62%	60%
Net: Moins important	1%	-	-	3%	-	-	2%	-	-	18%	-	-	-	-	-	2%	3%	-	-	2%	11%	-	-	2%	9%

ach7_3. Le prix d'uldes produits

Base brute	545	196	62	276	11	65	134	258	44	23	21	199	67	133	72	216	124	150	87	264	44	200	52	245	48
Base: adultes français ayant des critères d'achats en ligne	545	195	62	277	11	64	135	258	44	23	21	199	67	131	72	215	126	149	87	264	44	200	51	245	48
Beaucoup plus important	23%	36%	29%	13%	28%	48%	29%	15%	19%	31%	24%	35%	23%	31%	35%	15%	22%	38%	30%	14%	20%	38%	25%	13%	14%
Plus important	16%	23%	16%	12%	19%	22%	24%	11%	20%	21%	9%	23%	21%	17%	18%	15%	16%	24%	20%	11%	16%	19%	27%	12%	18%
Aussi important	58%	41%	50%	72%	45%	29%	46%	73%	54%	48%	56%	40%	52%	50%	43%	68%	58%	37%	44%	74%	60%	43%	44%	73%	61%
Moins important	2%	0%	5%	2%	9%	2%	2%	2%	7%	-	4%	2%	4%	2%	4%	1%	2%	1%	6%	1%	2%	1%	4%	2%	4%
Beaucoup moins important	0%	-	-	0%	-	-	-	-	-	-	5%	-	-	-	-	-	1%	-	-	-	2%	-	-	-	2%
Net: Plus important	40%	58%	45%	25%	46%	69%	53%	25%	39%	52%	34%	58%	43%	49%	53%	31%	38%	62%	50%	25%	35%	56%	52%	25%	33%
Net: Moins important	2%	0%	5%	3%	9%	2%	2%	2%	7%	-	10%	2%	4%	2%	4%	1%	3%	1%	6%	1%	5%	1%	4%	2%	6%

YouGovMKTG

Achat en ligne

Terrain du 19 au 21 février 2021 - L'enquête a été réalisée sur 1017 personnes représentatives de la population nationale française âgée de 18 ans et plus.



	Total	Genre		Age					Région					CSP			Situation professionnelle							
		Homme	Femme	18-24	25-34	35-44	45-54	55+	18-34	Nord-Est	Nord-Ouest	Region Parisienne	Sud-Est	Sud-Ouest	CSP +	CSP -	Inactifs	Travaille	Sans emploi	Etudiant	Retraité	Autre		
		A	B	C	D	E	F	G	AN	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T		
ach7_ 4. L'elles label(s)																								
	Base brute	15	8	7	2	6	2	-	5	8	2	5	-	7	1	6	6	3	10	1	1	3	-	
Base: adultes français ayant des critères d'achats en ligne	Beaucoup plus important	15	8	7	2	6	2	-	5	8	2	5	-	7	1	6	6	3	10	1	1	3	-	
		13%	24%	-	-	17%	-	-	20%	13%	-	-	-	14%	100%	34%	-	-	21%	-	-	-	-	
	Plus important	40%	37%	43%	48%	50%	-	-	40%	49%	52%	40%	-	42%	-	17%	67%	31%	40%	-	-	65%	-	
	Aussi important	40%	39%	42%	52%	33%	50%	-	40%	38%	48%	40%	-	44%	-	49%	16%	69%	29%	100%	100%	35%	-	
	Moins important	6%	-	14%	-	-	50%	-	-	-	-	20%	-	-	-	17%	-	10%	-	-	-	-	-	
	Beaucoup moins important	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
		Net: Plus important	53%	61%	43%	48%	67%	-	-	60%	62%	52%	40%	-	56%	100%	51%	67%	31%	61%	-	-	65%	-
		Net: Moins important	6%	-	14%	-	-	50%	-	-	-	20%	-	-	-	17%	-	10%	-	-	-	-	-	-
	ach7_ 5. Le packaging																							
		Base brute	14	8	6	4	4	1	2	3	8	4	2	3	4	1	3	8	3	7	1	2	2	2
Base: adultes français ayant des critères d'achats en ligne	Beaucoup plus important	14	8	6	4	4	1	2	3	8	4	2	3	4	1	3	8	3	7	1	2	2	2	
		14%	24%	-	-	24%	100%	-	-	12%	-	-	32%	-	100%	31%	13%	-	28%	-	-	-	-	
	Plus important	51%	26%	84%	51%	52%	-	50%	67%	51%	75%	-	-	100%	-	35%	63%	34%	58%	100%	49%	51%	-	
	Aussi important	28%	37%	16%	24%	24%	-	50%	33%	24%	25%	51%	68%	-	-	24%	66%	13%	-	-	49%	100%		
	Moins important	7%	13%	-	25%	-	-	-	-	13%	-	49%	-	-	-	34%	-	-	-	-	51%	-	-	
	Beaucoup moins important	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
		Net: Plus important	65%	50%	84%	51%	76%	100%	50%	67%	63%	75%	-	32%	100%	100%	66%	76%	34%	87%	100%	49%	51%	-
		Net: Moins important	7%	13%	-	25%	-	-	-	-	13%	-	49%	-	-	34%	-	-	-	-	51%	-	-	-
	ach7_ 6. La marque																							
		Base brute	129	65	64	18	18	20	24	49	36	30	21	36	29	13	51	34	44	66	11	17	26	9
Base: adultes français ayant des critères d'achats en ligne	Beaucoup plus important	129	66	63	18	17	20	23	50	35	29	21	34	31	13	49	33	46	64	11	17	27	9	
		15%	9%	21%	-	34%	25%	16%	10%	16%	23%	5%	22%	7%	15%	17%	18%	11%	18%	35%	6%	4%	23%	
	Plus important	25%	28%	22%	23%	23%	34%	30%	21%	23%	20%	29%	25%	31%	16%	20%	24%	32%	26%	38%	24%	15%	35%	
	Aussi important	58%	62%	53%	72%	44%	41%	49%	68%	58%	50%	66%	50%	63%	69%	63%	53%	55%	55%	17%	65%	81%	42%	
	Moins important	2%	2%	3%	5%	-	-	4%	2%	3%	7%	-	3%	-	-	-	6%	2%	1%	9%	6%	-	-	
	Beaucoup moins important	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
		Net: Plus important	40%	37%	44%	23%	56%	59%	47%	30%	39%	44%	34%	47%	37%	31%	37%	41%	42%	44%	73%	30%	19%	58%
		Net: Moins important	2%	2%	3%	5%	-	-	4%	2%	3%	7%	-	3%	-	-	6%	2%	1%	9%	6%	-	-	-
	ach7_ 7. Le service de livraison disponible																							
		Base brute	163	69	94	16	27	25	24	71	43	44	28	31	44	16	61	46	56	77	17	12	33	24
Base: adultes français ayant des critères d'achats en ligne	Beaucoup plus important	163	70	93	16	26	25	23	72	42	43	28	29	47	16	59	45	59	76	17	12	35	24	
		27%	21%	32%	20%	18%	36%	24%	30%	19%	21%	21%	26%	34%	37%	28%	24%	29%	24%	29%	17%	37%	29%	
	Plus important	26%	27%	24%	36%	26%	25%	34%	21%	30%	27%	36%	29%	20%	12%	28%	28%	21%	33%	18%	49%	9%	21%	
	Aussi important	47%	52%	44%	44%	56%	39%	42%	50%	51%	52%	43%	45%	45%	51%	44%	48%	50%	44%	53%	34%	55%	50%	
	Moins important	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	Beaucoup moins important	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
		Net: Plus important	53%	48%	56%	56%	44%	61%	58%	50%	49%	48%	57%	55%	55%	49%	56%	52%	50%	56%	47%	66%	45%	50%
		Net: Moins important	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

