

Regards

sur la pratique du commerce électronique par les particuliers

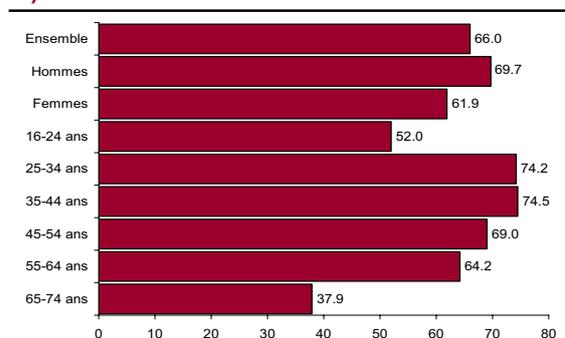
Armande FRISING et Marie-Jo AIROLDI (STATEC)

Deux internautes sur trois achètent des biens ou services via Internet

Selon l'enquête communautaire sur l'utilisation des TIC¹ par les ménages et particuliers, 66% des internautes ont acheté des biens ou services pour usage privé en ligne au cours des 12 mois précédant l'enquête menée début 2009; 62% chez les femmes et 70% chez les hommes. Notons que 89% des particuliers ont déclaré disposer d'un accès internet. Ce sont, sans surprise, les particuliers se situant dans la tranche d'âge de 25 à 54 ans qui sont les plus nombreux à acheter sur la toile.

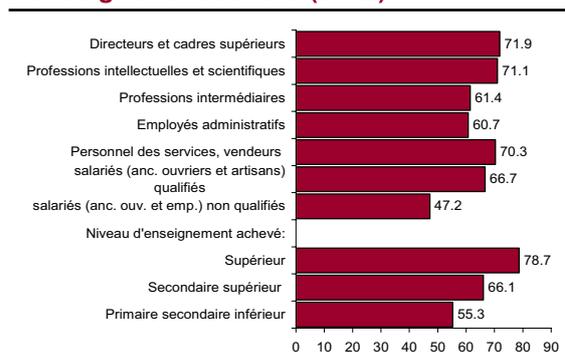
En considérant les types de profession on constate que les directeurs et cadres supérieurs ainsi que les catégories « professions intellectuelles et scientifiques » et « personnel des services et vendeurs de magasins » sont les plus enclins à acheter en ligne puisque près de 70% d'entre eux ont pratiqué le commerce électronique au cours de l'année précédant l'enquête. Les salariés (anciennement ouvriers et artisans) non qualifiés sont les moins dynamiques en matière d'achats sur la toile avec seulement 47% de concernés.

Graphique 1: Internautes ayant acheté des biens ou services en ligne au cours des 12 derniers mois par genre et classe d'âges (en %)



Source: STATEC, Enquête sur l'utilisation des TIC par les ménages et particuliers
Période de référence de l'enquête: 1er trimestre 2009

Graphique 2: Internautes ayant acheté des biens ou services en ligne au cours des 12 derniers mois par profession et niveau d'enseignement achevé (en %)



Source: STATEC, Enquête sur l'utilisation des TIC par les ménages et particuliers
Période de référence de l'enquête: 1er trimestre 2009

¹ Technologies de l'Information et de la Communication.

2 Regards 1-2010 sur le commerce électronique

43% des Internautes lisent toujours les conditions de vente lors de leurs achats en ligne

Parmi les Internautes ayant acheté des biens ou services en ligne au cours des 12 mois précédant l'enquête, 12.4% ont déclaré ne jamais lire les conditions de vente, 44.8% les lisent parfois et 42.8% toujours. Il semblerait que les femmes soient plus prudentes que les hommes puisque ces proportions atteignent respectivement 11.0%, 42.0% et 47.0% chez les femmes et 13.5%, 47.0% et 39.5% chez leurs homologues masculins. La prudence augmente également avec l'âge.

Le commerce électronique surtout pour son côté pratique

L'argument prépondérant pour l'achat en ligne est celui de la commodité (gain de temps, achats à tout moment et transfrontaliers...), évoqué par 73% des Internautes. Six Internautes sur 10 mentionnent l'opportunité d'acheter des produits non accessibles dans leur secteur ou leur région comme incitatif à acheter en ligne. Pour la moitié des acheteurs en ligne, des prix moins élevés constituent un argument important pour commander via Internet.

Les Internautes qui n'achètent pas en ligne préfèrent voir le produit, n'en ressentent pas le besoin ou expriment des craintes de sécurité.