YouGovMKTG

Achat en ligne

Terrain du 19 au 21 février 2021 - L'enquête a été réalisée sur 1017 personnes représentatives de la population nationale française âgée de 18 ans et plus.



ach7_4. Les label(s)

Base: adultes français ayant des critères d'achats en ligne	Base brute	15	10	5	-	6	9	9	1	4	-	13	15	-	6	3	6	-	7	5	3	
		15	10	5	-	6	9	9	1	4	-	13	15	-	6	3	6	-	7	5	3	
	Beaucoup plus important	13%	10%	20%	-	34%	-	23%	-	25%	-	16%	13%	-	16%	-	17%	-	14%	20%	-	
		xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	
	Plus important	40%	29%	60%	-	16%	55%	22%	-	26%	-	38%	40%	-	33%	67%	33%	-	42%	41%	32%	
		xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx
	Aussi important	40%	51%	20%	-	33%	45%	56%	100%	49%	-	39%	40%	-	34%	33%	50%	-	29%	39%	68%	
		xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx
	Moins important	6%	10%	-	-	17%	-	-	-	-	-	8%	6%	-	16%	-	-	-	14%	-	-	-
	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	
	Beaucoup moins important	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
		xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	
	Net: Plus important	53%	39%	80%	-	50%	55%	44%	-	51%	-	54%	53%	-	50%	67%	50%	-	57%	61%	32%	
		xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	
	Net: Moins important	6%	10%	-	-	17%	-	-	-	-	-	8%	6%	-	16%	-	-	-	14%	-	-	
		xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx	

ach7_5. Le packaging

Base brute	14	10	4	-	3	11	10	4	4	-	10	12	1	3	6	5	-	4	6	4
Base: adultes français ayant des critères d'achats en ligne	14	10	4	-	3	11	10	4	4	-	10	12	1	3	6	5	-	4	6	4
Beaucoup plus important	14%	9%	25%	xx	-	18%	9%	-	23%	-	20%	16%	-	34%	-	18%	-	-	33%	-
Plus important	51%	51%	51%	xx	66%	46%	61%	24%	51%	-	50%	59%	-	-	51%	82%	-	26%	50%	75%
Aussi important	28%	30%	24%	xx	34%	27%	20%	50%	-	-	20%	17%	100%	66%	32%	-	-	74%	17%	-
Moins important	7%	10%	-	xx	-	9%	10%	25%	26%	-	10%	8%	-	-	17%	-	-	-	-	25%
Beaucoup moins important	-	-	-	xx	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Net: Plus important	65%	60%	76%	xx	66%	64%	70%	24%	74%	-	70%	75%	-	34%	51%	100%	-	26%	83%	75%
Net: Moins important	7%	10%	-	xx	-	9%	10%	25%	26%	-	10%	8%	-	-	17%	-	-	-	-	25%

ach7_6. La marque

Base brute	129	82	43	4	34	95	106	36	47	-	95	118	10	23	36	70	-	35	54	40
Base: adultes français ayant des critères d'achats en ligne	129	82	43	4	34	95	106	36	47	-	95	118	10	23	36	70	-	35	54	40
Beaucoup plus important	15%	14%	16%	xx	25%	12%	17%	11%	18%	-	17%	16%	-	4%	19%	16%	-	17%	11%	19%
Plus important	25%	28%	21%	xx	33%	22%	22%	25%	30%	-	23%	24%	31%	23%	25%	26%	-	14%	25%	35%
Aussi important	58%	56%	61%	xx	44%	62%	59%	62%	49%	-	56%	57%	69%	73%	53%	55%	-	69%	64%	39%
Moins important	2%	1%	2%	xx	-	3%	2%	3%	2%	-	3%	2%	-	-	3%	3%	-	-	-	7%
Beaucoup moins important	-	-	-	xx	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Net: Plus important	40%	42%	37%	xx	56%	35%	39%	36%	49%	-	41%	40%	31%	27%	44%	42%	-	31%	36%	54%
Net: Moins important	2%	1%	2%	xx	-	3%	2%	3%	2%	-	3%	2%	-	-	3%	3%	-	-	-	7%