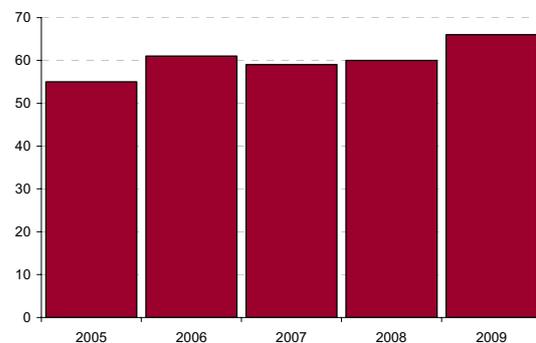
L'enquête TIC auprès des ménages contient une question sur les raisons de ne pas acheter via Internet avec un choix de plusieurs réponses possibles. Parmi les raisons les plus souvent évoquées pour ne pas faire des achats en ligne, on trouve la préférence d'acheter sur place et de voir le produit citée par 58% des Internautes. L'absence de besoin est mise en avant par 56% d'entre eux. 46% des Internautes n'achetant pas via Internet sont préoccupés par la sécurité des paiements et 38% n'ont pas confiance dans la réception ou le retour de produits ou encore dans

les possibilités de plaintes ou de recours. Finalement quelque 34% expriment des craintes relatives à la protection de la vie privée liées au risque de divulgation des détails personnels sur la toile. Notons encore que les raisons varient légèrement selon le genre et que les Internautes féminins expriment plus souvent des craintes que leurs homologues masculins.

Un bel essor du commerce électronique sur les 5 dernières années

Après 3 années de stagnation du pourcentage d'Internautes ayant effectué des achats via Internet, leur proportion passe de 60% en 2008 à 66% en 2009. En 2005 ce pourcentage s'établissait à seulement 55%.

Graphique 3: Internautes ayant acheté des biens ou services en ligne au cours des 12 derniers mois (en %)



Source: STATEC, Enquête sur l'utilisation des TIC par les ménages et particuliers

Période de référence de l'enquête: 1er trimestre 2005 à 2009

Le Luxembourg se place dans le peloton de tête au niveau européen

Le Luxembourg fait partie des pays européens où l'achat en ligne de biens et services est le plus développé. En moyenne, dans l'Union européenne, un peu plus de la moitié de la population disposant d'un accès à Internet a passé des commandes en ligne au cours de l'année précédant l'enquête.

Tableau 1: Part des internautes ayant effectué des achats en ligne au cours des 12 derniers mois (en %)

Royaume-Uni	79	Rép. tchèque	37
Danemark	73	Espagne	37
Allemagne	71	Slovénie	37
Pays-Bas	70	Slovaquie	37
Suède	69	Chypre	33
Luxembourg	66	Lettonie	28
Finlande	64	Portugal	27
France	62	Hongrie	26
Malte	58	Italie	25
Autriche	56	Estonie	23
Irlande	55	Grèce	22
UE 27	54	Lituanie	14
Belgique	47	Bulgarie	10
Pologne	39	Roumanie	6

Source: Statec, Enquête sur l'utilisation des TIC par les ménages et particuliers; réf: 1^{er} trimestre 2009

Les consommateurs au Luxembourg se placent avec 66% à la 6^e place au niveau européen derrière notre voisin allemand qui peut faire état de 71% d'internautes ayant passé commande en ligne. En tête de peloton on retrouve les Britanniques avec 79% alors que la queue de peloton est formée par trois nouveaux Etats membres (la Lituanie, la Bulgarie et la Roumanie) avec moins de 15% d'internautes ayant acheté en ligne.

Les acquisitions favorites en ligne restent les livres et les opérations liées aux vacances

La majeure partie des acheteurs a passé entre 1 à 5 commandes en ligne au 1^{er} trimestre de 2009, les femmes à raison de 72% et les hommes pour 64%. Un petit quart a acquis entre 6 et 10 articles ou services. Peu de femmes cependant (4%) ont acheté plus de 10 articles à distance alors que ce pourcentage atteint 13 % chez les hommes.

Parmi les achats les plus communs on trouve les livres, les magazines et le matériel éducatif (58%) ainsi que la réservation de logements de vacances (53%). Les autres réservations liées aux voyages comme les tickets de transport, atteignent un taux de 49%. Arrivent ensuite en

quatrième position les billets de spectacles (45%) suivi de films ou de musique (40%) et de vêtements de sport (35%). Les acheteurs en ligne sont près de 20% à acquérir des logiciels informatiques et leurs mises à jour, des équipements électroniques ou encore des produits pour le ménage (jouets, meubles...).

Ce sont les jeunes consommateurs âgés de 16 à 24 ans qui sont les plus fervents acheteurs de films et de musique, 51% des Internautes de cette classe d'âges déclarent en avoir acheté ou commandé.

On constate en outre que l'achat en ligne de livres et magazines augmente avec l'âge des acheteurs et atteint le pourcentage le plus élevé chez les Internautes âgés de 35 à 44 ans (63%).