ach7_7. Le service de livraison disponible

Base brute	163	101	59	3	57	106	131	43	40	-	109	148	9	47	37	79	-	45	66	52
Base: adultes français ayant des critères d'achats en ligne	163	101	59	3	56	107	131	43	39	-	109	148	9	48	37	79	-	45	66	52
Beaucoup plus important	27%	29%	xx	100%	28%	27%	28%	27%	30%	-	27%	27%	43%	28%	24%	28%	-	25%	34%	21%
Plus important	26%	24%	30%	xx	32%	22%	26%	25%	25%	-	28%	27%	xx	29%	24%	24%	-	26%	19%	33%
Aussi important	47%	47%	50%	xx	40%	51%	46%	48%	45%	-	45%	46%	57%	42%	52%	48%	-	49%	47%	46%
Moins important	-	-	-	xx	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Beaucoup moins important	-	-	-	xx	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Net: Plus important	53%	53%	50%	xx	60%	49%	54%	52%	55%	-	55%	54%	43%	58%	48%	52%	-	51%	53%	54%
Net: Moins important	-	-	-	xx	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

ach7_4. L'elles label(s)

Base: adultes français ayant des critères d'achats en ligne	Base brute																								
	15	5	6	4	-	3	2	7	2	1	-	5	3	3	4	7	1	6	5	4	-	2	5	8	-
	15	5	6	4	-	3	2	7	2	1	-	5	3	3	4	7	1	6	5	4	-	2	5	8	-
Beaucoup plus important	13%	20%	-	24%	-	33%	-	14%	-	-	-	20%	-	32%	-	15%	-	17%	20%	-	-	-	20%	13%	-
Plus important	40%	60%	51%	-	-	67%	50%	28%	49%	-	-	60%	33%	32%	50%	43%	-	67%	-	51%	-	100%	19%	37%	-
Aussi important	40%	20%	33%	76%	-	-	50%	58%	-	100%	-	20%	33%	36%	50%	28%	100%	17%	80%	24%	-	-	61%	38%	-
Moins important	6%	-	17%	-	-	-	-	-	51%	-	-	-	34%	-	-	14%	-	-	-	25%	-	-	-	12%	-
Beaucoup moins important	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Net: Plus important	53%	80%	51%	24%	-	100%	50%	42%	49%	-	-	80%	33%	64%	50%	58%	-	83%	20%	51%	-	100%	39%	50%	-
Net: Moins important	6%	-	17%	-	-	-	-	-	51%	-	-	-	34%	-	-	14%	-	-	-	25%	-	-	-	12%	-

ach7_5. Le packaging

Base brute	14	5	3	5	1	1	6	5	1	1	-	7	2	2	4	4	4	2	5	6	1	4	4	4	2
Base: adultes français ayant des critères d'achats en ligne	14	5	3	5	1	1	6	5	1	1	-	7	2	2	4	4	4	2	5	6	1	4	4	4	2
Beaucoup plus important	14%	20%	32%	-	-	-	17%	-	-	100%	-	15%	46%	-	-	23%	26%	47%	-	17%	-	-	23%	25%	-
Plus important	51%	59%	68%	42%	-	100%	51%	39%	100%	-	-	58%	54%	100%	52%	52%	24%	53%	61%	34%	100%	76%	52%	25%	49%
Aussi important	28%	-	-	58%	100%	-	15%	61%	-	-	-	13%	-	-	23%	25%	50%	-	19%	49%	-	24%	-	49%	51%
Moins important	7%	20%	-	-	-	-	17%	-	-	-	-	14%	-	-	25%	-	-	21%	-	-	-	25%	-	-	-
Beaucoup moins important	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Net: Plus important	65%	80%	100%	42%	-	100%	68%	39%	100%	100%	-	73%	100%	100%	52%	75%	50%	100%	61%	51%	100%	76%	75%	51%	49%
Net: Moins important	7%	20%	-	-	-	-	17%	-	-	-	-	14%	-	-	25%	-	-	21%	-	-	-	25%	-	-	-

ach7_6. La marque

Base brute	129	55	15	57	2	21	33	59	7	5	4	54	12	18	31	54	26	43	25	53	8	57	13	54	5
Base: adultes français ayant des critères d'achats en ligne	129	55	15	57	2	21	33	59	7	5	4	54	12	18	30	54	26	42	25	53	8	57	13	54	5
Beaucoup plus important	15%	28%	14%	3%	-	23%	23%	10%	14%	-	-	23%	8%	27%	22%	13%	4%	25%	20%	7%	-	22%	23%	7%	-
Plus important	25%	26%	13%	28%	-	39%	24%	24%	30%	-	-	30%	17%	40%	29%	22%	16%	23%	41%	21%	14%	34%	30%	15%	19%
Aussi important	58%	44%	60%	68%	100%	33%	50%	66%	56%	82%	100%	44%	67%	28%	46%	63%	81%	48%	35%	72%	86%	41%	39%	77%	81%
Moins important	2%	2%	13%	-	-	5%	3%	-	-	18%	-	4%	8%	6%	3%	2%	-	5%	4%	-	-	4%	7%	-	-
Beaucoup moins important	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Net: Plus important	40%	54%	27%	32%	-	62%	47%	34%	44%	-	-	53%	26%	67%	51%	35%	19%	48%	61%	28%	14%	56%	54%	23%	19%
Net: Moins important	2%	2%	13%	-	-	5%	3%	-	-	18%	-	4%	8%	6%	3%	2%	-	5%	4%	-	-	4%	7%	-	-

ach7_7. Le service de livraison disponible

Base brute	163	72	16	72	3	28	42	75	12	4	2	70	16	34	30	65	34	50	28	66	19	71	16	67	9
Base: adultes français ayant des critères d'achats en ligne	163	72	16	72	3	28	42	75	12	4	2	70	16	34	31	65	34	50	28	66	19	71	16	67	9
Beaucoup plus important	27%	39%	31%	14%	32%	57%	39%	11%	8%	51%	8%	46%	19%	26%	40%	24%	24%	36%	24%	14%	31%	48%	12%	9%	22%
Plus important	26%	29%	18%	23%	39%	21%	31%	25%	25%	-	-	46%	27%	33%	23%	24%	23%	31%	28%	23%	16%	25%	32%	24%	34%
Aussi important	47%	32%	50%	62%	35%	21%	31%	64%	67%	49%	-	27%	63%	41%	37%	52%	53%	32%	32%	64%	53%	27%	56%	67%	44%
Moins important	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Beaucoup moins important	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Net: Plus important	53%	68%	50%	38%	65%	79%	69%	36%	33%	51%	100%	73%	37%	59%	63%	48%	47%	68%	68%	36%	47%	73%	44%	33%	56%
Net: Moins important	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

YouGovMKTG

Achat en ligne

Terrain du 19 au 21 février 2021 - L'enquête a été réalisée sur 1017 personnes représentatives de la population nationale française âgée de 18 ans et plus.



		Total	Genre		Age					Région					CSP			Situation professionnelle					
			Homme	Femme	18-24	25-34	35-44	45-54	55+	18-34	Nord-Est	Nord-Ouest	Region Parisienne	Sud-Est	Sud-Ouest	CSP +	CSP -	Inactifs	Travaille	Sans emploi	Etudiant	Retraité	Autre
		A	B	C	D	E	F	G	AN	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	
ach7_ 8. Les détails de livraison																							
Base: adultes français ayant des critères d'achats en ligne	Base brute	411	164	247	32	71	62	79	167	103	108	84	78	92	49	149	133	129	211	29	25	89	57
	Beaucoup plus important	17%	13%	20%	12%	20%	23%	11%	18%	17%	14%	13%	27%	16%	19%	17%	19%	15%	17%	20%	15%	14%	23%
	Plus important	21%	19%	22%	19%	21%	25%	25%	17%	20%	30%	21%	18%	16%	14%	23%	22%	16%	24%	17%	24%	18%	15%
	Aussi important	58%	63%	54%	60%	52%	45%	62%	63%	55%	49%	61%	55%	64%	63%	55%	54%	65%	55%	56%	57%	65%	60%
	Moins important	3%	5%	2%	9%	6%	5%	1%	2%	7%	8%	5%	-	2%	-	3%	4%	3%	4%	7%	4%	2%	2%
	Beaucoup moins important	1%	-	1%	-	1%	2%	-	1%	1%	-	-	-	1%	4%	1%	1%	1%	1%	-	-	1%	-
	Net: Plus important	38%	32%	42%	31%	41%	48%	37%	35%	38%	43%	34%	45%	32%	33%	41%	41%	32%	40%	37%	39%	32%	38%
	Net: Moins important	4%	5%	4%	9%	7%	7%	1%	2%	8%	8%	5%	-	3%	4%	4%	5%	4%	5%	7%	4%	3%	2%
	ach7_ 9. Le prix de la livraison																						
Base: adultes français ayant des critères d'achats en ligne	Base brute	411	164	247	32	71	62	79	167	103	108	84	78	92	49	149	133	129	211	29	25	89	57
	Beaucoup plus important	25%	20%	28%	19%	28%	29%	25%	23%	25%	25%	21%	29%	26%	23%	23%	32%	21%	24%	24%	19%	20%	40%
	Plus important	23%	23%	24%	32%	24%	23%	22%	23%	26%	25%	24%	21%	23%	24%	26%	20%	24%	26%	13%	28%	27%	12%
	Aussi important	49%	55%	46%	43%	46%	45%	52%	52%	45%	47%	51%	50%	49%	51%	51%	46%	52%	49%	59%	44%	51%	46%
	Moins important	2%	2%	2%	6%	2%	2%	1%	1%	3%	3%	4%	-	1%	-	1%	2%	2%	1%	4%	8%	1%	2%
	Beaucoup moins important	1%	-	1%	-	-	2%	-	1%	-	-	-	-	1%	2%	-	1%	1%	0%	-	-	1%	-
	Net: Plus important	48%	43%	52%	51%	52%	52%	47%	46%	52%	50%	45%	50%	49%	47%	49%	51%	45%	49%	37%	48%	47%	53%
	Net: Moins important	2%	2%	3%	6%	2%	3%	1%	2%	3%	3%	4%	-	2%	2%	1%	3%	3%	1%	4%	8%	2%	2%
	ach7_ 10. Les promotions																						
Base: adultes français ayant des critères d'achats en ligne	Base brute	290	114	176	40	48	55	51	96	88	80	63	59	58	30	100	103	87	147	25	29	47	42
	Beaucoup plus important	36%	31%	40%	41%	35%	43%	35%	31%	38%	36%	33%	37%	38%	36%	40%	37%	31%	36%	33%	28%	28%	55%
	Plus important	24%	28%	22%	25%	27%	28%	26%	21%	26%	22%	27%	29%	22%	20%	24%	25%	26%	39%	28%	19%	15%	
	Aussi important	36%	37%	36%	34%	32%	29%	33%	45%	33%	39%	36%	31%	37%	41%	34%	36%	39%	28%	41%	47%	31%	
	Moins important	3%	4%	2%	-	6%	-	6%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	2%	3%	5%	3%	-	3%	6%	-
	Beaucoup moins important	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Net: Plus important	61%	59%	62%	66%	62%	71%	61%	52%	64%	59%	61%	66%	60%	56%	64%	61%	56%	62%	72%	56%	47%	69%
	Net: Moins important	3%	4%	2%	-	6%	-	6%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	2%	3%	5%	3%	-	3%	6%	-
	ach7_ 11. La politique de retour de produits																						
Base: adultes français ayant des critères d'achats en ligne	Base brute	159	67	92	13	16	28	24	78	29	43	30	39	30	17	56	43	60	78	10	9	47	15
	Beaucoup plus important	20%	15%	24%	16%	19%	25%	29%	17%	17%	18%	17%	26%	20%	18%	12%	26%	23%	18%	20%	11%	19%	39%
	Plus important	21%	23%	19%	38%	31%	21%	8%	19%	34%	21%	17%	23%	23%	17%	20%	28%	17%	23%	10%	23%	24%	7%
	Aussi important	58%	62%	54%	46%	50%	53%	63%	61%	48%	61%	63%	51%	53%	65%	68%	46%	57%	59%	70%	67%	53%	54%
	Moins important	1%	-	2%	-	-	-	-	3%	-	-	3%	-	3%	-	-	-	3%	-	-	-	4%	-
	Beaucoup moins important	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Net: Plus important	41%	38%	43%	54%	50%	47%	37%	36%	52%	39%	34%	49%	43%	35%	32%	54%	40%	41%	30%	33%	43%	46%
	Net: Moins important	1%	-	2%	-	-	-	-	3%	-	-	3%	-	3%	-	-	-	3%	-	-	-	4%	-