Sur les dernières cinq années, ce sont les réservations liées aux vacances/voyages et l'achat de billets de spectacle qui connaissent les plus importantes progressions (+ 10 points de pourcent par rapport à 2005). Ce phénomène est vraisemblablement lié à un développement de l'offre dans ces domaines.

Notons encore que l'achat de médicaments sur la toile n'est pas courant puisque seulement 3.4% des Internautes ont déclaré en avoir commandé. Les paris ou jeux d'argent en ligne restent également très peu répandus avec 6.1% des Internautes qui auraient placé des paris ou joué pour de l'argent (4.4% des femmes et 7.5% des hommes).

Téléchargement: tickets de voyage ou d'évènements et logiciels

Parmi les achats en ligne de tickets de voyage ou d'évènements, un peu plus de la moitié ont été téléchargés (54%). Le même constat vaut pour les acquisitions en ligne de logiciels (y compris les mises à jour et les jeux) avec 53%. Parmi les achats liés à la musique et aux films, 4 sur 10 enregistrements musicaux ont été des téléchargements plutôt que des livraisons physiques. Les téléchargements de films et de supports de lecture (livres, magazines, journaux et matériel d'apprentissage) sont plus rares (18% respectivement 16% des achats).

4 Regards 1-2010 sur le commerce électronique

Les paiements se font largement par carte de crédit

Le moyen de paiement le plus répandu reste de loin la carte de crédit utilisée par 82% des acheteurs. Les virements électroniques via Internet ont été pratiqués par 22% des acheteurs et les paiements hors Internet (en espèces, virement ordinaire...) par 18% d'entre eux. La carte prépayée n'est utilisée que par 7% des internautes.

Parmi les produits ou services (hors services financiers) achetés en ligne au cours des 3 mois précédant l'enquête, la valeur totale se situait le plus souvent entre 100 et 500 € (44% des achats). Les classes de dépenses « 50 à 99 € », « 500 à 999 € » et « 1000 € et plus » représentent chacune près de 15% des achats.

Les biens ou services achetés en ligne le sont pour la plupart auprès de vendeurs issus de pays membres de l'Union européenne (87%). Un peu moins d'un tiers des achats étaient effectués auprès d'un vendeur national. Notons cependant que l'origine du vendeur est souvent difficile à identifier dans un contexte multinational et que la question ne fait pas non plus la distinction entre les activités « *Business to Consumer* » et « *Consumer to Consumer* ».

Très peu de problèmes rencontrés lors des achats en ligne

Parmi les consommateurs ayant acheté des produits ou services en ligne au cours des 12 mois précédant l'enquête, seulement 8% ont déclaré avoir rencontré des problèmes. Parmi les plus fréquemment cités on note des délais de livraisons plus longs qu'indiqués ou des livraisons de mauvais produits.

Finalement, à la question relative à la connaissance des droits fondamentaux des consommateurs de l'UE, la plupart des personnes interrogées ont déclaré connaître la majorité des droits cités à l'exception du « droit à la livraison des produits dans un délai maximum de 30 jours » que seuls 57% des acheteurs connaissent.

Méthodologie et définitions

La présente publication exploite l'enquête communautaire sur l'utilisation des technologies de l'information et de la communication par les ménages et particuliers âgés entre 16 et 74 ans au 1er trimestre 2009. La pratique du commerce électronique se rapporte à l'année précédant l'interview. L'enquête est partiellement financée par la Commission européenne. L'enquête est menée par téléphone par TNS ILRES pour le compte et sous la responsabilité méthodologique du STATEC. Les numéros de téléphone sont générés au hasard par ordinateur (système CATI : Computer Assisted Telephone Interviews). Pour cette enquête ont été interrogés 1 500 particuliers résidents.

Par **commerce électronique** on entend toute commande d'articles ou de services réalisée sur des réseaux utilisant le protocole Internet. Les biens et services sont commandés sur le réseau, les ordres d'achat passés par téléphone ainsi que par email ne sont pas pris en compte. Le paiement et la livraison sont effectués soit en ligne, soit en dehors du réseau.

Selon la classification internationale type de professions les « **professions intermédiaires** » ont suivi un enseignement qui commence à l'âge de 17 ou 18 ans et s'étend sur 3 à 4 ans, mais ne confère pas l'équivalent d'un grade universitaire.

Service central de la statistique et des études économiques
B.P. 304
L-2013 Luxembourg
Tél. 2478-4219 Fax 46 42 89
E-mail: info@statec.etat.lu
Internet: www.statistiques.lu

Pour en savoir plus:
Armande FRISING / Marie-Jo AIROLDI
Tél. 247-84395 / 247-86264
E-mail: armande.frasing@statec.etat.lu
marie-jo.airoldi@statec.etat.lu