YouGovMKTG

Achat en ligne

Terrain du 19 au 21 février 2021 - L'enquête a été réalisée sur 1017 personnes représentatives de la population nationale française âgée de 18 ans et plus.



ach7_8. Les délais de livraison

Base: adultes français ayant des critères d'achats en ligne	Base brute	411	269	139	3	138	273	324	119	105	-	256	357	40	95	111	200	5	132	176	103
		409	267	139	3	134	275	321	118	103	-	253	354	41	96	111	197	5	132	175	101
	Beaucoup plus important	17%	19%	15%	-	22%	15%	19%	18%	18%	-	20%	18%	16%	18%	18%	16%	39%	18%	16%	18%
					**						**		*	*	*		**	**			
	Plus important	21%	22%	17%	32%	24%	19%	22%	15%	24%	-	21%	22%	8%	21%	19%	22%	-	20%	20%	23%
				**	**			AA.AF		AA.AF	AA	AA.AF	AA.AF	▼ *	*			*			
	Aussi important	58%	55%	65%	34%	47%	63%	56%	61%	53%	-	55%	56%	74%	57%	58%	58%	61%	58%	60%	56%
				U	**	▼		X			**			▲ Z.AB.AD.AE*	*			**	**		
	Moins important	3%	4%	2%	34%	5%	3%	3%	5%	4%	-	4%	3%	3%	2%	4%	4%	-	3%	3%	4%
			**	**					**	**		*	*	*			**	**			
Beaucoup moins important	1%	1%	1%	-	1%	0%	1%	1%	1%	-	0%	1%	-	2%	-	1%	-	1%	1%	-	
			**	**					**	**		*	*	*			**	**			
	Net: Plus important	38%	41%	32%	32%	46%	34%	40%	33%	42%	-	41%	40%	24%	39%	37%	38%	39%	38%	36%	41%
				**	Y		AA.AF			AF	**	AA.AF		*	*		**	**			
	Net: Moins important	4%	4%	3%	34%	7%	3%	4%	6%	5%	-	4%	4%	3%	4%	4%	4%	-	4%	5%	4%
				**	**					**	**		*	*			**	**			

ach7_9. Le prix de la livraison

Base brute	411	269	139	3	138	273	324	119	105	-	256	357	40	95	111	200	5	132	176	103
Base: adultes français ayant des critères d'achats en ligne	409	267	139	3	134	275	321	118	103	-	253	354	41	96	111	197	5	132	175	101
Beaucoup plus important	25%	27%	20%	34%	30%	22%	27%	26%	24%	-	26%	26%	16%	29%	30%	20%	**	26%	21%	30%
Plus important	23%	23%	24%	32%	26%	22%	23%	18%	28%	-	24%	24%	18%	20%	21%	26%	**	24%	22%	25%
Aussi important	49%	48%	52%	34%	42%	53%	47%	55%	48%	-	48%	48%	63%	47%	49%	51%	60%	49%	55%	42%
Moins important	2%	1%	3%	-	1%	2%	1%	1%	1%	-	2%	1%	3%	2%	1%	2%	-	1%	1%	3%
Beaucoup moins important	1%	0%	1%	**	**	0%	1%	-	-	-	-	1%	-	1%	-	1%	-	1%	1%	-
Net: Plus important	48%	50%	44%	66%	56%	45%	51%	44%	51%	-	50%	50%	34%	49%	50%	47%	41%	49%	43%	56%
Net: Moins important	2%	1%	4%	**	2%	2%	2%	1%	1%	-	2%	2%	3%	3%	1%	3%	-	2%	2%	3%

ach7_10. Les promotions

Base brute	290	186	99	5	107	183	239	76	65	-	177	260	17	78	82	123	7	89	125	76
Base: adultes français ayant des critères d'achats en ligne	288	185	99	5	105	183	237	75	63	-	175	258	17	78	82	121	7	89	125	75
Beaucoup plus important	36%	40%	30%	-	43%	32%	38%	44%	43%	-	37%	38%	12%	37%	36%	36%	28%	34%	34%	42%
Plus important	24%	23%	26%	58%	25%	24%	24%	24%	26%	-	26%	25%	6%	18%	26%	28%	15%	32%	22%	20%
Aussi important	36%	33%	42%	42%	28%	41%	34%	29%	28%	-	34%	34%	76%	39%	35%	35%	42%	31%	40%	36%
Moins important	3%	4%	2%	-	4%	3%	3%	4%	3%	-	2%	3%	6%	6%	2%	1%	15%	3%	3%	3%
Beaucoup moins important	-	-	-	**	-	-	-	-	-	**	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Net: Plus important	61%	63%	56%	58%	68%	56%	62%	67%	69%	-	63%	63%	17%	55%	62%	64%	43%	65%	57%	62%
Net: Moins important	3%	4%	2%	**	4%	3%	3%	4%	3%	-	2%	3%	6%	6%	2%	1%	15%	3%	3%	3%

ach7_11. La politique de retour des produits

Base brute	159	115	43	1	44	115	120	47	47	-	98	137	15	33	37	86	3	38	87	34
Base: adultes français ayant des critères d'achats en ligne	158	115	43	1	43	116	119	46	46	-	97	136	15	34	37	85	3	38	87	33
Beaucoup plus important	20%	19%	22%	100%	22%	19%	22%	15%	19%	-	21%	20%	20%	31%	21%	15%	33%	23%	16%	27%
Plus important	21%	20%	23%	-	25%	19%	18%	30%	24%	**	21%	20%	20%	19%	16%	24%	**	19%	22%	20%
Aussi important	58%	59%	56%	-	53%	60%	60%	55%	68%	-	58%	59%	53%	48%	63%	61%	31%	58%	61%	50%
Moins important	1%	2%	-	-	2%	1%	-	-	-	-	1%	7%	3%	-	-	37%	-	1%	3%	3%
Beaucoup moins important	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Net: Plus important	41%	39%	44%	100%	47%	38%	39%	45%	32%	-	42%	40%	40%	49%	37%	39%	33%	42%	38%	47%
Net: Moins important	1%	2%	-	-	2%	1%	-	-	-	-	1%	7%	3%	-	-	37%	-	1%	3%	3%



ach7_8. Les délais de livraison																										
Base brute		411	164	29	213	5	57	94	211	29	8	12	151	37	101	53	174	83	116	55	214	26	162	35	183	31
Base: adultes français ayant des critères d'achats en ligne		409	162	29	212	5	56	94	209	29	8	12	151	37	99	53	173	83	115	55	213	26	160	35	182	32
Beaucoup plus important		17%	27%	14%	10%	20%	40%	20%	11%	10%	13%	9%	27%	10%	22%	21%	12%	20%	28%	24%	9%	18%	27%	25%	8%	9%
Plus important		21%	▲ AQ	27%	▼	20%	▲ AT.AU.AY.AZ	21%	27%	17%	24%	25%	24%	25%	32%	20%	15%	18%	▲ BG	31%	18%	17%	12%	26%	23%	17%
Aussi important		58%	43%	52%	71%	19%	36%	45%	71%	60%	37%	41%	42%	55%	44%	49%	70%	56%	38%	52%	70%	58%	44%	41%	71%	72%
Moins important		3%	3%	10%	2%	21%	4%	7%	0%	3%	25%	9%	6%	8%	1%	8%	3%	4%	2%	6%	4%	4%	2%	12%	3%	BL.BJ*
Beaucoup moins important		1%	-	3%	1%	20%	▲ AU*	▲ AU*	-	3%	-	18%	▲ AU	3%	-	2%	-	3%	1%	-	-	8%	1%	-	1%	3%
Net: Plus important		38%	54%	34%	26%	40%	61%	47%	28%	34%	38%	33%	52%	34%	55%	41%	27%	38%	60%	42%	26%	30%	53%	48%	25%	25%
Net: Moins important		4%	▲ AQ	3%	14%	3%	41%	▲ AU.AZ*	7%	7%	25%	26%	6%	11%	10%	3%	6%	3%	6%	4%	12%	3%	12%	4%	3%	*
ach7_9. Le prix de la livraison																										
Base brute		411	164	29	213	5	57	94	211	29	8	12	151	37	101	53	174	83	116	55	214	26	162	35	183	31
Base: adultes français ayant des critères d'achats en ligne		409	162	29	212	5	56	94	209	29	8	12	151	37	99	53	173	83	115	55	213	26	160	35	182	32
Beaucoup plus important		25%	38%	30%	14%	20%	42%	30%	19%	23%	38%	9%	34%	27%	33%	28%	16%	32%	37%	34%	16%	29%	38%	45%	13%	9%
Plus important		23%	▲ AQ	32%	18%	39%	30%	35%	16%	32%	25%	15%	33%	30%	30%	26%	22%	18%	33%	21%	20%	12%	29%	26%	20%	16%
Aussi important		49%	31%	34%	66%	21%	25%	33%	65%	41%	37%	58%	30%	40%	35%	44%	62%	45%	28%	41%	63%	47%	31%	26%	66%	71%
Moins important		2%	2%	3%	1%	-	4%	2%	1%	3%	-	-	3%	3%	2%	2%	1%	2%	3%	4%	0%	4%	2%	3%	1%	-
Beaucoup moins important		1%	-	-	1%	20%	-	-	-	-	-	18%	-	-	-	-	-	3%	-	-	-	8%	-	-	1%	3%
Net: Plus important		48%	66%	62%	32%	59%	72%	65%	34%	55%	63%	25%	67%	57%	63%	54%	37%	50%	70%	55%	36%	41%	66%	71%	32%	25%
Net: Moins important		2%	▲ AQ	2%	3%	1%	20%	▲ AU*	1%	3%	-	18%	3%	3%	2%	2%	1%	5%	3%	4%	0%	12%	2%	3%	2%	3%
ach7_10. Les promotions																										
Base brute		290	118	30	129	13	46	81	120	21	9	13	127	30	64	53	110	63	94	58	121	17	131	34	100	25
Base: adultes français ayant des critères d'achats en ligne		288	117	30	128	13	46	80	119	21	9	13	126	30	63	53	109	63	93	58	121	17	130	34	100	25
Beaucoup plus important		36%	47%	49%	25%	23%	60%	36%	27%	33%	56%	23%	45%	40%	53%	49%	20%	36%	53%	50%	17%	35%	48%	48%	18%	31%
Plus important		24%	36%	13%	19%	7%	22%	38%	18%	29%	10%	7%	32%	23%	27%	25%	27%	18%	30%	24%	22%	12%	30%	23%	21%	12%
Aussi important		36%	17%	31%	54%	54%	16%	25%	52%	24%	21%	70%	21%	23%	16%	21%	52%	43%	13%	21%	60%	47%	20%	20%	59%	52%
Moins important		3%	1%	7%	3%	15%	2%	1%	2%	14%	12%	-	2%	13%	5%	6%	1%	3%	4%	5%	1%	6%	2%	9%	2%	4%
Beaucoup moins important		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Net: Plus important		61%	82%	63%	43%	30%	82%	74%	46%	62%	67%	30%	77%	64%	80%	74%	47%	54%	83%	74%	39%	47%	78%	71%	39%	44%
Net: Moins important		3%	▲ AQ	2%	3%	15%	2%	1%	2%	14%	12%	-	2%	13%	5%	6%	1%	3%	4%	5%	1%	6%	2%	9%	2%	4%
ach7_11. La politique de retour des produits																										
Base brute		159	50	19	86	4	17	34	87	10	5	6	51	15	50	19	62	28	42	18	90	9	61	12	74	12
Base: adultes français ayant des critères d'achats en ligne		158	49	19	86	4	17	34	87	10	5	6	51	15	49	19	62	29	41	18	90	9	61	12	74	12
Beaucoup plus important		20%	32%	21%	14%	-	42%	17%	16%	31%	19%	16%	25%	27%	23%	11%	15%	32%	40%	12%	12%	22%	28%	41%	10%	26%
Plus important		21%	30%	21%	15%	24%	29%	33%	16%	20%	20%	-	31%	20%	27%	15%	16%	25%	21%	38%	15%	44%	31%	8%	15%	16%
Aussi important		58%	38%	52%	70%	76%	29%	47%	68%	49%	39%	84%	41%	46%	50%	63%	69%	43%	39%	44%	72%	34%	41%	42%	74%	58%
Moins important		1%	▼	6%	1%	-	-	3%	-	-	22%	-	2%	7%	-	11%	-	-	6%	1%	-	-	9%	1%	-	-
Beaucoup moins important		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Net: Plus important		41%	62%	42%	29%	24%	71%	50%	32%	51%	39%	16%	57%	47%	50%	26%	31%	57%	62%	50%	27%	66%	59%	49%	24%	42%
Net: Moins important		1%	▲ AQ*	-	1%	-	-	3%	-	-	22%	-	2%	7%	-	11%	-	-	-	6%	1%	-	-	9%	1%	-

YouGovMKTG

Achat en ligne

Terrain du 19 au 21 février 2021 - L'enquête a été réalisée sur 1017 personnes représentatives de la population nationale française âgée de 18 ans et plus.



Total	Genre		Age						Région					CSP			Situation professionnelle				
	Homme	Femme	18-24	25-34	35-44	45-54	55+	18-34	Nord-Est	Nord-Ouest	Region Parisienne	Sud-Est	Sud-Ouest	CSP +	CSP -	Inactifs	Travaille	Sans emploi	Etudiant	Retraité	Autre
	A	B	C	D	E	F	G	AN	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T

ach7_12. La facilité d'utilisation du site

Base brute	151	73	78	10	18	24	27	72	28	42	23	33	36	17	55	34	62	67	11	10	44	19
Base: adultes français ayant des critères d'achats en ligne	151	74	77	10	17	24	26	75	27	41	23	31	39	17	53	33	66	66	11	10	46	19
Beaucoup plus important	19%	15%	23%	11%	11%	20%	18%	22%	11%	29%	8%	21%	17%	12%	20%	17%	19%	13%	19%	21%	24%	25%
Plus important	23%	24%	22%	39%	39%	16%	26%	39%	39%	12%	22%	39%	33%	-	22%	41%	15%	30%	35%	19%	18%	8%
Aussi important	57%	59%	54%	49%	49%	64%	52%	49%	49%	55%	70%	40%	51%	88%	56%	41%	65%	57%	45%	60%	55%	64%
Moins important	1%	1%	-	-	-	-	4%	-	-	2%	-	-	-	-	-	-	2%	-	-	-	-	5%
Beaucoup moins important	1%	-	1%	-	-	-	-	1%	-	2%	-	-	-	-	2%	-	-	-	-	-	2%	-
Net: Plus important	42%	39%	44%	51%	51%	36%	44%	40%	51%	41%	30%	60%	49%	12%	42%	59%	34%	43%	55%	40%	43%	31%
Net: Moins important	1%	1%	1%	-	-	-	4%	1%	-	5%	-	-	-	-	2%	-	2%	-	-	-	2%	5%

Contenu cellule (Pourcentage de colonne, Résultats test statistique), Statistiques (Proportions de colonne, (95%): A/B, C/D/E/F/G, H/I/J/K/L, M/N/O, P/Q/R/S/T, U/V/W, X/Y, Z/A/A/B/AC/AD/AE/AF, AG/AH/AI/AJ, AK/AL/AM, AN, AO/AP/AQ/AR, AS/AT/AU/AV/AW/AX/AY/AZ, BA/BB/BC/BD, BE/BF/BG/BH, BI/BJ/BK/BL, Base minimum: 30 (**), Petite base: 100 (**))

▲ indique que le résultat est significativement supérieur au résultat de la colonne Total

▼ indique que le résultat est significativement inférieur au résultat de la colonne Total



Total	Statut marital			Enfants		Comptes sur réseaux sociaux							Niveau d'éducation atteint				Zone d'habitation		
	En couple	Célibataire	Autre	Avec enfant	Sans enfant	Facebook	Twitter	LinkedIn	Google+	Autre	Net: Utilisateurs	Aucun	Non-titulaire du baccalauréat	Baccalauréat ou équivalent	Etudes supérieures	Autre	Un village ou une zone rurale	Une petite ville ou une ville de taille moyenne	Une grande ville
	U	V	W	X	Y	Z	AA	AB	AC	AD	AE	AF	AG	AH	AI	AJ	AK	AL	AM

ach7_12. La facilité d'utilisation du site

Base brute	151	111	36	4	45	106	116	30	29	-	76	131	16	46	28	74	3	53	55	43
Base: adultes français ayant des critères d'achats en ligne	151	111	37	4	44	107	116	30	29	-	75	131	17	46	28	74	3	54	55	43
Beaucoup plus important	19%	20%	19%	-	20%	19%	20%	17%	17%	**	16%	19%	18%	24%	14%	17%	35%	13%	31%	11%
Plus important	23%	25%	17%	25%	27%	21%	22%	26%	24%	-	25%	24%	19%	15%	13%	31%	33%	19%	23%	28%
Aussi important	57%	54%	64%	75%	49%	60%	56%	57%	55%	-	58%	55%	63%	61%	69%	50%	32%	67%	46%	58%
Moins important	1%	1%	-	-	2%	-	1%	-	-	-	1%	-	-	-	4%	-	-	-	-	2%
Beaucoup moins important	1%	1%	-	-	2%	-	1%	-	3%	-	1%	1%	-	-	-	1%	-	2%	-	-
Net: Plus important	42%	44%	36%	25%	46%	40%	43%	43%	41%	-	40%	43%	37%	39%	27%	48%	68%	32%	54%	39%
Net: Moins important	1%	2%	-	-	4%	-	2%	-	3%	-	1%	-	-	-	4%	1%	-	2%	-	2%

Contenu cellule (

▲ indique que

▼ indique que



ach7_12. La facilité d'utilisation du site

Base: adultes français ayant des critères d'achats en ligne																									
	151	63	13	73	2	16	47	68	13	5	2	63	18	28	20	64	39	40	25	68	18	65	13	59	14
	151	63	13	74	2	16	48	68	13	5	2	63	18	28	20	64	39	40	25	69	18	65	13	60	14
Beaucoup plus important	19%	24%	38%	11%	50%	44%	23%	8%	37%	21%	-	28%	33%	36%	10%	3%	38%	28%	20%	13%	21%	28%	30%	7%	20%
	*	**	*	**	**	**	AU*	▼ *	**	**		▲ AU*	**	**	**	▼ *	▲ BC*	*	**	**	**	BK*	**	▼ *	**
Plus important	23%	32%	31%	15%	-	19%	36%	17%	24%	-	-	32%	17%	24%	40%	20%	18%	35%	52%	10%	5%	34%	24%	12%	22%
	*	AQ*	**	*	**	**	▲ AU*	*	**	**	-	▲ *	**	**	**	*	BC*	**	**	▼ *	**	BK*	**	*	**
Aussi important	57%	43%	23%	74%	50%	38%	41%	74%	32%	79%	100%	40%	45%	36%	50%	76%	44%	37%	24%	77%	68%	37%	46%	82%	51%
	*	**	**	▲ AQ*	**	**	▼ *	▲ AT.AY*	**	**	**	▼ *	**	**	**	▲ BD*	*	▼ *	**	▲ BE*	**	▼ *	**	▲ BP*	**
Moins important	1%	2%	-	-	-	-	-	1%	-	-	-	-	-	-	-	2%	-	-	4%	-	-	2%	-	-	-
	*	*	**	*	**	**	*	*	**	**	**	*	**	**	**	*	*	*	*	**	*	**	*	*	**
Beaucoup moins important	1%	-	7%	-	-	-	-	7%	-	-	-	5%	3%	-	-	-	-	-	-	5%	-	-	-	-	7%
	*	*	**	*	**	**	*	*	**	**	**	*	**	**	**	*	*	*	**	*	*	**	*	*	**
Net: Plus important	42%	55%	70%	26%	50%	62%	59%	25%	61%	21%	-	60%	50%	61%	50%	23%	56%	63%	72%	23%	26%	61%	54%	18%	42%
	*	AQ*	**	▼ *	**	**	▲ AU*	▼ *	**	**	**	▲ AU*	**	**	**	▼ *	BC*	▲ BG*	**	▼ *	**	▲ BK*	**	▼ *	**
Net: Moins important	1%	2%	7%	-	-	-	-	1%	7%	-	-	5%	3%	-	-	2%	-	-	4%	-	5%	2%	-	-	7%
	*	*	**	*	**	**	*	*	**	**	**	*	**	**	**	*	*	*	**	*	**	*	*	*	**

Contenu cellule (

▲ indique que l

▼ indique que l